



## **Televisão, informação e público infantil – Como trabalhar conteúdos noticiosos para a formação cidadã de crianças em idade escolar<sup>1</sup>**

Janaina de Oliveira Nunes RIBEIRO<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

### **RESUMO**

Este artigo apresenta uma discussão acerca das relações entre crianças e telejornais, além de levantar alguns conceitos e informações históricas referentes à televisão e aos estudos relativos à formação e ao desenvolvimento infantil. O objetivo é preparar um estudo de recepção com crianças de escolas públicas e particulares, cujos resultados possam ser utilizados não apenas entender como se dá a relação das crianças com notícias passadas pela televisão, mas também abrir perspectivas para a criação de projetos de alfabetização para as mídias e para a produção de produtos midiáticos específicos para este público-alvo, que trabalhem temas cotidianos importantes para a formação infantil.

**PALAVRAS-CHAVE:** Telejornais; público infantil; recepção; educação; formação cidadã

### **INTRODUÇÃO**

O avanço das tecnologias de informação mudou – e ainda continua mudando, cada vez mais velozmente – os modos de vida social no planeta. De sociedade capitalista industrial passamos a nos definir como Sociedade da Informação ou Sociedade do Conhecimento. Telefones, fax, computadores, internet, e-mail, conhecimento virtual são dispositivos de mudanças aos quais estamos constantemente submetidos. Hoje, o mundo se move através e atrás da informação. Trata-se do bem mais valioso da humanidade, aquele que distingue e separa cidadãos, classes sociais, países e hemisférios.

Se no mundo capitalista desenvolvido essa realidade já assusta e fascina, imaginemos o que acontece na América Latina, onde há crianças sem material escolar, sem roupas adequadas para ir à aula, sem professores preparados, sem carteiras nas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Educação do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Jornalista, mestre em Comunicação e Sociedade pelo PPGCom/UFJF e professora assistente da Faculdade de Comunicação Social da UFJF, email: ninaolinunes@yahoo.com.br.



escolas, sem merenda, enfim, sem o instrumental elementar para apreensão do conhecimento. Em muitas regiões do Brasil, de tantas desigualdades, esse pode ser o retrato da realidade, como vemos repetidas vezes nos noticiários. Muitos são os obstáculos, num país subdesenvolvido, para o acesso à informação.

Sabemos que nesta “Sociedade do Conhecimento”, em que o saber pode ampliar as possibilidades de poder, a informação é um dos principais instrumentos construtores da cidadania. Através dela se pode conhecer os direitos e deveres de cada indivíduo no mundo e se abrem espaços para a reivindicação de uma sociedade melhor. O conhecimento traz em si ideias, alternativas, possibilidades. Neste contexto ressaltamos a importância do jornalismo, como propagador e difusor de informações.

Inúmeras pesquisas acadêmicas se dedicam a discutir o papel das informações veiculadas pela mídia na formação cidadã. Essa é também uma das discussões levantadas neste artigo. No entanto, pretendemos nos ater a um tipo específico de receptor: o público infantil. Descobrir como se dá a sua relação com as notícias propagadas pela mídia, como é feita a apropriação de conhecimento através destes conteúdos e quais as principais mediações são os nossos principais objetivos. Para estudar as relações entre as notícias e o público infantil, pensamos que o ideal seria focar nosso estudo em um produto de mídia: os telejornais.

Partindo de uma pesquisa realizada anteriormente, no segundo semestre de 2004<sup>3</sup>, por ocasião do projeto experimental de conclusão de curso desta autora, pretende-se ampliar a discussão acerca das relações entre crianças e telejornais, bem como dissertar sobre alguns conceitos e informações históricas referentes à televisão e aos estudos relativos à formação e ao desenvolvimento infantil. Ao resgatar esse trabalho, nossa intenção é preparar uma nova pesquisa, aperfeiçoando o método utilizado para o trabalho de campo e ampliando a amostragem. Outro objetivo é retomar a temática em um pré-projeto para seleção em programa de doutorado.

Vale lembrar que na ocasião o trabalho foi desenvolvido com alunos da rede municipal de ensino público da cidade de Juiz de Fora, Minas Gerais. Escolhemos para a aplicação do trabalho a Escola Municipal Professor Oswaldo Velloso, situada em Santa Luzia, um bairro de periferia onde os moradores são, em maioria, pertencentes a classes média baixa e baixa. A amostra se ateve a apenas uma turma de 32 crianças de

---

<sup>3</sup> MARINHO, Danielle; NUNES, Janaina. Telejornais e crianças: um estudo de recepção infantil. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Faculdade de Comunicação Social/Universidade Federal de Juiz de Fora (Facom/UFJF), Juiz de Fora, 2004.



