



## **Educomunicação: o papel socializador da escola e da família<sup>1</sup>**

Marianna Souza Roberto de CARVALHO<sup>2</sup>

Juliana Santos SOLEDADE<sup>3</sup>

Rodrigo Bomfim Oliveira<sup>4</sup>

Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, BA

### **RESUMO**

Uma vez que a família e a escola são, respectivamente, as instituições mais importantes no processo de socialização da criança, é de suma importância que selecionem materiais audiovisuais para este público e o estimule a formar uma visão crítica do veículo de comunicação mais presente nos lares brasileiros: a televisão. O trabalho parte da hipótese de que uma alfabetização para a mídia televisiva pode tornar os indivíduos aptos a participar da edificação de práticas comunicacionais democráticas e da construção de uma sociedade mais igualitária e participativa, suscitando reflexões críticas.

**PALAVRAS-CHAVE:** família; criança; escola; educomunicação; televisão.

### **1 Introdução**

O poder que a TV possui no cotidiano dos brasileiros é o fator preponderante para a relação complexa existente entre a TV e a população. Muitos a criticam, muitos a amam. Porém, o que não se pode deixar de lado numa discussão acerca da televisão, ou melhor, do espaço que a TV ocupa no Brasil é o fato de que a sua influência, seja na formação das crianças ou nos gostos e comportamentos dos adultos, depende da forma com a qual ela é utilizada.

Associando recursos cinéticos e audiovisuais, a televisão envolve a criança num enredo de sonho e realidade, ao passo que ela complementa a imagem televisiva com situações da vida real.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Sessão Mediações e Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social da UESC, email: maiselinda@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social da UESC, bolsista do PROIIC – Programa Institucional de Iniciação Científica, email: juli\_uesc@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UESC, email: rodrigo.surfer@uol.com.br



Percebe-se, então, a necessidade de que pais e professores conheçam a programação televisiva destinada às crianças, para que possa dar-lhes referências que, de alguma forma, contribuam para o desenvolvimento cognitivo das mesmas.

A característica polissêmica do conteúdo das mensagens e o reconhecimento do receptor como ativo são elementos essenciais para o entendimento da pesquisa, uma vez que o processo de “ver” a mídia televisiva não requer apenas o uso da visão, mas de uma multiplicidade de experiências adquiridas antes, durante e depois dessa atividade.

A direção teórico-metodológica aceita no presente artigo é a dos Estudos Culturais Latino-Americanos, pois contesta a idéia de passividade diante da televisão uma vez que os receptores (crianças) são capazes de gerar diferentes interpretações das mensagens midiáticas.

## **2 O Espaço da Televisão no Brasil**

“A TV é menos uma orientação fechada e mais um ambiente, é menos um veículo para ideários e mais uma ideologia em si mesma. Ela é a assembléia permanente do Brasil - que lança faíscas sobre os guetos escuros e que por eles é às vezes assaltada. (...) Fora da TV, talvez seja muito improvável encontrar algum Brasil para ser visto”. (BUCCI, 1997, p. 13-14)

O aparelho de TV é a base das salas de estar dos brasileiros. É um “eletrodoméstico” de fácil utilização e cômodo: o telespectador pode assistir a peças de teatro, shows e jogos de futebol, entre outros, sem sair de casa. Apenas um botão é suficiente para levá-lo ao mundo inteiro.

As pessoas estruturam suas rotinas, seu modo de vida, discutem sobre as novelas, aprendem receitas, criticam as falcatruas dos governantes e, muitas vezes, inconscientemente, formam sua visão de mundo apenas pelo que é divulgado pela TV. Assim, “o telespectador é essencialmente um público do lar, normalmente descontraído e receptivo às imagens e sons que o divertem, enquanto proporciona descanso às suas mentes e corpos”. (SOUZA, 1996, p.27)

A disputa com a TV a cabo e a internet – que atrai uma parcela significativa do público-alvo das propagandas publicitárias – fez com que as emissoras iniciassem uma busca desenfreada por novos mercados, o que resultou na lucrativa exportação de programas, na valorização do esporte como um produto altamente rentável e no aumento significativo da produção de programas de entretenimento.



Para Jambeyro (2001), a programação das redes comerciais de televisão no Brasil “se sustentam nos três pilares universais do negócio televisivo: entretenimento, informação e anúncios (...), evitando controvérsias em torno de questões de natureza política, ideológica e religiosa”. (JAMBEIRO, 2001, p.111). É importante, então, que haja uma efetiva discussão acerca da programação televisiva.

