



Mediação familiar no contexto multimídia¹

Franciani BERNARDES
Universidad CEU San Pablo
Teresa TORRECILLAS
Universidad CEU San Pablo
Edgard REBOUÇAS
Universidade Federal do Espírito Santo

RESUMO

Os jovens usam a televisão e Internet em um contexto amplo e diversificado: doméstico, familiar, social, cultural, econômico, etc. São identificados no espaço virtual como comunicadores, produtores de idéias e disseminadores de informação. Esta pesquisa tem dois objetivos principais: em primeiro lugar, conhecer os hábitos de uso das crianças espanholas com relação à televisão e Internet e, em segundo lugar, analisar como a mediação familiar afeta o uso dos meios em questão.

PALAVRAS-CHAVE: Mediação familiar; Internet; Televisão; Crianças

Introdução

Há pouco mais de 20 anos, a porcentagem de usuários de internet era inferior a 1% em todos os países. Rapidamente, essa cifra ultrapassou os 50% nos países mais desenvolvidos. A Web foi um serviço de internet que nenhum agente econômico ou político de importância havia previsto e tornou-se acessível para a maioria das pessoas no final do século passado. O ciberespaço é provavelmente o sistema de comunicação que disseminou-se de forma mais rápida na história da humanidade.

As crianças e os jovens de hoje fazem parte de uma geração audiovisual, à qual desde os primeiros meses de vida já estão expostos às mensagens de diferentes multimeios, onde podem encontrar seus primeiros estímulos informais de aprendizado. E isso só tende a evoluir ao longo dos anos. Com a quase banalização do uso de “novas” tecnologias que podem ser acessadas de casa por meio de um simples computador, quando os filhos dessa geração chegam a uma sala de quatro paredes, onde uma pessoa lhes diz que o caminho para o conhecimento está no que vai ser dito por ela, em algumas palavras escritas em um livro e/ou em um quadro negro o aluno se vê exatamente caindo em um redemoinhos de interrogações, se comparado às maravilhas que pode ter fora daquela sala, em sua própria casa. Mas será que os pais estão preparados para isso?

¹ Trabalho apresentado ao GP de Comunicação e Educação do XI Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.



Os meios de comunicação alteraram o contexto da “leitura”. Os primeiros anos da educação de uma criança são concentrados para proporcionar-lhe a capacidade de ler. Mas atualmente, sem saber ler, a criança pode aprender a partir das informações fornecidas pela televisão ou pela internet. Até a última geração de transição da “grafosfera” para a “videosfera” (DEBRAY, 1992), a educação era dirigida para apreciar a leitura.

Os indivíduos que não nasceram imersos no mundo digital enfrentam a resistências quando carecem de habilidades para usar a tecnologia, ou porque não tiveram oportunidade de uso ou porque acreditam que a rede não foi feita para eles. Nesse contexto, fala-se muito de “nativos” e “migrantes digitais” (PRENSKI, 2001; PONTE, 2009). Estes conceitos referem-se, respectivamente, àqueles que nasceram nesse ambiente e aos que tiveram que se adaptar a ele. Diante dessa situação, muitos adolescentes têm muito mais habilidades em Internet que seus pais, e em muitos casos são as referências da casa quando os pais precisam de algum auxílio quanto ao uso das plataformas digitais. Segundo Silverstone (2010), as reuniões familiares se transformaram em virtuais e alguns inclusive sentem-se traumatizados devido à mudança de cultura entre as gerações. Nesta questão, muitas famílias encontram barreiras para mediar o uso que os filhos fazem da mídia, dado que não conhecem nem seus riscos, nem suas potencialidades. Esse é um fator preocupante, já que os adolescentes representam o grupo de idade que passa mais tempo em Internet (PROTÉGELES, 2008). Quase metade dos usuários de Internet, conectam-se à rede com muita frequência e quase diariamente. A “brecha digital” também vem acompanhada do fator econômico. Se por um lado a Internet oferece várias possibilidades de interatividade com a dita sociedade da informação, por outro, marginaliza todos aqueles que não contam com recursos econômicos capazes de sustentar tais tecnologias.

