

---

# TV: A boa mestra?\*

Mariana Carneiro Borges\*\*  
Orientadora: Profa. Magali Reis\*\*\*

## Resumo

O artigo busca compreender a influência da televisão na cultura infantil. A pesquisa nos possibilitou analisar que a infância ganhou nova concepção devido a uma série de fatores ocorridos contemporaneamente, como a mudança do modelo familiar, a presença da mulher com maior intensidade no mercado de trabalho, o avanço tecnológico, as inovações na educação entre outras. Tais mudanças alteraram também as formas como a criança é criada e educada. A televisão ganha centralidade na vida das crianças. Procuramos demonstrar nesta pesquisa a preocupação com a influência dos programas, principalmente dos desenhos animados no comportamento infantil, já que, além de entreter, transmitem crenças, valores, incentivam o consumo exagerado e a imitação de atos considerados violentos, fato que se reflete nas brincadeiras e na maneira de pensar das crianças. A televisão, portanto, é um veículo de informação que necessita ser pensado pela educação.

**Palavras - chave:** Televisão, Criança, Desenho Animado, Educação, Teoria Crítica.

## A boa mestra? A relação entre infância e televisão

Consideramos para este estudo que o mercado de trabalho atual exige o máximo de dedicação dos adultos (pais), forçando-os a dedicar grande parte de seu tempo ao trabalho ou às atividades profissionais, e que, em razão da ocupação exacerbada do tempo dos adultos, as crianças estão sendo educadas por diferentes instâncias que vão desde a escola até as tecnologias e, dentre estas últimas, a televisão, em maior destaque.

Preocupados com a formação das crianças diante de mudanças ocorridas ao longo da modernidade, desenvolvemos esta pesquisa tomando por base as considerações de alguns pesquisadores que abordam o tema infância e mídia.

De acordo com Belloni (2007), as mídias não substituem a subjetividade das crianças, sua criatividade ou autonomia, é preciso, porém, não esquecer que essas máquinas maravilhosas fornecem o conteúdo de que as crianças se apropriam e relatam suas culturas, o que nos faz refletir o quanto isso pode tornar o ser humano individualista, pois a maneira pela qual ele está sendo influenciado não permite que os saberes adquiridos sejam interiorizados, porque as mídias transmitem conhecimento e informações de maneira rápida e objetiva demais, impedindo a reflexão e inibindo a consciência coletiva.

Mas, mesmo sabendo que é na infância que o indivíduo começa a adquirir valores como a constituição social, cultural e política, percebemos que a indústria cultural e todos os que estão por trás da televisão não estão

---

\*Pesquisa financiada com recursos do Probic/PUC Minas.

\*\*Pedagoga formada pela PUC Minas campus de Poços de Caldas.

\*\*\*Doutora em Educação. Docente do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Educação da PUC Minas.

preocupados com a qualidade da formação que os telespectadores mirins estão adquirindo através da programação televisiva destinada às crianças. Importam-se unicamente em vender os seus produtos e ainda transmitem valores negativos como preconceito, valorização de um padrão de beleza loiro, magro e alto, capaz de gerar insatisfação com o próprio corpo, induzem ao consumo, através das falsas necessidades mostradas geralmente nos comerciais, geram precocidade, pois tanto a linguagem usada pelos apresentadores e ídolos das crianças, como os valores atribuídos às imagens dos personagens criados em filmes e desenhos são impróprios para a faixa etária que cabe à infância.

Vasconcellos (1998) utiliza o conceito de adultização para referir-se ao que os programas de auditório fazem com as crianças, pois estes as incentivam ao amadurecimento precoce em termos de sexualidade, consumismo e banalidades, conquistando ainda a autorização dos pais, pois estes, segundo o autor, parecem não se importar com o que os filhos assistem, desde que permaneçam quietos.

Sabemos que a família é a primeira fonte de influência que interfere na vida da criança, e que por isso deve dar bons exemplos, incluindo o hábito de selecionar a programação mais adequada à criança.

