

MÉDIA: INFÂNCIA E DOCÊNCIA

Ana Rita Garcia *

ABSTRACT

This article analyses how the media have a socialising influence as relevant as that of school itself. However, the training of nursery staff and of primary teachers lacks both contents and methodologies that enable a serious reflection about the effects of children's television programmes on children. Following the trend opened by several other researchers, the emergent issue of media impact on child socialisation and on cultures is investigated. The curricular inclusion of a Culture and Image Analysis subject might fill in a gap in the training of early years educators and primary teachers, who will educate a generation of children, the socialising influence of which is an "unfaithful electronic nurse".

RESUMO

O presente artigo prende-se com o facto de os *media* se terem tornado um agente de socialização tão importante quanto a escola. Todavia, a formação dos Educadores de Infância e do Ensino Básico carece de conteúdos e metodologias para reflectir sobre os efeitos dos programas televisivos para a infância. Seguindo diversos investigadores abordamos a problemática emergente do impacto dos *media* na socialização e nas culturas. A inclusão nos *curricula* de uma disciplina de Cultura e Análise da Imagem poderia preencher uma lacuna na formação de formadores da geração que tem como agente de socialização privilegiado uma "ama infiel electrónica".

Pierre Bourdieu (1997: 7-8) afirma que a televisão "... *pone en muy serio peligro las diferentes esferas de la producción cultural*", e adianta que "... *pone en peligro no menor la vida política y la democracia*". Visão catastrofista ou realista?

Outro estudioso dos meios de comunicação de massas, John Condry (1995: 15) avisa "*a televisão não está predestinada a desaparecer e é pouco provável que venha a constituir um ambiente favorável à socialização das crianças*".

Também Karl Popper (1995) propõe que o Estado crie um dispositivo, um protocolo à semelhança do dos médicos, para quem trabalhe na produção de programas televisivos. Defende "... *a democracia consiste em submeter o poder político a um controlo*". Acrescenta: "*Ora, a televisão tornou-se hoje em dia um poder colossal; pode mesmo dizer-se que é potencialmente o mais importante de todos, como se tivesse substituído a voz de Deus*". (Popper, 1995: 29-30).

Gerbner (1996: 36) elucida ainda "*Quizá por primera vez desde las religiones preindustriales, la televisión se materializa en un ritual diario que las élites comparten con muchos otros tipos de público. El nexo en la analogía entre televisión y religión, así como su parecido en cuanto a funciones sociales, se halla en la continua repetición de formas (mitos, ideologías, "datos", relaciones, etc) que sirven para definir el mundo y legitimizar el orden social*".

Afirmações polémicas? Talvez, mas convidam, sem dúvida, à reflexão. A

* Assistente - Escola Superior de Educação de Castelo Branco

televisão entrou, o mais poderoso dos *media*, em quase todos os lares, em todos os espaços públicos de lazer e apoderou-se da vida, do quotidiano.