Se aproximamo-nos do contexto televisivo, observamos que as pesquisas sobre as “novas mídias” estão apoiadas em meio século de investigação sobre estudos relacionados a televisão e a infância. Os trabalhos pioneiros realizados neste terreno foram protagonizados por Himmelweit (1958) e por Schramm (1965). Atualmente, destacamos os trabalhos publicados pelos espanhóis Núñez Ladevéze e Pérez Ornia (2002, 2003, 2006), que aportaram conhecimentos inéditos no campo da comunicação midiática. Tampouco podemos deixar de citar as últimas mudanças que a televisão vem enfrentando. A televisão digital, que já é uma realidade em muitos países europeus, está abrindo espaço para novas perspectivas em relação a sua história. Na Espanha, por exemplo, o apagão analógico² ocorreu em 3 de abril de 2010. Como consequência, os canais temáticos infantis encontraram um forte mercado e, conseqüentemente, multiplicaram suas ofertas. As crianças estão

² Na Europa, a Comissão Européia propôs em maio de 2005 o ano de 2012 como período limite para todos os países mudarem seus sistemas de TV de analógico para digital (no Brasil, inicialmente, a data é 2016). Uma vez completado o apagão analógico, é indispensável dispor de um aparelho de televisão com um sintonizador digital, ou, utilizar um sintonizador externo que processe o sinal digital.



encontrando nesses canais abertos um espaço de entretenimento exclusivo. O resultado é que as temáticas infantis são as que mais crescem em sua categoria em questão de audiência.

Nas palavras de Gabelas e Marta Lazo (2008, p. 11), “atualmente a educação já não se centra nos dois pilares fundamentais: família e escola, mas se assenta em um tripé, com uma nova perna que são os meios de comunicação”. Nesse contexto multimídia, as crianças formam-se como consumidores audiovisuais dentro de suas casas.

Entendemos que o controle parental é importante não somente para estabelecer critérios de uso relativos aos meios, mas também para orientar a recepção das crianças frente a seus conteúdos. A mediação familiar no entorno audiovisual permite desenvolver um consumo saudável e autônomo em família. Diante dessa perspectiva, o presente trabalho tem o propósito de analisar as formas de recepção multimídia que as crianças estabelecem com a televisão e com a Internet. Além disso, pretendemos verificar como incide a mediação familiar nesse campo.

1. 1. A intervenção das famílias

Entendemos por mediação o processo pelo qual os pais e outros responsáveis pela educação das crianças os ajudam a decodificar e a compreender a complexidade do ambiente em que vivem. Nesse processo, os agentes mediadores transformam os conteúdos em termos de fácil compreensão para as crianças em suas diferentes fases de desenvolvimento. O processo de mediação, promovido pelos pais, os auxilia no processo de criar, reforçar, transformar, contradizer e estruturar as informações, inclusive as que são transmitidas pela televisão; de forma que permite-lhes confrontar com mais facilidade os temas cotidianos. O próprio trabalho dos meios de comunicação é, por sua natureza, um trabalho de construção social. A elaboração da representação de tudo o que acontece no mundo e a escolha de determinados acontecimentos para torná-los públicos, são mediações próprias dos meios de comunicação (PEREIRA, 1998).

Nas palavras de Orozco (1989, p. 13), entende-se por mediação “o conjunto de elementos que influenciam no processo de aprendizagem e conformam seu produto final, tanto provenientes do desenvolvimento cognoscitivo do sujeito, como de sua cultura”. O autor defende a ideia de que as mediações foram conceituadas a partir de três distintas perspectivas:

- Os **Esquemas mentais** são uma espécie de padrão usado para o processamento da informação. Induz o indivíduo a procurar determinada informação e se desfazer de outras. Também oferece ao sujeito um guia para que seja capaz de escolher a informação.