Portanto, é imprescindível o diálogo entre pais e filhos, pois a televisão e as outras mídias facilitam o modo de transmitir informações e conhecimentos. No caso das crianças, estas devem ter por perto um mediador (adulto) entre a mensagem transmitida a elas. No entanto, por várias razões, os pais não podem dedicar muito tempo a seus filhos, que passam longos períodos com os personagens e heróis da televisão. Deve haver, então, o incentivo dos pais quanto aos canais mais educativos. Eles devem questionar os filhos sobre o que assistiram, discutir acontecimentos recentes transmitidos pela tevê, ou seja, levá-los à compreensão daquilo que estão interiorizando.

Assim, podemos dizer que a midiaticização da cultura, termo usado por Moreira (2003), é um dos fatores responsáveis pela redução do tempo da infância, fato observado por Postman (1999), pois o desenvolvimento tecnológico acontece de maneira rápida e junto com ele as crianças se adaptam às novas tecnologias, desenvolvem habilidades diferentes e conseguem ampliar o seu raciocínio, conseguindo desempenhar várias funções ao mesmo tempo, como jogar videogame, ouvir música e falar ao telefone de uma só vez. Elas tornaram-se multifuncionais e deixam de lado as brincadeiras e atividades que requerem concentração, como ler um livro. O que de fato é preocupante, pois, enquanto adquirem habilidades tecnológicas, pulam etapas do desenvolvimento infantil, ocasionando um déficit na aprendizagem, trazendo dificuldades futuras. Esse comportamento interfere também no processo de socialização da criança.

Mas nem sempre a criança esteve tão apta para brincar e conhecer as novidades que a cercam. Até meados do século XIX, os adultos sequer atribuíam significado à fala das crianças, referiam-se à infância apenas para destacar a sua incapacidade de realizar tarefas, sequer registravam fatos que aconteciam com as crianças, mas, com o passar do tempo e com o desenvolvimento tecnológico, pesquisadores começaram a dar atenção a estudos sobre o comportamento infantil. Nunca se deu tanta importância à infância como nos dias de hoje. O que pode significar que as condições tecnológicas favoreceram a criação de uma grande quantidade de artigos e acessórios direcionados à infância, o que provavelmente colaborou para que uma maior importância fosse atribuída à criança. Ou seja, levantamos aqui uma hipótese de que, mais interessada em reconhecer a infância como categoria social, a indústria de brinquedos e acessórios infantis a reconheceu como segmento mercadológico, enxergando os “pequenos consumidores” como uma grande oportunidade de vendas.

## Infância e Televisão

Os meios de comunicação, em especial a televisão, vêm gerando muita polêmica, sendo motivo de estudos e pesquisas. Isso acontece em razão de a televisão encontrar-se instalada na intimidade dos lares e ter um custo baixo, atendendo a todas as classes. Lembramos que as programações transmitidas por este aparelho fornecem ao telespectador mensagens subliminares, o que pode gerar influências na cultura, no modo de pensar, incutir valores e interferir no comportamento do indivíduo, especialmente das crianças.

Por ser de fácil acesso, as pessoas, principalmente as crianças, fazem uso extensivo da tevê, o que gera a preocupação na maioria dos pesquisadores, pois, através de estudos sobre o tema “crianças e televisão”, descobriu-se que nem sempre estas interpretam o que assistem de maneira correta, o que gera um falso conhecimento. A televisão também influencia na socialização da criança, pois o número de horas passadas diante do aparelho poderia ser usado para brincar com outras crianças ou interagir em um local diferente do ambiente caseiro. A permanência diante da TV acaba por levar a criança à inércia, aceitando as mais diferentes programações, sem questioná-las ou mesmo entendê-las, privando-a de falar e agir.

