



A INFLUÊNCIA TELEVISIVA NO COTIDIANO INFANTIL: A RECEPÇÃO DE CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS¹

Petrúcio de Lima FERREIRA²
Josiane Carla Medeiros de SOUSA³
Faculdades Integradas de Patos, Patos, PB

RESUMO

O tempo de exposição excessivo da criança diante da televisão prejudica na formação da sua personalidade. A recepção de conteúdos diversos das emissoras desenvolve personagens moldados aos apelos audiovisuais. A ausência de compromisso voltado para uma televisão, que desperte a capacidade interpretativa e uma visão crítica dos conteúdos veiculados, anula a formação natural infantil. A TV educativa emite ao público uma mensagem de qualidade servindo de atividade complementar na educação dos menores, capacitando-os ao amadurecimento adequado sem suplantação de etapas.

PALAVRAS-CHAVE: criança; educação; recepção; televisão.

¹ Trabalho apresentado no GT – Audiovisual, do Iniciacom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social das FIP, email: jornalistapetrucioferreira@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Especialista do Curso de Comunicação Social das FIP, email: josianefip@hotmail.com



1 – INTRODUÇÃO

A evolução tecnológica apresentada cotidianamente nos meios de comunicação de massa, principalmente, através da televisão, influencia gerações futuras. Esta constante produção eletrônica invade as mentes infantis, agindo como detentora na formação de suas personalidades.

Segundo Pierre Weil (1994, p.196), “crianças de seis a dez anos de idade passam cerca de 23 horas semanais diante do aparelho de TV”. Esta afirmação contribui para a percepção de que a falta de uma atividade complementar, além da escola, compromete a formação educativa da criança.

O público infantil passa de três a quatro horas por dia exposto a uma programação televisiva que embora seja muitas vezes produzida por comunicólogos, está longe da proposta da TV educativa. Porém, de acordo com Frei Betto (2006, p.06), “educar é formar pessoas verdadeiramente humanizadas e felizes”.

A programação veiculada em rede nacional, sobretudo, nas principais emissoras, não favorece uma formação humanizada o que termina por influenciar na construção de valores, conceitos, modelos de conduta e comportamento sexual. Atribuições educativas destinadas aos pais e não a veículos comunicacionais.

Conforme Frei Betto:

Você não tem escolha: ou você educa, ou a Xuxa educa, não há alternativa. Se você não der educação religiosa a seus filhos – educação aqui entendida como valores evangélicos..., a Xuxa vai ensinar a eles o que é certo e errado, o que é bom e ruim, quem é o bandido e o mocinho, qual é o jogo ético, aético ou anti-ético da vida social. Você não tem escolha, ou seja, a formação da subjetividade é uma questão educativa da maior importância (FREI BETTO, 2006, P.06).

Diante desta afirmação, percebe-se que a formação da criança é influenciada pelas diferentes formas de signos e linguagens absorvidas por ela. O formato dos programas infantis, por exemplo, com auditório e as apresentadoras como várias que se destacaram no cenário midiático nacional, como Xuxa, Angélica, dentre outras, marcaram uma época, com audiência que garantiam discípulos e fãs no meio infantil.

Segundo Cristine Fort (2006, p.25), “ao estudar a fundo o perfil do consumidor, o conteúdo simbólico vinculado ao veículo procura fomentar o consumo de massa. (...) É importante reportar os mecanismos básicos do funcionalismo que, no caso das televisões comerciais, servem até hoje”.



Uma emissora capaz de gerar programas educativos é quase impossível de manter-se viva no mercado. As audiências são baixas e para estar inserida num mercado competitivo, onde se busca audiência a qualquer custo, é necessário, manter esse número elevado, em consequência da veiculação de propagandas.

Propor uma televisão educativa numa sociedade como a nossa é mostrar ao telespectador qualidade da linguagem e imagem apresentada diante do aparelho de TV.

O audiovisual efetiva a comunicação. Algumas sociedades são denominadas “teledependentes”, pois sua população tem na televisão uma das únicas maneiras de aquisição da informação. Ao implementar o conhecimento fonético-silábico das línguas por estímulo audiovisuais, a probabilidade da mensagem chegar aos receptores é maior. Isso, no entanto, não significa qualidade de informação ou de recepção, mas sim, quantidade de informações transmitidas (FORT, 2005, p.28).