No Brasil, as redes estipulam sua grade-horária de acordo com o público-alvo. A Rede Globo foi a pioneira neste setor, no intuito de conseguir o monopólio mercantil. Segundo José Carlos Aronchi de Souza, autor de “Gêneros e formatos na televisão brasileira”, foi a estratégia da Rede Globo que fez com que as outras emissoras buscassem fixar diferentes gêneros na programação do horário nobre ou em outras faixas do dia. Surge, então, a programação infantil à noite, como uma alternativa aos gêneros predominantes no horário nobre.

É através dos telejornais, sobretudo o Jornal Nacional, que sabemos sobre o Brasil e o mundo, é através da TV que a população sofre, ri e sonha. Aliás, com recursos audiovisuais cada vez mais avançados, os proprietários de emissoras fazem altos investimentos a fim de aprimorar a qualidade de suas imagens e sons.

Com uma televisão que se expande e se moderniza sem parar (se moderniza como negócio e como tecnologia), o que nós temos hoje é uma disputa de paradigmas: ou a televisão continua a delimitar o espaço público, ou o espaço público decide, por suas forças legítimas, disciplinar a televisão que o ocupa – e que por vezes o constitui. (BUCCI, 1997, p.21)

É improvável que haja uma mudança neste sentido, enquanto as leis que regem os meios de comunicação não forem reavaliadas. Muitos artigos da Constituição Federal de 1988 são imprecisos ou incompletos, e é através destas brechas que as emissoras conseguem transformar muitas práticas proibidas em situações normais.

O ideal de democracia fica atrofiado quando se depara com os interesses privados, econômicos e políticos de algumas emissoras comerciais. A TV exclui do domínio público os propósitos que a movem.

Afinal, o que se vê na TV é uma seleção de imagens que, a depender do interesse da emissora pode tanto representar como deformar uma realidade, por isso, deve haver uma discussão centrada na regulamentação (ou, na desregulamentação) da TV nesta era globalizada e de poderes ilimitados. É importante discutir os rumos da TV no Brasil, pois é ela quem molda e divulga o país.



### **3 Reflexões sobre a Família Moderna**

Entender o processo de formação da família moderna torna-se imprescindível para a análise proposta no presente artigo. De acordo com o historiador francês Philippe Áries, esse processo começou a partir do século XV, sobretudo entre as famílias burguesas. Mas, a partir do século XVIII, começou a abranger todas as consciências e classes sociais.

Com isso, a família deixou de ser uma instituição centrada no espaço público para tornar-se um ambiente fechado, onde a família moderna recolheu-se a intimidade. A partir disso, o sentimento de infância passou a ser valorizado pela família e, conseqüentemente, a necessidade de uma educação que garantisse a preparação das crianças para a vida começou a ser pensada.

A criança passou a ter roupas e brincadeiras próprias, livros específicos, ratificando-se como figura central da família moderna. Como tal, foi-lhe inculcada a responsabilidade de realizar os sonhos frustrados de seus pais sejam eles possíveis ou não.

Essa estrutura familiar disseminou-se velozmente e, por fim, encontrou nas sociedades ocidentais um lugar para dominar. Fatores como o aumento da presença feminina nos mais diversos postos de trabalho, a disseminação de métodos contraceptivos e a desordenada organização das cidades, contribuíram de forma decisiva neste cenário.

Os modelos familiares podem mudar devido às mudanças frenéticas da sociedade, com o aumento de famílias onde apenas uma pessoa é responsável pelas atividades (no caso de filhos que moram somente com o pai ou a mãe) e outras onde esses pais separados reconstroem a vida conjugal com uma outra pessoa, por exemplo.

Os pais modernos têm, cada vez mais, disponibilidade reduzida para ficar com os filhos e procuram um modo de ocupar o tempo livre disponível das crianças com jogos eletrônicos, Internet ou televisão. Sobretudo, televisão. Sem moderação, puramente como atividade de lazer e distração, como um analgésico à falta dos pais.

### **4 O Princípio da Educomunicação nos Lares e nas Escolas.**



Não se fala de televisão no Brasil. Não se discute televisão nas escolas brasileiras. Ela é uma babá eletrônica inquestionável. Esse é um enunciado simples, mas nada animador.

