

2

A Construção Histórica do Receptor - O estudo da recepção televisiva e sua relação com a Educação e as correntes de pesquisa sobre a recepção infantil

“Odiada por uns, temida por muitos, admirada por outros, criticada por alguns, mas desfrutada por (quase) todos, a televisão tem se transformado em um dos fenômenos mais complexos, espetaculares e desafiantes de todos os tempos. Instaurada não somente como um super meio com maior popularidade e penetração, sua presença versátil, incisiva, sedutora, crescente e amplificada constitui, um dos mais sofisticados dispositivos de modelamento e reconversão das sensibilidades e um paradigma comunicacional, todo um sistema audiovisual, educativo e cultural, que incide diferencialmente nos usos do tempo e dos espaços de milhões de latino-americanos” (Gomez, 2001)

Percebemos que hoje a mídia transforma o mundo da educação e as relações interpessoais são cada vez mais intermediadas pelos conteúdos midiáticos. Diante dessa constatação de que a mídia, em especial a televisiva, tem hoje uma centralidade em nossa vida social, de nada adianta tomarmos posições extremas, apocalípticas ou integradas, como nos aponta Umberto Eco (1998) e optarmos ou por odiá-la ou por admirá-la. É em meio a tais posicionamentos que “evidencia-se, hoje, uma grande disputa entre os meios de comunicação, de um lado, e as tradicionais agências de socialização – escola e família - de outro. Ambos os lados pretendem ter a hegemonia na influência da formação de valores” (Baccega, 2001) Segundo a autora, é nesse âmbito que a disputa se institui e que se constrói o campo de relações entre a comunicação e a educação. Baccega afirma que o encontro comunicação e educação ressemantiza os sentidos, exigindo cada vez mais a capacidade de pensar criticamente a realidade. O desafio, hoje, é a interpretação do mundo em que vivemos, já que as nossas relações estão carregadas da presença da mídia. Costa (2001) ressalta que tais mudanças é que estão definindo o desenvolvimento de uma colaboração mais estreita entre as áreas de Comunicação e Educação. Como enfatiza Guillermo Orozco Gómez (2001) é visível como a educação, cada vez mais, estará vinculada aos meios e

que isso, mais cedo ou mais tarde, vai modificar de maneira substancial os processos educativos e comunicativos.

Diante dessa polêmica e do conflito muito se tem falado e estudado sobre a relação da criança com a TV. Por isso, para estudar a criança como receptora da TV sinto a necessidade de trazer um pouco do percurso da história dos estudos da recepção e a concepção de receptor presente nos diferentes momentos dessa trajetória. Neste percurso estarei relacionando a história dos estudos da recepção com algumas concepções de educação e algumas pesquisas realizadas sobre a criança e a TV.

Essa trajetória tem por objetivo iluminar o objeto de estudo, mostrando de que forma o olhar situado da Teoria da Recepção orientado pela ótica dos Estudos Culturais Latino-americanos poderia nos ajudar a entender e orientar o estudo da relação da criança com a TV e com a aprendizagem.

Itânia Maria Gomez (2002) aponta que a investigação sobre a relação entre a mídia e os receptores é marcada por duas largas tradições: a dos Estudos dos Efeitos e a dos Estudos da Recepção. Na primeira tradição estão os estudos que procuram “medir” o impacto dos meios sobre a audiência. O efeito é assim entendido como o conjunto das conseqüências resultantes da presença dos meios nas sociedades contemporâneas. É o resultado da comunicação, a resposta dada ao estímulo realizado por um emissor. Nessa perspectiva de estudos o receptor é passivo, pois está condicionado a um esquema linear de comunicação. Para essa primeira tradição a ênfase está na transmissão das mensagens, e quase não se leva em consideração as diferenças de cada meio de comunicação em particular e dos diferentes receptores. Os receptores são entendidos como uma massa de indivíduos anônimos, socialmente isolados, à mercê dos poderosos meios e emissores.

Magno Silva (2002) mostra que ainda hoje se percebe nos estudos e pesquisas dos meios de comunicação de massa esse ranço da tese da manipulação e alienação do receptor que remonta a esses primeiros modelos teóricos de que Itânia nos fala. Um deles é o da teoria da agulha hipodérmica, surgido na década de 30, entre as duas Guerras Mundiais, no qual o receptor é visto como alguém que é pessoal e diretamente atingido pela mensagem. Baseada nos princípios da psicologia behaviorista (Watson, Pavlov e outros) a teoria hipodérmica se apoiava na fórmula de estímulo-resposta. O behaviorismo tinha como base o entendimento

de que as respostas/ aprendizagens estavam diretamente relacionadas aos estímulos. A educação também era pensada dessa mesma forma. Esse esquema linear de comunicação que mostrava como eram vistos os meios, os sujeitos e as relações entre eles também estava presente na sala de aula na visão que se tinha do professor/emissor, do meio/conteúdo e do aluno/receptor. A educação e a comunicação nesse esquema eram vias de mão única indo do emissor para o receptor. Buscava-se perceber e quantificar (medir) os efeitos da Comunicação e da Educação nos receptores e alunos.