Por essa razão Thompson (1999) afirma que o desenvolvimento dos *media* transformou a natureza da produção simbólica e o intercâmbio no mundo moderno. A comunicação é uma forma de acção; e nessa medida, a sua análise deve efectuar-se em contextos sociais estruturados. Introduzindo o conceito de “Campos de Interação” (Bourdieu), o autor considera que os indivíduos ocupam posições diferentes no interior destes campos, dependendo do tipo e da quantidade de recursos disponíveis. Acresce que algumas destas posições se institucionalizam, persistem num tempo e num espaço, ou seja, dão forma definitiva a campos de interação preexistentes. Podem, todavia, no interior destes campos gerar-se novas posições, desenhar-se novas trajetórias susceptíveis de reorganizar a vida social. Assim, para Thompson (1999), o poder simbólico prende-se com a capacidade de intervir no decurso dos acontecimentos, de influir nas acções dos outros e de criar acontecimentos reais, através dos meios de produção e de transmissão de formas simbólicas. E porque a actividade simbólica é uma característica presente na vida social, fez emergir um conjunto de instituições religiosas, educativas e mediáticas que detêm um papel importante na acumulação dos meios de informação e comunicação; produzem conteúdos simbólicos que circulam no mundo social. Neste sentido empregam um *technical medium* que permite um certo grau de fixação de formas simbólicas, um certo grau de reprodução e formas de organização espaço-temporais diferentes da interação cara-a-cara. Foi o desenvolvimento dos *technical medium* que garantiu novas maneiras de organizar o espaço e o tempo, bem como novas formas de utilizar esse espaço e esse tempo. A percepção do passado e da forma como o passado afecta a vida actual, prendê-se com o que o autor qualifica de “historicidade mediática” de “experiência mediática”. Na verdade, o desenvolvimento das indústrias mediáticas transformou gradualmente a forma como as pessoas “pensam” o passado e o mundo. A difusão dos produtos pelos *media* permite ler/perceber o passado, experimentar acontecimentos, observar os outros, em suma, aprender um mundo que se estende para além da esfera do quotidiano no espaço e no tempo. O sentimento de pertença a grupos e comunidades alterar-se-ia também através dos *media*, da “sociabilidade mediática”; num curto espaço de tempo, qualquer indivíduo, independentemente da distância, tem acesso a produtos mediáticos, não importando o lugar do globo em que se encontra. A sua recepção tornou-se uma rotina, os receptores afeiçoam-lhes sentidos/significados diferentes, em função da sua bagagem social, dos distintos contextos em que estão inseridos e das idiosincrasias individuais. Os destinatários implicam-se, trabalham os materiais simbólicos que recebem; o uso que fazem dos produtos recebidos divergem, por vezes consideravelmente, dos usos que os produtores/emissores tinham em mente. Sendo uma actividade situacional, os contextos sócio-históricos, as habilidades e competências individuais, repercutem-se no processo de recepção.

Sinteticamente, pode dizer-se que a recepção dos produtos mediáticos é, fundamentalmente, um processo hermenêutico, ou seja, a recepção pressupõe um processo de interpretação activo, criativo, envolvido por uma série de supostos e de expectativas individuais. Ao interpretar as formas simbólicas, os indivíduos incorporam-nas na sua própria compreensão, na compreensão dos outros, na compreensão do mundo a que pertencem (apropriação). O processo de apropriação alarga-se para além do contexto e da actividade de recepção individual: as mensagens

transmitidas pelos *media* são vistas através de distintos ângulos e estão sujeitas a comentários e críticas efectuadas em círculo amplo de indivíduos. Desta forma, a recepção e a apropriação das mensagens implicam os indivíduos num processo de auto-formação e de auto-compreensão.

Segundo Gerbner (1996) a televisão é, concretamente, um sistema de contar histórias, através de imagens e de mensagens. Desde a infância que desencadeia predisposições e preferências, pelo que se tornou uma “fonte primária” de socialização e de informação quotidiana. Transcende barreiras culturais e históricas. A produção televisiva considera, maioritariamente, populações globais e tornou-se um ritual diário partilhado por elites e outros públicos. Os programas são dirigidos a audiências amplas, pouco selectivas, e “*Cuanto más se ve television menos selectivo se puede ser*” (Sun, 1989). O maior número de horas frente ao *écran* reduz a possibilidade de escolher o que interessa. O espectador vê o que é oferecido, até porque os padrões de televisão mais frequentes são comuns a todos os canais.

É certo que as novas tecnologias – TV por cabo e VCR – provocaram uma atitude diferenciada sem contudo, terem criado uma grande diversidade de conteúdos. Existe um novo sentido de poder e de controlo por parte do espectador no que respeita à selecção, à possibilidade de evitar a publicidade, de repetir o visionamento de uma cena, de um programa, mas as pesquisas neste âmbito referem que não se verificam alterações de fundo (Cf. Morgan, Shanahan y Harris, 1990). Afinal, as indústrias que produzem imagens e conteúdos para a TV pretendem abranger uma faixa de mercado rentável, que garanta o lucro, pelo que tentam atrair “... *la mayor y más heterogénea audiencia.*” (1996: 38).

