



Consumo de mídia e leituras da classificação indicativa: um enfoque de gênero¹

Monyse Ravenna de Sousa Barros²
Thibério Fonseca Azevedo³
Inês Vitorino Sampaio⁴

Resumo

. O artigo analisa os resultados de uma pesquisa que buscou compreender o olhar das crianças sobre a qualidade da programação televisiva, tendo como recorte as diferenças na avaliação de meninos e meninas de duas cidades do interior cearense sobre a TV e o sistema de classificação etária. A relação estabelecida entre os adolescentes e as mídias também é discutida, com ênfase na televisão. O recorte de gênero foi priorizado na análise dos dados. Neste artigo, a proposta é refletir sobre as diferenças no consumo de mídia televisiva feito por meninos e meninas. A análise revela que a especificidade de gênero se impõe no processo de escolha dos horários em que geralmente assistem TV e no tipo de programa escolhido.

Palavras-chave

Classificação indicativa; Consumo; Gênero; Televisão

Corpo do trabalho

Os adolescentes e as mídias – uma breve introdução

O artigo apresenta um pequeno recorte no âmbito de uma pesquisa mais extensa acerca das “Leituras da Criança e do Adolescente sobre a Qualidade Televisiva e os Sistemas de Classificação Etária”, desenvolvida pelo Grupo de Pesquisa da Relação

¹ Trabalho apresentado no IJ- 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de Graduação. 8º semestre do Curso de Comunicação Social da UFC. Bolsista de Iniciação Científica (CNPq/Pibic) do Grupo de Pesquisa das Relações Infância, Adolescência e Mídia (Grim-UFC), e-mail: monyseravena@gmail.com.

³ Estudante de Graduação. 8º semestre do Curso de Comunicação Social da UFC. Pesquisador voluntário do Grupo de Pesquisa das Relações Infância, Adolescência e Mídia (Grim-UFC), e-mail: thiberio86@gmail.com.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora-doutora do Curso de Comunicação Social da UFC. Nessa mesma instituição, coordena o Programa de Pós-graduação em Comunicação e o Grupo de Pesquisa das Relações Infância, Adolescência e Mídia (Grim-UFC), e-mail: ines@ufc.br.



Infância e Mídia (GRIM-UFC)⁵ nos anos de 2006 e 2007. A pesquisa foi feita com a participação de 120 (cento e vinte) estudantes do Ensino Fundamental no Ceará. Desse total, 60 (sessenta) residem na capital, Fortaleza, e outros 60 (sessenta) em duas cidades do interior do Estado: Aquiraz e Quixadá.

Neste artigo, será priorizada a análise dos dados coletados com o grupo do interior haja vista a necessidade de conhecer melhor a realidade destes grupos etários para além das grandes metrópoles, como prevalece em pesquisas sobre o tema, nas quais continuamente são invisíveis as crianças e adolescentes que vivem afastados da realidade dos centros urbanos.

Também consideramos importante traçar um panorama a partir do olhar de crianças e adolescentes do interior que na maioria das vezes, são invisíveis nas pesquisas de opinião. Em quase toda a grade de programação da TV brasileira não existem conteúdos locais contextualizados que respeitem os direitos das crianças e adolescentes.

Hoje, é inegável a importância da comunicação midiática no dia a dia de das famílias. A TV influencia suas escolhas e opções de consumo. Por sua vez, crianças e adolescentes possuem necessidades diferentes, anseios, dúvidas e carências diferentes, inclusive no campo do entretenimento, incluindo aí o que escolhem da televisão para consumir. Os resultados da pesquisa da qual trataremos aqui evidencia algumas dessas diferenças no consumo da TV.