Longe da escola, a TV criou um império de sonhos, elegeu reis e rainhas e, independentemente do nível social (mas, sobretudo, nas classes menos favorecidas) conquistou a criançada, seja pela magia do meio ou, mais provavelmente, pela falta e inacessibilidade de outras ofertas culturais mais enriquecedoras.

Emerge, na sociedade contemporânea, uma interface entre a comunicação e o espaço educativo: a educomunicação. Com essa nova área, o aprendizado pode ser estimulado de forma mais eficiente, pois é mediado por recursos tecnológicos que produzem novos sentidos.

A educomunicação pretende inverter a lógica onde o espectador é mero consumidor. O receptor ganha a oportunidade de conhecer os princípios que regem os meios de comunicação, de poder transformar-se em emissor e produtor da mensagem e tantas outras experiências que são exemplos de cidadania.

De acordo com Ângela Schaun,

Chega ao fim o antigo sistema educacional erigido pela modernidade, cujo símbolo tópico é a universidade, tendo como objetivo a formação de um sujeito coletivo capaz de atender às demandas do processo de industrialização, estruturando-se nas bases do fordismo, do treinamento de habilidades técnicas e profissionais, de modelos seriados e adaptáveis à máquina, enfim, preparando o indivíduo para o mercado de trabalho. (...) O contemporâneo caracteriza-se pela globalização dos processos produtivos, materiais e imateriais, pela compressão espaço-temporal e pelas multiplicidades circulantes nas redes midiáticas e informacionais, desterritorializadas. (SCHAUN, 2002, p. 75-76)

No artigo “A televisão e a imaginação infantil: Referências para o debate”, Gilka Girardello (2001) fala de duas tendências opostas acerca do efeito produzido pela TV no imaginário infantil. Uma dessas tendências critica a imagem televisiva, pois afirma que ela já vem pronta, que não dá espaços para uma complementação, para a estimulação do raciocínio e, por isso, ela faz mal à criança.

A outra tendência valoriza a introdução de elementos televisuais no universo infantil ao passo que dão à criança certa habilidade para elaborar diversas tarefas ao mesmo tempo e executá-las com sucesso, além disso, ela adquire maior velocidade para processar imagens.

Esta abordagem favorável da relação televisão/criança propõe que, ao ver TV livremente, a criança acaba por desenvolver suas habilidades cognitivas, formando a sua



visão de mundo através dos mais diferentes formatos, gêneros, ritmos e imagens difundidos. Segundo a autora, “a televisão pode exigir menor uso produtivo das capacidades imaginativas do que ouvir uma história. No entanto, não foi demonstrado que com o tempo esta experiência diminua a capacidade imaginativa”. (GIRARDELLO, 2001, p. 06)

A criança vê TV ao mesmo tempo em que fala ao telefone, conversa e lê. Nada mais justo que os professores utilizem essa habilidade infantil para estimular a inteligência, o raciocínio, a criatividade e o espírito crítico das mesmas.

Já está na hora de a televisão ter seu espaço reconhecido na escola. Não apenas como meio audiovisual para exibição de filmes educativos, mas para a própria discussão do seu conteúdo, dos formatos e gêneros que apresenta, da mensagem que busca passar e para quem é interessante que seja passada.

Para Joan Ferrés, pedagogo espanhol, “uma escola que não ensina como assistir à televisão é uma escola que não educa” (FERRÉS, 1996, p. 07). Esta é a responsabilidade dos educadores: separar o material audiovisual oferecido para o público infantil e filtrá-lo, proporcionando às crianças uma leitura crítica desses materiais.

A TV possui um repertório criativo tão amplo que é considerada um fenômeno cultural sem precedentes. Como exemplo desse repertório, é possível citar o projeto Rá Tim Bum, uma iniciativa da Rede Cultura, cujo objetivo é o de suprir ou complementar a formação pré-escolar.

Segundo Fernando Meirelles, em “A infância consumida”, o Rá Tim Bum prepara as crianças em vários aspectos para que a iniciação ao estudo seja prazerosa, estimulando, então, o conhecimento infantil através de noções básicas de socialização, percepção audiovisual e higiene, entre outros.

O programa utiliza todos os formatos possíveis da TV: entrevistas, musicais, telejornalismo e, até mesmo, comerciais. Além disso, trata de assuntos como pobreza, desemprego e morte numa proporção exata e digna, sendo assistido por pessoas de todas as idades (embora seja destinado a crianças dos três aos seis anos de idade). Comprovando que a conjunção entre o sistema de educação e o universo televisivo deve tornar-se regra.