- A segunda perspectiva são os **Repertórios**. Esta perspectiva tem foco nos conteúdos de tudo que foi assimilado aprendido. Estão em contínuo desenvolvimento e são influenciados por novos aprendizados. Apesar de não ser estático, não muda radicalmente.
- Por último, encontra-se a perspectiva dos **repertórios mentais**. Fundamenta-se na atuação do sujeito, os possibilita criar linhas de ação para que atuem de acordo com o esperado. Permitem o sujeito saber como comportar-se em situações reais, mas nas que nunca estiveram. A criança imita as atividades que sua mãe realiza para conseguir metas.

A partir das definições anteriores, entendemos que o diálogo que os pais estabelecem com seus filhos sobre seus hábitos de uso e sobre o tempo de exposição aos meios de comunicação são os fatores mais importantes no momento de determinar o poder socializador dos meios. Quando não existe esse diálogo, as crianças estarão mais expostas às influências do meio, para o bem ou para o mal, com possibilidade de potencializar comportamentos, atitudes e valores. Neste contexto, os meios se transformam em um modelador da identidade (PÉREZ, 2005).

1.2. Mediação familiar na internet

Os resultados do estudo "Crianças e jovens em uma nova era de comunicação", publicado por Bringué (2006), mostra que, embora os pais muitas vezes desconheçam o meio ou não naveguem junto com seus filhos, em cerca de 80% dos casos, costumam proibir certas ações na internet, tais como conversar por *chats*, comprar produtos e serviços e informar dados pessoais. Um estudo realizado em sete países europeus e em Israel concluiu que as famílias espanholas são as que mais controlam as atividades dos filhos na Internet. No entanto, em comparação com seus pais, crianças e adolescentes espanholas são as que mais usam os computadores. Isto pode implicar em desvantagem quando se trata de mediar o uso das crianças na rede.

Resultados recentes da pesquisa “Mídia, comunicação e tecnologias de informação na família Européia”, coordenada por Livingstone e Das (2010), mostram que a principal preocupação das famílias com relação ao uso dos meios de comunicação é que esse uso pode representar um desafio de valores, habilidades e autoridade. Ainda assim, as famílias consideram a internet um instrumento positivo, capaz de proporcionar vantagens em termos de lazer e interesses diversos. O estudo revela também que a mediação dos pais na internet é bem prático, embora varie segundo cada país. Foi observado, por exemplo, que em comparação com outros países estudados, a Espanha



tem uma forte cultura orientada para a família. A maioria dos países do norte europeu, incluindo a Dinamarca, Suécia, Bélgica, Holanda, Irlanda e Reino Unido, possui um sistema educativo individualista. A maioria dos países que fazem parte desse contexto cultural de mediação utiliza a restrição de tempo como instrumento de controle. Verificou-se que, nesses casos, a maioria das crianças já vivenciou, pelo menos uma vez, algum risco online.

Em outros países como Áustria, França, Alemanha, Portugal, Eslovênia e Espanha, que representa a parte da Europa de tradição mais católica, as famílias tendem a suprimir, até certo ponto, o individualismo na educação dos filhos. Por sua vez, Bulgária, República Checa, Estônia e Polônia, representando a Europa pós-comunista, são, na maioria, coletivistas em relação à educação dos filhos. Nesses dois últimos grupos de países, a maioria dos pais também atua em relação à restrição de tempo, no entanto, nesse modelo de educação menos ou nada individualista, as crianças fazem um uso mais cuidadoso da internet e são expostas a menos riscos. Assim, a eficácia do modelo de controle aplicado para proteger as crianças dos riscos online varia de acordo com a cultura de socialização de cada país.

A Entidade Reguladora de Comunicação Portuguesa (ERC) realizou em 2007 uma abordagem representativa do panorama português para observar como as famílias usam a internet. Os resultados publicados por Ponte (2008) permitiu demonstrar como o país se relaciona com as novas tecnologias. De acordo com o levantamento, as informações distribuídas no relatório revelam que metade das crianças entrevistadas (de 9 a 14 anos) assumiram a posição de saber usar internet melhor do que seus pais, no entanto, os pais de crianças de 9 a 11 anos foram considerados melhores conhecedores no assunto. A partir dos resultados do informe, as três maiores preocupações das famílias portuguesas em relação ao uso que seus filhos fazem da rede estão ligadas, em primeiro lugar, com a possibilidade de que as crianças mantenham contato com estranhos; em segundo, com enviar informações pessoais pela internet e; finalmente, com conteúdo pornográfico.