Autores como Pécora e Biernatzki apontam que numa revisão dos estudos em andamento nos EUA percebe-se que muitas questões da pesquisa atual ainda estão voltadas para o efeito maléfico da mídia (TV, computadores e videogames) nas crianças. A maioria delas está centrada na relação entre a violência da TV e o comportamento dos receptores infantis. Ressaltam que a mais recente pesquisa que demonstra que a preocupação com a violência na TV e seus efeitos continua muito presente é o estudo internacional que a UNESCO financiou em 1997 com mais de 5 mil estudantes de 23 países. Jo Groebel (2002) nesse mesmo estudo da Unesco também traçou um panorama do acesso e uso da mídia entre as crianças de 12 anos dos 23 países pesquisados, constatando que 93% das crianças tinham acesso a pelo menos um aparelho de TV e que a média de uso era de 3 horas diárias.

Martin-Barbero (2001), em seu livro “Dos meios às mediações”, enfatiza que as teorias críticas preocupadas apenas com a ideologia da mensagem (e seu efeito maléfico) deixaram de lado as práticas cotidianas, considerando-as como insignificantes no despertar da consciência. Atribuía à mensagem um poder influenciador de tal ordem que não dava aos receptores uma possibilidade de ação que não a do efeito provocado pela poderosa mensagem. Aos poucos, com o aparecimento de relatos sobre os diferentes usos que as pessoas faziam da mensagem em seu cotidiano, começou-se a perceber que as práticas cotidianas e o espaço doméstico são também espaços de produção de sentido e que nem todo consumo é interiorização dos valores da classe dominante, efeito de uma inculcação.

Nesse sentido Cordelian, Gaitan e Gomez (1996) apontam que parte dos estudos do início da década de 90 buscaram perceber os padrões de uso da TV pelo público infantil e juvenil. Um deles realizado pela Michigan State University

e desenvolvido em âmbito internacional em países como Japão, China, Coréia, Taiwan, Holanda, Bélgica, Suécia, Espanha, Alemanha, além dos Estados Unidos, documentou os padrões de uso da televisão e a interação familiar entre as populações escolares.³

As pesquisas aos poucos começaram a apontar que os indivíduos, no uso diferenciado dos meios, pervertiam o objetivo proposto pelo produtor e encontravam formas de emergir, de fazer vir à tona seu rosto já que aprendiam a encontrar "brechas" para se expressar sobre e não sob esse mundo massificado. Por trás da aparente passividade do sujeito, ele agia sem ser percebido. Isso permitiu que os estudiosos percebessem a existência de diferentes modos de apropriação cultural dos meios, passando-se a ver na ação dos receptores um possível espaço de transformação dentro do próprio sistema.

Tais percepções das mudanças em relação aos usos dos meios abriram espaço para o surgimento dos Estudos da Recepção de que Itânia Maria Gomez (2002) nos fala, e que se caracterizam, segundo a autora, por entender o lugar do receptor no processo comunicativo a partir de sua *atividade*. Tais estudos procuram dar conta da relação entre os meios e os receptores argumentando que essa relação não é um mero efeito de uns sobre outros. A primeira linha de estudos nessa área foi a tese dos “usos e gratificações” que prioriza a esfera das necessidades conscientes e inconscientes do indivíduo. Segundo tal tese, os meios são eficazes na medida em que o receptor lhes atribui tal eficácia baseando-se na satisfação de suas necessidades. A linha dos “usos e gratificações” pende para o lado oposto ao dos Estudos dos Efeitos e, com isso, incorre no erro de hipervalorizar a esfera da recepção. Nessa linha de estudos a recepção ainda continua a ser entendida como individual, particular de cada receptor. No entanto, em vez dela ser totalmente influenciada pelos meios, aponta-se que eles também a influenciam porque o receptor só escolhe as programações que atendem às suas necessidades.

No percurso traçado até agora percebemos que os estudos foram de um extremo ao outro: da hipervalorização do emissor/da mensagem ou dos meios de comunicação à hipervalorização do receptor-consumidor. Mas, segundo Magno

³ ATKIN, D. J.; GREENBERG, B. S.; BALWIN, T. *The home ecology of children television viewing: parental mediation and the new video environment*. Journal of Communication, Michigan States University 41, 1991.

Silva (2002), estudos teóricos recentes na área de recepção vêm buscando corrigir os exageros da tese dos “usos e gratificações” e tentam relativizar o papel do receptor. Segundo Cordelian, Gaitan e Gomez (1996) um estudo bibliográfico de Cafarel e Caceres, no início dos anos 90, sobre as pesquisas em Comunicação na Espanha aponta que algumas pesquisas iniciadas na década de 80 começaram a relativizar a influência da televisão no comportamento da criança através do estudo das variáveis que afetam o contexto da recepção infantil: família, escola, costumes, estilos e culturas grupais, posições sociais e níveis sócio-econômicos. Outro fator que incentivou as pesquisas foi o aumento na quantidade e diversidade de canais e equipamentos audiovisuais que trouxeram novas mudanças à percepção infantil.⁴

Assim, os estudos da Teoria da Recepção na contemporaneidade começam a levar em consideração as características sócio-estruturais e culturais (grau de instrução, classe social, profissão, faixa etária, gênero) dos indivíduos que integram a audiência, percebendo que os receptores não comparecem vazios à relação com os emissores, meios e mensagens. Essas características aparecem como instâncias mediadoras e serão responsáveis por determinar a seletividade dos receptores e, portanto, limitar os antigos efeitos.