De acordo com Sara Pereira,

É indispensável que os meios de comunicação social, e neste caso concreto a televisão, sigam as normas éticas, deontológicas e jurídicas para que as



suas funções sociais sejam realizadas de forma positiva. Todavia, atendendo ao ambiente de liberdade e de competição existentes ao nível dos meios de comunicação social, e a que a lógica dominante, nomeadamente na televisão, é a captação de audiências, consideramos que a mediação dos conteúdos dos medias, através do acompanhamento e do diálogo, por parte de adultos significativos para as crianças, pode ter um carácter decisivo na forma como elas se apropriam e usam a televisão. (GOMES, 1995, p. 13)

Se as emissoras comerciais produzirem programas com a ajuda de educadores e profissionais da área, é possível que eles atendam, pelo menos, a finalidade básica de despertar a consciência da criança, de estimular o seu imaginário desde cedo, com formas, cores e movimentos, afinal, a criança é instintivamente curiosa.

Da mesma forma, se os comunicadores apoiarem a função social da escola e estabelecerem uma aliança com os educadores a fim de mostrar-lhes as novas tecnologias de comunicação, de modo que possam administrá-las em sala de aula, será possível obter uma maior motivação por parte desses profissionais.

De acordo com Elza Pacheco

Na produção cultural para a TV, a telenovela, é a busca do papel da Cinderela envolvendo a busca da origem como: a da identidade social; a procura de um filho trocado na maternidade, problemas de incesto, problemas de vida e morte. A criança faz parte e está sempre envolvida nesta trama, o que a leva a classificar em 2º lugar a novela como gênero preferido. (PACHECO, 1997)

É necessário que se faça uma análise dos programas televisivos (não somente os destinados ao público infantil, tendo em vista que ele assiste a programas de outros gêneros), as possíveis influências que causam e os caminhos as serem seguidos para que, no futuro, a inter-relação comunicação/educação não fique apenas nos telecurtos, mas adentre os mais diversos espaços públicos.

A escola deve propor uma política permanente de discussão acerca da televisão para que as crianças possam fazer análises da programação televisiva como um todo. Novelas, desenhos infantis, telejornais e, até mesmo, programas de esportes podem ser aproveitados pelos professores como auxiliares didáticos, sejam pela forma, gênero ou conteúdo.

Para Paola Gomes,

(...) a escola não está preparando os alunos para um mundo repleto de imagens, sendo que a própria formação dos professores é deficitária no que se refere ao conhecimento visual. (...) É necessário conhecimento para que os sujeitos consigam lidar com o cabedal de referências imagéticas oferecidas pela cultura contemporânea. Sem uma formação visual adequada, a maioria das pessoas deixa seu olho seguir o fluxo das



tendências, copiando ao invés de criar, reproduzindo o que é visto, em vez de singularizar a visão. (GOMES, 1991, p. 197)

Os pais podem, desde cedo, estimular a criança a pensar e opinar sobre os programas que assiste ao invés de desligar a TV e passar a fazer outra atividade. Além disso, podem trocar experiências e referências com os filhos sejam contando sobre os desenhos e programas infantis que existiam em sua época ou questionando a criança sobre os desenhos atuais.

Esse momento de diálogo entre a criança e o adulto deve acontecer após a assistência ao produto audiovisual, de modo que a intervenção não seja encarada como uma “perturbação”, mas como a produção de um novo conhecimento, prazerosa para ambos.

A partir do momento em que se percebe que a televisão não manipula essencialmente o imaginário infantil, mas complementa a sua construção, pode-se propor uma política permanente, cujos objetivos principais sejam educar, informar e distrair, respectivamente, nessa ordem.

## **5 Breve Distinção entre os Gêneros Infantil, Desenho e Educativo**

Pensar a criança como um ser produtor de cultura é o ponto de partida para qualquer análise sobre os efeitos da TV no imaginário infantil. Para Gilka Girardello, a criança tende a imaginar, a complementar a imagem televisiva com situações da vida real. Além de buscar referências que estejam de acordo com a sua realidade sócio-cultural, ela traz para essa realidade um pouco da fantasia, do sonho ou dos desafios que assiste.