O fato é que a televisão como meio de comunicação hegemônica, com poderes essenciais para manipular e alienar a grande massa, cativa os indivíduos de maneira atraente, usando o entretenimento como meio para que as pessoas se sintam bem em frente ao aparelho, fazendo-as esquecer que por trás das programações estão em primeiro lugar os interesses da indústria cultural e de todos os interessados em veicular aparatos que induzirão as pessoas a agir a favor do que a mídia expõe.

De fato é preocupante que a televisão mais do que o rádio, talvez por exibir

imagens, tornou-se o meio de informação mais comum para as pessoas, que não contestam o que é transmitido pelas emissoras, aceitando boa parte do seu conteúdo como verdade absoluta.

Chamamos a atenção para este fato, pois, mesmo apresentando programas não educativos, as mensagens televisivas fornecem conhecimentos e informações que influenciam crianças e jovens frequentadores da escola. Lembrando que os telespectadores também são alunos e que, além da televisão, assistem a aulas, colocamos então a seguinte questão: A influência que a televisão exerce na cultura dos alunos poderia ser melhor trabalhada pela escola, de modo que esta conseguisse reverter os valores negativos que a programação televisiva causa nos telespectadores? Dessa forma, cabe ao professor estar sempre atualizado com os aparelhos tecnológicos e, além de usá-los em sala de aula, ele deve traçar objetivos que colaborem para aprendizagem e não usá-los somente por modismo, lembrando que a televisão pode ser usada como recurso para facilitar a aprendizagem, pois a imagem transmitida por esse aparelho pode ser útil no processo ensino-aprendizagem. Assim se coloca o grande desafio: à escola compete ser a grande mediadora entre os meios de comunicação, as crianças e os jovens.

## Criança, Infância e Desenhos Animados

Percebemos através de pesquisas que nem os desenhos animados ficaram de fora da veiculação dos interesses da indústria cultural. Podemos perceber que, com objetivo de aumentar o número de telespectadores, foram desenvolvidos a partir das inovações tecnológicas diferentes formas de linguagens e concepções narrativas, ampliando tanto a recepção do público infantil, quanto a do jovem e do adulto. Assim, os desenhos que foram produzidos com os avanços tecnológicos usam de uma narrativa multifacetada, ou seja,

marcada por paródias, sátiras, mitos, um novo panorama social que engloba crianças, jovens e adultos.

Dessa forma, os produtores de filmes e desenhos visam a modelos diferentes de telespectadores com habilidades necessárias para compreender os diversos signos apresentados em sua criação, de modo que algumas intertextualidades podem ser identificadas pelo adulto, que possui um número maior de conhecimentos gerais do que a criança. Mas é importante lembrar que, mesmo não compreendendo os acontecimentos transmitidos pelo filme ou desenho, crianças, jovens e adultos, por meio de caminhos diferentes, podem chegar ao mesmo entendimento, pois as identificações que podem ser feitas em algumas cenas não prejudicam a compreensão final da obra.

A entrevista feita com crianças de 4 e 5 anos nos possibilita dizer que elas ainda são inocentes diante de qualquer comportamento imposto pela televisão. Imitam e admiram os personagens sem ter malícia ou percepção de alguns atos realizados por eles. Como, por exemplo, justificam a violência causada pelo personagem considerado do bem para combater o mal. Não percebem que tanto um quanto outro usam da força bruta sem medir consequências para derrotar o inimigo. Outro fato que influencia as crianças e as leva à precocidade é que a maioria dos desenhos assistidos por elas são compostos de personagens adultos que têm uma rotina adequada à idade adulta. Podemos observar cenas mais adequadas às novelas impressas nos desenhos animados destinados às crianças.

Sendo assim, por ingenuidade, as crianças vão incorporando valores inadequados ou negativos como fatos normais do cotidiano.

O desenho animado, assim como a brincadeira, é muito importante no desenvolvimento da criança, pois, além de ser a primeira imitação de uma imagem na vida dos “pequenos”, a partir dele as crianças

se divertem, satisfazendo sua necessidade lúdica, vivem conflitos imaginários, medos e aventuras num processo de amadurecimento emocional e cognitivo.