Por isso os programas tendem a ser reflexo de ideologias culturais dominantes e os espectadores “... *no pueden evitar la exposición a sus factores recurrentes, a menudo varias veces al día*” (1996:39). Na realidade, o pequeno *écran* alterou, em maior ou menor grau, a gestão do tempo individual, interferiu com a vida em comunidade.

O seu impacto social tem vindo a ser estudado a partir de uma investigação pautada por modelos teóricos e procedimentos metodológicos que consideram o marketing e a persuasão. Gerbner (1996) afirma, porém, que é necessária uma nova abordagem teórica e metodológica - *Cultural Indicators* – releva a importância de verificar até que ponto a televisão afecta as concepções e acções das audiências em áreas como “... *género, minoria, estereotipos de rol relacionados con la edad, salud, circnia, la familia, nivel académico y aspiraciones, política, religión y otras, todas ellas examinadas cada vez con mayor frecuencia en contextos comparativos de cruce cultural*”.(1996:41). Desenvolve este a partir de três linhas de análise: a análise institucional, a de sistema e a de aculturação. A primeira ocupa-se das políticas que regem as mensagens mediáticas; a segunda serve-se de amostragens anuais (com uma semana de duração) relativas a dramatizações televisivas dos canais, a última tem a ver com o processo de aculturação, ou seja a descrição das “... *contribuciones independientes que hace el visionado televisivo a las concepciones de realidad social del espectador. El “diferencial de aculturación” es el margen de diferencia en concepciones de realidad entre los espectadores ávidos y los eventuales dentro de los mismos subgrupos demográficos*”. (1996: 42)

O processo de aculturação não é monolítico, unilinear. Ser mulher, ser criança,

ou pertencer a uma classe social determinada marcam o ângulo de visão; não é, também, unidireccional, é antes um processo gravitacional, um processo de interacção entre mensagens e contextos dinâmicos. Depende, entre outros factores, das fontes de informação do espectador. Na verdade, e ainda com Gerbner, na sociedade há um domínio do papel televisivo, de tal forma que “... *un visionado voraz puede absorber y incluso aniquilar las diferencias de perspectiva y de comportamiento que, en términos normales, emanan de otros factores e influencias*” (1996:48) – *mainstreaming* - . É legível, sem dúvida, a existência de uma homogeneização relativa, uma absorção de pontos de vista que reduz a diversidade antes da “*versión televisiva del mundo*”.

Na verdade, há questões chave que emergem desta problemática. Para além do que vimos referindo, seguindo Gerbner (1996), sobre a força cultural da televisão na sociedade, há outros aspectos que merecem reflexão. Lembramos que a televisão pode aumentar o conhecimento e a compreensão dos diferentes valores e crenças criados pela Humanidade, através dos tempos, porém, o facto de predominar a unidireccionalidade no que respeita à difusão cultural de produtos televisivos de países mais ricos, pode redundar num processo maior de homogeneização com o empobrecimento consequente da variedade cultural. Este aspecto é mais importante quando pensamos na infância. Os “enlatados” televisivos chegam a Portugal dos EUA, do Japão..., mas os meninos destes países, não terão acesso a contos, lendas, heróis, tradições portuguesas. A informação e divulgação cultural operam-se num único sentido. Por essa razão se torna mais difícil a integração da criança na comunidade; a identidade cultural dilui-se porque a criança acede preferencialmente a uma cultura alheia, cujos modelos são marcadamente diferentes, às vezes competitivos, com o mundo dos pais, da família, da escola, da rua, da comunidade. Faltam, sem dúvida, cenários que remetam para a cultura portuguesa, não só urbana, também rural e nunca essencialmente norte-americana e japonesa. A televisão pode ajudar na construção de um mundo interior, propor modelos e personagens realistas para o mundo real, em que a vida envolvida pelos pais, escola, cultura, ganhe dimensão mítica e em que radique um projecto de futuro. A fantasia e a ficção devem estar presentes, mas não ignorando o mundo em que a criança vive. Lembramos que ficção e realidade são formas de gerar interesse pelo mundo que rodeia a criança, ainda que seja para o criticar e propor a superação de alguns defeitos. Personagens com coragem, humor, capazes de pensar e de reflectir, semanticamente interessantes e não meras figuras lúdicas, ajudarão a construir uma identidade cultural forte que supere o infantilismo, o ruído, o amoral característicos da maioria das séries fílmicas (sobretudo as de animação) para crianças. Definir claramente os conteúdos, os destinatários, promover a audiência conjunta (crianças e adultos) estimulará o espírito crítico da família, da escola, da comunidade.

