LETÍCIA DE ALMEIDA MORELATO

# QUAL É A INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO NAS BRINCADEIRAS DAS CRIANÇAS PÓS-MODERNAS?

CAMPINAS
2007

Letícia de Almeida Morelato

# Qual é a influência da televisão nas brincadeiras das crianças pós-modernas?

Trabalho de Conclusão de Curso, realizado sob a orientação da Profa. Dra. Maria Evelyna Pompeu do Nascimento, apresentado como parte do critério para obtenção do grau de licenciatura em Pedagogia.

CAMPINAS
2007

Maria Evelina Pompeu do Nascimento (Orientadora)

Luís Enrique Aguilar (Segundo Leitor)

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por ter permitido minha graduação, por ter me sustentado em tudo nesta caminhada e suprido cada uma das minhas necessidades neste momento importante de minha vida, sendo em tudo fiel. Obrigada meu Deus, eu te amo!

À minha família, meu pai Ademir, minha mãe Ednéia, meu irmão Leandro e minha tia Eliana, cada um teve parte neste sonho que agora se realiza. Vocês são muito importantes para mim, amo vocês.

Aos amigos que ao longo desta graduação estiveram comigo.
Aos que saíram e entraram em minha em minha vida e o aos que nela permanecem. Todos foram essenciais em minha formação e em meu crescimento como pessoa.
Embora pelas circunstâncias e direções da vida alguns destes queridos não estejam mais presentes em meu cotidiano, estão em meu coração, por isto agradeço ao amado amigo Nino e ao grupo Conote.

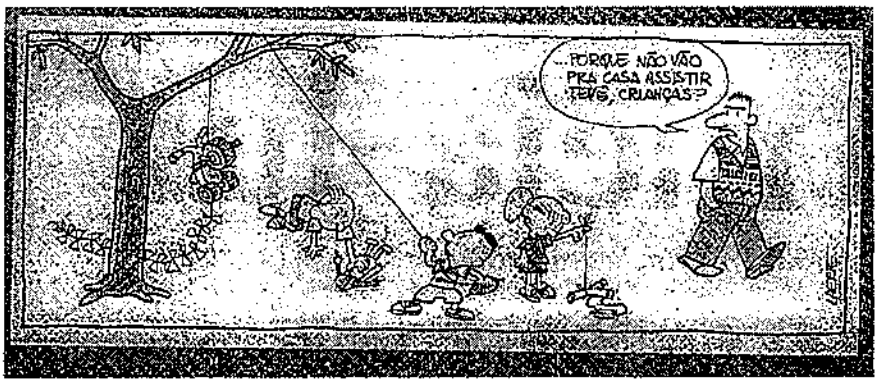
*Às minhas colegas e aos poucos colegas!*
À turma do noturno, onde tudo começou e à turma do diurno por terem me acolhido! Obrigada por compartilharem comigo estes anos de faculdade!

À minha amiga Paloma que esteve comigo em literalmente todos os momentos da graduação, compartilhando acontecimento e situações que cada vez mais nos aproximavam ao ponto de sermos consideradas irmãs!

À minha orientadora Maria Evelyna pela disposição com a qual me conduziu neste trabalho.

Ao CNPq/PIBIC que financiou a pesquisa de Iniciação Cientifica que culminou nesta monografia.

*Porque a sabedoria deste mundo é*
*loucura diante de Deus (...)*
*I Coríntios 3:19*


...PORQUE NÃO VÃO PRA CASA ASSISTIR TEVÊ, CRIANÇAS?

Atualmente a mídia através dos meios de comunicação difunde e impõe formas de viver. Entendendo a infância como uma construção social, conforme apontam Ariès e Steimberg & Kincheloe, obviamente o público infantil não se encontra excluído deste processo, tudo lhes é mostrado pela tela da TV. O objetivo geral desta pesquisa foi examinar as relações que as crianças, estabelecem em suas brincadeiras com o conteúdo televisivo que assistem, seja este especificamente ou não destinado à infância. De que forma a televisão estaria influenciado o brincar? Do ponto de vista metodológico, utilizou-se o grupo focal como melhor forma de atingirem-se os objetivos. Foram entrevistadas seis crianças, meninos e meninas de uma 3ª série do ensino fundamental da rede pública de ensino, com roteiro semi-dirigido, onde a atenção esteve voltada para o diálogo e o debate entre os participantes. As crianças apresentaram em suas falas vontade de possuir/consumir os produtos anunciados e parecer-se com os personagens televisivos, salientando as características físicas e o sucesso que os mesmos obtêm junto ao sexo oposto. Os sujeitos desta pesquisa demonstraram que os elementos apresentados através da mídia televisiva não têm influenciado necessariamente o lúdico das crianças, porém a TV lhes designa uma maneira de pensar e agir, formando cada vez mais cedo suas mentalidades para o consumo e erotização.

**Palavras-Chave:** Infância – Brincadeiras – Televisão

## SUMÁRIO

# INTRODUÇÃO

O contato com Áries (1981) e Steinberg e Kincheloe, (2001), durante a disciplina Fundamentos de Educação Infantil do curso de Pedagogia, foi motivador para a escolha desta temática de investigação. O primeiro nos apresenta uma visão tradicional de infância, onde esta deveria ser eminentemente protegida e distinta do cosmos adulto. Já através de Steinberg e Kincheloe, (2001) verifiquei que, temos em nossos dias, através da mídia, uma socialização de qualquer tipo de assunto e venda de toda sorte de bens de consumo. As crianças tornaram-se expectadoras assíduas da TV, fazendo com que a infância tomasse novos contornos, visto a nova gama de saberes que foram postos ao alcance delas.

A partir destes levantamentos cabe-nos então perguntar: Que importância tem a televisão no cotidiano das crianças?

Pesquisas recentes (como Silva, 2004, Carlsson e Von Feilitzen, 2002) constatam que o número de horas que a criança fica em frente ao televisor é cada vez maior. Dados de uma pesquisa da Eurodata TV Worldwide publicada pela Folha de São Paulo verifica que uma criança brasileira permanece 3 horas e 31 minutos por dia diante da televisão e o tempo de uma americana chega a 3 horas e 16 minutos.

Devido a isto as grandes empresas corporativas, responsáveis pela indústria cultural, passaram cada vez mais a dedicarem-se à produção de artefatos destinados ao púbico infantil. São brinquedos, programas televisivos, novelas, propagandas de televisão, feitas intencionalmente para as crianças. Entretanto, elas não são telespectadoras somente do conteúdo televisivo

específico para a infância, mas de grande parcela da programação televisiva, visto que o aparelho de TV permanece ligado durante a maior parte do dia nos lares em nossa sociedade. A criança, atualmente, partilha e tem acesso às mesmas informações que os adultos.

As sociedades pós-modernas, de acordo com Giroux (1995), vêm esquecendo-se da cultura infantil, devido suas ocupações e conflitos. O autor diz que a cultura infantil define-se como um campo em que o entretenimento, a defesa de idéias políticas e o prazer encontram-se para construírem concepções do que significa ser criança. As crianças constroem cultura e história e também são construídas por estas.

O objetivo geral da pesquisa foi examinar as relações que as crianças, estudantes da primeira etapa do ensino fundamental, estabelecem em suas brincadeiras com o conteúdo televisivo que assistem, seja este especificamente ou não destinado à infância. Considerando o brincar como um elemento de expressão da cultura infantil, busco detectar os elementos da indústria cultural, especificamente da TV, presentes na cultura das crianças, a fim de se forneçam elementos para a analise crítica do momento sócio-histórico vivenciado pela infância. Assim, os objetivos específicos foram: a)verificar as concepções que meninos e meninas têm sobre produção cultural midiática e sua relação com a produção da cultura pela própria criança, b)estudar a ação exercida pela televisão, - visto que esta é o meio de comunicação acessível à diversidade das classes sociais -, sobre a infância.

Nesse sentido ressaltamos que pesquisar a influência do discurso midiático na formação das crianças mostra-se pertinente, visto que elas estão superexpostas a tal discurso. Em função disto, a mídia em geral – jornais revistas,

internet, publicidade, TV, etc. – cada vez mais assume o papel da educação e perpetuação de valores, operando também pedagogicamente, pois atua na construção de verdades nos diversos espaços sociais onde o conhecimento esteja sendo produzido, mesmo que este seja redundante, superficial e em nível de senso comum (Felipe, 1999).

Para detectar quais elementos dos conteúdos veiculados pela TV, específicos ou não para a infância, mostram-se presentes na cultura das crianças, realizei reuniões de grupo focal com meninos e meninas de uma escola publica a fim de obter a fala em debate destes sujeitos.

# CAPÍTULO I

## 1. O CONCEITO DE INFÂNCIA E SUAS TRANSFORMAÇÕES

Ao estudarmos a relação entre infância e meios de comunicação torna-se imprescindível elucidar alguns conceitos que parecem dados e naturais. Temos uma representação sobre a infância sedimentada a tal ponto que as práticas e idéias de hoje em dia relacionadas a ela são tidas como inatas, como se sempre houvessem existido.

A infância não deve ser tomada como se fosse uma fase natural do desenvolvimento do ser humano, pois não o é. Antes é uma construção moldada social, cultural, política e economicamente, que se cria e recria cotidianamente, sempre que transformações mais amplas acontecem na sociedade em determinado momento histórico.

Um dos estudiosos que recebe destaque ao ter a infância como objeto de estudo é Phillipe Ariès. Na obra "A história social da criança e da família" (1981), o autor concebe a infância como um resultado histórico e social e nos apresenta como esta foi se configurando a partir da Idade Média.

Neste período histórico a infância não era reconhecida em suas especificidades. A sociedade tradicional "via mal a criança e pior ainda o adolescente" (Ariès, 1981, p. 10), sendo praticamente indiferente a ambos.

Limitando-se aos primeiros anos de vida, a infância compreendia apenas a fase de maior fragilidade da criança, no qual ela poderia ser "paparicada". Tão logo passasse este período, por volta dos sete anos de idade, eram inseridas no convívio dos mais velhos sem nenhuma separação. Considerava-se, portanto, as

crianças como verdadeiros adultos em miniatura, inclusive em relação às vestimentas como aponta Ariès (idem), pois, uma vez abandonado os cueiros as crianças usavam roupas idênticas a dos adultos da classe social a qual pertencia.

Os índices de mortalidade entre as crianças eram altos e o infanticídio embora não fosse permitido era tolerado. A morte das crianças não trazia grandes abalos, pois segundo o pensamento da época, a criança – um ser praticamente informe – poderia ser substituída por outra. Os laços afetivos entre a família não eram regra, se eles existissem melhor.

Além disso, tudo era discutido na presença das crianças e "tudo era permitido na presença delas: linguagem vulgar, situações e cenas escabrosas; elas já tinham visto e ouvido tudo" (PÈRE DE DAINVILLE citado por ARIÈS, 1981, p.103). Os adultos não ocultavam nenhum tipo de "segredo" ou de "prática" das crianças.

Não existia então, o que Ariès denominou de o sentimento da infância. Esse sentimento corresponde ao surgimento da consciência moderna que, reconhecendo a existência de uma particularidade infantil, diferenciou a criança do adulto, dando àquela novas qualidades: fragilidade, ternura e inocência.

Foi em finais do século XVII que, segundo o autor, a idéia moderna de infância tornou-se parte da vida social, embora a burguesia já colocasse a criança a parte do adulto durante o século XVI.