Por isso, é de extrema importância a seleção de bons desenhos animados e esta, primeiramente, deve ser feita por um adulto, pois crianças pequenas não percebem as influências que determinados desenhos estão passando, ou seja, o que ressalta no ponto de vista das crianças é a comicidade, a fantasia, a magia, a aventura, a emoção e a diversão. Assim vão absorvendo qualquer tipo de comportamento dos personagens como normal e passam a imitá-los.

Oliveira (2008) considera que, mesmo sabendo que esses conteúdos são propostos de forma clara e evidente para a compreensão da criança, cabe ao professor, no caso, tomar parte ativa ao ajudar a mediar a interação da criança com os desenhos animados e as ideias propostas a respeito do meio em que ela vive.

O que podemos perceber é que a infância tem recebido fortes influências do capitalismo através dos interesses políticos, econômicos, culturais e sociais praticados pela indústria cultural, levando os indivíduos à alienação, quando considera e explora as potencialidades e a capacidade das crianças como consumidoras, seja de um modo direto ou indireto, através de seus pais ou responsáveis.

### **Considerações Possíveis**

Refletindo sobre o que Silva (2003) defende em seu artigo “Indústria cultural e educação infantil: o papel da televisão”, os meios de comunicação exercem papéis determinantes na produção e reprodução do capital através do amoldamento das consciências dos indivíduos por meio da cultura de massa em sua versão industrial. Sendo assim, a tevê, meio de comunicação mais acessível, é uma das maiores fontes de veiculação de interesses da indústria cultural

e dos interessados em lucros, induzindo, através de estratégias de marketing, a lógica do consumo.

A criança torna-se um dos principais alvos das indústrias de consumo, pois elas são compradoras imediatas e como a televisão é o meio de informação mais próximo das crianças, os interessados em produtividade, concorrência, eficiência, competitividade, se aproveitam do aparelho para transmissão de produções artísticas e programações educativas, todas cercadas de comerciais. Induzidos ao consumo, meninos e meninas crescem pensando que diversão e entretenimento estão ligados ao fato de possuir coisas, criam-se assim as falsas necessidades, fazendo movimentar e fortalecer os mercados e o capitalismo.

A televisão não só induz os indivíduos ao consumo, como impõe valores, transforma a realidade e passa uma falsa consciência dos acontecimentos aos telespectadores, o que podemos constatar através das novelas que abordam problemas ou temas sociais como algo de fácil resolução.

Considerando que as pessoas, principalmente as crianças, passam muito tempo em frente à televisão, percebemos a sua influência nos produtos consumidos diariamente nos lares: na alimentação, no modo de vestir e nos brinquedos estão presentes os elementos difundidos pelos canais televisivos, o que nos leva a concluir que nossos hábitos e nossa cultura estão sendo ditados pela mídia.

As produções infantis não fogem das determinações feitas pelos programas, pois estes buscam formar uma criança adaptada aos valores vigentes, consumidoras de uma cultura fútil, o que pode ser notado nas brincadeiras infantis, motivadas por lutas dos heróis assistidos na televisão.

Refletindo sobre os produtos e a programação destinados ao público infantil, levantamos a seguinte questão: a televisão está preocupada com as crianças ao exibir propagandas de alimentos que não

colaboram para a saúde infantil, desenhos que incentivam a violência e/ou passam falsos valores, programas que banalizam acontecimentos e incentivam a sexualidade? São programações desse tipo que nos levam a nos preocuparmos com a formação e o bem-estar dos indivíduos, em especial das crianças.

Assim como disse Baudrillard (1995), a felicidade dos indivíduos depende de signos que possam se manifestar aos olhos dos outros e de nós mesmos. A infância é um dos maiores alvos da indústria cultural. Meninos e meninas, desde pequenos, são incentivados a construir um mundo material. O brinquedo é um dos objetos que mais agrada a criança e é ofertado pela família como forma de presente. É interessante observar a frequência com que este agrado acontece na vida dos pequenos, pois em ocasiões como Natal e aniversário tornou-se tradição relacionar as datas ao presente, sabendo que o adulto quase sempre opta pelo brinquedo tentando agradar a criança.