10 a 13 anos, estudantes da quarta série do ensino fundamental. Ao todo foram realizadas quatro visitas à turma no horário de aula cedido pela professora responsável.

A metodologia foi dividida em quatro etapas, sendo a primeira uma palestra seguida de debate sobre como se dá a produção de notícias nos meios de comunicação. Ao final, as crianças expressaram através de desenhos seus pensamentos acerca da televisão. Na segunda etapa, foi aplicado um questionário sobre o tempo de exposição diante da TV, suas mediações, ou seja, quem os acompanha enquanto assistem e com quem comentam as notícias, seus programas preferidos e os telejornais mais assistidos, além de uma pergunta discursiva sobre a importância da televisão em suas vidas. Na terceira, exibimos algumas matérias de diversos telejornais de diferentes emissoras e ao final da exibição foi pedido que cada aluno redigisse um texto contando o que havia entendido das notícias. Na última etapa, realizamos entrevistas em grupo focal, com o objetivo de testar algumas hipóteses.

Com o distanciamento e o amadurecimento acadêmico proporcionado pelos anos, pretendemos repetir e aprimorar a pesquisa, abrangendo outras turmas e comparando resultados obtidos entre crianças de escolas públicas e particulares. Possivelmente, os alunos de colégios particulares apresentem diferentes formas de lazer e de acesso às informações do cotidiano, por estarem mais conectados ao mundo digital. Acreditamos que com esses resultados seja possível não apenas entender como se dá a relação das crianças com notícias passadas pela televisão, mas também abrir perspectivas para a criação de projetos de alfabetização para as mídias e para a produção de produtos midiáticos específicos para este público-alvo, que trabalhem temas cotidianos importantes para a formação infantil de forma atrativa, sem didatismos exagerados.

## **TELEVISÃO E O GRANDE PÚBLICO**

A partir da segunda metade do século XX, a televisão é considerada como um meio de comunicação hegemônico por excelência, influenciando formas de comportamento, sistemas políticos e econômicos, emoldurando formações sociais e modos de subjetivação. Experimentos em transmissão televisiva já vinham sendo realizados desde 1908 e 1914 nos Estados Unidos. Em 1920, a sequência das pesquisas na área levou ao desenvolvimento do tubo caótico, principal peça do aparelho de televisor. Já em 1939 eram realizadas transmissões televisivas regulares entre Estados



Unidos e Chicago. No Brasil, a implantação desta mídia se deu em setembro de 1950 com a inauguração do Canal 3 (TV Tupi) por Assis Chateaubriand.

Os primeiros modelos teóricos elaborados na área da *communication research*, principalmente nas décadas de 30 e 40, tinham como tese a manipulação e a alienação, considerados como efeitos que os meios de comunicação de massa poderiam causar nos sujeitos. Tais conceitos também foram bastante utilizados pelos teóricos da Escola de Frankfurt. Um dos principais pesquisadores desta linha teórica, T. W. Adorno, afirmava que “a indústria cultural, tendo à frente a televisão, reduz os homens ainda mais a formas de comportamento inconscientes” (ADORNO, 2000, p. 353). No entanto, no desenvolvimento dos estudos em comunicação, estes conceitos de manipulação, alienação e passividade foram perdendo força, uma vez que se verificou uma série de fatores interferindo na relação “emissão-mensagem-recepção”.

Com um trabalho voltado para a ideologia política da televisão, Dominique Wolton reafirma a capacidade desta mídia eletrônica de criar “simulacros do real”. “E ao fazer a sociedade refletir-se, a televisão cria não apenas uma imagem e uma representação, mas oferece um laço a todos aqueles que a assistem simultaneamente” (WOLTON, 1996, p. 124). Assim como Wolton, Guilherme Jorge de Rezende também considera a TV como um dos principais instrumentos de percepção do mundo para a grande maioria da população:

Ela é ao mesmo tempo uma formidável abertura para o mundo, o principal instrumento de informação e divertimento da maior parte da população e, provavelmente o mais igualitário e mais democrático. Ela é também um instrumento de libertação, pois cada um se serve dela como quer, sem ter que prestar contas a ninguém: essa participação à distância, livre e sem restrições, reforça o sentimento de igualdade que ela busca e ilustra o seu papel de laço social. (REZENDE, 2000, p.31)

Eugênio Bucci, no prefácio de seu livro “Brasil em tempos de TV” (1997), afirma que “o espaço público no Brasil começa e termina nos limites postos pela televisão”, e também reconhece que é dentro desses limites que o país se informa sobre si mesmo e sobre o mundo. Compartilhando deste pensamento, Rezende considera a televisão como um sistema privilegiado de comunicação ao passo que assume a condição de “única via de acesso às notícias e ao entretenimento para grande parte da população (REZENDE, 2000, p. 23)”. O autor aponta alguns fatores que contribuíram para que a TV no Brasil se tornasse mais importante do que em outros países. Entre eles, “a má distribuição da renda, a concentração da propriedade das emissoras, o baixo



nível educacional, o regime totalitário das décadas de 1960 e 70, a imposição de uma homogeneidade cultural e até mesmo a alta qualidade de nossa teledramaturgia” (REZENDE, 2000, p. 23).