Acrescentando formulações à obra de Ariès, Neil Postman (2002) destaca em sua tese que as mudanças ocorridas no que ele denomina de "ambiente comunicacional" da época foram responsáveis pelo aparecimento da infância. Com a invenção da prensa tipográfica a sociedade passa ser baseada na escrita

e não apenas na oralidade, o que acaba por fazer uma distinção entre o universo dos adultos e das crianças.

Para o autor a infância passa a existir devido a esta separação, pois "num mundo letrado, as crianças precisam transformar-se em adultos" (Postman, 2002, p. 27). A separação então acontece, visto que, agora as crianças são consideradas como necessitadas de educação e não mais adultos em miniatura.

Na sociedade tradicional a infância chegava ao final na idade em que as crianças possuíssem certo domínio sobre a linguagem. Ocorrido isto elas eram encaminhadas a algum serviço, convivendo como aprendizes em meio aos adultos, pois "no mundo medieval não havia nenhuma concepção de desenvolvimento infantil, nenhuma concepção de escolarização como preparação para o mundo adulto" (idem, p. 29). Fazendo referencia à Plumb (1971), Postman observa que: "o menino de sete anos era um homem em todos os aspectos, exceto na capacidade de fazer amor e guerra" (ibid, p. 30).

Com a tipografia o mundo passa a ser letrado[1] e assim, à idade adulta cabe o conhecimento "de segredos culturais codificados em símbolos não naturais" (Postman, 2002, p.27).

A infância torna-se um período dividido em duas fases, cuja primeira é terminada com o domínio da linguagem e a segunda quando o jovem passa ao aprendizado da leitura, apontando para o nascimento de um estágio intermediário.

Na passagem para as sociedades industriais houve a mudança de visão em relação às crianças, entendendo-se que estas deveriam ser protegidas e cuidadas, tendo sua infância preservada e não mais misturada ao mundo adulto.

[1] Neste momento a socialização passa a ser feita através das letras, passando a utilizar-se com freqüência de todo tipo de literatura (mapas, gráficos, contratos, escrituras). Ver Postman, 2002, p. 27

Isto também deve-se, em parte, pelo movimento de moralização promovido pela Igreja e pelo Estado, onde a aprendizagem das crianças passou a dar-se em escolas e não mais pelo convívio direto com as diferentes gerações da sociedade em geral. Além dos pais também passarem a interessar-se pela educação dos filhos.

Ariès (1981) situa o surgimento da infância tal a concebemos, na Europa ocidental por volta do século XVII, assim:

> Tudo o que se referia às crianças e à família tornara-se um assunto sério e digno de atenção. Não apenas o futuro da criança, mas também sua simples presença e existência eram dignas de preocupação – a criança havia assumido um lugar central dentro da família. (ARIÈS, 1981, p. 164)

Para Elias (citado por Postman, 2002) com o desenvolvimento do conceito de infância, a sociedade passa a ter uma série de segredos que devem ser escondidos dos jovens. Eles passam a ser privados de conhecimento sobre relações sexuais, dinheiro, violência, doença, morte e relações sociais.

As crianças e jovens ficaram sujeitos à supervisão de pais e professores para obterem os saberes que, na Idade Média eram corriqueiros, fazendo parte de seu cotidiano. Os adultos tornaram-se possuidores de informações consideradas impróprias para as crianças, que eram reveladas a estas conforme iam avançando para idade adulta, "culminando no 'esclarecimento sexual'" (Postman, 2002, p. 63).

O apogeu desta nova concepção de infância, conforme apontam Ariès (1981), Steinberg e Kincheloe (2001) e Postman (2002) deu-se entre os anos de 1850 e 1950, onde o protótipo da família moderna se desenvolveu e os adultos passaram a responsabilizar-se pelo bem estar das crianças. A infância foi

considerada por muitos como uma etapa natural que viria após o nascimento, caracterizando-a como um aspecto biológico inerente à vida humana e não uma condição cultural, influenciada pela classe social e econômica.

Corroborando com esta análise no que diz respeito à cultura americana, Postman observa que neste período tentou-se colocar todas as crianças "dentro das escolas, dentro de suas próprias roupas, de seu próprio mobiliário, de sua própria literatura, de seus próprios jogos, de seu próprio mundo social (...) foi-lhes atribuído um estatuto preferencial e oferecida proteção contra os caprichos da vida adulta" (Postman, 2002, p.81).

A partir da década de 50 do século XX, a infância começou a mudar novamente, assim como a estrutura familiar. Tal mudança deve-se, entre outros fatores, às transformações no campo da economia que minaram a estabilidade da família, uma vez que a renda familiar tem estado estagnada e os custos de vida (referentes à moradia, saúde, educação, etc.) disparados; à entrada das mulheres no mercado de trabalho; ao aumento do número de divórcios, conseqüentemente os filhos passam a viver com apenas um dos pais e ao crescente e cada vez mais fácil acesso das crianças às informações do mundo adulto (Kincheloe, 2001).

As mudanças ocorridas em diversos níveis da sociedade: econômico, político, e mesmo nas relações sociais, contribuiu para que a infância tivesse uma série de transformações. Esta nova concepção, que vem sendo construída principalmente ao longo das duas últimas décadas, segundo Steinberg e Kincheloe (2001) está pautada na mídia e no consumo.

Os autores analisam, particularmente, "a produção corporativa da cultura infantil popular e seu impacto nas crianças" (idem, p 14). Esta produção não é educacional e sim comercial, e age não para um ganho social, mas individual.

A chamada Pedagogia Cultural, que abrange variadas áreas sociais, não limita a educação ao âmbito escolar e está presente nas grandes empresas que hoje produzem a infância.

> A pedagogia cultural corporativa 'fez seu dever de casa' – produziu formas educacionais de um incontrolável sucesso quando julgadas com base em seu intento capitalista. Substituindo as tradicionais palestras e deveres nas salas de aula e os deveres por bonecos com uma história, reinos mágicos, fantasias animadas, vídeos interativos, realidades virtuais, heróis de TV *kick-boxers*, livros de terror que arrepiam a espinha e uma gama completa de formas de diversão produzidas ostensivamente para adultos mas avidamente consumida por crianças, a América corporativa revolucionou a infância. (ibid, p 15)

Assim, a criança é levada a acreditar que o que existe de mais interessante na vida é produzido pelas corporações. Estas empresas estão desenvolvendo atividades para a cultura infantil[2] sem muitas vezes ater-se ao cunho pedagógico de tais atividades, pois "a margem de lucro é muito importante para que se importem com o que concerne ao bem estar das crianças" (ibid, p 24).

As grandes empresas corporativas passaram a produzir cada vez mais produtos destinados às crianças e tiveram a mídia como a maior aliada na propagação do consumismo, já que o número de horas que a criança fica exposta aos vários tipos de meios de comunicação em massa (TV, Internet, etc.) é ascendente. E também a publicidade passa a perceber que as crianças são fontes formadoras de opinião e que podem mudar o hábito de consumo no âmbito familiar (Marcellino, 1990). Em vista disso a infância foi "descoberta pelo

[2] A cultura infantil é atualmente um dos campos de abordados pelos estudos culturais. Estes estudos examinam a diversidade de práticas e expressões de comunicação, institucionais e artísticas de uma sociedade ou grupo social em seu próprio contexto (históriococ, social e teórico), dando voz a seguimentos antes marginalizados. Mesmo dentro dos estudos culturais, ainda são poucos os que se ocupam da criança como objeto de estudo, contudo esforços vêm sendo feitos para a divulgação desta área.

mercado" (Pereira e Souza, 1998) e através do consumo elas têm criado suas identidades.

## 2. INDÚSTRIA CULTURAL E TELEVISÃO – FORMANDO A CRIANÇA

Com a ocorrência, no século XIX, de uma economia de mercado baseada no consumo de bens surge, acompanhada da industrialização, um tipo particular de indústria - a indústria cultural -, e de cultura – a de massa. Segundo Coelho (1985, p.12) esta é "uma cultura perecível, como qualquer peça do vestuário. Uma cultura que não vale mais como algo a ser usado pelo indivíduo ou grupo que a produziu e que funciona, quase exclusivamente como valor de troca (por dinheiro) para quem a produz".

A indústria cultural mantém o controle ideológico através da incorporação de necessidades e desejos na população, fazendo com que o cidadão seja um consumidor acrítico e semi-informado (Loureiro, 2003). Para a manutenção dessa indústria, o consumo precisa ser permanente. Deste modo a mídia, através dos veículos de comunicação em massa, dos quais a TV tem maior destaque pela sua ampla capacidade de atingir as diversas classes sociais, tornou-se uma grande participante na formação dos cidadãos, disseminando os produtos da indústria cultural e a ideologia dominante aos diferentes sujeitos sociais.

A criança assume o papel de consumidora de bens culturais impostos socialmente, pois somente assim poderá tornar-se um "ser humano evoluído", adaptado às regras da sociedade e capaz de assumir suas funções sociais para que a sociedade funcione em harmonia. Para Guattari (1987), o capital cria instrumentos (assim como a televisão e a mídia), para trabalhar na criança o seu imaginário, atitudes, valores, ocupando lugares, impondo a política de consumo, criando códigos de poder para a criança ler o mundo e transformar-se num futuro adulto produtor-consumidor.

Um dos artefatos sócio-culturais que estão presentes no cotidiano das crianças na sociedade capitalistas é a televisão. Este aparelho está maciçamente presente nos lares (no Brasil em 98% das residências conforme aponta Pereira, 2002). As crianças vêm sendo consideradas como consumidoras em potencial e segmento autônomo do mercado, o que tem gerado várias discussões no âmbito da ética e do controle dos programas e publicidades dirigidas a esse público dentro e fora do Brasil [3].

A TV é o meio de comunicação preferido pelas crianças (88%) que a assistem em média três a quatro horas diárias. Embora essa média seja variável em diferentes países, conforme aponta recente pesquisa organizada pela Unesco, o tempo dedicado à televisão chega muitas vezes a ser superior em até 50% ao dedicado a outras atividades da criança, entre elas fazer dever de casa, ajudar a família, brincar fora de casa, ler, usar o computador, ouvir rádio, fitas ou CDs (Carlsson e Von Feilitzen, 2002).

Adorno (2002, p. 76) afirma que a televisão, na formação cultural, assume duas funções: uma deformativa e a outra formativa. A TV, a partir de sua função deformativa, contribui para a divulgação de ideologias, bem como dirige de maneira equivocada a consciência dos espectadores, entretanto, este meio de comunicação possui também um enorme potencial de divulgação de informações e de esclarecimento.

Férres (1998) diz que a televisão é o maior instrumento de socialização que jamais existiu. Esse meio de comunicação ocupa horas na vida cotidiana dos cidadãos, demonstrado um enorme poder de penetração e fascinação. Embora

[3] Existem iniciativas como a Campanha Desligue a TV promovida pelo instituto ALANA. Esta campanha surgiu em 2005 no Brasil inspirada na iniciativa da organização americana sem fins lucrativos TV-Turnoff Network, fundada em 1994. Ver: http://www.institutoalana.org.br

complexa e ambivalente, a televisão costuma despertar atitudes reducionistas na população. Enquanto muitos a consideram total responsável por todos os problemas sociais. Outros acreditam plenamente em seu heroísmo e neutralidade. Este mesmo autor ressalta que os meios audiovisuais são uma gigantesca fábrica de sonhos e mitos. As imagens incidem nas crenças e comportamentos, "são reguladoras da conduta, veículos privilegiados para a implantação de modelos de vida", visto que tem uma "forte conexão com a emoção e com o inconsciente" (FÉRRES, 1998, p. 43). As informações provenientes da observação das condutas dos modelos e de suas conseqüências são interiorizadas, servindo depois como pauta para condutas dos sujeitos.