Um estudo sobre mediação familiar em internet realizado com 250 famílias de Alicante (Espanha) com crianças e adolescentes de 7 a 16 anos revela que quanto maior a exposição dos jovens na Internet, maior a mediação familiar. Com o título “Atitude e mediação da família sobre a exposição das crianças e adolescentes à internet: um enfoque de Marketing”, o estudo conclui que quanto menos as crianças se expõem à rede, menos os pais precisam atuar. Do mesmo modo, quanto mais os jovens usam internet, mais os pais sentem necessidade de estabelecer limites e restrições. Assim, a mediação familiar depende muito da habilidade de uso dos filhos que do nível de habilidade dos pais.



2. Metodologia

Este trabalho concatena-se com os resultados parciais de uma tese de doutorado em andamento que está inserida no projeto de pesquisa intitulado *Proyecto coordinado de televisión e infancia* (PROCOTIN). Fazem parte deste projeto cinco universidades espanholas: o *Centro de Estudios de la Villanueva* da *Universidad Complutense de Madrid*, as universidades *Carlos III de Madrid*, *Rey Juan Carlos*, *Nacional de Educación a Distancia*, além do *Centro de Estudios e Investigación sobre la Comunicación y la Infancia* (CEICIN). O grupo CEICIN está ligado à *Universidad CEU San Pablo*, entidade promotora do Procotin sob a coordenação do catedrático Luis Núñez Ladevéze. O estudo conta, além disso, com a colaboração de grande número de pesquisadores espanhóis, europeus e sul-americanos.

O trabalho consiste em uma pesquisa empírica fundamentada a partir de duas técnicas metodológicas qualitativas: a entrevista em profundidade e o grupo de discussão (CALLEJO, 2001; VALLES, 2002; IBÁÑEZ, 2003). O desenho da pesquisa conta a formação de 12 grupos focais e de 30 entrevistas em profundidade. Foram consideradas a idade das crianças e a situação sociocultural das famílias como principal critério de seleção e representação da amostra. Para classificar os modelos de família segundo suas condições socioeconômicas, utilizou-se os conceitos teóricos de Marciones e Plummer (2007). O conceito de estratificação social, presente no estudo, refere-se a uma perspectiva social dos objetos analisadas. Torna-se relevante porque, a partir dessa variável, pode-se encontrar uma série de justificativas que permitirá realizar as analogias necessárias na pesquisa. As escolas que participaram do estudo foram escolhidas segundo a estratificação econômica de classe média-alta e média-média. Os objetos de estudo são famílias que tenham filhos de 7 a 12 anos e crianças da mesma faixa etária.

A presente pesquisa abrange dois campos de análise sobre a mediação familiar: (i) hábitos de consumo das crianças referentes à televisão e à internet; (ii) pautas de controle parental estabelecidas nos lares.

A partir dessas linhas de análises, pretende-se conhecer quais são as formas de intervenção adotadas pelas famílias, as preocupações relacionadas ao consumo que os seus filhos fazem dos meios e, inclusive, se realmente existem pautas de orientação e consumo a esse respeito.

3. Resultados



Antes de conhecer como funcionam os sistemas familiares em torno da televisão e da Internet, começamos esta seção com uma breve descrição sobre o caminho que percorridos até chegar-se aos resultados deste estudo. As seguintes páginas são resultado de uma intensa análise de dados distribuídos em transcrições de entrevistas em profundidade, grupos focais e em lista detalhadas de fichas de processamento de dados.

Como discutido abaixo, as famílias imersas em seus ambientes midiáticos deixaram vestígios de algumas das características aqui identificadas. Não há a intenção de generalizar resultados. Também é necessário deixar claro que o ambiente apresentado não é tudo o que rodeia os hábitos midiáticos das famílias estudadas. Algumas características são muito mais complexas do que realmente o pretendido analisar. Primeiro tentou-se reduzir a complexidade dos significados e concentrar-se nos indicadores relacionados com os objetivos. Todo sistema é qualitativamente mais complexo do que o próprio ambiente. Assim, a sua principal preocupação tenderá a conservar sua própria dinâmica, que muda por si só ao longo do tempo (LUHMANN, 1993).