Diante de tal mudança de perspectiva no olhar da Comunicação procura-se perceber, afinal, quem é o receptor dos meios hoje? Como ele é entendido em meio a essa nova perspectiva de estudos? Gomez (2002) explica que esse conceito de receptor é hoje um conceito geral que designa qualquer indivíduo humano participante de qualquer processo comunicativo. A recepção vem sendo entendida como significando desde o uso ou o consumo dos meios de comunicação de massa até os processos gerais de produção de sentido. Os investigadores da recepção pretendem que ela seja um lugar novo, de onde o processo comunicativo deva ser repensado. Reconhece-se que a cultura, os fatores sócio-culturais do contexto de cada um fazem parte da recepção, da forma como cada sujeito recebe e constrói os sentidos do que presencia na TV ou em outros meios de comunicação.

⁴ CAFFAREL, C. et al. *Análisis cualitativo sobre la investigación en comunicación en Españã, Madri*, Asociación del Estado Español (AICE), 1991.

A educação na contemporaneidade também busca levar em conta as características sócio-estruturais das populações reconhecendo que os efeitos educativos (as respostas já esperadas) que antes eram indicativos do sucesso escolar, hoje devam ser repensados a partir do reconhecimento de que há questões sociais e culturais que perpassam o contexto daquelas crianças que as possibilitam ter uma aprendizagem diferenciada e que tal fato não está restrito somente à aprendizagem escolar ou ao empenho individual de cada criança. Reconhece-se que o fracasso ou sucesso escolar é mediado por inúmeros fatores sócio-culturais. Diversos estudos e instituições estão em busca de ações educativas que contemplem as diferenças e a heterogeneidade cultural que antes eram desapercibidas, ignoradas ou discriminadas. Os estudos do Multiculturalismo são indicadores dessa busca na área da Educação.

Nas duas tradições citadas por Gomes e comentadas por Magno, a Teoria dos Efeitos e a Teoria da Recepção, percebe-se implícito um diferente conceito de cultura. Na Teoria dos Efeitos o produto cultural transmitido pela TV é visto como algo acabado, selecionado e orientado para o receptor. Perrotti (1990) comenta que nessa visão a cultura de massa é vista como produto, dado estático, acabado e que, nesse conceito, não se incluíam as relações sociais nem seus determinantes. O receptor, nessa visão de cultura, é alguém que apenas recebe o produto já pronto e que age sobre ele como esperado. Esse conceito de cultura não requer a participação do homem e o receptor não é um sujeito ativo, mas passivo.

A Teoria da Recepção originou-se do novo entendimento do conceito de cultura. Ao perceber-se que o receptor age sobre os meios recriando os mesmos, percebe-se que ele também faz parte da produção, ou seja, ele também produz um outro produto ao modificar o uso para o qual este foi pensado. A cultura passa a ser entendida como uma rede de práticas e relações que constituem a vida cotidiana. É um conceito totalmente diferente do anterior no qual havia um ponto final para a produção cultural: o consumo do receptor. Os estudos atuais percebem que o receptor continua a produção modificando usos, produzindo significados num processo sem fim. Na produção da cultura incorpora-se a produção social dos diferentes receptores.

Foi em meio a essas novas descobertas que, segundo Escosteguy (2001), foi se tornando claro o deslocamento do conceito de cultura da tradição elitista para

as práticas cotidianas. Tal deslocamento tornou possível o desenvolvimento dos Estudos da Recepção na linha dos Estudos Culturais. Tais estudos, segundo Gomez (2002), procuram conceber os meios como forças sociais e políticas cuja influência é indireta e sutil e os Estudos Culturais se distinguirão como uma corrente de investigação que põe sua atenção no processo ativo e consciente da construção de sentidos na cultura.

Segundo Sousa (2001) com essa nova dimensão da cultura resgata-se a importância das práticas sociais e culturais nas quais se objetiva a construção diária do sentido da vida individual e social. No entanto, não há a recusa ao lugar estruturante do sistema social e das ideologias que lhe dão sustentação mas resgata-se a autonomia da cultura, vista não mais apenas como serva da ideologia, mas como campo em que pode revelar sua autonomia na sua capacidade criativa, resignificadora e determinante da vida cotidiana. Os Estudos Culturais tentam superar a concepção da comunicação oriunda do modelo matemático, informacional, resumida apenas aos seus veículos e procura entender os meios de comunicação no interior da sociedade. Sendo os meios constitutivos das práticas sociais é necessário compreender os processos em que estes atuam, buscando a complexidade e as contradições da experiência cultural nas sociedades. É através desse conceito de cultura que se percebe como as áreas de Comunicação e Educação interagem e que o estudo do processo de recepção se confunde com o próprio campo do sujeito na comunicação e na educação.