Podemos ver o uso de estereótipos, ou seja, representações sociais, institucionalizadas, reiteradas e reducionistas, como algo freqüente na televisão. Os estereótipos geram atitudes de preconceito em relação a raças ou aparência física, contribuindo para reforçar idéias e valores dominantes.

Partindo dessas referências, podemos discutir o papel da televisão na formação cultural das crianças. O que antes elas aprendiam pela convivência na rua, com os amigos do bairro ou com os pais, agora vem sendo cada vez mais substituído pelo contato com a televisão que divide a sala de estar e torna-se a grande companheira das famílias na atualidade (Salgado et. al., 2005). Além disso, a TV passa a ser grande uma companheira das crianças, que, inseridas na sociedade pós-moderna, passam grande parte de seu tempo sem a presença dos pais e em frente à telinha recebendo notícias e informações sem restrições, inclusive as consideradas próprias do mundo adulto (Kincheloe, 2001).

Com a presença da televisão em seu cotidiano, as crianças são seduzidas por esse novo objeto mágico, através de uma linguagem tão lúdica

quanto a das suas brincadeiras (Brougère, 1995). O componente lúdico é essencial na infância, é a partir dele que a criança cria e utiliza seu tempo e espaço. Vale ressaltar que segundo Brougère (1995), a televisão tem mudado a vida e a cultura das crianças, de modo particular a cultura lúdica, que é o conjunto de costumes lúdicos, brincadeiras (individuais, grupais ou geracionais), que se integram ao contexto social em que se realizam e à cultura. As imagens veiculadas pela televisão são os principais suportes simbólicos para as brincadeiras infantis no mundo contemporâneo. Assim também afirma que a brincadeira não é meramente uma imitação do que a criança assiste na TV, mas sim uma apropriação que ela mesma faz das imagens apresentadas (Brougère, 1995).

Atualmente a concepção infantil de brincar está desaparecendo, pois temos "o surgimento da idéia de não se deve brincar só por brincar", mas brincar guiado por propósitos externos "como renome, dinheiro, condicionamento físico, ascensão social, orgulho nacional. (...) à medida que a infância desaparece, desaparece também a concepção infantil de brincar" (POSTMAN, 2002 p. 145).

Também as relações de gênero são conformadas pelos meios de comunicação. Em pesquisa sobre a imagem da criança nas propagandas televisivas, Luz (2004) chama atenção para o fato de que as diferenças sexuais podem ser encontradas na totalidade dos filmes publicitários, que trazem imagens estereotipadas dos papéis sexuais; além disso, apresentam as meninas como doces e comportadas, ao passo que os meninos eram agressivos e falavam alto. Brougère (2004) aponta que o modo como se apresentam comercialmente os brinquedos em vitrines ou propagandas está amplamente estruturado na diferenciação entre brinquedos de meninas e brinquedos de meninos. Deste

modo, é possível perceber que a criança desde muito cedo já é impelida a utilizar-se de determinada maneira das produções culturais infantis, segundo um padrão que estabelece o que é ser menino ou menina.

Muitas pesquisas têm sido realizadas com o objetivo de recolher a voz das próprias crianças, pois se entende que estas não são meros receptáculos de informações. Entre elas está a de Pinto (2001) que realizou um estudo com cerca de 800 crianças dos 8 aos 11 anos, no Norte de Portugal, de diferentes meios socioculturais e geográficos, para pôr em destaque a diversidade de situações e de contextos em que ocorre a experiência de vida das crianças, e como isto influencia em sua relação com a televisão. Boruchovit (2003) pesquisando sobre programação infantil, ouviu crianças, com idade entre 5 e 7 anos, para saber como definem e percebem o que é oferecido hoje, para crianças, na televisão brasileira. Entre os resultados obtidos, ressalta que a capacidade crítica da criança estaria estreitamente ligada à qualidade da relação das crianças com seus pais e demais adultos ao redor, como familiares e educadores. Ambos os pesquisadores nos mostram que é fundamental estabelecer uma ponte entre a experiência cultural da família onde a criança está inserida e a escola, além de estimular o desenvolvimento do senso crítico desta, quando se trata de conteúdos veiculados pela mídia.

O estudo de Borges (2004) focalizou-se em como os conteúdos referentes ao corpo e à sexualidade, construídos e veiculados pela televisão, são apropriados, interpretados e reelaborados pelas crianças. A autora recolheu a própria voz das crianças para avaliar o impacto socializador da televisão, na sua dimensão de construção das identidades infantis, e também observou a

resistência que os pequenos constroem ao discurso hegemônico deste meio de comunicação.

# CAPITULO II

## O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO DE CAMPO

Após a sistematização do material bibliográfico passamos a tratar do trabalho de campo, como metodologia investigativa optou-se pelo levantamento de dados através de grupo focal. Esta técnica pode ser definida como:

> (...) uma técnica de pesquisa na qual o Pesquisador reúne, num mesmo local e durante um certo período, uma determinada quantidade de pessoas que fazem parte do público-alvo de suas investigações, tendo como objetivo coletar, a partir do diálogo e do debate entre eles, informações acerca de um tema específico. (NETO et al., 2001, p. 9).

Deste modo, o grupo focal tem por finalidade obter a "fala em debate", onde vários pontos são discutidos, gerando conceitos, impressões e concepções sobre determinado tema, entre os participantes do grupo. Os dados, assim obtidos, são de natureza essencialmente qualitativa, e o número ou quantidade de grupos deve ser definido a partir do objetivo da pesquisa, sendo seu limite delineado pela saturação obtida através do esgotamento dos temas. Neto et. al. (2001), estudando esta técnica, propõe alguns pontos importantes para seu desenvolvimento: (a) Devem ter uma duração entre uma e duas horas; (b) O grupo deve ser composto de quatro a doze pessoas; (c)Deve-se elaborar um "Roteiro de Debate" construído a partir dos objetivos da pesquisa e elaborado através de questões-chaves que favoreçam o levantamento das informações para a elucidação dos objetivos propostos; (d) Os debates devem ser registrados de duas formas: através da gravação (gravador ou filmagem) e através das

anotações das falas, assim como algum registro da linguagem não verbal (posturas, expressão, etc...).

Definiu-se que os sujeitos desta pesquisa seriam alunos de uma terceira série da EE "Orlando Carpino", visto que o contato com estas crianças já havia se estabelecido em outra ocasião por motivo de estágio, fato que facilitou a comunicação com os sujeitos, pois já estavam familiarizados com a pesquisadora. A escola localiza-se nas proximidades do Hipermercado Extra (Abolição) e da Universidade Paulista (UNIP), em um bairro de médio poder aquisitivo, mas, a escola atende majoritariamente crianças de bairros mais carentes situados nas redondezas.

A pesquisa empírica foi realizada em três momentos: definição da escola, contatos com a turma escolhida e realização das reuniões do grupo. As questões que primeiramente nortearam as discussões versavam sobre: (a) Que tipo de programas elas assistiam além dos destinados ao público infantil; (b) Qual o horário em que mais assistiam televisão; (c) Quais seus tipos preferidos de brincadeiras; (d) Elas formulam suas brincadeiras baseadas no que assistem na TV; (e) Elas preferem os brinquedos que são veiculados nos comercias televisivos? A maneira com que meninos e meninas portam-se frente a tal questão também será objeto de minha atenção. Os encontros focais foram gravados em vídeo.

As primeiras mediações com a escola se deram no mês de agosto de 2006, como previsto no cronograma. Fiz duas idas à escola naquele mês e uma em setembro para retomar contato com as crianças de maneira que elas se familiarizassem comigo. Fiquei durante metade do período (das 7hs às 9hs 45mim), até a hora do intervalo, em cada uma destas visitas.

Para introduzir o tema às crianças contei-lhes a história do *livro "No tempo em que a televisão mandava no Carlinhos"* de Ruth Rocha (2000). O enredo é motivador desta temática dado que a autora conta sobre um menino que era seguidor de tudo o que a televisão mandava, e consumia todos os produtos anunciados por ela, inclusive fez uma dieta que a televisão propôs e acabou ficando doente.

Vale registrar que, dos 28 alunos presentes em sala de aula, apenas uma criança manifestou conhecer algo escrito por Ruth Rocha, dizendo que a havia visto em uma entrevista dela na TV Cultura. Chama-nos atenção sobre o fato visto que estes alunos estão na 3ª série, o que nos mostra o lugar da leitura para as crianças contemporâneas que demonstraram desconhecer uma das mais importantes autoras de literatura voltada para as crianças brasileiras. Ainda que não seja nosso propósito debater a questão, quisemos apenas registrar que, enquanto todos afirmaram assistir a televisão, apenas um garoto disse conhecer Ruth Rocha, e ainda assim, isso se deve a tê-la visto na TV.

A história foi apenas para motivar e tirar a resistência das crianças. Esquentados para o tema foi proposto à turma que desenhassem suas impressões sobre a história. Muitos alunos não se sentiram atraídos e não quiseram fazê-lo, o que não afetou o desenvolvimento da nossa investigação sendo que tínhamos como pressuposto uma participação espontânea.

Após a leitura, pedi às crianças que desenhassem suas impressões sobre a história. Muitos alunos da não se sentiram atraídos e não quiseram fazê-lo, não sendo forçados a isto, visto que desejava uma participação espontânea. Estavam presentes 28 alunos e obtive 17 desenhos, dos quais 11 foram selecionados por mais se aproximar ao tema proposto. Entre estes foi realizado posterior sorteio de

seis participantes (três meninos e três meninas). A próxima etapa da pesquisa consistiu em elaborar o roteiro da entrevista com as crianças.

No roteiro[4] foram inicialmente colocadas as seguintes questões para os participantes da pesquisa: O que você mais assiste na TV? O que você mais gosta na TV? Assiste todos os dias? Quantas horas? Sozinho e/ou com adultos? O que você acha da TV? Você conversa sobre TV com seus responsáveis? E com seus amigos? Você brinca baseado no que assiste na TV? Como? Quando está em casa o que você mais faz (brincam com jogos eletrônicos em video-game, computador, brincam na rua, etc.)?

Selecionadas as crianças participantes do grupo focal, foi agendada para 13 de setembro a primeira reunião, gravada em vídeo, com a participação de seis crianças. Para início da entrevista pedi que as crianças se identificassem, dizendo seus nomes, idade e lugar em que moram. Esta metodologia foi a que nos pareceu mais adequada para atingirmos nossos objetivos. Utilizamos questões abertas que tinham o propósito de fomentar o debate entre os participantes, sendo introduzidas à medida que os sujeitos iam se aproximando delas em suas colocações. Os debates devem ser registrados de duas formas: através da gravação (gravador ou filmagem) e através das anotações das falas, assim como algum registro da linguagem não verbal (posturas, expressão, etc.).

Demos voz às crianças e assim partimos do que elas tinham a dizer para estudarmos suas próprias realidades. Como propõem Sarmento e Pinto (1997), ao fazermos isto aceitamos dois postulados, o reconhecimento das diferentes possibilidades de infância e de vivencias da criança.

[4] Em anexo.

Após ter assistido o vídeo dessa primeira sessão, evidenciou-se a necessidade de um novo encontro, visto que as informações coletadas não foram suficientes para uma constatação de como os sujeitos percebiam o tema proposto, não tendo sido esgotado o debate. As crianças falaram quais os canais de televisão que mais assistiam, que viam novelas, desenhos, programas jornalísticos. Um garoto em especial fazia várias menções ao futebol e programas esportivos.