3.1. Hábitos de consumo na internet

As crianças com idades compreendidas entre sete e nove anos utilizam internet com pouca assiduidade. A frequência de utilização varia de “quase nunca” a “uma hora por semana”. As principais atividades realizadas são: ouvir música, jogar jogos ou pesquisar informações para os deveres escolares. “*Procuro jogos e informações para as coisas da escola*” (menina, 9 anos, escola pública). O uso mais comum está relacionada ao lúdico e ao educativo. Quando atingem os nove ou dez anos, os menores ficam cada vez mais familiarizados com as plataformas digitais, mas precisam do apoio de seus pais para realizarem determinadas tarefas, tais como ver um vídeo ou fazer uma pesquisa para um trabalho escolar. A partir dos dez anos, é quando as crianças mostram os primeiros sinais de autonomia em relação à rede, fato evidente na adolescência (NEVES, 2010).

As crianças de dez a doze anos de classe média alta são aquelas que têm demonstrado uma maior frequência de uso da ferramenta. Neste caso, o tempo médio de uso é de uma hora diária. “*Quase todos os dias*” (menina, 12 anos, escola particular). As atividades realizadas pelas crianças de nove a doze anos são praticamente as mesmas, porém o uso cresce com a idade em relação à quantidade de tempo de conexão, em variedade e complexidade de acesso às ferramentas.

3.2. Hábitos de uso da televisão: os canais das crianças

As crianças assistem televisão diariamente e em uma proporção mais elevada durante os fins de semana, o tempo de uso pode variar de meia a duas horas diárias. *“Quando chego a minha casa eu ligo a televisão e vejo Patinho Feio”* (menina, 7 anos, escola particular). Com a televisão digital, os canais abertos dedicado às crianças atraíram fortemente sua atenção. Elas encontraram nesse espaço um lugar de entretenimento infantil exclusivo. O resultado é que algumas emissoras aumentaram suas ofertas e atualmente representam o espaço que mais cresce dentro da categoria. Os mais vistos são *Disney Channel* e *Clan TV*. As crianças representam o perfil de audiência que mais mudou os hábitos de consumo dos canais tradicionais. As emissões que mais se destacam são a serie argentina *“Patinho Feio”* e o desenho animado *“Phineas e Ferb”*.

Se for observado o ranking dos desenhos mais populares, surgirá o dado que o público jovem é um importante contribuinte para a audiência desses canais. *“Eu assisto Phineas e Ferb, Os Simpsons, Feiticeiros de Waverly Place, Hannah Montana e Patinho feio”* (menina, 7 anos, escola particular). Os pais também estão satisfeitos que as crianças estejam ligadas a esses canais. Confiam que os conteúdos sejam adequados à idade de seus filhos. Nesse sentido, observa-se uma diminuição no nível de responsabilidade parental.

- *“Bem, se controla pelo canal. Ou seja, um canal temático de crianças, ou um Disney Channel e Clan TV te limita completamente. Não é mais como antes, que você tinha que procurar os desenhos no canal 1, ou no canal 3 ou no 5. Agora as crianças já não procuram nesses canais, vão diretamente no Disney Channel ou Clan TV, ou em outros... e os canais são limitados, e as vezes eles assistem isso, é claro”* (Pai, classe média-média).
- *“A verdade é que com Disney Channel estou satisfeita. Pois bem, eles têm desenhinhos que as criancinhas pequenininhas de 3 aninhos podem assistir. Também têm séries... a medida que o dia passa, com um pouco mais de graça. Eu acredito que sim, que o que Disney Channel faz é agradável para eles”* (Mãe, classe média alta).
- *“Normalmente eu coloco no canal Disney e eles assistem o que eles vão passando”* (Pai, classe média-média).