É comum, também, pais ocupados com as tarefas do cotidiano quererem recompensar a ausência familiar nos lares, encontrando no objeto uma forma de satisfazer as necessidades dos filhos, presenteando-lhes sem que haja um motivo. O que de fato incentiva a criança ao consumo e à insatisfação, pois, ganhando presentes com facilidade, ela associará as necessidades sentimentais a bens materiais. Assim, a indústria cultural usa de artimanhas para vender seus produtos, por exemplo, o brinquedo, ligado à televisão, algo que também atrai a criança. Os personagens de filmes e desenhos, principalmente os da Disney, transformam-se em objetos de consumo. Esta é uma maneira rápida de familiarizar os produtos (tanto o filme quanto o brinquedo), gerando o interesse das crianças em possuir um brinquedo que tem uma história (narrada pelo filme).

Através de fusões ou aquisições de empresas estratégicas de comunicação de

alcance global, a indústria da cultura assume dimensões transnacionais, em seus aspectos ideológicos, econômicos e estéticos, semeando o novo método de controle social.

Esse método é estendido à infância, assim as crianças aparecem como consumidoras em potencial devido às suas características de compradoras imediatas e de futuros adultos que serão inseridos duplamente nas relações comerciais do capital, vendendo sua força de trabalho e reproduzindo o lucro do consumo, conforme Capparelli citado por Silva (2003).

Embora o assunto abordado neste trabalho seja muito discutido e pesquisado por vários autores e especialistas, devemos lembrar que a preocupação com a influência dos meios de comunicação, mais especificamente a televisão, e o interesse da indústria cultural em atingir um público alvo são recentes, por isso necessitamos de mais estudos para melhor compreendermos este tema e também para afirmarmos qualquer resultado. Esta pesquisa foi desenvolvida com o intuito de demonstrar uma questão que necessita do olhar da educação no sentido de construir caminhos que os educadores possam percorrer para estarem em sintonia com problemas contemporâneos.

#### Abstract

This article seeks to understand the influence of television on children's culture. The research enabled us to analyze that childhood gained new design for a variety of factors occurring simultaneously, like changing the family model, the presence of women with greater intensity in the labor market, technological advances, among other innovations in education. These changes also altered the ways the child is raised and educated. Television gained centrality in the lives of children. We demonstrate in this study concern the influence of programs, mainly cartoon in children's behavior, as well as entertain transmit beliefs, values, encourage over-consumption and imitation of acts considered violent, a fact reflected in jokes and in the way of think of the children. The television, so it is a vehicle of information that needs to be considered by education.

**Keywords:** Television, Children, Cartoon, Education, Critical Theory

#### Referências Bibliográficas

- ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- ALMEIDA, R Prioli de. **Imagens e Educação Estudos**. São Paulo: Fiuza, 2006.
- ANDRÉ, Marli (org). **O papel da pesquisa na formação e na prática dos professores**. Campinas: Papirus, 2001. 6.ed.
- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1995.
- BETTELHEIM, Bruno. **A psicanálise dos contos de fadas**. São Paulo: Paz e Terra, 1980.
- BELLONI, Maria Luiza. **Infância, Mídias e Educação: revisitando o conceito de socialização**. Perspectiva, Florianópolis, n. 57-82, jan/jun, 2007.
- BIKLEN, Robert. **Investigação qualitativa em Educação**. Porto 1994.
- BROUGÈRE, Gilles. **Brinquedo e companhia**. São Paulo: Paz e Terra. 1980.
- DUARTE, Rodrigo. **Indústria Cultural hoje**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.
- FARIA, Ana Lúcia Goulart de (org). **Por uma cultura da infância**. Campinas: Autores Associados, 2002, 2. Ed.
- FERREIRA, Luciana Rodrigues. **Sobre Crianças e Superpoderes: um estudo sobre o desenho animado**. Poços de Caldas, 2005.
- FUSARI, Maria Felisminda de Rezende. **O Educador e o desenho animado que a criança vê na televisão**. São Paulo: Espaço e Tempo, 1987.