A dependência dos pais através da televisão contribui para que o filho se torne dominado, igualmente sua família. A viabilidade da informação por meio da TV em algumas sociedades é a única, porém, o modelo de informação recebida preocupa os educadores.

Com a falta de compromisso para uma programação educativa, os filhos se tornam “teledependentes”, o que é considerado um fator preocupante. As emissoras não estão atentas à qualidade, prioritariamente, estão interessadas na quantidade de informações transmitidas, esteja quem estiver assistindo. A forma que a mensagem é emitida não caracteriza a intelectualidade do receptor.

2 – PROCESSOS DA RECEPÇÃO

O fascínio emitido pela televisão diante dos espectadores retrata uma relação de dominância do que está sendo transmitido para quem o assiste.

Conforme Souza:

Os meios de comunicação são vistos, no caso não apenas como veículos, mas como expressão de uma instância pública que indaga, e também reconhece, os espaços de construção de valores, ainda que sejam valores grupais. Tais espaços são ao mesmo tempo de negociação e de debates, já que os valores, longe de serem expressão de sentido dado apenas pelo produtor ou pelo receptor são o que exprimem o processo mesmo no qual eles ocorrem (SOUZA, 2002, pp: 35-36).



Os meios comunicacionais produzem recortes da realidade veiculando o dia-a-dia das pessoas, com isto, a construção de valores cabíveis ao receptor do conteúdo transportado, estará retratado dentro da realidade assistida por cada um.

Diante disto, identifica-se a presença de mensagens capazes de influenciar o cotidiano do receptor. Conforme uma relação de fascínio da veiculação da imagem emitida pela televisão, percebe-se no telespectador que a emissão da mensagem aparece sob o predomínio de quem a emite.

Uma relação de dominância que apresenta como se o emissor fosse grande e compusesse todo o composto de comunicação, se sobressaindo em cima do receptor que é tido como pequeno, fraco e um consumidor desnecessário.

Com isto percebe-se que a relação é como se um não necessitasse do outro. O canal para a veiculação da mensagem até o receptor é a TV e para que essa mensagem possa ser repassada é necessário um emissor.

Martin-Barbero (2002) lembra a importância de ambos estarem em sintonia para que a absorção do conteúdo possa se dar por completa. O receptor necessita estar apto a receber a mensagem, para que de acordo com seus conhecimentos desabroche sua capacidade interpretativa.

Segundo Barbero:

A recepção não é somente uma etapa no interior do processo de comunicação, um momento separável, em termos de disciplina, de metodologia, mas uma espécie de um outro lugar, o de rever e repensar o processo inteiro da comunicação. Isto significa uma pesquisa de recepção que leve à explosão do modelo mecânico, que, apesar da era eletrônica, continua sendo o modelo hegemônico dos estudos de comunicação (MARTIN-BARBERO *apud* SOUZA (org.), 2002, p.40).

O autor retrata uma crítica em relação aos veículos de comunicação, onde, apesar de termos eletrônica em alto nível, continuamos agindo da forma mecânica. Este modelo serve para veicular ao receptor tudo o que já está pronto, definido, concluído.

O receptor estará sempre pronto para acatar as decisões do emissor, é como guardar o nosso material em uma bolsa. Desta forma, a recepção seria ignorada pelo fato de servir de depósito da mensagem.

A inovação metodológica dos meios favorece para o amadurecimento das personalidades individuais, com isso há necessidade de repensar o processo de



comunicação. A formação de opiniões é diagnosticada na TV, principalmente, quando lembra-se o filme *Muito Além do Cidadão Kane* (1993), Simon Hartog.

Nele presenciamos a recepção da mensagem mostrada através do grande poderio comunicacional e econômico da TV Globo. A influência sobre a população veiculada no horário de maior audiência, elegeu o candidato a presidente do Jornalista Roberto Marinho, nas eleições diretas de 1989.