3.3. Preocupação das famílias

Quando o assunto é internet, a principal preocupação das famílias é que seus filhos mantenham contato com desconhecidos. Essa variável é a mais destacada dentro das duas representações sociais analisadas. No entanto, nas famílias de classe média-alta essa preocupação foi mencionada por todas as famílias entrevistadas diante apenas da metade dos casos das famílias de classe média-média. *“Que eles podem se conectar com uma pessoa, marcar com ela e que não seja uma menina, nem um menino, claro, que seja um delinquente”* (mãe, classe média-alta).

Em relação à televisão, as principais preocupações das famílias variam de acordo com a

classe social. Nas famílias de classe média-média se destacam: (i) que o conteúdo visto apresente contra-valores e seja inadequado para a idade das crianças. *“Alguns programas que transmitem valores em que não acreditamos: ‘Então, certamente não é nada de positivo que eles vejam situações que ainda não estão prontos para assimilar’* (Pai e mãe, classe média). (ii) Quando os filhos assistem televisão, perdem tempo de realizar outras atividades: *“Preocupo-me que passem muito tempo na frente da TV, e eles parecem maravilhados. Quantas coisas vocês podem fazer? Podem sair, você tem brinquedos ...”* (Pai, classe média-média).

Na classe média-alta, a preocupação mais citada é que as crianças visualizem conteúdos inadequados a sua idade: *“Transmitem imagens que as crianças ainda não estão prontas para assimilar. Que vejam aqueles rótulos que escrevem embaixo: ‘seu irmão a estuprou quando ela era pequena’. Esse tipo de frase que impacta aos adultos, ‘O pai abusou dela e a vendeu’. Esse tipo de coisa”* (mãe, classe média-alta).

3.4. Pautas de controle estabelecidas em casa

As regras que regem o uso das telinhas também variam de acordo com a segmentação social. As famílias de classe média-alta, adotam como principal regra de controle proibir o acesso a salas de chat e a redes sociais, e também limitar o tempo de uso. *“No twitter, nem se ela quisesse eu deixaria. Ela não faz parte de nenhuma rede social. Eu falo pra ela: ‘tudo o que você quiser falar com seus amigos pode ligar pra eles, eu não me importo’”* (mãe, classe média-alta).

Enquanto isso, as famílias de classe média-média estão principalmente preocupados em limitar o tempo que os filhos estão conectados. *“Desliguem! Desliguem agora! Estão com um jogo que é agressivo, um jogo da internet. Eu te falo uma coisa: basicamente 90% dos jogos são agressivos. Mas eles são pequenos ainda. Quero dizer, são pequenos em relação ao que há de vir”* (mãe, classe média-alta). Apesar dessas preocupações, a maioria das famílias conversa muito pouco com seus filhos sobre suas preocupações, e sobre o que elas consideram perigoso na rede. Por serem iniciantes na internet os pais acreditam que ainda não é o momento de conversar com os filhos sobre os riscos existentes em rede.

3.5. Normas para ver TV

As principais formas de controle usadas pelas famílias são duas: restrição de conteúdo e limitação do tempo de uso. As restrições estão relacionadas com a proibição de algum conteúdo em particular, principalmente se um programa específico não parece apropriado para os pais. *“Eu não*



acho que o desenho Os Simpsons seja um programa para crianças. Alguma série sem que você tenha que dizer ‘que horrível’. Eu prefiro não assistir porque tem muitas questões que discutimos antes, que as crianças não são críticas, que eles absorvem e há valores que estão por trás que não compartilhamos. Neste sentido, não gosto de ver” (pai, classe média-média).

Nas famílias de classe média-alta há maior intervenção. Existem restrições expressas de tempo e as crianças sabem que não devem assistir a programação naquele horário. *“Enquanto não terminarem os deveres, enquanto não tenham tomado banho, enquanto não tenham finalizado suas atividades cotidianas, não podem assistir a TV. Se às 18 horas tiverem feito tudo isso, não podem estar colados na sala para assistir TV. Têm que fazer outra coisa... só podem ver a TV depois de jantar e antes de ir para a cama”* (mãe, classe média-alta). Ou em outro caso: *“Ligar a TV durante a semana, zero. Nos fins de semana, para ver o filme que passa parece razoável. Assistem duas horas ou, talvez, uma hora na sexta-feira e outra no sábado. Mais do que isso eu considero muito, também é um vício”* (mãe, classe média-alta).