Voltando a Bucci, ele verifica que a importância da televisão numa sociedade é tanto maior quanto maiores forem as taxas de analfabetismo e de subdesenvolvimento. Isso porque uma população iletrada ou com grande índice de analfabetismo funcional tende a recorrer menos a mídias impressas, como jornais e revistas, tendo a televisão e o rádio como principais fontes de informação. Comparada ao rádio, a TV tem ainda a imagem como trunfo, que a caracteriza como um meio de comunicação mais fascinante, com grande potencial de mobilização e afeição.

A televisão é o fenômeno social e cultural mais impressionante da história da humanidade. É o maior instrumento de socialização que jamais existiu. “Nenhum outro meio de comunicação na história havia ocupado tantas horas da vida cotidiana dos cidadãos, e nenhum havia demonstrado um poder de fascinação e de penetração tão grande.” (FERRÉS, 1998, p. 12). Por seu formato espetacular, envolvente, e para alguns até hipnótico, a TV, então, caracteriza-se como o principal veículo do sistema de comunicação de massa brasileiro. No entanto, este fascínio não se dá apenas em nossa sociedade, é um fator intrínseco do próprio meio televisivo.

Essa ação hipnótica exercida pela TV pode fazer com que um telespectador, inicialmente com a intenção de ver só um programa determinado, passe toda uma tarde ligado em um fluxo de imagens de gêneros de programas diferentes. A sensação de encantamento despertada pela experiência visual seria, por si, suficientemente compulsiva para mantê-lo preso diante do televisor. (REZENDE, 2000, p.31)

Afinal, quem é que nunca chegou em casa e ligou a televisão, mesmo sem desejar assistir a nenhum programa específico, simplesmente para saber o que estava passando, para descansar a cabeça ou para matar o tempo enquanto o sono não vem? Outro traço que não se pode deixar de citar a respeito da TV é o ritmo frenético e incessante de fragmentos encadeados. A sucessão destes fragmentos prende a atenção dos telespectadores e pode funcionar até como um marcador de tempo, “um relógio que serve para definir horários para compromissos profissionais e sociais (depois da novela das oito, antes do Fantástico etc.)” (REZENDE, 2000, p. 32).



## TELEJORNALIS E A FUNÇÃO DE INFORMAR

Numa sociedade em que a televisão é o principal veículo de informação, e às vezes até de lazer, o telejornalismo torna-se mais importante do que se imagina. Espremido entre novelas, no horário nobre, ou exibido no curto período de almoço, no caso dos que são apresentados à tarde, o telejornal representa para os adultos um momento de atenção, sendo que para as crianças é a hora do silêncio. Rezende considera o telejornalismo de fundamental importância por representar a principal forma de democratizar a informação. No entanto, verifica como improvável que ele esteja cumprindo esta missão social, já que as grandes empresas que controlam as estações de TV são “motivadas muito mais por seus interesses econômicos e políticos do que pelas necessidades das camadas populares da audiência” (2000, p. 24)

No Brasil e na América Latina as empresas de comunicação e redes de televisão se desenvolveram nas mãos de grupos particulares e empresas privadas. Em vez de pensar em como equilibrar os recursos de linguagens oferecidos pelo meio a fim de tornar mais clara e compreensível a programação dos telejornais, estas empresas primam pela necessidade cada vez maior de conquistar audiência. Afinal, audiência significa lucro. Enquanto o departamento comercial busca fechar parcerias e contratos publicitários, os jornalistas correm atrás de notícias seguindo sempre os mesmos moldes para atrair a atenção de um público tão variado.

Para comunicar-se com receptores de variadas classes sociais e com diferentes níveis de instrução, a linguagem da TV ganha uma certa uniformidade que, por vezes, pode ser prejudicial à informação. Há dois riscos: ou informa-se superficialmente, ou os discursos parecem truncados e ilegíveis para boa parte do público. “Tal lógica de produção sacrifica o telespectador-cidadão e exalta o telespectador-consumidor, referência básica de toda essa operação mercantil” (REZENDE, 2000, p. 25). Dessa forma, os informativos da TV acabam por se resumirem, apenas, em mera sequência de manchetes. E para conquistar sempre mais audiência até as produções telejornalísticas se rendem à forma do espetáculo.