Diante deste exposto, verifica-se a influência direta realizada por parte dos comunicólogos, de acordo, com os interesses de propagação do conteúdo para a sua emissora. Um exercício de parcialidade mostrado na sobrevivência do mercado competitivo de todos.

É indubitável que o estudo da recepção, [...] quer resgatar a vida, a iniciativa, a criatividade dos sujeitos; quer resgatar a complexidade da vida cotidiana, como espaço de produção de sentido; quer resgatar o caráter lúdico da relação com os meios; quer romper com aquele racionalismo que pensa a relação com os meios somente em termos de conhecimento ou de desconhecimento, em termos ideológicos; quer resgatar, além do caráter lúdico, o caráter lidibinal, desejoso, da relação com os meios (MARTIN-BARBERO *apud* SOUZA (org.), 2002, p.54).

A recepção encontra-se voltada para o consumismo, a publicidade veiculada na televisão leva aos espectadores a serem fascinados pelos slogans oferecidos onde em sua maior concentração mostra a dominação por parte do consumidor.

A mensagem emitida ao receptor é cuidadosamente preparada para que ao recebê-la, o espectador realize o objetivo da publicidade. O telespectador é quem decide as suas atitudes, no entanto, a boa emissão de um determinado conteúdo instiga ao consumidor. Não importa a qualidade dos programas onde são apresentados os produtos, o importante é a forma de leitura que cada um faz diante da linguagem oferecida pela TV.

Diante do exposto verifica-se na receptividade dos conteúdos apresentados, a formação de personagens caracterizados de acordo com o que lhes foi apresentado ou desenvolvendo atitudes geradas em um aparelho de TV.

3 – RECEPÇÕES DOS CONTEÚDOS PELAS CRIANÇAS



O absorvimento de conteúdos pelas crianças diante de programas que levam ao espectador um discurso adulto voltado para temas de cunho intelectual prejudica sua formação infantil. A recepção feita por eles é decodificada de acordo com o seu entendimento.

Este público entenderá de assuntos conforme o seu raciocínio, como também, aprenderá novas informações. A receptividade das mensagens deverá estar sob vigia dos pais. Considerando que crianças vêem, em média, de três a quatro horas de televisão por dia.

Na ausência de pais que regulem o que seus filhos devem ou não assistir, é perceptível a abordagem de temas que eles ainda nem viram na escola. A formação precoce suplanta etapas na vida infantil.

Conforme Roseli Azambuja:

A TV aparece, assim, como um importantíssimo celeiro de modelos de identidade, de modelos de composição do ser. Nesse processo de constituição de uma identidade social e sexual “sou homem”, “sou mulher” – a criança vai buscar na TV modelos de identificação e a TV, reforçando a admiração por pessoas e personagens do próprio sexo, vai fornecer ou dar contornos a essas imagens (AZAMBUJA apud SOUZA, 2002, p.128).

A televisão forma identidades de todas as faixas etárias, a sobreposição do emissor deste canal, induz ao receptor executar tarefas e meios dos quais eram desconhecidos. A informação direciona-se ao público de ambos os sexos, mesmo aqueles que estão em fase de construção da personalidade.

Os pais possuem seu caráter formado com o amadurecimento, no entanto, os filhos estarão procurando meios ou modelos de identificação para sua rápida formação intelectual. A admiração por pessoas do mesmo sexo contribuirá para o desenvolvimento acelerado da criança.

O fascínio da imagem televisiva seduz o público infantil suplantando etapas, como raciocínio lógico. O “modelo mecânico” de Martin-Barbero, é explícito quando a criança em frente à TV recebe a mensagem pronta e concluída. Elas necessitam manter seus cérebros em constante funcionamento, a TV deve instigar a capacidade interpretativa, principalmente, os menores.

A grande demanda de fatos reais nas emissoras reproduz “bonecos mecânicos” voltados para desenvolver a mensagem veiculada nas comunicações diversas.



4 – REFLEXOS NO PÚBLICO INFANTIL

A comunicação de massa presente na vida infantil, por meio da televisão produz reflexos, a partir, da receptividade das informações veiculadas. Os modelos educacionais são de caráter paterno e materno, a TV não estará preocupada com a formação de valores, conceitos e comportamentos por parte do receptor.