A educação, como já dissemos, passa também a considerar e querer incluir os diferentes segmentos que antes passavam despercebidos e a buscar, através de ações multiculturais, incluir os diferentes gêneros, idades, raças, nacionalidades. O aluno já não pode mais ser entendido fora da cultura em que nasceu e que lhe dá uma determinada identidade. O receptor dos meios também não. O conceito de cultura, desse ponto de vista antropológico, procura incluir as diferenças buscando o seu entendimento.

Nesse contexto surgem estudos que buscam investigar a recepção a partir da ótica infantil. Segundo Cordelian, Gaitan e Gomez (1996) um destes estudos foi o realizado por Sheppard, que testou crianças de seis a nove anos procurando

perceber a compreensão delas diante dos programas de TV .⁵ Outro estudo também citado por tais autores foi o realizado por Gunter que buscou perceber, através de discussões em grupo com crianças de sete a quinze anos, de que forma o público infanto-juvenil interpretava os programas vistos.⁶

O estudo de Manuel Pinto (2001), pesquisador da Universidade do Minho em Braga, investigou a presença da TV no cotidiano de 800 crianças de 8 a 11 anos no Norte de Portugal, tendo sido apresentado no livro *A televisão, a vida cotidiana e o direito de participação das crianças na escola e na comunidade*. Nesta pesquisa o autor traçou um perfil das práticas e rotinas das crianças e do espaço da televisão dentro de seu contexto social, bem como os significados referentes a seu uso pelas vozes das crianças sobre suas práticas. Essas e outras pesquisas começaram a dar “voz” às crianças, considerando-as como receptoras ativas dos meios de comunicação.

Mesmo diante de todas essas mudanças nos estudos e da busca de um novo olhar sobre a questão percebe-se como ainda é forte a visão da Teoria dos Efeitos relacionada aos meios e como ela já faz parte das falas do senso comum, transparecendo tanto em alguns estudos da Universidade como nas ações de pais e educadores. É o que demonstra o estudo de Piero Bertolini intitulado *As crianças juízes da TV* realizado há dois anos na Itália. Nele o pesquisador e professor do departamento de Pedagogia da Universidade de Bolonha analisou como crianças de 9 e 10 anos recebiam e entendiam as quatro horas e meia de programação televisiva para cada dia da semana em cada uma das setes redes nacionais italianas. A pesquisa foi realizada numa escola elementar estatal, por abrigar crianças com diversas características econômicas, sociais e culturais, com o intuito de envolver *todas* as crianças matriculadas na quarta série. Na pesquisa percebeu-se que a fala das crianças fica muito perto do que diz o senso comum. Os pequenos afirmam que as crianças imitam o que vêem na TV e que esta pode ensinar tanto coisas boas quanto más. A televisão, para eles, seria um estímulo e a recepção uma resposta quase automática numa espécie de modelo imitativo do

⁵ SHEPPARD, A . *Children, television and morality*. Study II. Broadcasting Standards Council. Relatório de Pesquisa, 1992.

⁶ GUNTER, B.; MCALEER, J. *Children AND television. The one-eyed monster*. Londres: Routledge, 1990.

consumo televisivo. Esta é, segundo o autor, uma crença cultural oferecida às crianças através da forma como os pais falam da televisão, das razões que os professores e os pais se utilizam para regular o consumo de certos programas.⁷

Atualmente o estudo da interação comunicação-cultura tem como base a noção de cotidiano, de prática de pessoas e grupos sociais e é tomado em sua conotação mais ampla como “produção, circulação e consumo de significações”. A cultura se situa no interior dessas práticas nas quais se dão as significações. É com essa visão que o termo cultura vem sendo trabalhado especialmente nos países da América Latina.

Guilherme Orozco Gomez (1996) aponta algumas pesquisas nesse cenário focalizando mais especialmente as pesquisas do México. Segundo ele, dois terços de toda a pesquisa sobre televisão no México estuda os espectadores infantis. No entanto, a maioria destes estudos (cerca de 80%) está centrado nos aspectos educativos dessa relação entre a criança e a TV, com especial atenção para os efeitos da televisão sobre a identidade das crianças mexicanas.⁸

Segundo o autor, hoje, além dos estudos dos efeitos que continuam sendo predominantes, percebe-se em menor número alguns estudos relacionados às mediações. O estudo relativo às mediações foi mais difundido graças à obra de Jesús Martin-Barbero que se dedicou a entender as mediações como o espaço da cultura na qual se produzem as significações da TV e da mídia de forma geral. Maritza López de la Roche na Colômbia investigou *As crianças (los niños) como audiências*, com assessoria de Martin-Barbero, trabalhando com crianças de 8 a 10 anos de diferentes níveis sócio-culturais na cidade e na zona rural. Sua pesquisa buscou perceber o complexo e ambíguo papel da TV no imaginário infantil através das representações que as crianças tinham sobre a família, a cidade, o país e o mundo.⁹ O autor afirma que conceber as crianças como audiência significa assumi-las como consumidoras e também como cidadãs.