Percebeu-se também na filmagem que as meninas ficaram mais inibidas e caladas, pouco emitindo sua opinião. Suas falas eram pontuais e apareciam mais no sentido de concordar com o que já havia sido dito do que em estabelecer o que pensavam sobre o assunto. Entre os três meninos, um deles só se manifestava quando impelido, ao passo que um outro tentou monopolizar a palavra. Eles também não ficaram completamente à vontade frente às meninas ao falarem sobre tudo o que realmente assistiam.

Depois de assistir a gravação da primeira reunião, avaliou-se que os dados obtidos eram ainda superficiais, tendo em vista que os sujeitos não ficaram completamente à vontade, demonstrando tensão ou euforia pela presença da câmera. As falas foram bastante pontuais, as crianças não expuseram o que de fato assistiam e qual a real importância da TV em seus cotidianos.

Na segunda filmagem foram separados os meninos das meninas para que os participantes pudessem expressar-se de maneira menos inibida e mais completa, assim como para verificar as possíveis diferenças de gênero na relação que estes sujeitos estariam estabelecendo com o conteúdo televisivo que assistem. Além disso, se poderia dar mais atenção ao que o grupo levantaria e explorar mais as respostas das crianças. Com essa estratégia pudemos obter

uma maior quantidade de dados, tendo em vista que os participantes se colocaram mais livremente. Portanto serão estas informações que nos guiarão em nossa análise.

A segunda gravação iniciou-se com o grupo de três meninas, no dia 28 de novembro. Uma cadeira foi colocada em frente a câmera para que cada uma delas dissesse se apresentasse e dissesse a última coisa que havia visto na televisão, bem como o programa que mais gostavam e o por quê. No começo elas demonstraram a mesma postura de timidez frente à filmadora, sendo assim, foi-lhes proposto um sorteio para decidir quem começaria a falar. Entre os garotos também foi realizado o mesmo procedimento, no dia 29 de novembro, todavia estes não demonstraram constrangimento pelo fato de estarem sendo filmados.

Foram retomadas, em ambos os grupos, questões que precisavam ser mais exploradas a respeito dos programas que assistiam (quais programas, novelas e desenhos nos canais mencionados), com quem, em que horários e se baseavam suas brincadeiras no conteúdo que assistiam pela televisão. Dados sobre que outros tipos de mídia (TV à cabo, computador, video-game, DVD, videocassete) tinham contato e sobre os intervalos comerciais (afim de verificar a presença do consumo) também foram coletados.

# 1. DOS RESULTADOS

## 1.1 – Os desenhos

Passamos a sistematizar os 17 desenhos elaborados pelas crianças após a leitura do livro.

Primeiramente, constatamos uma maior ocorrência de TVs no espaço central do desenho, em 13 deles. Três guardam uma maior proporção entre a TV e o restante do desenho. Apenas em um desenho televisão aparece desproporcionalmente menor.

Destas ilustrações, seis são do aparelho televisor somente, sendo que as outras 11 contextualizam a TV em algum ambiente. O ambiente que mais apareceu foi o lugar de socialização da casa, ou seja, em uma sala em nove deles. Em apenas um temos a representação de um quarto, no qual a TV aparece vista de cima e em outro a tevê esta em uma mesa, juntamente com um aparelho de som (o ambiente não pode ser afirmado ao certo).

A presença de outros aparelhos eletrônicos junto a TV surgiu nos desenhos, o que nos mostra que entre estas crianças a TV não é utilizada somente através da programação assistida, mas também existe a possibilidade de interação esta aparelhagem eletrônica. Vimos que juntamente com a televisão apareceram em dois desenhos o DVD, em três o videocassete e em três o aparelho de som. Destes um trás o DVD e o vídeo juntos, um apenas o DVD e em dois, apenas o vídeo cassete. O aparelho de som aparece com o DVD em um deles, em dois o aparelho de som aparece como o único aparelho que

acompanha a televisão. Sete crianças desenharam a antiga antena interna de TV sobre os televisores

Em sete desenhos o expectador apareceu sozinho, e em apenas dois expectadores acompanhados.

Com relação ao que as crianças desenharam dentro da televisão, em oito temos ilustrações de propagandas, em três de futebol e em dois de cachorro. Ainda houve uma televisão foi desenhada como se estivesse fora do ar e duas com a tela em branco.

A ocorrência de desenhos que retratavam jogos de futebol deu-se entre os meninos, já as propagandas aparecem em igual número, quatro meninas e quatro meninos ilustraram comerciais. Os desenhos em que aparecem o cachorro também foram feitos por um menino e uma menina que também colocou seu nome na TV.

Dentre as crianças, 12 utilizaram-se de escrita em seus desenhos. Chamou-nos atenção o fato de que em quatro deles temos uma escrita deficitária por se tratar se alunos que estão na terceira série. Também destacamos que em um desenho a palavra vídeo foi usada como forma de distinguir o aparelho, em dois desenhos as palavras estrangeiras *chanel* e mude[5], foram usadas indicando o nome dos botões da televisão. Em dois temos falas de expectadores, que gritam gol ao assistir o futebol.

Os desenhos nos serviram como ponto de partida para realizarmos o sorteio das crianças que participariam do grupo focal.

[5] As grafias corretas seriam *channel* e *mute*

## 1.2 – O grupo focal

No total foram 6 participantes sendo 5 crianças têm nove anos, e um dos garotos tem dez anos. Todos moram em bairros próximos a escola: Jardim Proença (2), Vila Lemos (2), Santa Eudóxia (1) e Jardim São Fernando (1). Fora o primeiro, os outros bairros são considerados periféricos. Três crianças moram em apartamento.

Na conversa que inicialmente foi feita com toda a turma da 3ª série, as crianças falaram a respeito de alguns programas que assistiam. Houve menção de novelas da Rede Globo, como *Pé na Jaca*, *Páginas da vida*, várias crianças referiram-se à novela mexicana *Rebelde* (veiculada pelo SBT, cuja sigla conhecida é RBD), demonstrando grande apreço por esta atração. Também foi citada por um garoto a mini-série *A Casa das Sete Mulheres*, que estava sendo reapresentada pela Rede Globo de Televisão (cujo horário de inicio da exibição girava em torno das 23h e 45mim.), além do humorístico *Casseta e Planeta: Urgente*, programas da TV Cultura (desenhos) e exibições de partidas de futebol, por parte dos meninos. Apenas três crianças disseram não assistir muito a televisão, preferindo despender o tempo com o videogame ou computador.

Estas falas nos revelaram a presença da TV unânime na vida das crianças, bem como suas preferências televisivas que giram em torno da programação destinada ao público adulto, tendo sido as novelas o programa que as crianças mais se lembraram. Talvez pelo fato de estudarem no período da manhã, horário que a televisão aberta geralmente dedica a programação infantil, o único canal que as crianças citaram com conteúdo infantil foi a TV Cultura, que também durante a tarde exibe programas voltados para as crianças.

Também se pode ter uma prévia noção quanto ao horário limite para que algumas destas crianças vejam televisão, pois programas que são exibidos depois das 22h como o humorístico Casseta e Planeta: Urgente e a mini-série A Casa das Sete Mulheres foram citados.

Apenas três crianças, do grupo de crianças da classe, mencionaram aparelhos como vídeo-game e computador, embora esses aparatos estivessem presentes na maioria dos desenhos feitos pela turma. Possivelmente isso se deva à condição socioeconômica das famílias das crianças. Se compararmos com o que apareceu nos desenhos, podemos aventar a presença de índicos de um sonho de consumo: aparatos de mídia mais sofisticados do que o poder aquisitivo familiar permite que essas crianças tenham acesso[6].

Na reunião em grupo focal que foi realizada com a participação das seis crianças, elas falaram quais os canais de televisão que mais assistiam (Globo, SBT, Band, Record) que viam novelas (Malhação, Pé na Jaca, Rebelde) desenhos, programas jornalísticos, mas não especificaram quais eram. Os temas abordados foram retomados nas gravações seguintes e aprofundados.

O que também chamou nossa atenção foi a rivalidade que percebemos entre os meninos e as meninas, o que é comum a esta faixa etária e o domínio masculino do espaço, pois em um debate em que se presumia ouvir a voz de seis participantes a maioria das entradas foram feitas pelos meninos que se manifestavam de uma forma mais agressiva, falando alto, buscavam o controle do espaço. Já as meninas ficaram mais tímidas e quietas.

---

[6] Essa é uma questão que não tivemos oportunidade de confirmar, uma vez que não fizemos um levantamento pessoal da condição socioeconômica das crianças. Se afirmamos que a clientela é composta, em sua maioria, por crianças de estratos médios baixos, o fizemos através de informações anteriores que coletamos na escola no momento que lá estagiamos, o que ocorreu anteriormente ao início desse trabalho.

Os comportamentos demonstrados no grupo reforçam os papéis de gênero estabelecidos socialmente e que hoje tem a mídia como forte auxiliadora para sua disseminação como já assinalado em estudos anteriores como os de Borges; Brougerè; Freitas; Luz, 2004.

Entre os programas preferidos das garotas foram citadas as novelas *Rebelde* e *Pé na Jaca.* Entre os meninos as novelas *Cobras e Lagartos*, *Pé na Jaca* e o programa humorístico *Zorra Total.* Nenhum dos programas mencionados destina-se especificamente ao público infantil, assim, pode-se dizer que as crianças estão à mercê de uma programação cujos temas giram em torno de relações amorosas, de tensões familiares, disputas de poder, erotização, e outras mais referidas ao mundo dos adultos.

Com relação às brincadeiras já nesta primeira reunião, as seis crianças disseram que o vídeo game e o computador são as preferidas, um menino apenas incluiu o futebol e uma garota disse que brinca de teatro com o irmão e de imitar vozes de pessoas.

Veremos agora os dados que obtivemos no debate realizado no grupo dos meninos e no grupo das meninas.

**Quadro 1 – Aparelhos que as crianças possuem em casa**

| * | TV (nº. de aparelhos) | DVD | Vídeo Cassete | Aparelho de som | Computador | Vídeo Game |
|---|---|---|---|---|---|---|
| L | Dois | Sim | Não | Sim | Sim | Sim (Nintendo) |
| M | Três | Sim | Sim | Sim | Sim (internet) | Não |
| T | Cinco | Sim | Sim | Sim | Não | Sim (Play Station I) |
| G | Dois | Sim | Sim | Sim | Sim | Sim (Play Station I e II) |
| J | Dois | Não | Não | Sim | Não | Sim (Nintendo) |
| C | Sete | Sim | Sim | Sim | Sim (internet) | Sim (Play Station I e II) |

*As letras representam as crianças, sendo as três primeiras meninas e as últimas os meninos.

Conforme o quadro, podemos perceber a importância da televisão no cotidiano destas crianças também em termos quantitativos, pois todas afirmaram possuir o aparelho, inclusive mais de um.

As crianças possuem aparelho televisor em seus quartos, exceto J. um garoto e uma garota mencionaram possuir TVs de plasma, tela plana, com monitores de 42 polegadas em suas casas, tal fato evidencia a importância dada à televisão, que divide a sala de estar e torna-se a grande companheira das famílias na pós-modernidade (Salgado et. al., 2005). Possuir aparelhos mais modernos e cada vez maiores é um sonho almejado por vultosa parcela de nossa população.