As emissoras em sua grade de programação, não estabelecem o histórico do programa que irá ser apresentado, desta forma, presenciaram-se transmissões voltadas à violência e a sexualidade, principalmente. A imagem envolve o receptor a deixá-lo nervoso, alegre, triste, entusiasmado, angustiado, enfim, uma relação de emoções fortes atingindo seu público.

Segundo Marcondes Filho (1993, p.88), “a violência da TV é idêntica a violência com que a sociedade trata aqueles que ousam romper com esse princípio de realidade e desafiá-la”. A criança em sua fase de desenvolvimento presenciará tiroteio entre policiais e bandidos inseridos no seu cotidiano. Os desenhos animados presenciados por elas que abordam a mesma esfinge, geram confusões em sua mente.

Ao assistirem cenas ou receberem informações violentas acarretará na personificação de menores violentos. A Psicologia Social enfatiza que a veiculação de informações ou desenhos agressivos molda crianças agressivas junto a seus pais, como também, junto a outras crianças.

A televisão retrata a sociedade não se importando com o público espectador, a privação de conteúdos veiculados esconderão da criança a forma como ela deverá encarar a sociedade. O público infantil não tem culpa de se tornar violento pela mostra de assuntos inadequados, no entanto, a falta de uma TV educativa, onde este tipo de informação possa ser emitido, contando com uma mensagem apropriada, acarretará no conhecimento da realidade, sendo que de forma convencional aos seus entendimentos.

Educar em uma sociedade tecnológica onde transmitir informação é característica do século XXI, não é tarefa fácil. Abordar idéias sobre comportamentos sexuais contorce os pais por serem inibidos a realizar uma conversa com os filhos, sobre temas polêmicos.

As emissoras apresentam conteúdos de sexualidade, geralmente, em novelas, minisséries, filmes exibidos a tarde ou durante a sua programação noturna, não lhe pertencendo o direito de dizer quem deve ou não assistir. A programação é algo independente de cada uma.



No entanto, ao assistir uma cena erótica, em um determinado programa, uma criança que não possua conhecimento suficiente sobre tal ato, poderá chocar-se e exibir um trauma prejudicando seu desenvolvimento futuro.

A suplantação de etapas que deveriam acontecer de forma natural, acaba por influenciar nos modos e nas atitudes do adulto do amanhã. A sociedade contemporânea e o desenvolvimento populacional acelerado exigem das crianças uma maior evolução nos diversos aspectos.

Conforme Nogueira de Deus:

As cenas eróticas que, igualmente, aparecem cada vez com maior frequência. São um estímulo à erotização precoce das crianças. Hoje, as crianças não querem mais usar roupas de criança. Querem roupas iguais às dos adultos. Querem parecer atraentes, embora ainda não tenham consciência do que seja um romance, da carga de emoções envolvidas e, além disso, ainda não querem realmente um namoro (Disponível em: <http://www.lepanto.com.br/TVecria.html>. Acesso em: 01 abr 2008).

A contemporaneidade da sociedade em massa, desenvolveu atitudes e doaram espaços as crianças. Em décadas passadas tínhamos um público infantil com vestimentas adequadas, no entanto, com a evolução tecnológica de todos os meios as influências sofridas, principalmente, na veiculação de publicidades e propagandas exibidas na TV, levam aos menores estimularem o desejo de se tornarem adultos.

O grau de complexidade de um romance, as diversas fases engolidas pelas crianças despertam o amadurecimento precoce. Etapas estão sendo suplantadas, modernizando seres que possuem idade para brincar e se divertir. Com essas novas tendências apresentadas na sociedade, está sendo mostrado a antecipação de responsabilidade do público infantil.

Desta forma, a influência emitida pela TV é comprovada quando crianças desejam seguir modos veiculados. As mensagens são absorvidas levando ao público o consumismo de produtos para seguirem uma moda e, as crianças parecerem com os adultos.

5 – TV EDUCATIVA

Grande parte das futuras gerações estão diante da televisão buscando suas próprias formações. A maior parte dos pais confere a televisão à responsabilidade de ensinamento para com seus filhos de temas vivenciados no cotidiano.