Quando analisada a mesma variável na segmentação média-média: *“mais de uma hora eu acho muito, mas, por exemplo, para ver um jogo que tenha duração de duas horas, acho normal. Eu não controlo isso. Para mim, assistir futebol não é ver televisão. Mas sei que ele assiste TV do mesmo modo. Como é um jogo que dura duas horas... eu não tenho a sensação de que ele está vendo TV há duas horas, não. Tenho a sensação de que você ele viu um jogo de futebol”* (pai, de classe média). Em outra situação: *“Acho que durante a semana assistem TV. No máximo meia hora. No fim de semana muda mais. Se passamos mais tempo na rua, assistem menos, mas se passamos mais tempo em casa, assistem mais televisão. Bem, o tempo seguido que podem passar na frente da TV, umas três horas (fins de semana)”* (mãe, classe média).

3.6. Orientação das famílias sobre o uso das mídias

As famílias, de forma geral, ao invés de estabelecer critérios de orientação prévia sobre o uso dos meios de comunicação preferem impor normas de controle. Estas regras são normalmente associadas com as diretrizes de controle estabelecidas anteriormente: restringir o uso e limitar o tempo. A principal consequência da concentração das crianças nos canais temáticos infantis é que reduz a necessidade das famílias de exercer algum tipo de mediação na atividade das crianças. Os pais atuam apenas nos casos de tempo excedido. O conteúdo que as crianças assistem são, na sua maioria, aprovados pelas famílias. Em relação à internet, o nível de controle é ainda menor. Na pergunta: *O/A senhor/a orienta seu filho de algum modo sobre o uso de internet?* A maioria dos pais declara não conversar com seus filhos sobre os riscos potenciais na Internet, porque os



consideram jovem demais e muito iniciantes no uso das ferramentas digitais.

- *“Não, porque me limito a vigiar. Não, porque eu não o vejo capaz. Ainda não. Já veremos, tudo virá”* (mãe, classe média-alta).
- *“Não. É que, como ele usa na nossa frente... (pausa) e usa por pouco tempo...”* (mãe, classe média-alta).
- *“Eu não. Me surpreende que ele saiba usar. Ele começou esta semana ou na semana passada”* (pai, classe média-média).
- *“De qualquer forma, como não deixo eles usarem... Mas sim, eu falo: ‘Eu não gosto disso’, por exemplo, quando me pedem o messenger, o chat: ‘olha não o considero adequado, não é necessário, você terá problemas’, mas como eles não estão usando, eu não tive a necessidade de falar mais sobre o tema.”* (pai, classe média-média).

Considerações finais

Apesar da preocupação expressa sobre os riscos potenciais da rede, os pais estão mais acostumados a mediar o uso que as crianças fazem da televisão. Observamos que a razão para tal inconsistência é a falta de percepção das famílias da habilidade de uso dos filhos na internet. Entendemos que apesar de utilizar as atividades em rede de forma inicial, as crianças não estarão isentos dos riscos potenciais que possam surgir. As famílias quase nunca advertem os filhos sobre os possíveis riscos que estão por trás das mídias, se limitam em restringir o tempo de uso. Da mesma forma também não incentivam um uso saudável e didático que podem oferecer tais ferramentas.

Referências bibliográficas

- AGUADED, I. **Convivir con la televisión: familia, educación y recepción televisiva**. Barcelona: Paidós, 1999.
- CALLEJO, J. **Investigar las audiencias: un análisis cualitativo**. Barcelona: Paidós, 2001.
- BRINGUÉ, X.; CHALEZQUER, C. **La generación interactiva en Iberoamérica: Niños y adolescentes ante las pantallas**. Barcelona: Ariel, 2008.
- BARROSO, G. y MARTA LAZO, C. **Consumo y mediaciones de familias y pantallas: nuevos modelos y propuestas de convivencia**. Zaragoza, Gráfica Lema, 2008.
- DEBRAY, R. **Vie et mort de l’image: une histoire du regard en occident**. Paris NRF/Gallimard, 1992.
- ERC. **Estudo de Recepção dos meios de comunicação**. Lisboa: Aprova artes gráficos, 2008.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, M. et al. **El tercero ausente: investigación empírica sobre el papel de los adultos en la relación entre niños y televisión**. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia, 1998.
- HIMMELWEIT et al. **Television and the child: an empirical study of the effect of television on the child**. London: Oxford University Press, 1958.