⁷ BERTOLINI, Piero. *As crianças juízes da TV*. Relatório de pesquisa sobre uma semana de programação televisiva na faixa com censura. Milano: Ed. Guerini e Associati, 2002

⁸ GOMEZ, Guilherme Orozco. *TV e criança de uma perspectiva Latino-americana: o caso do México*. IN: A televisão e as crianças. Revista Comunicação e Educação, São Paulo, n. 7, set/dez de 1996

⁹ LA ROCHE, Maritza Lopes de. *Los niños como audiências*. Ministério de Comunicaciones-Proyecto Infancia y Mujer, Universidade del Valle, Bogotá, Colômbia, relatório de janeiro de 1998.

A cultura, segundo Martin-Barbero (2001), é o espaço do qual emergem as mediações e por isso, ela é um espaço privilegiado do estudo da constituição do sujeito. É através dela que se constroem as produções de sentido dos receptores. Sousa (1995) ressalta que embora esse sujeito receptor ainda não esteja configurado teoricamente, sabe-se que ele ocupa um espaço contraditório, o da negociação, o da busca de significações e produções de sentido na vida cotidiana. O receptor deixa de ser visto como consumidor de supérfluos culturais apenas porque consome, mas resgata-se nele também uma dimensão de produção cultural.

Gomez (1993) trouxe um novo olhar à questão da mediação proposta por Martin-Barbero ao trazer a perspectiva das múltiplas mediações no processo de recepção. Guillermo Orozco Gomez (apud Sousa, 2001) ressalta que, mesmo que o conceito de mediações não tenha ainda uma definição rigorosa e final nos Estudos Culturais Latino-Americanos, ele vem sendo traduzido como o esforço de identificar e captar as múltiplas ações, situações, tecnologias e circunstâncias que se colocam como categorias estruturantes do modo de ser e de viver das pessoas num tempo e espaço dados, ou seja, os sentidos sociais estruturantes da vida num contexto dado. Aponta que há vários tipos de mediação que fazem parte da relação da criança com a TV e que a recepção sofre a intervenção e o condicionamento de uma série de situações do contexto social, político, histórico, etc. No entanto, suas pesquisas centram-se, principalmente, na mediação que a família e a escola exercem na recepção da TV feita pelas crianças. Alguns de seus estudos realizados na Europa e Estados Unidos no final da década de 80 apontam a importância dos pais na mediação da audiência infantil.¹⁰ Dessa forma, Gomez acabou voltando-se mais para a perspectiva educacional dedicando-se ao estudo de questões relativas à educação para a mídia. Seu enfoque está nos *processos de audiência televisiva ou televidência* como ele denomina. Uma das suas intenções atuais é forjar um projeto de “pedagogia da televidência” desde, com e para as

¹⁰ GOMEZ, Guillermo Orozco. *Mediaciones familiares y escolares en la recepcion televisiva de los ninos*. Revista Intercom, São Paulo, ano XIV, nº 64, jan/jun 1991.

audiências.¹¹ Sara de Jesus Gomes Pereira (1999), pesquisadora portuguesa, em sua pesquisa *A criança em idade pré-escolar e a televisão – a mediação da família* estuda a mediação a partir de situações de interação, definindo-a como o processo através do qual os pais e ‘outros significativos’ ajudam as crianças a decodificar e a compreender as complexidades do meio físico e social, estruturando as informações provenientes do meio (inclusive do meio televisivo), permitindo-lhe assim abordar com mais eficiência os ‘assuntos’ da vida cotidiana. Seu entendimento da mediação já é mais restrito do que o de Martin-Barbero e Gomez pois restringe-se à atuação de outros e tem, assim, implicitamente um enfoque educativo ao procurar perceber de que forma esses “outros” participam da formação das crianças em relação ao que vêem na TV.¹²

Tais preocupações quanto à posição ativa das crianças na assistência à TV deram origem à pesquisas sobre a questão da formação ou da educação para os meios. Esta é a segunda área de interesse no campo das pesquisas nos EUA. A alfabetização para os meios está focada em objetivos pedagógicos que visem dar a crianças e estudantes de forma geral a capacidade para analisar as mensagens e entendê-las criticamente. A educação para os meios, freqüentemente baseada na filosofia de Paulo Freire, assume a postura de questionamento na qual a educação é entendida como a análise da forma e do conteúdo da comunicação que, quando mediada, representa um potencial para equilibrar as desigualdades sociais e favorecer a democracia. Um estudo organizado por Carlsson e Feilitzen (2002) pela UNESCO sobre *A criança e a mídia* situa-se nessa perspectiva de compreender o acesso e o uso da mídia por crianças de todo o mundo bem como relatar as iniciativas de educação para a mídia que estão ocorrendo em diferentes países.

Tais iniciativas de educação para a mídia surgem nesse contexto de incerteza quando se começa a sentir a necessidade de se trabalhar com essa multiplicidade de informações, imagens e sons da atualidade. Não é à toa que Mattelart (apud Magno Silva, 2002) afirma que nesse contexto será preciso

¹¹ GOMEZ, Guillermo Orozco. *Audiencias, television y educación: una desconstrucción pedagógica de la “televidencia” y sus mediaciones*. Revista iberoamericana de Educación, número 27, 2001.