A TV deve apenas complementar o processo de socialização e educação da criança, uma vez que ela deve ter uma série de outras experiências em casa, na escola, na sua comunidade como um todo.

O gênero desenho é tão aceito pelo público infantil que acabou por conquistar o cinema. Alguns desenhos animados foram criados, especialmente, para a indústria cinematográfica (como “A noiva cadáver”, “A era do gelo” e “Procurando Nemo”, por exemplo).

A criança sente-se atraída pelos programas infantis das emissoras, principalmente pelos desenhos animados, porque neles podem ser localizadas



representações de mitos e arquétipos. O interesse das crianças pelos desenhos animados é tão forte que é tema de vários estudos e projetos.

Os desenhos animados possuem narrativas com diversos elementos simbólicos que têm características como a rapidez e a transformação dos objetos. Através dos desenhos, as crianças entram em contato com relações entre bem/mal, identidade coletiva/individual, inexistência da morte e a defesa da sua propriedade, entre outras.

O astuto Pica-Pau, o sarcástico Piu-Piu, o camarada Gasparzinho e o inocente Bob Esponja são apenas alguns exemplos de desenhos animados de sucesso e que servem de referência, afinal, é através deles que a criança apreende noções de perda e de recuperação, por exemplo.

Os programas de gênero educativo nas redes comerciais são, em sua maioria, exibidos no começo das manhãs (horário pouco lucrativo) e se apresentam sobre o formato de telecurso, documentários e reportagens, entre outros. Os programas deste gênero podem ser dedicados aos adultos ou às crianças. Para estas últimas, o conteúdo do programa serve para complementar o que aprendem no ambiente escolar.

O gênero infantil conta com a colaboração de profissionais de diversas áreas. E, com o patrocínio de empresas, as redes inserem nos programas infantis diversos jogos, concursos e todo o tipo de brincadeira em que a criança vencedora consuma determinado produto, sempre com o sorriso contagiante da apresentadora.

Segundo José Carlos Aronchi de Souza, muitos programas infantis se baseiam em contos literários (como o Sítio do Pica-Pau Amarelo) e em desenhos ou séries norte-americanos (Batman e Homem-Aranha, entre outros). As novelas infantis também fazem muito sucesso e ditam modas, atitudes e preferências, como em Chiquititas, Carrossel, Sonho Meu e Malhação.

Os primeiros programas destinados ao público infantil, entre eles, Vila Sésamo e Toppo Giggio, surgiram na década de 70. Mas a expansão desse novo segmento foi na década seguinte com o lançamento de programas como: TV Criança (Bandeirantes), Balão Mágico (Rede Globo) e Lupu limpim clapá topo (Manchete), por exemplo.

Os programas tinham ligação estreita com o comércio, pois ofereciam os mais diversos produtos para o consumo das crianças. Além disso, tinham composição semelhante, com brincadeiras e exibição de desenhos animados, entre outros.

Com exceção dos programas de cunho educativo exibidos pela TV Cultura (como Glub Glub e Castelo Rá Tim Bum), os programas infantis do Brasil adquiriram



caráter mercadológico, associando a imagem das apresentadoras (geralmente loiras, bonitas e sensuais) à produtos como bonecas, roupas e alimentos.

As emissoras investem na imagem de seus apresentadores que, por sua vez, emprestam sua imagem de estrelas a produtos e marcas (...). As emissoras lançam, também, séries cujos personagens, através de licenciamentos, são associados a um conjunto de produtos anunciados nos intervalos da programação. (SAMPAIO, 2000, p.149)

### **Considerações Finais**

Longe de maniqueísmos e pré-conceitos, não pretendemos mostrar se a televisão influencia positiva ou negativamente a criança, e, sim, a importância de propor a ela uma visão crítica acerca da programação que a acompanha durante boa parte do dia.

Vale lembrar que, em nosso estudo, não entendemos a criança como um mero receptor de informação, altamente passível de manipulação por parte da programação televisiva. Para nós, a criança é um ser dotado de potencialidades e particularidades que devem ser respeitadas.

Ou seja, não se deve mostrar à criança uma visão adulta sobre determinada programação infantil, mas uma visão que contemple a programação como específica para um público-alvo infantil.

Para analisar a programação destinada às crianças, é necessário selecionar os trabalhos feitos especificamente para elas, levando em consideração a linguagem do meio, a tecnologia utilizada e as condições de recepção.