- GARCIA, Cláudia Amorim de; CASTRO, Lúcia Rabello de; SOUZA, Solange Jobim e. **Infância, cinema e sociedade**. Rio de Janeiro, 1997.
- GOBBI, Márcia. **Por uma cultura da infância**. Campinas : Autores Associados, 2004.
- POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.
- REZENDE, Ana Lúcia. **A tevê e a criança que te vê**. São Paulo: Cortez, 1989.
- RIGOTTI, Gabriela Fiorin. **Imagens e educação – estudos**. São Paulo: Fiuza, 2006.
- STEIBERG, Shirley R. e KINCHELOE, Joe L. (org). **Cultura Infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997.
- STUDART. Heleoneida. **Mulher de cama e mesa**. Petrópolis: Vozes, 1974. 9.ed
- VASCONCELLOS, Gilberto Felisberto. **O cabaré das crianças**. São Paulo: Espaço e Tempo, 1998.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Televisão e escola: aproximações e distanciamentos**, Salvador/BA, 1 a 5 Set 2002. Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/Comedu/article/view/4313/0htt>. Acesso :04 jul.2008.
- CRIVELARO, Lana Paula. **A publicidade na TV e sua influência na obesidade infantil**, Campinas, julho 2006. Disponível em <http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNIrevCrivelaro.PDF> Acesso:09 jul.2008.
- CORDELLIAN, W. **A televisão e as crianças**, St. Lois, 1993. Disponível em <http://www.revistateias.proped.pro.br/index.php/revistateias/article/viewPDFInterstitial/204/203> Acesso 12 out.2008
- MACHADO, Marina Marcondes. **Criança Maravilha-alegria ou tristeza do espetáculo televisivo**, São Paulo, maio/ago. 2002. Disponível em [http://www.perspectiva.UFSC.br/Criança Maravilha-alegria ou tristeza do espetáculo](http://www.perspectiva.UFSC.br/Criança%20Maravilha-alegria%20ou%20tristeza%20do%20espet%C3%A1culo). Acesso: em 07 maio.2008
- MORAN, José Manuel. **As mídias na educação**, Bogotá, 1996. Disponível em <http://www.eca.usp.br/prof/moram/midiaseduc.htm>. Acesso: 28 fev.2008
- SILVA, Hugo Leonardo Fonseca da. **Indústria Cultural e educação infantil: o papel da televisão**, Goiás, Dez 2003. Disponível em: [http://proec.ufg.br/revista\\_ufg\\_infancia/Fcultural.html](http://proec.ufg.br/revista_ufg_infancia/Fcultural.html) <http://www.nepef.ufsc.br> Acesso: jul 2008
- MUNARIM, Iracema. **A violência na programação infantil da TV e as brincadeiras das crianças**, Florianópolis, 2004. Disponível em <http://www.nepef.ufsc.br/labomidia/arquivos/producao/2005/30.pdf> Acesso 12 out. 2008

### Sites visitados

<http://www.perspectiva.ufsc.br> Acesso em 09 jul.2008

<http://www.centrorefeducacional.pro.br/crietv.htm> Acesso em 13 set.2008

[http://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Desenhos\\_animados\\_da\\_d%C3%A9cada\\_de\\_2000](http://pt.wikipedia.org/wiki/Categoria:Desenhos_animados_da_d%C3%A9cada_de_2000) Acesso 10 out.2008

<http://www.revistateias.proped.pro.br/index.php/revistateias/article/viewPDFInterstitial/204/203> Acesso 12 out.2008

<http://www.nepef.ufsc.br/labomidia/arquivos/producao/2005/30.pdf> Acesso 12 out. 2008