O formato espetacular, comum às emissões de ficção e de realidade, representa a fórmula mágica capaz de magnetizar a atenção de um público tão diversificado. O espetáculo destina-se basicamente à contemplação, combinando, na produção telejornalística, uma forma que privilegia o aproveitamento de imagens atraentes – muitas vezes desconsiderando o seu real valor jornalístico – com um conjunto de



notícias constituído essencialmente de *fait divers*<sup>4</sup>. (REZENDE, 2000, p. 25)

Ainda que apelando para o espetáculo voltado mais à contemplação do que à reflexão, é possível admitir-se diferentes leituras. Dominique Wolton já havia afirmado que a significação no telejornal é função do contexto cognitivo ou sociocultural do processo de interpretação, razão por que ela sempre transborda de qualquer intenção: “todo mundo assiste às mesmas imagens, mas ninguém vê a mesma coisa!” (WOLTON, 1996, p. 77). Também Arlindo Machado procurou demonstrar em seus trabalhos como um mesmo telejornal pode ter diferentes interpretações de acordo com a diversificação da comunidade de telespectadores, em função de seus valores, ideologias e estratégias perceptivas ou cognitivas.

Por mais fechado que seja um telejornal, há sempre ambigüidade suficiente em sua forma significante, a ponto de interditar qualquer ‘leitura’ simples e unívoca, e há também autonomia suficiente, por parte do telespectador, de modo a permitir que ele faça uma triagem do que lhe é despejado no fluxo televisual. (MACHADO, 2000, p. 100)

No entanto, por mais que as percepções possam divergir de acordo com o público, temos que o telejornal é um dos gêneros mais codificados da televisão. Independente de qual emissora e sob qualquer patamar de progresso cultural ou econômico, os telejornais se assemelham entre si na forma como são construídos e endereçados ao telespectador.

Num certo sentido podemos dizer que o telejornal é uma colagem de depoimentos e fontes numa seqüência sintagmática, mas essa colagem jamais chega a constituir um discurso suficientemente unitário, lógico ou organizado a ponto de poder ser considerado “legível” como alguma coisa “verdadeira” ou “falsa”. (MACHADO, 2000, p. 110)

Mas essa mescla de depoimentos, imagens e narrações, muitas vezes, pode confundir o telespectador. Os diferentes enunciados colocados em choque podem acabar por relativizar ou até anular a informação.

Por não favorecer uma visão coerente e sistemática dos conflitos e por fazer multiplicar, por outro lado, imagens, opiniões, depoimentos que não se encaixam no quebra-cabeça final, o telejornal acaba por semear confusão ali mesmo onde, sob a rubrica da “informação”, deveria haver ordem, coerência e sistematização da notícia. (MACHADO, 2000, p. 113)

---

<sup>4</sup> “*Fait-divers* é um termo usado no jargão jornalístico para designar notícias diversas, geralmente com um toque de bizarrice. São aquelas notícias de catástrofes, acidentes, casos de polícia, enfim assuntos do cotidiano que despertam nossa curiosidade mórbida, mas que não necessariamente têm grande importância.” Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/colunas/regra10/ult3255u344041.shtml>; Publicado em novembro/2007. Acessado em julho/2010.



O levantamento destas características acerca da televisão e do telejornalismo nos é importante como base para a entender o processo de informação produzido pelos telejornais. Tendo em vista a complexidade dos discursos telejornalísticos, que algumas vezes não são compreendidos nem mesmo pelo público-alvo específico destes programas, nossa intenção é compreender como estes conteúdos são recebidos pelas crianças, o quanto são assimilados, e que importância têm para o desenvolvimentos delas enquanto cidadãs.

## **APRENDER COM A TV**

A televisão faz parte do cotidiano das crianças, principalmente na América Latina, por ser o meio de comunicação que mais penetra nos lares. Em muitos casos, esta passa mais tempo de sua infância diante da TV do que em contato com os pais. Henri Dieuzeide, no prefácio do livro “École, communication e télévision” (LAZAR, s/d), afirma que o grau de permanência junto à televisão é inversamente proporcional ao nível de instrução da mãe e à qualidade da atenção dada pelos pais. Já Heloísa Penteado (1991) compara as horas de exposição à TV com o tempo de envolvimento com atividades escolares (aulas e estudos), concluindo que a escola tem uma influência menor sobre as crianças. Ela explica que os conteúdos audiovisuais são muito mais facilmente apreendidos e ressalta que os alunos assistem com prazer e aprendem com a televisão:

“Ver” uma imagem representando uma situação não é a mesma coisa que “ler” sobre a situação. A palavra dá margem à construção de representação mental ao sabor do receptor. A figura delimita-a em grande parte, posto que circunstancializa a imagem. Garante que emissor e receptor centrem suas atenções sobre a mesma circunstância. Quando o signo utilizado para trazer à situação de ensino a realidade considerada é a palavra, há a possibilidade de que o professor esteja destacando um determinado recorte da realidade e que o aluno esteja focalizando outro. Isto ocorre porque ambos tomam como referencial as suas experiências, quase sempre diferentes. (PENTEADO, 1991, p. 106)

Também Lazar ressalta uma característica que torna a TV mais atrativa que a sala de aula: o fato de assistir programas televisivos de forma descontraída, numa posição confortável e descansada, enquanto que na escola “a rigidez da cadeira provoca um incômodo permanente” (s/d, p.50). Na concorrência entre TV e escola, “pais e docentes acusam a televisão de ser a principal responsável pelo desvio de atenção dos jovens” (LAZAR, s/d, p.12). No entanto, é preciso reconhecer que ela não é a única culpada pela crise do ensino. É hora de perceber que a cultura tradicional não é a única



fonte de conhecimento e dar o passo para a legitimação da cultura televisiva, que é de domínio das crianças antes mesmo de estas entrarem para a escola, aos cinco ou seis anos de idade.

Enquanto educadores, pais e pedagogos ainda discutem os malefícios da televisão na construção da personalidade infantil, o desinteresse das crianças pela escola acaba se refletindo no professor que, muitas vezes, se apresenta desanimado e desacreditado quanto à eficácia dos métodos tradicionais de ensino. Os meios de comunicação em massa, na opinião de Guillermo Orozco (1999), deveriam ser aliados dos professores, como instrumentos de trabalho, auxiliando na tarefa de educar com prazer. No entanto para muitos profissionais da área de educação a televisão ainda é vista como um “monstro”, um veículo de informação inútil que deve servir somente para o entretenimento, não como fonte de conhecimento e produtora de saber:

A própria opção de alguns educadores pelo uso das novas tecnologias, como, por exemplo, a informática, é reveladora também de um certo desprezo pela cultura popular/massiva representada pela televisão e uma espécie de ‘culto’ às tecnologias mais novas, sofisticadas e menos massificadoras, e, portanto, mais indicadas a colaborar com o professor e com a escola, na educação dos alunos, até por propiciarem espaços de intervenção e participação que, acreditam, a televisão não favorece. (GOMES, 1999, p. 122)

Orozco observa ainda que é necessária uma mediação mais contundente da aprendizagem dos alunos fora da sala de aula, permitindo aproveitar o que for positivo nos meios de comunicação de massa, acabando com o estereótipo de nocividade. Outro estereótipo apontado pelo autor refere-se ao fato de considerar a escola como a “única instituição legítima para educar”. Partindo dessa perspectiva, não se admite outros educadores ou meios de educar:

A recomendação frente a estas posições é a de aprender a coexistir em um cenário cultural plural, no qual as funções educativas não nos pertencem com exclusividade e no qual as fontes de aprendizagem e os educadores espontâneos se multiplicam. Há de se relocalizar a função da escola neste cenário informatizado e cada dia mais videotecnologizado<sup>5</sup>. (OROZCO, 1997, p. 64)

A escola, então, não é a única detentora do saber e precisa articular com urgência todos os contextos extra-classe para ajudá-la na construção do conhecimento. Cabe à escola sistematizar as mediações para o receptor, o próprio aluno.

---

<sup>5</sup> A videotecnologia, para Orozco, é uma nova linguagem que reúne um conjunto das linguagens oral, escrita, visual e audiovisual. Nesta lógica videotecnologizada, “a racionalidade deixa espaço a uma caprichosa justaposição de signos de diversos tipos e procedências com a finalidade de espetáculo” (1997, p. 58).



É necessário exercer explicitamente uma mediação que oriente a aprendizagem dos alunos fora da aula, que permita contextualizá-la, sancioná-la sob diversos critérios éticos e sociais, permitindo aproveitar o que de positivo oferecem os meios de comunicação em massa, capitalizando para a escola a informação e as demais possibilidades que esses meios nos trazem. (OROZCO, 1997 p. 63)

A comparação entre escola e meios de comunicação de massa já é, em si, desfavorável, na medida em que uma desqualifica a outra. Orozco questiona a relevância de conteúdos escolares desarticulados do contexto videotecnologizado dos alunos. Qual a relevância da escola frente à sociedade tecnológica? Como despertar o interesse e a afetividade das crianças frente a conteúdos escolares estanques? O grande desafio de educadores e pais não é lutar contra os meios de comunicação, sobretudo a televisão. Mas, sim, procurar uma articulação dinâmica entre ambas, tornando possível um trabalho em conjunto, não ignorando as suas especificidades e limitações.