Independente do nível social, econômico e cultural dos pais, todos anseiam por uma TV de alto nível. Para isso é necessário uma emissora que divirta, porém, que informe ajudando a criança a compreender a sociedade em que vive gerando aspectos positivos.

É necessária uma televisão que mantenha determinado equilíbrio entre informação e entretenimento. A estimulação à curiosidade é um ponto diferente das outras emissoras de “modelo mecânico”. A constante busca pelo conhecimento e o despertar do senso crítico da criança é prepará-la para o futuro

Segundo Martin-Barbero:

É de qualidade uma televisão que desenvolve o que caracteriza sua própria capacidade como meio de comunicação, isto é a de captar a vida, suas rotinas e surpresas, [...] ao mesmo tempo em que expressa uma estética própria mediante a permanente experimentação de suas linguagens e expressividade (MARTIN-BARBERO *apud* FORT, 2005, p.87).

Uma televisão de qualidade não se preocupa com o número de audiência que ela possui, quantidade de espectadores não é sinônimo de qualidade. Uma TV educativa desperta o interesse pela curiosidade no receptor, como também, requer deste uma capacidade interpretativa.

A construção deste produto midiático constitui uma política democrática levando ao cidadão os direitos à informação e ao entretenimento. Trabalhar a realidade adequando-a uma linguagem expressiva de conteúdos que busquem novas descobertas é dever da TV educativa que desempenha semelhança diante às demais emissoras, no entanto, a forma de propagar a informação apresenta diferença.

Transmitir algo pronto e concluído é relativamente fácil a ter que instigar a capacidade de interpretação do receptor. A TV de qualidade amplia as possibilidades culturais de comunicação, já que é uma política de democracia.

O aumento do nível intelectual das pessoas retrata uma exigência maior de seletividade dos programas, levando ao espectador exigir um melhor conteúdo. Desta forma, os usuários compreenderão os bons serviços e estarão aptos a participar da comunicação.

De acordo com Cristine Fort (2005, p.100), “a mais clara caracterização de televisão pública (as emissoras de televisão educativa são públicas) é que essas ao contrário da comercial interpela mais ao cidadão que ao consumidor”. Diferentemente



das outras emissoras a televisão educativa volta sua programação para construir cidadãos que sejam atores sociais e com isso, detenham diferentes formas de produzir cultura.

As outras emissoras expõem mensagens de caráter consumista, voltadas pra influências fortes de cunho dependente. O emissor mostra um papel dominante para com a sociedade em geral.

A pluralidade de aspectos oferecidos pelas diferenças geopolíticas, vêm na TV pública um audiovisual uniformizado diante de suas bases para a veiculação comum da cultura nacional, envolvendo aspectos sociais, ideológicos e políticos.

6 – EXEMPLO DE TV EDUCATIVA

A primeira emissora educativa a entrar no ar foi a TV Universitária do Pernambuco, vinculada ao Ministério da Educação, em 1967. Desde então, surgiram outras emissoras ao longo da década de 70, os estados eram contemplados através de fundações públicas ou privadas vinculadas às Secretarias de Governo Estadual ou através de universidades ligadas ao Ministério da Educação.

Até os anos 80 tivemos a veiculação de programas estritamente educativos, no entanto, com o passar dos anos foram introduzidos programas de cunho jornalístico, cultural e de entretenimento. Com a criação da Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC) em 1997 e com a inserção deste grupo na formação da Rede Pública de Televisão (RPTV) em 1999, objetivando a uniformidade da grade de programação televisiva às emissoras associadas, começaram a transmitir à população uma diferença de característica inicial fomentada na educação.

Atualmente, dispomos de inúmeras TVs educativas, porém, a de destaque a nível nacional é a TV Cultura tendo uma programação educativa e cultural voltada para a construção de personagens capacitados, despertando o seu potencial intelectual sob o comando de programas devidamente preparados para serem exibidos sem causar transtornos familiares.

A TV paulistana é mantida pela Fundação Padre Anchieta, que não possui fins lucrativos recebendo recursos públicos, através do Governo do Estado de São Paulo, e privados, através de propagandas (de cunho educativo-cultural), apoios culturais e doações das grandes corporações. O programa educativo de maior sucesso da TV Cultura é o Castelo Rá-Tim-Bum recebendo vários prêmios importantes, sendo tema de um longa-metragem denominado, Castelo Rá-Tim-Bum, o filme.