A centralidade da televisão na cultura infanto-juvenil

A forte inserção das mídias eletrônicas no cotidiano infanto-juvenil é uma característica marcante das culturas contemporâneas (CARLSON; FELITZEN apud SAMPAIO, 2006). A centralidade da televisão na cultura juvenil, marcada por uma

⁵ A pesquisa conta com financiamento do CNPq e é coordenada pela Profa. Inês Vitorino. Integram a equipe do projeto os Professores Andréa Pinheiro (UNIFOR) e Nonato Lima (UFC), o bolsista do CNPq Tiago Fontoura e a pesquisadora voluntária Iliada Damasceno. Neste artigo, faremos a análise dos dados coletados com o grupo do interior haja vista a necessidade de conhecer melhor a realidade das crianças e adolescentes para além das grandes metrópoles, como tem sido mais comum em pesquisas sobre o tema. Nossa análise também fará o recorte de gênero



cultura mundo que propicia a vivência de temporalidades plásticas, é notória como bem afirmam os autores Jesús Martín-Barbero e German Rey (2004):

As mídias de massa, cooptadas pela televisão, se converteram em poderosos agentes de uma cultura-mundo que se configura atualmente da maneira mais explícita na percepção dos jovens e na emergência de culturas sem memória territorial, ligadas à expansão da televisão, do disco ou do vídeo. Culturas que se acham ligadas a sensibilidades e identidades novas: de temporalidades menos “longas”, mais precárias, dotadas de uma plasticidade para amalgamar ingredientes que procedem de mundos culturais muito diversos e, portanto, atravessadas por descontinuidades, nas quais convivem gestos atávicos, resíduos modernistas e vazios pós-modernos (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004: 43).

Sampaio⁶ afirma que a mídia televisiva trouxe a pluralidade de linguagens como forma característica de comunicação nas esferas públicas instituídas mediante a sua intervenção. A mídia televisiva caracteriza-se, ainda, por oferecer uma programação contínua, serializada e segmentada, com características acentuadas de fragmentação, multiplicidade e velocidade que facilitam à criança e ao adolescente ingressarem numa esfera pública que é comum ao público adulto.

A quase onipresença da televisão nos lares brasileiros é uma realidade. Em todas as classes sociais, no campo, na cidade, sua programação é acompanhada por meninos e meninas que crescem já ao som mecânico da TV. Em nossa sociedade, cada vez mais, a televisão vem assumindo um papel *pedagógico*, que, contudo, nem sempre é o desejado. Representações sociais são apresentadas pela TV como modelos e se alojam em nossa memória coletiva (Portelli, 1997).

Isso significa que é impossível saber o que a televisão faz com as pessoas, se desconhecermos as demandas sociais e culturais que as pessoas fazem à televisão. Demandas que põem em jogo o contínuo desfazer-se e refazer-se das identidades coletivas e os modos como elas se alimentam de, e se projetam sobre, as representações da vida social oferecidas pela televisão. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004: 41)

Nesse contexto, a publicidade veiculada nos intervalos comerciais, como também aquela inserida no interior dos programas, de forma explícita ou não, apresenta uma série de orientações para as crianças e adolescentes. O que comer, o que vestir, como se comportar, a cor preferida, o brinquedo predileto tudo vira tema (e subsídio) para a publicidade exibida em horários com uma alta audiência infantil. Porém na

⁶ SAMPAIO, Inês Vitorino. *Mídia, Publicidade e Infância*. São Paulo: Anna Blume, 2000.



pesquisa constatamos que 80% dos meninos e 70% das meninas não escolheram a publicidade como um dos gêneros televisivos preferidos.

Este artigo tem como centro de sua reflexão a opinião das próprias crianças no que diz respeito às leituras que fazem do consumo e da qualidade da TV. Verificamos que nas cidades pesquisadas do interior cearense predomina o acesso somente à televisão aberta.

Uma reflexão acadêmica que pretenda lançar um olhar sobre o cotidiano da criança e do adolescente e sua relação com a TV, ganha maior representatividade e legitimidade quando considera também as leituras dos sujeitos que estão diretamente envolvidos nesse processo, em nosso caso as crianças e adolescentes que se encontram no interior cearense, e não somente as leituras de especialistas.