Aqui pouco importa a exatidão das respostas, no que tange ao número de aparelhos ou se estes verdadeiramente são da última tecnologia lançada no

mercado, o fato é que a mídia tem cumprido seu papel no que concerne ao desejo de consumo também entre o público infantil, pois mesmo que estas crianças não possuam tais aparelhos, suas respostas, no mínimo, revelam o desejo de tê-los. Tendo em vista que estes tipos de bens são destinados a casa, ou seja, à família, a mídia tem trabalhado a vontade de adultos e crianças em relação aos aparelhos eletrônicos, mostrando que a conquista deles gera satisfação na totalidade familiar.

Em pesquisa feita nos Estados Unidos, por exemplo, cerca de 10 bilhões de dólares são movimentados pelo mercado infantil e 130 milhões de dólares correspondem a influencia dos filhos nas compras da família (Gunter y Furham 1998, citado por Postman, 2002). Os dados que tornam claro que as crianças têm participado nas decisões sobre o que comprar.

A mídia tem investido nestas últimas décadas na formação daqueles que se tornarão os consumidores ativos – hoje passivos, pois quem compra é o adulto –, que darão prosseguimento ao mercado de bens de consumo.

Como já nos referimos percebemos nos desenhos a convivência de aparelhos. A televisão não aparecia sozinha por este motivo perguntamos as crianças quais aparelhos eletrônicos utilizavam além da TV. De acordo com o quadro, além do televisor, os entrevistados disseram que possuem aparelhos como DVD, vídeo-cassete, vídeo-game, computador e aparelho de som, são que são comuns ou cobiçados por boa parte das famílias na pós-modernidade. Atualmente o DVD ou o computador tornaram-se parte do mobiliário doméstico, o que se evidenciou entre os entrevistados, pois somente menino não possui DVD, vídeo-cassete e computador e entre as meninas uma não possui vídeo cassete, outra vídeo-game e a terceira computador.

As crianças disseram que costumam assistir filmes na televisão ou nos aparelhos de DVD ou vídeo. Citaram: *Deu Zebra, Madagascar, Scoob Dôo, Conde de Monte Cristo, Doze é Demais, Garfield, Os Gatões uma Nova Balada, Mais Velozes Mais furiosos*; como os últimos que tinham assistido.

O aparelho que aparentou ser menos popular entre estes sujeitos foi o aparelho de som. As meninas disseram ouvem música do grupo RBD e dois dos garotos ouvem a rádio Educadora FM, que possui programação voltada para o público jovem, que toca gêneros musicais como Rock, Pop e Dance nacionais e internacionais.

Entre os quatro participantes que afirmaram ter computador, todos disseram que o utilizam para jogarem jogos eletrônicos, entretanto o acesso à internet foi mencionado por dois participantes, entre os quatro que possuem computador. Uma menina disse que entra em sites relacionados às novelas que assiste para:

> M: Eu costumo entrar na Globo, SBT (...) procuro fotos dos homens que eu acho mais bonitos nas novelas (...) no Rebelde eu gosto dos meninos, eu procuro todas as fotos e imprimo.

Já o garoto mencionou usar recursos de conversa instantânea e fazer parte do *Orkut*[7], além de site de jogo:

> C: No computador eu entro na internet e fico conversando até tarde com as meninas do prédio. Eu tenho *Speedy*, rapidinho chega. Eu entro no meu *Orkut*, maior legal! Minha mãe dormindo e eu entrando na internet. Entro no *Habbo*[8], é um joguinho (...).

[7] Rede social na internet, mais comumente utilizado entre jovens na faixa etária dos 18 aos 30 anos.

[8] *Habbo* é uma comunidade virtual, destinada ao publico adolescente. É ambientada em um hotel e permite aos jogadores criarem personagens, adotar animal de estimação, escolher móveis e a decoração de seu próprio quarto no hotel e também interagirem com outros participantes que estiverem on-line. No site encontramos uma seção de esclarecimento destinada aos pais,

Os jogos de computador e videogame são os preferidos entre os garotos. J., que possui o *Nintendo* ficou quieto, disse que o vídeo game dele era chato, tendo em vista o que seus colegas relatavam. A característica principal dos games que os meninos mais jogam é a violência e desconsideração relativamente ás normas sociais.

> C: tem um que você vai procurar emprego (...) ai você via lá: Manobrista! Aí você vai, aí mostra o caminho, aí você chega lá, enfrenta fila (...) você passa, aí tem que ficar manobrando os carros. Tem como você roubar eles, aí você entra no carro e sai com os carros do estacionamento [risos].
> (...) E de *Play Station 2*, qual o nome daquele jogo lá de...
> G: *DGTA*
> C: É, *DGTA 2* e *DGTA 1* (...).
> C: Tem que roubar carro, fugir da policia.
> G: Você coloca tem um monte de polícia, canhão.
> C: Vai um monte de polícia, um monte de helicóptero, tia. (...) eles fuzilam [traaalalaa, som de arma] (...) Elas matam e você tem que matar elas.

As meninas não têm muita preferência por este tipo de jogos, sua participação é mais restrita, os jogos são menos complexos. Apenas um das meninas fez menção a um game com conteúdo violento, dizendo ser este o seu predileto, mas que também jogava "jogo de criancinha", no qual menos esforços são exigidos por parte dos participantes:

> M: No computador eu jogo paciência
> L: No vídeo game eu jogo Mário e no computador eu jogo vários, o que eu mais gosto é a cobrinha.
> T: eu jogo *Quash* jogo... um jogo de tiro, jogo... jogo de criancinha também, o que eu mais gosto é o *Quash*.
>
> *Qual é o jogo de criancinha?*
>
> T: O do Bob Esponja lá... que só tem que correr, pular...

---

enfatizando que o ambiente é monitorado por profissionais durante 24 horas. Eles ficam a disposição dos usuários para eventuais dúvidas e também filtram manifestações de preconceito ou conteúdo sexual. Ver: http:// www.habbo.com.br

Os garotos disseram que os pais não colocam nenhum tipo de proibição quanto a estes jogos e C. disse ainda que o padrasto joga junto com ele. O conteúdo destes jogos e a naturalidade com que eles foram mencionados pelos garotos comprovam algo que hoje é comum e preocupante – a banalização da violência, tendo em vista que as mensagens violentas são recorrentemente retratadas pelos diversos tipos de mídia, desde filmes a notícias jornalísticas.

O entusiasmo com que C e G narraram os jogos nos mostram que os garotos associam a violência com coragem e destemor, qualidades que se esperam encontrar em homens.

Segundo o relato das crianças, os pais, de um modo geral, restringem muito pouco os horários em que as crianças assistem a televisão, atendo-se mais ao acesso dos conteúdos televisivos. E ainda assim, essa parece ser uma atitude mais recorrente entre pais de meninas do que de meninos:

> T: Tem vez que desliga a televisão na minha cara por causa que... passa aqueles lá que fazem "tchatcha"... você sabe né? Aquelas coisinhas.

Entre os garotos a fala evidenciou uma maior liberdade quanto ao que assistem:

> *Tem algum programa que os pais de vocês falam para desligar a TV porque não querem que vocês vejam?*
>
> G: Não
> J: Nem eu. Assisto tudo.
> C: A minha não porque não passa nenhum, vejo tudinho, tudinho, tudinho, até programa de besteira.
> J: Eu não assisto esse não.

Com relação a conversar sobre televisão com os pais, as crianças disseram que isto pouco acontece. Houve uma menção de conversa sobre futebol

por parte do menino J., que falou que comentava com o pai se o time havia ganhado ou perdido e a menina L, disse que fala a respeito do filme, *Doze é demais* que achou engraçado. As crianças não demonstraram que os pais conversam com elas no sentido de promover uma ação conscientizadora em relação à mídia, a não ser uma das garotas que se colocou:

> T: Eu falo sobre Rebelde, mas minha mãe não gosta muito que eu assisto. (...) por causa que a minha mãe fala que ensina muita porcariada, que não é bom para as crianças assistirem que ensina bobagem.
>
> T: A minha mãe fala que nunca é bom, ensina muita porcaria pra gente, mas eu continuo assistindo (...) é porque no RBD tem pessoas que ficam namorando, que ensinam a gente também a fazer... aquela coisa...

A mãe de T. expõe sua opinião à garota em relação ao conteúdo da novela Rebelde, contudo não é incisiva quanto à proibição, pois apesar de ouvir o que a mão tem a dizer a garota continua a assistir a atração mexicana.

Nesta pesquisa, assim como já observaram Moraes (1999) e Borges (2004), se pode perceber que o controle entre o que as meninas assistem é maior do que o que se exerce sobre os meninos, a noção de que as meninas devem se mais protegidas e cuidadas ainda prevalece.

Em relação ao horário, as falas das crianças demonstraram que este tipo de controle não existe, apenas uma das garotas disse que os pais mandam desligar a TV, por já está tarde.

Para STEINBERG e KINCHELOE (2001), a quebra de autoridade do adulto sobre a criança deve-se ao "acesso infantil ao mundo adulto através da hiper-realidade da mídia eletrônica" (idem, p.33) por conta disto "as crianças pós-

modernas não estão acostumadas a pensar e agir como criancinhas que precisam da permissão do adulto para tal" (ibid, p.34).

C. assiste a maior parte da programação sozinho, pois os responsáveis ficam fora de casa durante o dia:

> C: eu fico sozinho até oito horas da noite... minha mãe e meu padrasto vão trabalhar

Contudo, os sujeitos desta pesquisa disseram assistir junto com os pais algumas atrações: Esportes (futebol, vôlei), programas esportivos (debates), novelas, jornais, "Picnic Band" [9], filmes. Conforme Postman (2002, p. 93), "não existe na TV programação infantil. Tudo é para todos".

Os motivos das restrições a programas apresentadas entre as meninas são referentes a cenas de sexo. No entanto, elas declararam que já as viram em novelas. Elas demonstraram constrangimento frente ao assunto, colocavam a mão na frente da boca como expressão de vergonha ou "assunto proibido", usaram expressões como "tchatchatcha", "aquelas coisas", "aquela coisinha", para se referirem a cenas sobre sexo.

Os meninos se expuseram um pouco mais quanto à audiência dos programas de conteúdo erótico/sexual:

> C: (...) meu irmão assiste, aí, aí eu, de noite, né, aí eu pego fico assim deitado na cabeceira da cama, ele na sala e eu olhando também [pela fresta da porta].

O menino assiste escondido ao programa que o irmão de 15 anos, faixa etária em que estes programas eróticos também não são recomendados, vê

[9] Programa que exibia desenhos animados por volta das 19h30min, atualmente fora do ar.

durante a madrugada. Mas não apenas C se referiu a este tipo de programação, enquanto falava o colega J insistia:

> J: Passa na Band, passa na Band.
> C: E na Band também.
> J: 2 horas da manhã. Mas eu nunca assisti (...) meu primo me falou que é verdade que o outro primo dele falou que passava canal de besteira, aí ele ia lá e assistia 2 horas da manhã...
>
> *Mas você fica acordado e nunca teve a curiosidade de colocar neste canal para ver o que tava passando?*
>
> J: [sorrindo] Não
> C: [risos]
> J: Porque tia eu fui dormir 1 hora da manhã, aí eu fui na televisão aí tive uma curiosidade e coloquei na Band, pra o que tava passando, tava passando o jornal.
>
> *Você já ficou esperando pra ver?*
>
> J: Não
> C: Nãااooo, nااoo [riso].
> J: [risos] Não mesmo tia!