Para Orozco (1997), o estereótipo mais importante a ser superado é o que considera o receptor como um ser passivo, indefeso frente à influência monolítica e poderosa das mídias. Como se os conteúdos midiáticos fossem vírus aos quais ao sermos expostos, somos infectados. Ele sugere uma educação para os meios de comunicação em massa, afirmando que os receptores não são vítimas, nem se encontram indefesos frente às mensagens. Eles estão constituídos por um conjunto de fatores culturais e situados historicamente, capazes de negociar, entender, analisar e, se preciso for, resistir às estratégias de sedução e às mensagens da TV. Cabe à escola uma “alfabetização televisiva”, uma educação para os meios:

La escuela debería facilitar una alfabetización mediática compleja, que incluye una alfabetización televisiva, pero no solo en cuanto al lenguaje de la TV, sino también en cuanto a las otras dimensiones. Una alfabetización cultural-mediática que permita que las audiencias se conviertan en interlocutoras, y no solo en consumidoras de los medios. (OROZCO, 2002)

Além da perspectiva de contar com a televisão como aliada, os educadores devem ter em mente que o ato de assisti-la não se esgota nele mesmo. Começa bem antes, dentro das relações sociais do receptor e continua na expansão da mensagem absorvida. Essas relações sociais constituem a família, os amigos e a escola. Para Martín-Barbero (1995), o que existe na sociedade moderna é um mal estar devido ao posicionamento dos mais jovens em relação à hegemonia audiovisual. Novamente a ideia da TV como competidora oficial da atenção dos alunos. Como se os “mais velhos” tivessem fobia dessa hegemonia.



No entanto, a criança com seu olhar atento e curioso supera essa visão, já que procura absorver o mundo que a TV lhe mostra de forma prazerosa, através de imagens coloridas e sons. Como receptora crítica, a criança absorve o que vê na TV e transforma esta informação. Em seus estudos de epistemologia, Piaget (1982) considera que a criança percebe, em determinados estágios de sua vida, o mundo sob a ótica do concreto, ou seja, do que ela pode tocar, cheirar, sentir. A interação com o mundo que a cerca permite a sua socialização e o aprendizado. Assim, a construção de estruturas cognitivas mentais na infância se faz mais complexa a partir dessa interação diária, do conhecimento prévio que se adaptará para receber outro conhecimento, numa sucessão progressiva que, mais tarde, permitirá à criança a abstração e a construção de analogias de pensamento, dependendo da sua maturação (PIAGET, 1982, p. 389).

Dessa forma, em suas relações sociais com a família e a escola, a criança vai construindo o seu conhecimento a partir do que lhe foi fornecido, de sua interação ininterrupta com o meio. Piaget (1982) afirma também que o meio social é mediador do conhecimento infantil. E a partir desta afirmação, ressaltamos a importância de se estudar os efeitos da relação entre televisão e criança, por ser esta uma mídia muito presente e forte, que alarga o campo social, contribuindo para a construção da aprendizagem e o desenvolvimento de um posicionamento crítico. Na discussão do tema televisão e educação, em que se costuma legitimar como conhecimento somente os conteúdos difundidos em sala de aula, alguns educadores abrem exceção para os chamados canais ou programas educativos, por acreditarem ser um tipo de programa que permite o controle da aprendizagem pela televisão. No entanto:

Ao legitimarem determinados programas como os autenticamente educativos, pais e professores revelam, senão o que entendem, pelo menos o que desejariam permitir como aprendizagem no processo educativo dos filhos e alunos adolescentes (GOMES, 1999, p. 124)

Realmente, sabemos que a TV não nasceu sob a perspectiva de educar. Aliás, ao longo de sua história, esse meio de comunicação primou pelo forte apelo comercial. Mas o que ressaltamos neste artigo é o quanto a relação das crianças com este veículo contribui para o conhecimento, o saber e a formação do pensamento. Para Soares, “o discurso televisivo não é, exatamente, produção do pensamento, mas criação de código civilizatório” (1996, p.49). Ele ainda completa que:

Pelo olhar, a criança entra em cadeia de *imaginário a imaginário*. Pelo olhar, a criança alimenta sua fantasia. A fantasia por sua vez, recebe e registra imaginariamente o mundo através da lógica que o psiquismo conhece: a lógica da realização dos desejos. A lógica dos sonhos.