Não podemos esquecer que a televisão é, actualmente, um agente de socialização importante a par da família e da escola.

Berger e Luckmann (1993) afirmam que todo o indivíduo nasce dentro de uma estrutura social objectiva, e num mundo social objectivo. São os outros significantes que *mediatizam* o mundo, que o modificam, no decurso dessa *mediatização*. Assim, os indivíduos, segundo a situação que ocupam dentro da estrutura social, e também em virtude de idiosincrasias biograficamente arreigadas, seleccionam traços, aspectos específicos. Constróem o mundo “filtrado” *mediante* esta dupla selecção. Por essa razão, torna-se importante perceber o funcionamento da televisão para podermos, nós,

os outros significantes, os outros elencos socializadores, dotar de meios e armas todos os que interagem com este poderoso instrumento de formação e informação. Na verdade, é inegável que os *media*, sobretudo a televisão, influenciaram a vida em sociedade.

A nós interessa-nos o facto de sabermos que a televisão participa na socialização da criança e opera por captura, por sedução, por condicionamento. Tem impacto nos gostos a nível de brinquedos, nos trajos, nos modelos de conduta. Acresce que a ritualização de ver televisão pode causar dependência. Um excessivo número de horas frente ao pequeno écran implica o consumo não orientado de programas; os que vêm sozinhos, os que se são fruídos em família, entre amigos...

O mundo entra em casa, através do ângulo de visão do realizador, mas a criança vê-a como uma realidade, não como uma ficção; o que a TV apresenta, está transposto para imagens sempre seleccionadas. Para a criança é difícil estabelecer a diferença entre a construção da realidade e a realidade, sobretudo na idade em que não há fronteira nítida entre o real e o imaginário.

E entre os programas destinados à infância, alguns não deixam de ter inconvenientes. Um estudo apresentado no II Workshop de Investigadores Audiovisuales - "*Nuestra Cultura Audiovisual*" na Universidade de Salamanca que decorreu entre 10 e 13 de Novembro de 1998, verificou que a violência é preponderante nos programas das cadeias espanholas destinados aos mais jovens. "*Los actos violentos se producen con frecuencia de casi un acto por segundo*".

Os investigadores quiseram perceber as motivações subjacentes a esta opção pela violência. "*El enfrentamiento, la lucha, es la forma más sintética y expresiva de mostrar posiciones opuestas*", afirmam. É, assim, a forma mais simples de sintetizar a comunicação. As crianças não perdem a compreensão, a violência torna-a mais fácil e mais sedutora. Verificam que a agressão verbal é rainha: "*Si al tono de enfado se le añaden "gestos de desprecio" se posibilita una comprensión sencilla de los acontecimientos por parte del niño*". Atrai e distrai. Concluíram mais: que a violência física é vulgar, mas a que supõe a morte da vítima, é consideravelmente baixa. Explicam: "*Al tratarse de productos de ficción, en su gran mayoría, dibujos animados, sus personajes se caracterizan principalmente por "el don de la inmortalidad"*". Adiantam "*... es necesario dotar a los personajes del don de la inmortalidad ya que si sometiésemos a personajes de carne y hueso a esse tipo de situaciones, no sobrevivirían más que a una o dos*". Na verdade, se um produtor não pode dar-se ao luxo de criar uma personagem que morra num primeiro acto de violência, também do ponto de vista emocional não estão interessados em submeter as crianças a situações extremas como a morte. Último resquício de pudor? Sabemos é que, em algumas séries animadas, se manteve a presença da morte, mas os protagonistas passaram a ressuscitar (*Dragon Ball*), ou a serem congeladas (*T-Rex*).