Cada vez mais se reconhece a importância de incorporar as crianças na pesquisa, não apenas como objetos de investigação, mas como atores importantes no próprio processo de investigação. Essa questão, para a qual nos chamou a atenção Martins (1991) já há vários anos, tem resultado em estudos que contribuem para compreender as várias infâncias, acrescentando às discussões as visões das próprias crianças e não apenas dos que as observam (DEMARTINI, 2006: 113).

A compreensão de que existem e coexistem várias infâncias que é destacada por Demartini (2006) nos leva a destacar a importância de que sejam considerados nos processos de análise os diferentes contextos culturais e regionais em que os sujeitos da pesquisa estão inseridos. Esta é também uma das motivações para investigarmos uma realidade pouco considerada – o interior do estado, em nossa pesquisa.

As interações que se estabelecem entre as crianças, os adolescentes e a TV são as mais diversas. Em alguns casos a programação vista por meninos e meninas é determinante para que os mesmos se afirmem com pertencentes a algum grupo social. Em outros podemos perceber a influência da programação televisiva na composição dos sonhos das crianças e também na sua admiração por determinados padrões de beleza.

Os modelos citadinos são hegemônicos na programação comercial exibida no Brasil. Algumas exceções se apresentam no campo da dramaturgia com algumas novelas que possuem como cenário o meio rural. Contudo, geralmente, essas novelas, quando possuem como cenário o interior do País, apresentam personagens caricatos e que se contrapõem ao “moderno” das cidades.

Também no campo jornalístico também só alguns poucos programas tem o interior do País como espaço principal e, quando isso acontece, as discussões giram em torno de alguns aspectos econômicos como a agricultura e a pesca. Por conta disso



muitos modelos citadinos são aceitos como referência, mesmo em realidades distintas como a do interior cearense.

Meninos e Meninas: sobre televisão e modelos

O sistema de sexo-gênero é tanto uma construção sócio-cultural, quanto um aparato semiótico que atribui significado, identidade, valor, prestígio, etc. A indivíduos dentro da sociedade As representações de gênero se traduzem em posições sociais que trazem consigo significados diferenciais, de modo que o fato de alguém ser representado ou se representar como masculino e feminino subentende a totalidade daqueles atributos sociais (De Lauretis, 1994).

Segundo Yépez e Pinheiro no artigo *Socialização de gênero e adolescência*:

O conceito de gênero consolidado na expressão *relações de gênero* representa a aceitação de que a masculinidade e a feminilidade transcendem a questão da anatomia sexual, remetendo a redes de significação que envolvem diversas dimensões da vida das pessoas.

Nessa perspectiva, as relações de gênero permeiam, dinamicamente, todo o tecido social, manifestando-se de formas específicas nos diferentes grupos sociais, ainda que mantendo, geralmente, a hierarquização como marca.

Na reflexão particular acerca do poder de influência da mídia televisiva na formação da identidade de gêneros entre crianças e adolescentes, destacamos que a telenovela colabora no processo de socialização diferenciada para meninos e meninas, para rapazes e moças, veiculando modelos que favorecem a identificação de gênero, dentro do modelo patriarcal conservador, como é discutido por Del Priore (1993) do ponto de vista da sua construção histórica. Outro gênero televisivo que estabelece padrões de beleza entre as crianças e os adolescentes, particularmente as meninas, são os desenhos animados, que na maioria das vezes, reproduzem o padrão de beleza das passarelas para as heroínas infantis.

Neste trabalho temos como sujeitos as crianças e adolescentes. Sobre o conceito de adolescência nós o consideramos plural e perpassado por condicionantes diversos, particularmente pelas inserções de classe social e de gênero. O que é facilmente notado



ao analisarmos os números resultantes da pesquisa em uma breve análise comparativa entre as predileções de estudantes de escolas particulares e públicas, como também as diferentes opções entre meninos e meninas no que diz respeito ao consumo de mídia.

Conseqüentemente, as relações de gênero situadas sempre em contextos sociais específicos demarcam espaços, delimitam possibilidades e configuram matrizes ou modelos de interação entre as pessoas, implicando pressões sobre aquelas que as transgridem ou subvertem. De acordo com Fávero:

Destaca-se, assim, o fato de que as relações de gênero e de classe social exprimem relações de poder, as quais nem sempre são vivenciadas de modo reflexivo, apesar das contradições e hierarquias que geram.