¹² Comunicacion apresentada em dezembro de 98 no Congresso de Madri publicada no site AMEI <http://www.waece.com>

entender a comunicação como um processo dialógico onde a verdade não será mais única, mas nascerá da intersubjetividade. A recepção deve ser entendida como um contraditório espaço de trocas em que o receptor é ativo interagindo, interpretando e reelaborando as informações e imagens.

Martin-Barbero em entrevista a Martha Montoya (Apud Brittos, 2002) ressalta que, como a recepção é um processo social, os conflitos estão sempre presentes e que essa nova concepção de comunicação, a partir das mediações, implica justamente em estudar os conflitos. O espaço da recepção é um espaço de conflito. É importante lembrar que quando falamos da recepção nesse sentido não estamos falando de uma recepção individual mas de um fenômeno coletivo, da sociedade da recepção. Estudar a recepção é, segundo ele, estudar este novo mundo de fragmentações dos consumos e dos públicos, essa liberação das diferenças, essa transformação das sensibilidades trabalhando com a valorização da experiência dos receptores.¹³

Os meios de comunicação são entendidos como espaço de construção de valores e Sousa (1995) ressalta que a noção de mediação é fundamental pois os valores não estão nem só no emissor, nem só no receptor, mas no contexto de sua interrelação: no processo grupal, social. É assim que pode-se entender que a forma como a criança lida com o conhecimento é cultural, ou seja, a importância que dá a determinado assunto em detrimento de outro, as leituras e interpretações que faz, as coisas que inventa são parte de uma experiência adquirida no convívio com os pais, parentes, amigos, com as leituras de revistas, livros, televisão, histórias ouvidas, piadas, brincadeiras...Enfim, com todas as relações diretas ou indiretas que estabelece com os outros e com elementos de expressão de sua cultura. Dentro desse posicionamento a criança é produtora de cultura, é ativa e interage de diferentes maneiras com o que vê.

Diante desse reconhecimento da cultura como mediadora Guillermo Orozco Gómez (2002) acrescenta que tanto os educadores deveriam descentrar sua preocupação principal dos conteúdos e focalizar mais os processos, como os comunicadores também deveriam desviar sua preocupação dos meios e focalizar

¹³ Citada por Valério Cruz Brittos em entrevista a Martha Montoya (1992) no texto *Comunicação e Cultura: o processo de recepção*. Texto retirado do site www.Bocc.ubi.pt (Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação).

mais os processos ao redor dos meios, os receptores, as interações que os mesmos meios possibilitam e os contextos nas quais se realizam já que, em ambos os casos, é do contexto que nasce o sentido da comunicação e é nele que se pode apreciar a relevância dos aprendizados realizados.

Nestor Canclini (1999) fala que a interação entre produtores e consumidores revela que o consumo se manifesta numa interação. Segundo ele, há uma certa coerência entre o consumo de certas classes e grupos; os lugares que freqüentam, onde estudam, habitam, passam as férias, como se informam, etc. Desta forma, mostra que “o consumo serve para pensar pois ele é eminentemente social, correlativo e ativo.” Consumir também é produzir sentidos, fazer interpretações. De que forma o consumo que a criança faz da TV também “serve para pensar”?

No Brasil os estudos que abordam a relação entre a criança e a TV situam-se na interrelação de três áreas: Psicologia, Educação e Comunicação. Na interseção Psicologia-Educação o estudo da relação da criança com a TV volta-se para a questão da constituição da subjetividade contemporânea. Solange Jobim e Sousa, da PUC-Rio e da UERJ, Lúcia Rabello de Castro, da UFRJ, ambas na Psicologia e Rita Ribes Pereira, da UERJ, na Educação dedicam-se a estudar a formação da subjetividade de crianças e jovens em sua relação com a cultura do consumo entendendo as crianças como críticas e produtoras de cultura. Na Educação ainda são escassos os estudos relacionando criança e TV. Ainda na PUC-Rio temos as professoras Rosália Duarte e Aparecida Mamede pesquisando a relação entre os jovens a cultura audiovisual, a primeira focando seus estudos na relação dos jovens com o cinema e a formação dos valores morais e a segunda pesquisando o campo de problematização moral do jovem e a influência da mídia.

Na Universidade Federal do Rio Grande do Sul encontramos Rosa Maria Bueno Fischer e Sérgio Capparelli, uma pesquisando sobre o “dispositivo pedagógico” da mídia, supondo que os meios de informação e comunicação constroem significados e atuam na formação dos sujeitos sociais e o outro abordando questões relativas à criança/mídia, publicidade e consumo.

Desde meados da década de 90 a inter-relação entre as áreas de Comunicação e Educação começa aos poucos a ganhar maior legitimidade nos meios acadêmicos brasileiros e desta inter-relação temos estudiosos em Santa Catarina, na UFSC, e em São Paulo, na USP. Na Universidade Federal de Santa Catarina destacamos Maria Luíza Belloni e Gilka Guirardello, a primeira

pesquisando o papel da TV no processo de socialização das novas gerações e a segunda mais preocupada com a relação entre a TV e a imaginação infantil ressaltando que a TV não “adormece” a imaginação da criança mas possibilita novas formas de criar e imaginar. Na Universidade de São Paulo ressaltamos a presença de Elza Dias Pacheco, coordenadora do LAPIC¹⁴ da ECA/USP que tem se interessado em discutir a relação TV/criança, imaginário e educação e Edmir Perroti, professor da ECA/USP, que investiga a relação entre infância e produção cultural.