Apesar de saber da existência desses programas, o garoto afirmou nunca tê-los assistido, dizendo que os verá só quando for grande. Nesta fala podemos perceber que o garoto sabe que certos conteúdos são considerados proibidos ao publico infantil, devendo as crianças atingir uma determinada idade para ter acesso a eles.

Mesmo que não sejam instruídas ou não conversem a respeito da TV com os adultos da família, as crianças sabem que existem particularidades próprias do cosmos adulto tendo em vista que a própria televisão se encarrega de "proibir-lhes" o acesso a certas atrações através da faixa etária indicativa ou mesmo por debates exibidos na própria TV sobre a adequação da programação ao publico infantil. A televisão a partir desta atitude isenta-se de qualquer outra responsabilidade em revelar às crianças os segredos dos adultos.

Sabemos no entanto que toda a programação televisiva, independente do horário de exibição, contém forte apelo erótico, de propagandas comerciais à novelas – que tem o intuito de fazer com que consumamos os produtos apresentados nas propagandas, para que nossas vidas possam ser ao menos parecidas com das que a novela apresenta.

A novela *Pé na Jaca* (2006/2007), da Rede Globo apareceu como favorita entre os meninos pesquisados, que destacaram o sucesso do personagem *Lance*[10] com as mulheres, bem como os atributos físicos destas. Ao perguntar aos garotos se queriam ser igual a algum dos personagens um garoto disse que queria se parecer com o personagem *Lance*.

> J: Eu! Aquele cara "boiola" [faz gesto de forte com os braços ao falar do personagem, riem].
> C: Você queria ser "boiola", J?
> J: Não. Ele se veste de mulher, ele se finge de "boiola".

> *Por que você quer ser como ele?*

> JUL: Porque ele é musculoso, cata um monte de garota, tetuda, "poposuda" e bonitona.
> [C move os braços como se estivesse mostrando os músculos]

> *O que chama mais atenção de vocês nas mulheres desta novela?*

> J: Humm, humm... [abaixa com a mão na cabeça]
> C: [assovios]
> J: [riso] Que elas são bonitas, peituda...
> [Todos, risos]
> J: Elas são bonita, dona! O cabelo delas, o jeito que elas são bonitas...
> C: "Poposuda" [risos]
> G: O mesmo que ele falou

As características masculinas (virilidade, músculos) e femininas (seios fartos, por exemplo) ressaltadas pelos meninos mostram que a mídia tem obtido

sucesso também em sua empreitada em "vender a imagem perfeita dos corpos humanos", que devem estar sempre jovens, atraentes e bem torneados.

Vemos mais uma vez aqui a repetição de estereótipo de papéis sexuais sendo inculcados nas crianças, mostrando que o homem deve ser conquistador, "pegar um monte de garotas", para ter reconhecimento. Além disso, quando questionados sobre o que chamava atenção com relação aos personagens masculinos nas novelas, os garotos se recusaram a responder a questão com expressões do tipo: "Ihhh, sai fora".

Em relação ao personagem Lance, o esclarecimento quanto sua opção sexual foi feito por J. O menino se referiu em mais de uma ocasião ao fato do personagem apenas se fingir de homossexual, e só por este motivo o garoto admitiu que gostaria de ser como ele. Esta posição mostra que, já nesta idade, um discurso preconceituoso e atitudes machistas foram incorporados pelas crianças e, em especial, pelos meninos que têm a necessidade de externar um comportamento relativo à masculinidade (Borges, 2004).

Entre as meninas, a novela Rebelde é assistida diariamente, sendo a preferida. Diferentemente dos meninos, elas mostraram agitação e empolgação ao se referirem aos personagens masculinos da novela.

> T: Ahhh!
> M: Eles são lindos!
> T: Eles são lindos principalmente o Afonso[11].

Aqui também observamos a importância da mídia na transmissão dos significados de ser homem e mulher, as garotas apresentam em seus

---

[10] No início da trama, o personagem estava em fuga e, por isso, fingia ser homossexual.
[11] Afonso Herreira, destacado por T, é o ator que interpreta o personagem Miguel na novela Rebelde.

comportamentos atitudes românticas como suavizar o tom da voz e colocar as mãos no rosto ao falarem dos rapazes da novela. A qualidade mencionada por elas em relação às mulheres foi o jeito de cantar.

A personagem Roberta é a de maior sucesso entre estas garotas, pois a consideram engraçada e brigona. E ao mesmo tempo em que é mencionada por ser de certo modo transgressora (gostar de brigar) também é eleita porque tem sucesso junto aos rapazes:

> T: (...) Ah! Ela gosta de brigar muito com os outros e acaba, e quase sempre no final tendo namorado.

Outra situação que nos chamou atenção foi a constatação de que as crianças estão cada vez mais precocemente valorizando o consumo de bens materiais e a TV tem influenciado fortemente essa postura. O corporativismo tem estado presente na vida das crianças e oferecido a elas uma cultura a ser consumida[12], visando o lucro de grandes empresas. Com relação às propagandas comerciais, vimos que exercem grande influência no imaginário das crianças pesquisadas. As meninas apesar de não possuírem muitos dos produtos que gostariam, responderam com empolgação quais deles queriam ter, ficando felizes ao falarem sobre seus desejos.

> T: o meu padrinho, de Natal, vai me dar uma roupa de Rebelde que eu tanto quero.
> M: é... eu também quero a mesma coisa. E como chama aquele tênis de rodinha?
> L: "Bibi"
> M: Aquele tênis.
> L: Eu também.
>
> T: A sandália do Rebelde

[12] Para aprofundamento da questão do corporativismo e sua atuação sobre a infância ver Steinberg e Kincheloe 2001.

Entre os produtos cobiçados por estas garotas estão a roupa (uniforme colegial) como as que as garotas da novela Rebelde usam e o tênis de rodinha, *skatenis*, desejo comum também a um dos meninos.

> C: Nas propagandas eu quero comprar tudo. (...) tipo, *Skatennis*... eu quero tudo! Menos as bonecas né, claro.
> G: Aquele jogo lá do banco imobiliário...

Perguntei também às crianças se a condição financeira dos pais permite que elas tenham os produtos que desejam, elas disseram que não. Visto que o Natal estava próximo quando realizamos o trabalho dd campo, as crianças disseram que iriam ganhar nesta data os produtos que citaram.

Notamos que, embora a predileção por programas adultos seja comum a estas crianças, elas se interessam por artefatos culturais que são os comuns ao público infantil, destacando-se nestas falas o vestuário, em detrimento de brinquedos.

Quanto aos desenhos animados assistidos pelas meninas citamos: Bob Esponja, Três Espiãs Demais e pelos meninos Hey Arnald, Hot Dog, e Dragon Ball Z.

Pude perceber que houve por parte dos entrevistados, mais entre meninas, certa resistência em falar que viam desenhos.

Isto não nos surpreendeu, pois a programação de maior audiência entre o publico infantil, incluindo estas crianças, é a adulta como já nos referimos anteriormente. Além disso, a imagem da criança difundida pela mídia é cada vez menos parecida com aquela tida como ideal (pura, meiga, ingênua), fato que faz

com que as crianças desejem se comportar como os adultos[13]. Contudo admitiram que se divertem com os desenhos acha-los engraçados.

Quanto às brincadeiras, como já foi mencionado, os conteúdos televisivos não são via de regra reproduzidos. Obtivemos a seguinte resposta entre os garotos:

> J: Só brinco de futebol
> G: Só brinco de futebol e "Power Rangers"
> C: Nossa! É a coisa mais infantil do mundo. (...) Bola só, a única coisa.

A única brincadeira aceita pelos garotos além dos jogos virtuais é o futebol. Imitar os heróis por exemplo, é tido como "infantil".

As meninas mencionaram que brincam de *Três Espiãs Demais* e *RBD*, esta última atração apareceu misturada à brincadeira de casinha:

> M: Roberta, porque ela é legal engraçada e na Três espiãs demais eu sou a Lili. porque ela é inteligente
> T: Eu gosto de brincar de casinha. Eu finjo que o Afonso ta do meu lado e todos do grupo...
> L: Eu gosto de brincar de Três Espiãs e RBD. (...) gosto da Lupita. A Lupita é mais legal, nas Três espiãs a Alex porque ela é meio engraçada.
> M: Eu cheguei até um dia estragar o batom da minha mãe [as Três espiãs Demais possuem maquiagens que na verdade são seus aparatos secretos de espionagem].

Embora explicitamente reduzida entre os participantes, a brincadeira de faz de conta apareceu em suas falas. Cabe ressaltar que a pesquisa de Moraes (1999) mostra que a faixa etária dos nove/dez anos é a de maior mobilidade de preferências, identificando-se ora com os gostos dos menores (sete/oito anos), ora com os gostos dos maiores de 11 anos para cima. O que encontramos também em nossa investigação.

[13] Ver Luz, 2004 e Postman, 2002.

Também encontramos nas falas das meninas a concepção de que brincar com os garotos constitui uma transgressão não aprovada por uma das componentes do trio.

> T: Estes dias aí que você não estava, elas estavam querendo jogar bola essas duas aqui...
> M: Hamm...
> L: O que é que tem?
> T: Com os meninos...
> L: Qual o problema?
> L: Quase sempre a gente joga.
>
> *Se na brincadeira a personagem tem um namorado vocês não chamam um menino pra brincar com vocês?*
>
> Todas: Não!
>
> *O namorado só fica na imaginação de vocês então?*
>
> T: Ahann
> M: Nem isso às vezes...

A participação das garotas em brincadeiras consideradas masculinas foi em certo ponto admitida pelas garotas, com exceção de T. Contudo, elas se posicionaram contra o caminho inverso, ou seja, na opinião delas os garotos não devem participar de brincadeiras próprias do universo feminino nem mesmo para desempenhar o próprio papel masculino.

### 1.3 – O que dizem os desenhos e o grupo focal?

A analise dos dados obtidos pelos desenhos e pela fala das crianças nos grupos focais, nos permitiu fazer uma comparação sobre o que pudemos perceber nas ilustrações e o que o discurso destes sujeitos nos trouxe.

Ao contrapormos a tabela de aparelhos eletrônicos com os desenhos das crianças, encontramos pontos de convergência e também de divergência. Observamos que nos desenhos ambientados na sala, a televisão dividia espaço na estante com o DVD, o vídeo cassete e o aparelho de som, o que foi confirmado na posterior conversa na qual os participantes afirmaram possuir tais aparelhos eletrônicos e fazerem uso dos mesmos.

Algo que nos chamou muito a atenção foi que a antena interna sobre a televisão, um aparato dos anos 50 do século XX, aparece quase que na totalidade dos desenhos, que por sua vez retratam televisores com telas de enormes polegadas. No debate, duas das crianças afirmaram possuir aparelhos ultramodernos com tela plana, tela de plasma e monitor de 42 polegadas, o que conflita com os desenhos, visto que hoje em dia a antena interna foi abolida da maioria dos lares, ainda mais desses possuem televisores de alta tecnologia.

A presença da antena interna confirma as falas, porquanto os sujeitos se referem aos programas da TV aberta em suas falas, apenas uma garota e um garoto possuem TV por assinatura.

Das seis crianças do grupo focal, apenas uma afirmou não possuir televisão em seu quarto. Já nos desenhos, em apenas em um deles aparece a TV em um quarto, confirmando que para o publico desta pesquisa, a TV tem destaque no cômodo de socialização da casa.

Um outro ponto a ser destacado refere-se à companhia no ato de assistir à televisão, no qual o numero de expectadores acompanhados corresponde a um terço dos que assistem a TV sozinhos nos desenhos. Fato que no grupo foi evidenciado na fala de um dos garotos que afirma ficar sozinho até às 8 horas da noite, pois os adultos estão no trabalho e na afirmação das crianças de não ter o hábito de conversarem com os adultos sobre o que assistem na televisão.