Explicam, mais, "*la narrativa de este tipo de productos audiovisuales debe adaptarse a la forma de pensar y de actuar del niño*". Deste modo, os discursos narrativos são dinâmicos, desenham-se personagens com personalidade exagerada, descura-se a elaboração de sequências elaboradas com profundidade. (Juan José Igartua et al., 1998)

São, afinal, programas que contribuem para confinar algumas crianças a um deserto cultural. Como afirma Lurçat (1998: 45) "*O aluno telespectador de hoje é um*

ser que já não conhece as longas horas de silêncio e de devaneio". Pensamos em Jorge de Sena (1989: 28-29):

*"Contaram-me, quando era pequeno,
a história de várias estrelas,
(...)
Muitas vezes, ouvir contar foi só:
estar de cabeça pousada no peitoril da janela
a vê-las tremeluzir...
e tornarem-se mais salientes com o escurecer.
Muitas vezes, foi só
aceitar o frio e fechar a janela
- e, em pequeno, não era eu quem a fechava".*

Tempo outro, de silêncio, preenchido com histórias inventadas, enriquecidas pelo imaginário e seivando-o com a fantasia do "tremeluzir" das estrelas vistas do "peitoril da janela", como o diz o poeta. Hoje, a imaginação, a criatividade individuais diluem-se num mundo com demasiado ruído, também televisivo. E a TV maltrata os que se lhe entregam sem reflexão, sem traves mestras para avaliar o que lhe é mostrado. Compete, pois, aos que se relacionam com crianças ajudá-las a desenvolver a capacidade de raciocínio. É necessário fornecerem-se-lhes meios para conceptualizar a experiência quotidiana. As crianças, frequentemente sozinhas frente ao écran, criam o hábito de interpretar o que vêem, segundo pressupostos pessoais. Wallon (1984) chama-lhe a *metamorfose das representações*, ou seja, uma participação mais emocional do que racional.

A aprendizagem que se faz pela TV é uma aprendizagem por impregnação. Levinas (1972) lembra que os objectos tornam-se significantes a partir da linguagem. A impregnação televisiva favorece uma nova forma de socialização: a socialização pelos *media*. Que consequências decorrem deste facto? Questionamo-nos:

Será possível controlar o poder das imagens, ensinando a maneira de as descodificar? Se as crianças dominassem a interpretação das imagens da mesma forma que dominam a escrita, não seria um modo de as precaver contra efeitos nefastos? Não se justificaria a montagem, nas escolas, de pequenos estúdios de gravação de programas, em que as crianças participavam na construção dos conteúdos televisivos?. Desta forma, aperceber-se-iam como se faz televisão, a selecção que acontece, o ângulo de visão que se privilegia. Com esta formação para a descodificação da imagem, a criança telespectadora seria menos crédula, menos vítima das técnicas sofisticadas de manipulação dos desejos e dos gostos, da massificação?

Nada leva a crer que tal acontecesse. Por variadíssimas razões, e até porque o produto final seria sempre menos atraente do que o que a TV oferece. Sem técnicos e equipamentos tecnológicos adequados os "programas" seriam pobres, não convincentes, menores. A escola competiria, antes de mais, não descurar os meios intelectuais - a leitura, o uso conceptual da linguagem - capazes de fazer pensar a TV e o mundo das imagens com espírito crítico.

A criança nasce numa relação activa e interactiva com o meio e com os outros. Assim, forja sua personalidade, constrói a sua relação com a sociedade. Uma dose excessiva de televisão, falta de experiências, de vivências podem redundar na desrealização.