A partir dessas concepções de recepção e receptor dos estudos da Comunicação (em sua interrelação com a Educação) e da diversidade de estudos com recortes diferenciados nas áreas apontadas, percebe-se que a interação entre a criança e a TV é extremamente complexa e intermediada por uma série de fatores que desafiam os pesquisadores. Dada a imensa gama de estudos diferenciados da relação da criança com a TV, optou-se neste estudo por dialogar apenas com aqueles que puderam ajudar a olhar mais de perto para as questões trazidas pelas crianças no trabalho de campo.

2.1

A Criança e o Desenho Animado – algumas pesquisas já realizadas

Meu interesse mais voltado para a relação da criança com os desenhos animados da TV levou-me a buscar referências de estudos que falassem da relação das crianças com os desenhos animados. Nessa busca percebemos que a maioria dos estudos dedicam-se a analisar o conteúdo ideológico do desenho e seu “efeito” sobre as crianças na perspectiva da linha de estudos mais tradicional da Comunicação como apontado anteriormente no percurso histórico.

Uma das pesquisadoras apontada como referência em qualquer estudo que trate da relação entre a criança e os desenhos animados é Elza Dias Pacheco, professora da USP e pesquisadora do LAPIC. Sua pesquisa de doutorado deu origem ao livro *Pica-pau: herói ou vilão?* no qual a autora analisa os mitos

¹⁴ Laboratório de Pesquisas sobre Infância, Imaginário e Comunicação da Escola de Comunicação e Artes de São Paulo.

veiculados pelo desenho como relativos à reprodução da ideologia dominante preocupada com os possíveis efeitos desses nas crianças de 5 a 11 anos, idade de formação e alfabetização básicas.¹⁵

Em sua recente pesquisa *O desenho animado na TV: mitos, símbolos e metáforas*, a autora já relativiza tal questão mostrando que a televisão é apenas um dos mediadores sociais que formam as crianças, não a causa dos problemas infantis. Nessa pesquisa feita com 311 crianças em cinco parques da cidade de São Paulo percebeu-se que as crianças recebem, mas também selecionam o que lhes interessa, incorporando criativamente a mensagem. O estudo revela que os desenhos agradam pela estrutura simples e repetitiva. O Pica-Pau, por exemplo, é o personagem frágil que, pela esperteza, se dá bem no final. Na análise feita na perspectiva psicológica os desenhos têm situações, comportamentos e noções morais importantes para a formação da criança que ajudam a resolver conflitos que fazem parte de seu desenvolvimento cognitivo e simbólico. Segundo a autora “Há uma identificação que ajuda a criança a vencer o conflito que sofre pela dominação do adulto”. Entretanto, segundo ela, a criança apenas conseguirá assimilar positivamente o conteúdo televisivo se pais, professores e amigos o ajudarem a desenvolver seu olhar crítico, ou seja, se ela tiver mediadores que a ajudem a discutir e a relativizar os conteúdos da TV.¹⁶

Uma outra pesquisa é a de Alexandre Dias Plaza, também pesquisador do LAPIC da ECA/USP, que procura estudar a estrutura dos desenhos animados e sua relação com o imaginário mítico denominada por *Multiculturalismo, Imaginário e narrativas de desenho animado*. Denise da Costa Oliveira, doutoranda da ECA/USP e professora da UERJ, pesquisa a veiculação da ciência em desenhos animados que tem a violência como argumento narrativo na pesquisa *Ciência e poder no universo simbólico do desenho animado*. A preocupação com a violência é a tônica de muitas pesquisas que versam sobre os desenhos animados. Drs. Fumie Yokota e Kimberly M. Thompson, pesquisadores da Harvard School of Public Health em Boston, avaliaram 74 filmes de desenho animado para quantificar e caracterizar a violência destes filmes que eram

¹⁵ Artigo Fapesp *As metáforas do Pica-pau* do site www.fapesp.br/human604.htm

¹⁶ Informação retirada do site www.uol.com.br/aprendiz/n_noticias/satelite e <http://www.conjunturacriminal.com.br/artigos/ilanud/folha18jul99.htm>

considerados como sendo de censura livre, exibidos em cinemas americanos no período de 1937 a 1999. Os pesquisadores dizem que a violência entre os personagens de desenhos animados pode passar despercebida pelos adultos, ou ser considerada inofensiva, mas eles sabem que não é clara qual seria a sua influência nas crianças sugerindo que tais cenas de violência poderiam tornar as crianças habituadas a ela.¹⁷

Mesmo pesquisas na área educacional têm como preocupação os efeitos do desenho. Um exemplo é a pesquisa *As crianças num mundo de cartoons* realizada por pesquisadores da Faculdade de Ciências de Lisboa na qual foram feitas entrevistas com adultos e crianças sobre os desenhos. O enfoque da pesquisa é o de perceber os efeitos negativos que os desenhos causam nas crianças. Segundo os pesquisadores, é necessário educar as crianças no uso cultural da televisão ressaltando sua preocupação por existirem casos de crianças que imitam rituais violentos dos desenhos transmitidos na televisão.¹⁸