7 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A eficiência com que a imagem chega aos nossos aparelhos televisivos emite sedução e declínio de conteúdo na personificação do ser em desabrochamento. O mundo da comunicação oral/visual apresenta persuasão na vida do seres, promovendo uma relação extensiva que se move num ritmo acelerado.

O formato educacional veiculado na programação televisiva das grandes emissoras compromete a relação envolvendo pais e filhos. Educar requer métodos, no entanto, na ausência de uma família participativa, a criança é entregue aos apelos televisuais. A escola, por si só, não assegura uma educação completa, sendo necessária uma atividade complementar que contribua para o seu amadurecimento.

A televisão baseada nos seus índices de audiência não transmite qualidade aos seus receptores, o mercado da publicidade e da propaganda, busca altos índices para veicular conteúdos que possam atingir o seu público alvo. A quase despercebida TV educativa resiste neste meio através de projetos governamentais, sendo a única a apresentar uma grade educativa. A TV Cultura, de destaque nacional, emite mensagens de interpretativas contribuindo para o desenvolvimento de pensadores críticos na sociedade.

Esta influência do meio televisivo no cotidiano da criança expressa formação precoce de conteúdos que necessitam de um amadurecimento natural. A recepção das mensagens audiovisuais não desperta estimulação ao pensamento crítico e interpretativo, e a permanência desta dominância voltada para o consumismo, benefício do mercado, acarretará na formação mecânica de futuras gerações moldadas nos formatos que a televisão pode oferecer.

Diante da falta de uniformidade na estruturação dos programas televisivos, torna-se perceptível as contradições às ordens estabelecidas. O jogo dos conteúdos apresentados pelas emissoras prejudica o público infantil mediante as diversas cargas de emoções expostas. Esta espetacularização institui planos de ação estabelecendo métodos de benefício próprio ao seu caráter de espetáculo.

Desta forma, a simples representação de conteúdos com a ausência de uma programação educativa e que despertem curiosidades, se resume à fase inicial da criança que busca novos conhecimentos o que lhe parece atraente, e decepciona a frustração de presenciar o saturado que nada mais há de contribuir para a sua formação.



REFERÊNCIAS

- BETTO, Frei. **Assim me eduquei**. Jornal Missão Jovem, Florianópolis, Março 2006.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 2004.
- BOSSA, Nádía A.; OLIVEIRA, Vera Barros de. (orgs). Avaliação psicopedagógica da criança de sete a onze anos. 12. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- FORT, Mônica Cristine. **Televisão educativa: a responsabilidade pública e as preferências do espectador**. 1.ed. São Paulo: Annablume, 2005.
- HARTOG, Simon. **Muito além do cidadão Kane**. Londres: BBC, 1993. 1 fita de vídeo (105 min), son., color., DVD.
- LEAL, Aroldo Rodrigues. ASSMAR, Eveline Maria. JABLONSKI, Bernardo. **Psicologia Social**. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.
- LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: Uma perspectiva pós-estruturalista**. 8. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.
- MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2003.
- NOGUEIRA DE DEUS, Leonardo. **A TV e a Criança**. <<http://www.lepanto.com.br/TVecria.html>> Acesso em: 01 abr. 2008.
- MARCONDES FILHO, Ciro. **Televisão: a vida pelo vídeo**. 3. ed. São Paulo: Moderna, 1993.
- PAIVA, Flaubert Cirilo Jerônimo de. **Dramaturgia e jornalismo: A transformação de personagens em sujeito e as suas influências na recepção de notícia televisiva**. GT – História da Mídia Visual, In: I Encontro da História da Mídia Regional. São Paulo / Campina Grande: Rede Alfredo de Carvalho / UEPB, 2006.
- PEREIRA JR., Luiz Costa (org.). **Ávida com a TV: o poder da Televisão no cotidiano**. 2.ed. São Paulo: Senac, 2005.
- SOUSA, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.
- WEIL, Pierre. **A criança, o lar e a escola**. 16. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