A predileção pelo futebol como brincadeira que apareceu na fala dos meninos, de igual modo esteve nos desenhos, pois nas telas em que encontramos partidas de futebol sendo "transmitidas" foram em desenhos feitos por meninos. J. o garoto que mais mencionou o esporte é o único dos três sujeitos que nunca foi ao estádio de futebol, conhecendo as partidas somente pela tela da tevê.

Durante as reuniões em grupo focal, vimos que as propagandas exercem semelhante fascínio entre meninos e meninas. O que foi confirmado primeiramente nos desenhos, pois tanto meninos como meninas ilustraram comerciais na tela dos televisores.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa evidenciou que as transformações da infância ocorrem em um processo dinâmico e constante. As crianças vivenciam um momento diferente ao daquela infância (protegida do mundo adulto) que a modernidade, no advento do capitalismo, nos fez conhecer.

Hoje em dia os meios de comunicação, através da mídia, ensinam e/ou impõem formas de viver e de maneira óbvia, esta realidade não é indiferente à infância. Os participantes desta pesquisa demonstraram que a TV designa uma maneira de pensar e agir para as crianças. É uma das características da infância pós-moderna.

Os participantes expressaram que não costumavam brincar com freqüência baseando-se no que vêem na televisão como apontado pelas premissas iniciais deste estudo, que esperava encontrar ainda hoje o "faz de conta". Esse tipo de brincadeira praticamente não apareceu entre os garotos e as meninas, exceção feita à menção quanto a brincar de casinha imaginando que os seus ídolos televisivos fossem parceiros do faz de conta.

Em vista disto, pudemos perceber que a televisão tem influenciado o lúdico das crianças, não de um modo em que os elementos sejam diretamente apropriados por elas e reproduzidos[14] em seu cotidiano, mas sim está formando cada vez mais cedo suas mentalidades para o consumo. Ou seja, as brincadeiras do século XXI são apresentadas a elas pelas propagandas que ditam como se deve ser criança na sociedade pós-moderna.

[14] As crianças não costumam reproduzir, na íntegra, cenas vistas pela televisão em suas brincadeiras, elas não imitam o que vêem de forma direta.

Em um primeiro momento, poder-se-ia dizer que os resultados do nosso estudo não confirmam a existência de uma relação entre a televisão e as brincadeiras infantis. No entanto, eles revelaram que existe uma sofisticada relação entre o que a TV apresenta e as brincadeiras da atualidade.

Para brincar do que aparece na TV hoje em dia, as crianças pós-modernas necessitam mais do que elas mesmas e suas imaginações. Elas precisam dos artefatos culturais pensados pelas empresas corporativas para esse público consumidor, tais como jogos eletrônicos, vídeo game, computador e Internet.

Os sujeitos desta pesquisa demonstraram grande estima pela publicidade, ou melhor, pelos bens de consumo anunciados pelas propagandas comercias, demonstrando o desejo de possuírem o que a televisão mostra. Esta é a infância que temos hoje, pautada na mídia que "comanda" suas brincadeiras, que "sugere" quase os aparatos necessários para que as brincadeiras possam desenvolver-se. Apontando a maneira pela qual as crianças devem brincar. Como já observou Postman (2002), a televisão revela às crianças a alegria do consumismo e o contentamento em se comprar tudo.

Os programas para adultos apareceram como prediletos em detrimento aos destinados à criança. Com isto, cada vez mais as singularidades do mundo adulto – como sexo, violência, vida política etc. – são apropriadas pelas crianças que são novamente levadas de maneira "indireta", a comportar-se como "adultos em miniatura", pois, muito precocemente têm contato com a grande maioria das notícias do mundo adulto através da televisão. Essa descoberta do mundo adulto gera um certo cinismo por parte das crianças, pois elas sabem o que os adultos pensam que elas o desconhecem.

No grupo entrevistado, evidenciou-se um domínio por parte dos meninos em relação às garotas quando ambos foram colocados juntos. Esta atitude por parte dos meninos do grupo mostra como os estereótipos de gênero estão sendo construídos desde a infância. Os garotos têm que demonstrar violência, barulho, ação em suas atitudes (Jipson e Reynolds, 2001) e as garotas apegam-se a atitudes tidas como femininas, ficam caladas, submissas. Aliás, o estereótipo de gênero permeou todos os temas abordados neste estudo.

A preferência por programas permeados pela violência foi claramente demonstrada pelos meninos ao abordar os jogos eletrônicos de sua preferência. Tais jogos são eivados de bombas, tiros, fugas, mortes de policiais, roubos de carros, explosões, atropelamentos. E, pior, adultos e crianças estão partilhando os mesmos jogos, a mesma diversão como é o caso da criança que disputa tal jogo em companhia do padrasto.

A mídia, empenhada em tudo revelar, não distingue conhecimento privado de conhecimento público (como na Idade Média, onde não existia conceito de intimidade). Os assuntos relacionados à sexualidade, por exemplo, não são mais segredo para nossos entrevistados, pois nada do que passa na televisão é restrito e não há em efetivo controle sobre o que as crianças estão assistindo. Os segredos não existem para as crianças pós-modernas, os adultos pensam que elas os desconhecem e elas fingem que não sabem.

O apelo à erotização da infância pode ser percebido na fala dos entrevistados. A personagem feminina predileta das meninas, *Roberta* da novela *Rebelde*, "é legal e sempre arruma namorado"; o masculino, *Lance* da novela *Pé na Jaca,* "se veste '*boióla*' e 'pega' um monte de mulher".

A família preocupa-se em controlar mais o conteúdo que as meninas assistem, mas o horário para assistir TV é livre para ambos os sexos. Para os meninos, os conteúdos são irrestritos.

O segredo é necessário para que a criança tenha um crescimento em boa ordem, para que questões referentes a fases mais adiantadas da vida não venham fazer parte de suas inquietações (Postman, 2002). É preocupante que cada vez mais crianças sofram de doenças consideradas dos adultos como depressão, estresse ou obesidade, seriam estas também causadas pelo desaparecimento da fronteira entre adultos e crianças?

As crianças deste estudo possuem características pós-modernas: brincam de computador, não mais com a necessidade de interação com seus pares e sabem segredos do mundo adulto. Ao cabo de nossa investigação, concluiu-se que pesquisar a influencia da TV nas brincadeiras infantis, vai além de saber o que elas estão reproduzindo é conhecer como as crianças estão sendo formadas, que tipo de criança a mídia quer? A consumidora, sem dúvida, já com vistas nos adultos consumidores que elas serão. A brincadeira pós- moderna é a que forma o consumidor e não a que libera as crianças para pensarem, construírem, imaginarem, enfim para brincarem simplesmente pelo prazer de brincar. As formas de diversão já estão dadas e elas devem adquiri-las, mais, elas devem desejá-las.

A mídia em geral – jornais revistas, internet, publicidade, TV, etc. – cada vez mais assume o papel da educação e perpetuação de valores, deste modo age também pedagogicamente, pois atua na construção de verdades nos diversos espaços sociais onde o conhecimento esteja sendo produzido, mesmo que redundante, superficial e em nível de senso comum (Felipe, 1999).

Os adultos, principalmente familiares e professores, devem atentar para o fato desta forte influência e contribuir para que as crianças sejam críticas e tenham autonomia em suas escolhas, o que não significa privá-las desta cultura, fato que seria impossível. Assim, as crianças não podem mais ser tratadas como se nada soubessem do mundo, pois "a revolução da comunicação tem aberto o mundo secreto dos adultos para as crianças (...); a questão gira agora em torno de como prover as crianças do tipo de auxílio emocional e intelectual (...)" (KINCHELOE, 2001 p.83).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS


ADORNO, T. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ARIÉS, P. **História Social da Criança e da Família**. RJ: Zahar, 1981.

BASTOS, L. A **criança diante da TV: Um desafio para os pais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1988.

BORGES, E. M. **Identidade e Resistência: as crianças e as representações televisuais de corpo e sexualidade**. FE/UNICAMP, 2004 (Tese de Doutorado).

BORUCHOVIT, M. M. C. **A programação infantil na televisão brasileira sob a perspectiva da criança**. PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO, 2003 (Mestrado em Psicologia Clínica).

BROUGÈRE, G. **Brinquedo e Companhia**. Tradução: Maria Alice A. Sampaio Dória. São Paulo: Cortez, 2004.

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

CAPARELLI, S., et, all. A proteção à infância na televisão européia. (On-line), 2003 Disponível em: http://www.portcom.intercom.org.br Acesso em: 10/04/2006

CARLSSON, U e FEILITZEN, C. Von (orgs.) **A criança e a mídia: imagem, educação e participação**. São Paulo: Cortez, Brasília, D F: Unesco, 2002.

COELHO, T. **O que é Indústria Cultural**. Coleção primeiros passos. São Paulo: Brasiliense, 7ª ed., 1985.

FELIPE, J. Entre tias e tiazinhas: Pedagogias culturais em circulação. In: SILVA, L.H. da. (org.). **Século XXI: Qual o conhecimento? Qual o currículo?** Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. p. 167 – 179 .

FÉRRES, J. **Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas**. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FISCHER, R.M.B. Mídia e juventude: experiências do publico e do privado na cultura. Em: **Cadernos CEDES**, Campinas, vol. 25, n. 65, p. 43 – 58, jan./abr. 2005.

FISCHER, R.M.B. Identidade, cultura e mídia: A complexidade de novas questões educacionais na contemporaneidade. In: SILVA, L.H. da. (org.). **Século XXI: Qual o conhecimento? Qual o currículo?** Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. p.18 – 32

FREITAS, Z. L. da S. **Como a programação televisiva, destinada ao público infantil, trata as relações de gênero: Uma análise dos programas infantis Ilha Rá-Tim-Bum e Eliana e a Fábrica Maluca**. FE/UNICAMP, 2004 (Trabalho de Conclusão de Curso).

GIROUX, H. A Disneyzação da Cultura Infantil. Em: SILVA, T. T. da (org.) **Territórios Contestados**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

GOMES, P. B. M. B. Mídia, imaginário de consumo e educação. Em: **Educação e Sociedade**. Campinas v. 22, n.74, p.191 – 207, abr., 2001.

GUATTARI, F. As creches e a iniciação. Em: **Revolução Molecular: Pulsações Políticas do Desejo**. 3 ed.; São Paulo. Editora Brasiliense, 1987, p 50-55.

HAMANN, F. P. Erotização da Infância. Em: **Pailegal.net** Disponível em: http://www.pailegal.net/psisex.asp?rvTextoId=2023406176. Acesso em: 12/10/2006.

JIPSON, J e REYNOLDS, U. Tudo o que quiser: as mulheres e as crianças na cultura popular. Em: STEINBERG, S. R. e KINCHELOE, J. (orgs.). **Cultura infantil: A construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 55 – 86.

KINCHELOE, J. Esqueceram de mim e Bad to the Bone: o advento da infância pós-moderna. Em: STEINBERG, S. R. e KINCHELOE, J. (orgs.). **Cultura infantil: A construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 55 – 86.

LOUREIRO, R. **Indústria Cultural e Educação "em tempos pós modernos"**. Campinas, SP: Papirus, 2003

LUZ, M.M. **A criança e a propaganda comercial televisiva: imagem e consumo**. FE/UNICAMP, 2004 (Trabalho de Conclusão de Curso).