Com a pluralidade de linguagens que possui (verbal, auditiva e visual), a TV acaba exigindo do público o desenvolvimento de múltiplas capacidades sensoriais (auditivas, visuais, etc.) e de diversas competências (culturais, discursivas, formais, etc.), além de ressaltar o poder da imagem numa sociedade como a nossa.

A criança, a seu modo, interage com a televisão, seja mudando de canal quando não está satisfeita com seu conteúdo (*zapping*) ou quando através da programação infantil brinca com seus próprios medos e sonhos, por exemplo. Para a criança, a televisão é mágica, pois pode levá-la do mundo real ao mundo imaginário em poucos instantes.

Os pais/educadores não devem, contudo, permitir que a criança associe a felicidade à compra de produtos, serviços e conquistas financeiras. É a partir da incorporação dessas falsas informações que a criança pode adotar e desenvolver um



comportamento individualista e preconceituoso por não se sentir pertencente a essa realidade.

No Brasil, a atuação da TV pode ser arrasadora, uma vez que dissemina um ideal de mundo e, sobretudo, de consumo diferente da realidade de uma imensa proporção de analfabetos e excluídos. São representações estereotipadas e promoção da ideologia de culturas e países dominantes.

Cabe aos professores a tarefa de incorporar na sala-de-aula um momento para falar sobre televisão. Afinal, se é possível encontrar um material capaz de pautar as mesmas conversações em toda uma sociedade (seja sobre novelas, programas de esporte, matérias telejornalísticas ou de culinária), porque não falar da televisão como instrumento de ensino?

### Referências

ARONCHI DE SOUZA, J. C. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BUCCI, E. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo, 1997

FERRÉS, J. **Televisão e educação**. Trad. Beatriz Affonso Neves. – Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

GIRARDELLO, G. **A televisão e a imaginação infantil**: Referências para o debate. Disponível em < <http://www.intercom.org.br/papers/xxiv-ci/np11/NP11GIRARDELLO.pdf> > Acessado em: 04 de Julho de 2006.

GOMES, I. **Ingenuidade e recepção**: As relações da criança com a TV. Disponível em < <http://www.facom.ufba.br/sentido/ingenuid.html> > Acessado em 03 de Janeiro de 2007.

GOMES, P. B. M. B. **Mídia, imaginário de consumo e educação**. Disponível em [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_pdf&pid=S0101-73302001000100011&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_pdf&pid=S0101-73302001000100011&lng=en&nrm=iso&tlng=pt) Acessado em 03 de Janeiro de 2007.

GUARESCHI, P. A.; BIZ, O. **Mídia, educação e cidadania**: tudo o que você deve saber sobre mídia. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

JAMBEIRO, O. **A TV no Brasil do século XX**. Salvador: Edufba, 2001



KEHL, M. R. “Televisão e violência do imaginário”. In: BUCCI, Eugênio; KEHL, Maria Rita. **Videologias: ensaios sobre a televisão**. São Paulo: Bomtempo, 2004.

MEIRELLES, F. “A infância consumida”. In: NOVAES, Adauto (org.). **Rede imaginária: televisão e democracia**. São Paulo: Companhia das Letras. SECULT, 1991. p. 263-267.

PEREIRA, S. J. G. **A televisão na família - Processos de mediação com crianças em idade pré-escolar**. - Braga (Portugal): Editora Bezerra, 1999.

PACHECO, E. D. (coord.) **Televisão, criança e imaginário: contribuições para a integração escola-universidade- sociedade**. São Paulo: LAPICICCAIECAILTSP, 1997

\_\_\_\_\_. (org.). **Televisão, criança, imaginário e educação: Dilemas e Diálogos**. - Campinas, SP: Papyrus, 1998. – (Coleção Papyrus Educação)

SAMPAIO, I. S. V. **Televisão, publicidade e infância**. São Paulo: Annablume; Fortaleza: Secult, 2000.

SCHAUN, A. **Educomunicação: reflexões e princípios**. – Rio de Janeiro, Mauad, 2002

SOARES, I. O. “Comunicação/Educação: A emergência de um novo campo e o perfil de seus profissionais” In: **Contato: revista brasileira de comunicação, arte e educação**. Ano 1, nº 2, jan/mar. 1999, p. 19-74

SOUZA, J. B. **Meios de Comunicação de Massa: Jornal, Televisão, Rádio**. São Paulo: Scipione, 1996.