3. Consumo de mídia e leituras da classificação indicativa: um enfoque de gênero

As primeiras questões da pesquisa giram em torno do contato das crianças com a televisão⁷. Na primeira pergunta as crianças marcaram os meios que tinham maior contato – entre jornal, revista, televisão, rádio, computador e celular⁸. Todos os meninos e meninas escolheram a TV como o meio de comunicação que têm maior contato e em segundo lugar para os meninos o rádio e para as meninas o celular.

Cerca de 40% é a porcentagem de crianças cujas famílias possuem uma ou duas tv's. 37% possuem aparelhos de televisão no quarto e nesta questão não houve variação em relação ao gênero dos participantes da pesquisa. O número de crianças que assiste televisão todos os dias é elevado, variando em 10% entre meninas (83%) e meninos (93%).

E o que atrai uma criança para assistir um programa? Segundo a pesquisa, 60% das crianças consideram que um bom programa deve ser divertido para ser considerado bom. Além disso, 33% das meninas e 20% dos meninos preferem os programas com teor educativo.

Quanto aos programas preferidos, os desenhos animados responderam por 90% da escolha de ambos os sexos. Os filmes ficaram em segundo lugar nesta questão, sendo

⁷ O questionário utilizado na pesquisa encontra-se em anexo ao artigo

⁸ Nesta questão as crianças podiam marcar mais de uma alternativa



que os meninos (97%) assistem mais que as meninas (77%). A grande diferença aparece na preferência por novelas, maior entre as meninas, com 73% contra 47% dos meninos. Apenas 30% das meninas e 20% dos meninos afirmaram apreciar as propagandas.

Em sua maioria, as crianças consideram bons os programas que assistem, variando de 87% dos meninos para 97% das meninas. Ao avaliar os programas assistidos pelos amigos esse número caiu: 73% dos meninos e 53% das meninas consideram que os programas assistidos por seus amigos são bons. As duas perguntas foram feitas para se obter maior precisão na avaliação que as crianças fazem da programação televisiva.

Comparando as avaliações, podemos chegar a duas conclusões. Por ser pequena a variação de julgamento da qualidade da programação entre os meninos, consideramos que eles, em sua maioria, assistem aos mesmos programas. Já as meninas se mostraram mais críticas em relação aos programas assistidos por seus amigos, com uma variação considerável.

A análise das respostas revela uma criticidade maior das meninas, no que se refere, à programação da TV que assistem, o que pode ter relação com o hábito mais disseminado entre as mulheres de discutirem entre si a programação que assistem ou ainda a influência da opinião dos pais, como veremos adiante.

As crianças também consideraram os cuidados de seus pais em relação à programação da TV. Cerca de 40% das meninas afirmaram assistir os programas sozinhas, 30% com os irmãos, 10% acompanhadas por amigos e 17% pelos pais. Quanto aos meninos 43% disseram assistir TV sozinhos, 43% acompanhados pelos irmãos, 3% por amigos e 10% pelos pais.

Cerca de 93% das meninas e 77% dos meninos recebem algum tipo de orientação dos pais sobre que programa assistir, mas apenas 30% das meninas e 23% dos meninos declararam que os programas que assistem na TV são escolhidos por um adulto. 70% das crianças têm o tempo para assistir TV controlado pelos pais e cerca de 60% já foram proibidos por estes de ver algum programa. 95% das crianças consideraram a decisão dos pais correta e a respeitaram. A variação de gênero, nas três questões foi pequena.



De acordo com o depoimento das crianças essa proibição ocorreu em maior escala por que os pais não consideravam o programa adequado para a idade dos filhos, 50% das meninas e 27% dos meninos relataram isso. Outras proibições ocorreram devido ao horário, com 13% das repostas das meninas e 33% dos meninos.