MARCELLINO, N. **Pedagogia da Animação**. Campinas, SP: Papirus, 1990.

MARCONDES, F. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.

MORAES, S. Crianças, quem são elas. Em: **Educa-se uma criança?** Porto Alegre: Artes e ofícios, 1999.

NETO, O. C., et al. **Grupos Focais e Pesquisa Social: o debate orientado como técnica de investigação**. RJ: DCS/ENSP, 2001 (mimeo).

PACHECO, E. D. **Televisão, criança, imaginário e educação: dilemas e diálogos**. Capinas SP: Papirus, 1998.

PEREIRA, R M R. Infância, televisão e publicidade: uma metodologia de pesquisa em construção. Em: **Cadernos de Pesquisa**. n.116, p.81 – 105, jul. 2002.

PEREIRA JÚNIOR, L.C. **A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano.** São Paulo: Senac, 2002.

PINTO, M. A televisão, a vida quotidiana e o direito de participação das crianças na escola e na comunidade. Em: **Revista Ibero Americana de Educação.** n.26, mai. /ago. 2001. Disponível em: http://www.rieoei.org/rie26a06.htm. Acesso em: 15/10/2006.

POSTMAN, N. **O desaparecimento da infância**. RJ: Graphia, 2002.

ROCHA, R. **No tempo em que a televisão mandava no Carlinhos**. São Paulo: FTD, 2000.

RESENDE, A. M. **Um olhar sobre o seqüestro da produção de imagens na infância.** IA/UNICAMP, 2002 (Mestrado em Multimeios).

SALGADO, R. G., PEREIRA, R.M.R. e SOUZA, S. J. Pela tela pela janela: questões teóricas e práticas sobre a infância e televisão. Em: **Cadernos CEDES**, Campinas, vol. 25, n. 65, p. 9 – 24, jan./abr. 2005.

SARMENTO, M. J. e PINTO, M. As crianças e a infância: definindo conceitos, delimitando o campo. Em: **As crianças, contextos e identidades**. Centro de Estudos da Criança, U. M. Braga, Bezerra ed., 1997.

SANTOS, L. S. e JABLONSKI, B. Sexo, infância, TV e consumo: estereótipos do prazer. Em: **ALCEU**, v.4, n. 7, p. 37 – 54 jul./dez, 2003. Disponível em: http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/alceu-n7-SantosJablonski.pdf. Acesso em: 12/10/2006.

SILVA, S. F. B. da, **A mediação dos pais na relação que os filhos estabelecem com a televisão.** FE/UNICAMP, 2004 (Trabalho de Conclusão de Curso).

STEINBERG, S. R. e KINCHELOE, J. Sem segredos: Cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. Em: STEINBERG, S. R. e KINCHELOE, J. (orgs.). **Cultura infantil: A construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 11 – 52 .

**FOLHA DE SÃO PAULO**. Disponível em: www.folha.uol.com.br Acesso em 18/04/2006

# ANEXOS

## 1. Roteiro para orientação do debate em Grupo Focal

Nome:

Idade:

Escola:

Onde mora?

Vê TV? Quais canais?

Todos os dias? Quantas horas o que vê?

Com quem vê (sozinho, com pais, irmãos)?

Conversam sobre TV? O que falam com familiares e amigos?

Em que momentos os pais de vocês pedem para desligarem a televisão? (por causa do horário, algum programa impróprio).

O que pensam sobre a TV?

A televisão fica ligada enquanto vocês estão fazendo outras atividades? (lição casa de, por exemplo).

O que mais faz quando está em casa?

Brincam sobre o que assistem na TV?

Quais as propagandas que vocês gostam? Quais produtos vocês querem ter?

Que outros tipos de mídia tem acesso?

Internet, TV a Cabo, Rádio, Jogos eletrônicos,

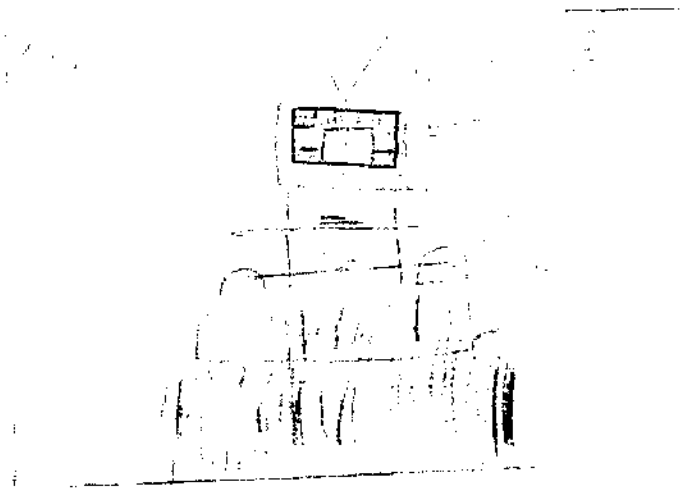
Quais aparelhos têm em casa? Quantos?

Televisão, DVD, Vídeo-Cassete, Aparelho de som, Vídeo-Game.

## 2. DESENHOS DAS CRIANÇAS DA 3ªSÉRIE A

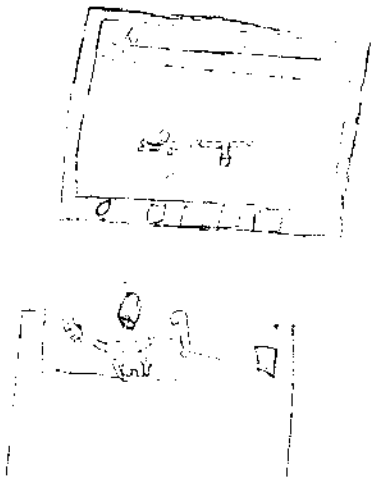
**ANDREY**

**BRUNO**

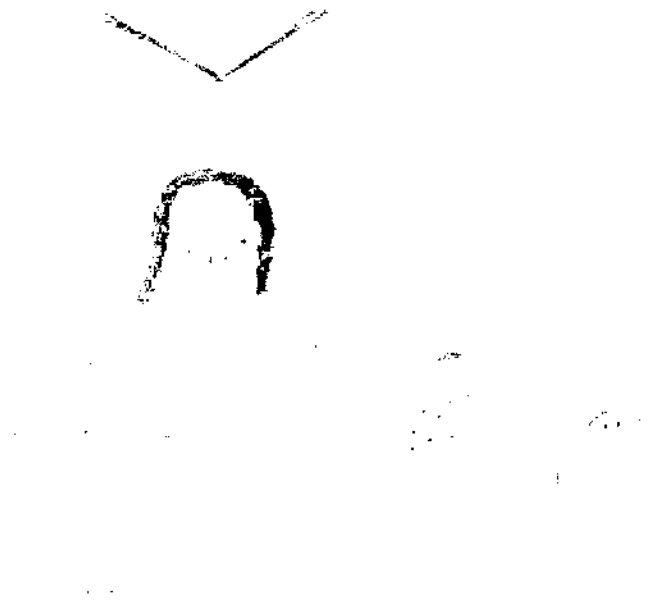


**DAVID**

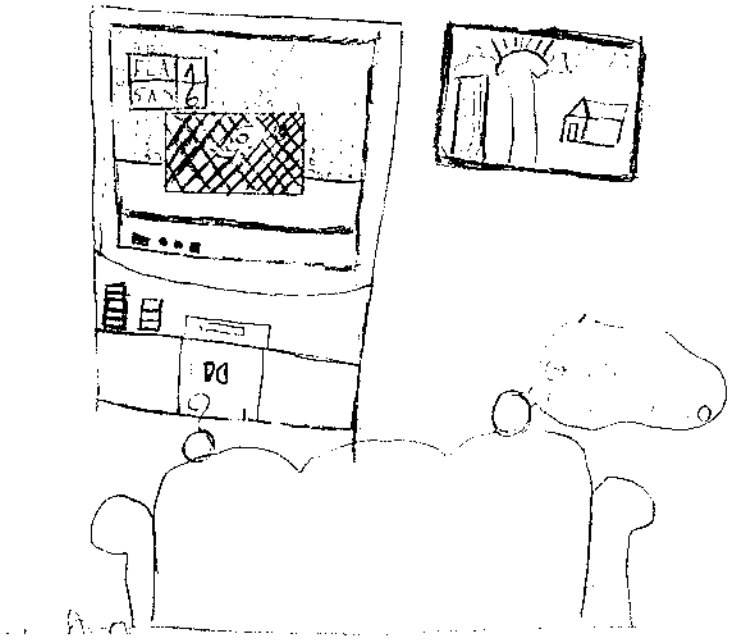
**ERIK**



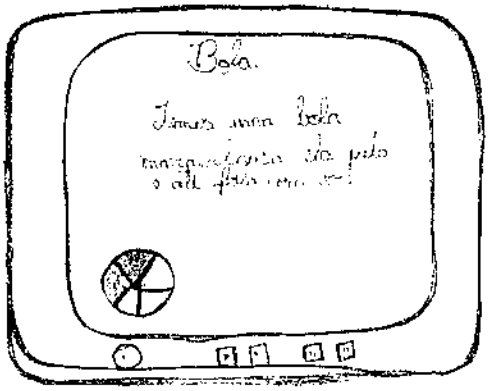
**FABRICIO**



**GABRIEL**



**GISLAINE**




**GLEIDSON**

**JULIANO**

**LARISSA**

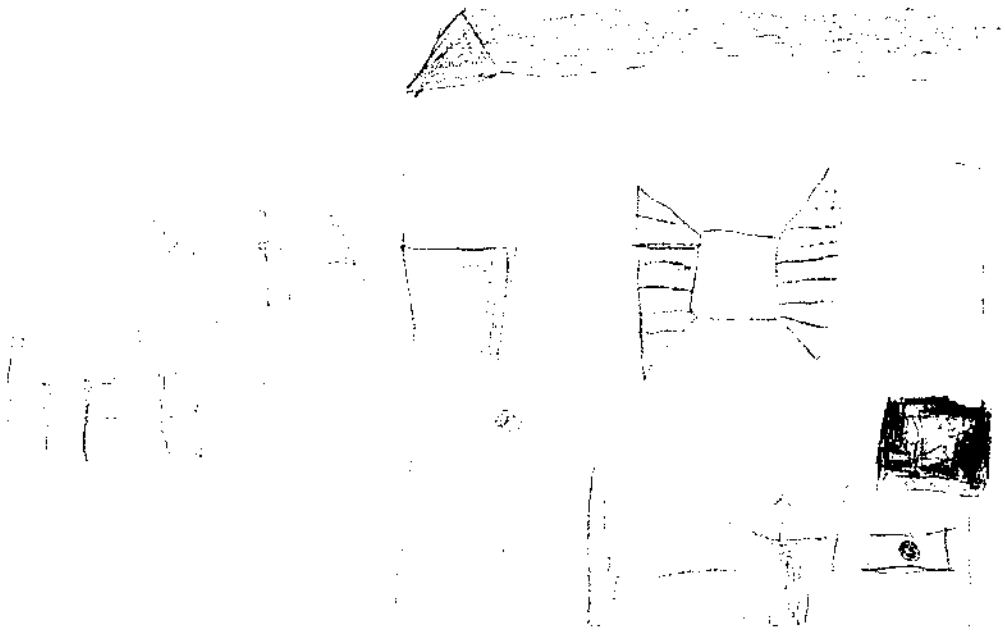
**LETÍCIA**

**LUIS CARLOS**

**MARIANA**

**PAULO**

**RHAIFFER**



**THAIS**