Pelas fantasias infantis, o social, a ordem e a lei são aos poucos metabolizados, transformando-se em cultura. (SOARES, 1996, p. 48)

Então, mesmo não sendo estritamente educativa, não se pode descartar o conhecimento adquirido a partir do contato com a TV, principalmente em si tratando do público infantil. Nos estudos que tratam de recepção infantil é comum desenvolver temas relacionados à publicidade, consumo, programas infantis, erotização, analisando as causas e os efeitos que podem se refletir nas crianças. Mas a nossa pesquisa pretende lançar um novo olhar sob a TV e a infância. Não relegando à criança o posto indefeso de cidadã de “segunda classe” ou, apenas, consumidora ávida de produtos infantis. Mas vendo-a como um ser social dotado de inteligência, com capacidade de compreender e estabelecer analogias com o meio em que vive.

Como vimos em Piaget, a criança só aprende ludicamente, percebendo o mundo por meio de seu sistema sensorial. E considerando que a TV contribui para essa formação da percepção de mundo, principalmente através dos telejornais que transmitem notícias do local e do global, relacionando temas próximos e distantes do cotidiano infantil, decidimos estudar os efeitos destes conteúdos na apropriação do conhecimento pelas crianças. Sempre partindo do pressuposto de que a apropriação de conhecimento na escola, diante dos meios de comunicação de massa (MCM) ou nos relacionamentos cotidianos depende das condições do receptor:

[...] os processos de comunicação de aprendizagem têm lugar não na emissão ou no ensino, mas sim na recepção e na resposta que dão, neste caso, as crianças, à mensagem ou estímulo original. A aprendizagem não se define no professor e sim no aluno e só em parte depende do esforço instrutivo. Não há garantia de que o que se quer ensinar seja aquilo que os alunos aprendem, nem há garantia de que as mensagens dos MCM, elaboradas segundo os interesses do emissor, sejam as que realmente recebem os membros da audiência. A audiência não nasce, se faz e se faz de distintas maneiras. Há espaço para a transformação e para a educação para os meios. Os receptores dos MCM não são recipientes, vítimas, nem se encontram indefesos frente às mensagens. A audiência está constituída por um conjunto de sujeitos culturais, historicamente situados, capazes de negociar as mensagens e, eventualmente, de resistir a elas. (OROZCO, 1997, p.65)

Acreditamos que as novas tecnologias da comunicação e da informação podem determinar novas maneiras de ler, de ver e de agir que influenciam diretamente a formação da identidade no mundo atual. Presente na maioria dos lares, a televisão é, com certeza, o veículo mais eficaz na disseminação de novas formas de comportamento. No entanto, para saber que influências este meio de comunicação pode exercer sobre o



público infantil é preciso relacionar a apreensão de conteúdos televisivos com a vivência cotidiana do receptor.

Os estudos de recepção, desenvolvidos a partir da década de 80, consideram o receptor como um sujeito social múltiplo, sendo a recepção um processo mediado. Para Orozco, o processo é complexo, contraditório e não se resume ao momento em que o indivíduo está em frente à TV. Ele se estende no tempo e funde-se à vida cotidiana. O receptor não assiste à televisão com a mente em branco, mas traz consigo valores intrínsecos da sua cultura, que interferem na apreensão das informações veiculadas.

Já se admite, nas correntes mais recentes dos estudos críticos da recepção, que ela começa bem antes e acaba bem depois do momento mesmo em que se dá o contato direto com os meios, ela o transcende e funde-se com as práticas cotidianas dos receptores, lugar onde os significados e sentidos são negociados e se realiza sua apropriação ou resistência (OROZCO, 1991, Apud GOMES, 2004).

Por isso, em vez de fazer uma análise das lógicas de produção dos noticiários da televisão, nossa intenção é descobrir como se dá a recepção, a interpretação e a apropriação de conhecimento a partir destes conteúdos televisivos, tomando como objeto o público infantil.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na época em que a pesquisa foi aplicada a um grupo de alunos do ensino fundamental de uma escola pública, a surpresa veio logo na primeira etapa do trabalho de campo, quando as crianças produziram desenhos com referências a desastres, acidentes de trânsito e violência. Também na terceira etapa, quando após assistirem a matérias de telejornais elaboraram textos sobre o que entenderam das notícias, foi grande o número de referência a “acidentes”, “violência e guerra” e “desastres causados fenômenos meteorológicos”.

Já nas entrevistas em grupo focal verificamos que a principal mediação é a família, já que a maioria das crianças assiste TV ao lado de familiares e com estes costuma comentar e conversar sobre o que entende das notícias dos telejornais. No entanto, concluímos que o simples comentário não garante um bom uso das informações. Assim, para que esta apreensão de conhecimento seja de fato utilitária para uma formação cidadã, entendemos que a principal mediação deveria partir da escola.