Há uma variação de 20% entre as meninas e os meninos que conversam com os pais sobre a programação televisiva. 77% das meninas têm esse tipo de conversa com os pais, contra 57% dos meninos. 53% das meninas e 60% dos meninos afirmaram ter a permissão dos pais para assistir televisão sempre.

Pelas respostas das crianças, percebemos o cuidado maior dos pais com as meninas. Há mais proibições para que elas não assistam a programas considerados inadequados à sua idade. Apesar de não haver variação de gênero entre os participantes da pesquisa que assistem a televisão, os relatos indicam que os pais orientam mais as meninas sobre os programas da TV.

É importante ressaltar que a variação de gênero é bem pequena em alguns casos, como na questão do tempo controlado para assistir a televisão e na proibição de assistir a algum programa. Nestas situações, o cuidado dos pais é elevado com meninos e meninas, apesar da variação no nível das respostas.

Sistema de Classificação Indicativa

Cerca de 75% das meninas e meninos disseram que sabem se um programa é adequado ou não para sua idade através das mensagens que vêem ou ouvem na TV, os outros 25% sabem pela opinião dos pais. Praticamente todos os participantes – 100% as meninas e 93% dos meninos - consideram importante que as crianças e adolescentes saibam se o programa que irão assistir é adequado ou não a sua idade.

Para as crianças, são, sobretudo os pais que devem decidir a classificação indicativa de acordo com a idade, cerca de 80% de meninos e meninas escolheram essa opção, a qual foi seguida pelas opções: Redes de Televisão (cerca de 40%) e Adolescentes (com uma variação de 30% dos meninos para 40% das meninas).

As crianças declararam que a violência é o tema que mais preocupa os pais na programação televisiva, com cerca de 40% dos votos de ambos os sexos. 47% dos



meninos e meninas consideram a violência o principal conteúdo inadequado para a sua idade exibido na televisão. O sexo ficou em segundo lugar, com 33% das meninas e 27% dos meninos⁹.

As crianças participantes da pesquisa demonstraram que também se sentem incomodadas com a violência na televisão. Neste ponto 43% das meninas, contra 27% dos meninos declararam gostar menos de programas com conteúdo violento¹⁰.

Interessante notar que as meninas questionaram mais a exposição de cenas de violência, vistas como algo prejudicial, do que os meninos. Em alguma medida, se analisarmos as publicidades ou até mesmo desenhos animados direcionados aos meninos logo sê um estímulo maior à violência, enquanto produtos idênticos ou similares direcionados às meninas mostram uma realidade mais amena.

Quando questionada sobre os canais onde estão os bons programas a Rede Globo e o Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) foram os mais votados. 57% das meninas e 63% dos meninos votaram na Rede Globo. Já o SBT foi considerado como canal de melhor programação por 27% das meninas e apenas 7% dos meninos.

As duas redes de televisão apontadas pelas crianças possuem um horário definido com uma programação infantil, no período da manhã, por isso a preferência maior por elas.

⁹ Os dados correspondem a uma questão aberta da pesquisa, ou seja, as crianças participantes escreveram livremente as respostas, não marcaram opções pré-estabelecidas.

¹⁰ IDEM



Considerações finais:

Através do recurso do questionário¹¹, aplicados em 60 (sessenta) estudantes residentes nas cidades de Aquiraz e Quixadá, nessa pesquisa foi possível identificar as diferenças no perfil de consumo de mídia de crianças e adolescentes com base na distinção de gênero. Percebemos que esse público desde cedo se torna cativo e que a televisão está cada vez mais presente no cotidiano infanto-juvenil no interior do Ceará.

Dentre os dados analisados sobre o perfil de consumo de meninos e meninas destacamos aqui que o consumo de mídia através da televisão é uma realidade mesmo em locais afastados das grandes capitais, como é o caso da amostra analisada nesse artigo.