Os formadores, na sua actuação, devem ter em conta que escolarizam crianças telespectadoras que, habituadas ao ruído e a um ritmo excessivo dos *media*, facilmente se distraem com as actividades escolares, algumas obrigatoriamente marcadas pela sistematização, pela reflexão, pelo silêncio. Compete, assim, aos docentes, relacionar a criança com o real através da acção sobre meio, implicando a actividade do corpo e o exercício dos sentidos; são responsáveis por uma formação que conduza ao respeito e ao reconhecimento do outro; cabe-lhes educar para o uso conceptual da linguagem, favorecer a análise e a reflexão, desenvolvendo, assim, nos educandos autonomia na relação com os *media*. Verbalizar as situações, as emoções, interpretar e analisar as imagens e as mensagens, favorecerá o raciocínio, o espírito crítico.

Cremos, pois, que para Educadores de Infância e docentes do 1.º Ciclo, para além da Literatura para a Infância, seria relevante o conhecimento da comunicação pela linguagem, dos produtos destinados aos mais pequenos. Aprender a descodificar, ler, analisar com espírito crítico as imagens/mensagens fílmicas que têm como alvo as crianças, enriqueceria o desempenho profissional. É inviável pensar que todos os pais dispõem de tempo e adquiriram competências que lhes permitam intervir adequadamente na selecção dos programas, ou proceder a uma des-construção que desvele os conteúdos significativos, as crenças e os valores veiculados pela produção dos *media*. A inclusão nos *curricula* de uma disciplina de Cultura e Análise da Imagem poderia preencher uma lacuna na formação de formadores da geração que tem como agente de socialização privilegiado uma “ama infiel electrónica”.

Em condições normais pertence aos pais a gestão do uso da TV. Mas são poucos os que iniciam os filhos na utilização limitada e diversificada da televisão; pela presença em casa, em lugar privilegiado, o pequeno écran cria uma permanente solicitação, torna-se não um, mas o passatempo e empobrece.

A análise sociológica destes aspectos alerta para a existência de mecanismos manipuladores nos *media*, pretendendo contribuir para conferir liberdade, e construir o espírito crítico. Podem dizer-nos que também há sociólogos cínicos que utilizam o conhecimento dos conceitos, das metodologias para que as suas estratégias sejam eficazes. A nossa opção situa-se, porém, na compreensão das tendências dos *media* para os estudar, analisar, aplaudir ou combater, segundo os casos. Porque se nos soubermos manipulados podemos reagir, não aceitando, subvertendo, criticando. Desta forma se atenuariam os efeitos nefastos de uma ama infiel, atenta sobretudo ao poder do dinheiro, cumprindo com fidelidade as leis da oferta e da procura e promovendo o consumismo.

Bibliografia

- BERGER, P., LUKMANN, T. (1993), *La construcción social da la realidad*, Buenos Aires: Amorrortu Editores
- BOURDIEU, P. (1997), *Sobre la televisión*, Barcelona: Editorial Anagrama. (tradução castelhana...).
- DOBROW, J. *Social and Cultural aspects of VCR*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates
- ECO, U. (1991) *Apocalípticos e Integrados*, Lisboa: Difel
- GERBNER, G., MORGA, M., e SIGMORELLI, N. (1996), Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. In J. BRAYANT e D. ZILLMANN (org), *Los efectos de la comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós
- LÉVINAS, E. (1972), "La signification et le sens", In *Humanisme de l'autre homme*, Paris : Fata Morgana
- LURÇAT, L. (1998), *Tempos cativos: as crianças TV*, Lisboa: Edições 70
- POPPER, KARL, CONDRY, J. (1995) *Televisão: um perigo para a democracia*, Lisboa, Gradiva
- SENA, J. de (1989) *Poemas Escolhidos*, Circulo de Leitores, Lisboa
- THOMPSON (1999) *Los media y la modernidad*, Barcelona: Paidós