Ainda nesta etapa, verificamos que as notícias veiculadas pela televisão também se legitimaram como um universo de aprendizagem. Tanto para as crianças



quanto para suas famílias o lugar de aprender é na escola. Assim, mesmo sabendo que informação é conhecimento, verificamos que, muitas vezes, entre os alunos esta afirmação não é válida quando se trata de televisão. Livros, cartilhas, discursos de professores trazem conhecimento. No entanto, a partir do momento em que a escola afirma que a televisão também pode ser fonte de conhecimento, proporcionando às crianças uma educação para os meios de comunicação de massa em geral, isso se torna válido para os alunos, que passam a difundir no meio familiar. Afinal, não adianta entender as informações e comentá-las, é preciso criar um posicionamento crítico do que se vê, para que a partir de então haja um discernimento sobre o que deve ou não ser difundido, quais discursos são válidos, e quais não passam de mera dramatização.

No seu universo lúdico, sedenta por aventuras e emoções, acostumada a encontrar sempre uma moral em cada fábula, conto ou história infantil, as crianças buscam aprender com a TV. Daí a necessidade de se ampliar as ferramentas de conhecimento, apresentando novas possibilidades de aprendizagem através da videotecnologia. Numa “partida de futebol” em que, historicamente, escola e TV eram times adversários, as regras do jogo são alteradas, acabando com a competição e colocando os velhos concorrentes no mesmo time, o que só pode ser possível por meio de uma alfabetização midiática.

Através das produções de texto das crianças, vimos que elas realmente se interessam, entendem e sabem reproduzir com suas próprias palavras o que vêem nas notícias da TV. E a partir das entrevistas em grupo focal, confirmamos que estes conteúdos são aplicados em suas vidas cotidianamente. Tendo constatado que a criança é, realmente, consumidora de telejornal, mesmo não sendo este um produto midiático voltada para sua faixa etária, queremos abrir as conclusões deste trabalho para a importância da audiência infantil.

As conclusões a que chegamos até aqui partiram de um trabalho de campo limitado a uma sala de aula de uma escola municipal situada num bairro de periferia, imaginem o que poderia ser descoberto se estendêssemos a um universo de pesquisa maior, abordando outras escolas de diferentes classes sociais ou crianças de outras faixas etárias. Ao resgatar esse trabalho, como dissemos na introdução deste artigo, nossa intenção é dar continuidade à pesquisa sob a justificativa de que os novos resultados podem ser trabalhados tanto no sentido de trabalhar a alfabetização para as mídias como conteúdo disciplinar oferecido nas escolas, quanto para a produção de



programas educativos baseados nas notícias que influenciam o cotidiano do público infantil.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. A Indústria Cultural: O iluminismo como mistificação de massas. In: LIMA, Luiz Costa (org). **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

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

FERRÉS, Joan. **Televisão subliminar**: socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre: Artmed, 1998.

GOMES, Itania. **Ingenuidade e Recepção**: As relações da criança na TV. Disponível em: <http://www.facom.ufba.br/sentido/ingenuidade.html> (sem data de publicação, acesso 10 de junho de 2004).

GOMES, Pedro Gilberto. Família e escola – mediações na recepção televisiva dos adolescentes. In: **Coletânea Mídia e Recepção**. Vale do Rio dos Sinos: Unisinos, 1999.

LAZAR, Judith. **École, communication, télévision**. Trad. Zélia Faria. Porto: RÉES-Editora, s/d.

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **América Latina e os anos recentes**: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, Mauro W. (org.). Sujeito, o lado oculto do receptor. São Paulo: Brasiliense, 1995.

\_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações**: comunicação cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

OROZCO, Guillermo. **Professores e meios de comunicação**: desafios, estereótipos e pesquisas. In: Comunicação & Educação. São Paulo: [10], 1997.

\_\_\_\_\_. Pensamiento Comunicacional Latinoamericano – La cuestión Educativa de los médios. Entrevista concedida a Cosette Castro. In: **PCLA**, Vol.3, n.2: jan/fev/mar 2002. Disponível em: <http://www2.metodista.br/unesco/PCLA/revista10/entrevista%2010-1.htm>. Acessado em 08 de novembro de 2004.

PENTEADO, Heloísa Dupas. **Televisão e escola**: conflito ou cooperação? São Paulo: Cortez, 1991.

PIAGET, Jean. **O nascimento da inteligência na criança**. 4. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

REZENDE, Guilherme Jorge de. **Telejornalismo no Brasil**: um perfil editorial. São Paulo: Summus, 2000.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ática, 1996.