Uma pesquisa da década de 80 que traz uma perspectiva inovadora de Educação para as mídias é a de Maria Felisminda de Resende e Fusari, da USP, sob o título *O educador e o desenho animado que a criança vê na televisão*. Realizada em início da década de 80 a autora aponta o despreparo do telespectador diante da TV e ainda diz que os desenhos tratam de temas com aspirações adultas e não infantis. Aponta como os adultos, pais, professores e produtores de animação são desinformados em relação a esses produtos de consumo. Propõe a necessidade de educação do consumidor diante desses programas infantis e propõe que a escola desempenhe parte desse papel de “ensinar a aprender” a ser telespectador.¹⁹

Rosa Fischer (1984) em seu estudo sobre o Mito na Sala de Jantar faz uma análise interpretativa dos discursos das crianças e jovens de 8 a 15 anos sobre diferentes programações da TV e, entre elas, aborda a compreensão desse público

¹⁷ Fontes: *Journal of Applied Social Psychology* (1999, Vol.29, No.1, pp. 145-165) *Personality and Individual Differences* (1997, Vol. 22, No. 5, pp. 613-627), estudo publicado em 24 de maio de 2000 no *Journal of the American Medical Association* e divulgado no site <http://boasaude.uol.com.br/lib/Show>

¹⁸ Pesquisa publicada no site <http://www.educ.fc.ul.pt/icm/icm2000/icm31/index.html> por Bruno, Cláudia e Guilhermina (no site não aparecem os nomes completos dos pesquisadores)

¹⁹ FUSARI, Maria Felisminda de Resende e. *O educador e o desenho animado que a criança vê na televisão*. São Paulo, Edições Loyola, 1985.

sobre o desenho animado. Mostra como os elementos do mágico e do engraçado são ressaltados pelas crianças como interessantes no desenho e analisa, a partir da ótica do mito de Bruno Bethelheim, a questão da projeção e identificação que aparecem nos relatos.²⁰

Dentre todos os estudos anteriormente apontados da relação entre a criança e o desenho animado da TV, o que proponho está um pouco mais próximo deste último porque toma as falas das crianças para entender a relação com a TV e seus desenhos animados sob o ponto de vista delas. No entanto, meu enfoque não está na questão do mito como foi a ênfase da autora, mas no modo da criança relacionar-se com a TV e produzir conhecimento sobre ela. Como os tempos mudam, o olhar das crianças sobre os desenhos também, e um olhar da década de 80 é substancialmente diferente do olhar de hoje, época em que a TV não é mais a única centralizadora das produções culturais. Por isso, a investigação que empreendo também é situada nos dias atuais, em contextos específicos, e pode fornecer um retrato, sob um determinado ponto de vista, do que é a relação das crianças pesquisadas com o desenho animado da TV hoje.

Minha pesquisa não pretende, como foi apontado em algumas pesquisas anteriores, analisar os desenhos buscando os efeitos desses e nem procura buscar parâmetros de formação educativa para lidar com estes mas pretende, sim, trazer à tona a fala das crianças e seu conhecimento sobre os desenhos para conhecer um pouco melhor o que é ser criança hoje nesse mundo recheado de tecnologias e linguagens audiovisuais que são, muitas vezes, mais próximas e mais compreendidas pelas crianças do que por nós, adultos. Acredito que essa busca deve-se à necessidade que a educação tem de conhecer como se constitui a criança de hoje pois para educar a criança atual não basta sabermos quem ela foi no passado, mas entender quem ela é hoje nesse presente cada vez mais mutante.

A revisão de bibliografia aqui apresentada apontou para duas questões que influenciaram a escolha do tema e o recorte do objeto: em primeiro lugar, o exame da literatura mostra a necessidade do desenvolvimento de estudos que reconheçam os meios de comunicação na perspectiva da Teoria da Recepção tal como vem sendo formulada pelos Estudos Culturais Latino-americanos (Martin- Barbero,

²⁰ FISCHER, Rosa Maria Bueno. *O mito na sala de jantar*. Porto Alegre: Editora Movimento, 1984.

2001, Canclini, 1999 e Gomez, 2001). Em segundo lugar, tal exame demonstrou que ainda há poucas pesquisas fundamentadas nessa abordagem focalizando a audiência dos desenhos animados. Aponta também para a necessidade de uma maior compreensão da tão criticada relação da criança com os desenhos animados numa ótica diferente da Teoria dos Efeitos como vem sendo ressaltada na maioria dos estudos que tratam dos desenhos animados.

Diante desta constatação, minha intenção nesse trabalho foi a de focalizar a relação das crianças com a TV e com os desenhos animados percebendo os sentidos que elas produzem a partir de algumas das mediações que constituem esse processo de televidência, entendendo as crianças como receptoras ativas e produtoras de cultura na sua relação com os meios, e sendo a cultura entendida como modo de construção da realidade, a mediadora dos pontos de vista, percepções e criações das crianças pesquisadas.