- PRENSKI, M. Digital natives, digital immigrants. **On the Horizon**, NCB University Press, v. 9, n. 5, 2001.
- IBÁÑEZ, J. **Más allá de la sociología: El grupo de discusión: técnica y crítica**. Madrid: Siglo Veintiuno, 2003.
- LEMISH, D. **Children and television: a global perspective**. Oxford: Blackwell publishing, 2007.
- LIVINGSTONE, S.; DAS. R. **Media, communication and information technologies in the European family**. Department of Media and Communications, London, School of Economics and Political Science, 2010.
- LUHMANN, N. **Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general**. México: Universidad Iberoamericana y Alianza Editorial, 1991.
- MACIONIS, J. J.; PLUMMER, K. **Sociología**. Madrid: Prentice Hall, 2007.
- MARTÍN-BARBERO, J. **De los medios a las mediaciones**. Mexico: Gustavo Pili, 1987.
- MORLEY, David. **Televisión, audiencias y estudios culturales**. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, L.; PÉREZ ORNIA, J. L. Los gustos de la audiencia infantil y la producción televisiva: el conflicto pragmático de los responsables de la audiencia infantil. **Reis**, v. 99, p. 113-143, 2002.
- _____; _____. Programación infantil en la televisión española: inadecuación entre la oferta y la demanda. **Telos**, v. 54, p. 102-113, 2003.
- _____; _____. Lo que los niños ven en la televisión. **Zer**, v. 20, p. 133-177, 2006.
- PEREIRA, S. **A televisão na família: processos de mediação com crianças em idade pré-escolar**. Braga: Instituto de Estudos da Criança, Universidade do Minho, 1998.
- PONTE, C.; CARDOSO, D. **Entre nativos digitais e fossos geracionais: questionando acessos, usos e apropriações dos novos media por crianças e jovens**. Departamento de Ciências da Comunicação, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, 2008.
- PROTÉGELES. **Seguridad infantil y costumbres de los menores en internet**. Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid, 2008.
- REBOUÇAS, E., FIALHO, R. G. A prática interdisciplinar de ensino superior em Comunicação e Educação. In VASSALOS LOPES, M.I.; FRAU-MEIGS, D., **Comunicação e informação: identidades e fronteiras**. São Paulo/Recife: Intercom/Bagaço, 2000, p. 167-180.
- SÁNCHEZ, F.J.; MUÑOZ SENRA, J. Actitud y mediación de la familia hacia la exposición a internet de los niños y adolescentes: un enfoque de marketing. **EsicMarket**, v. 133, p. 161-189, 2009.
- SILVERSTONE, R. (2010): Domesticando a domesticação: reflexões sobre a vida de um conceito. **Revista Media & Jornalismo**, a.16, v. 9. p. 9-29, 2010.
- SCHRAMM, W.; LYLE, J. B.; PARKER, E. (1965): **Televisión para los niños: análisis sobre los efectos de la televisión**. Barcelona: Hispano-Europea, 1965.
- IBÁÑEZ, J. **Más allá de la sociología: el grupo de discusión: técnica y crítica**”. Madrid: Siglo Veintiuno, 2003.
- OROZCO, G. **Televisión, audiencias y educación**. Buenos Aires: Norma, 2001.
- LULL, J. **Inside family viewing: ethnographic research on television’s audiences**”. London/New York: Routledge/Comoedia Book, 1990.
- PÉREZ ALONSO-GETA, P. M. La socialización de la infancia en la sociedad de la información. **Revista galega do ensino**, n. 47, p. 1345-1365, 2005.