É importante lembrar a forte presença da televisão como meio de comunicação para as crianças. As primeiras questões da pesquisa giram em torno desse ponto. Todos os meninos e meninas participantes da pesquisa escolheram a TV como o meio de comunicação que têm maior contato, seguido pelo rádio pelos meninos e pelo celular para as meninas. E no que diz respeito a frequência com que as crianças e adolescentes assistem a TV cerca de 80% dos meninos e 90% das meninas a assistem todos os dias.

O cuidado dos pais em relação ao que as crianças assistem na televisão se mostrou maior em relação às meninas. As conversas e orientações sobre o que assistir na TV ocorre mais entre pais e filhas, mas isso não quer dizer que os meninos assistem o que querem, sem nenhuma orientação.

A violência apareceu como um tema que preocupa pais e crianças. De acordo com a pesquisa, 40% dos pais e 47% das crianças consideram a violência como um tema inadequado para

Outro dado importante, colhido na pesquisa é a pertinência e o impacto positivo da classificação indicativa no que se refere a sua capacidade de informar o público infantil. Três quartos das crianças disseram saber se um programa é adequado ou não a sua idade pelas mensagens na televisão, o que foi uma conquista da nova política de classificação indicativa no país. Neste aspecto, a maioria expressiva dos participantes

¹¹ O modelo de questionário aplicado é composto por um total de 35 perguntas (entre questões abertas e fechadas), agrupadas em 4 sessões: A. Consumo Geral de Mídia (hábitos e preferências); B. Critérios de Qualidade; C. Sistema de Classificação em vigor no País; D. Sistema de Classificação dos pais. Pelo grande número de dados quantitativos coletados, este artigo apresenta parte das informações acerca do contato das crianças e adolescentes de Aquiraz e Quixadá com a mídia televisiva.



consideram importante saber se um programa é considerado adequado ou não à sua idade.

Um dado animador no interior do estado é que os desenhos animados ainda são a programação preferida dos meninos e meninas com porcentagem bem maior de que programas produzidos para um consumo adulto. Realidade diferente da constatada na capital.



Referências bibliográficas

DEMARTINI. **Desigualdade social e diversidade cultural**. In: Freitas, Marcos Cezar (Org.) **Desigualdade**

social e diversidade cultural na infância e juventude. São Paulo: Cortez, 2006.

FÁVERO, Maria Helena. *“Malhando o Gênero”*: O Grupo Focal e os Atos da Fala na Interação de Adolescentes com a Telenovela. Brasília: Revista Psicologia Teoria e Pesquisa, 2006.

FISCHER, Rosa M. Bueno. **O dispositivo pedagógico da Mídia**: modos de educar na (e pela TV). In *Educação e Pesquisa*. 2002.

LAURETIS, T. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, B.H. Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994

MARTIN-BARBERO, Jesús; REY, German. **Os exercícios do ver: ficção televisiva e hegemonia audiovisual**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

PRIORE, Mary Del (org.) História das crianças no Brasil - 2a ed. São Paulo: Contexto, 2000.

PORTELLI, Alessandro. "Tentando Aprender um Pouquinho. Algumas Reflexões sobre a **Ética** na **História Oral**". In **Projeto História**: Departamento de **História** da PUC-SP. São Paulo, n.º 15, 1997.

SAMPAIO, Inês. *Classificação Indicativa: são adequados os nossos critérios?* In **Classificação Indicativa no Brasil**: desafios e perspectivas. Brasília: Secretaria Nacional de Justiça, 2006.

SAMPAIO, Inês; PINHEIRO, Andréa; FONTOURA, Tiago; FONSECA, Geciola. **Consumo de mídia e qualidade na TV na visão de crianças e adolescentes brasileiros**. Alaic, 2008

ROMÃO, José Eduardo Romão; CANELA, Guilherme; ALARCON, Anderson. Manual da Nova Classificação Indicativa. Brasília: Ministério da Justiça, 2006.



YÉPEZ, Martha Tarverso A.; PINHEIRO, Verônica de Souza. *Socialização de Gênero e Adolescência*. Florianópolis: Revista Estudos Feministas, 2005.

GOMES, L. F. **Cinema nacional**: caminhos percorridos. São Paulo: Ed.USP, 2007.

