

# A relação das crianças e dos jovens com a televisão e a internet

SARA PEREIRA

## RESUMO

O quotidiano das crianças e dos jovens é hoje habitado pelos media. Ligados por diversos ecrãs ao mundo, aos amigos e à própria família, esta geração de nativos digitais desenvolveu novas formas de sociabilidade, aprendeu novos modos de receber e de partilhar informação e de comunicar. Com este artigo pretende-se refletir sobre o significado da presença dos meios de comunicação, novos e tradicionais, na vida dos mais novos. Sendo a infância e a adolescência períodos fundamentais de criação de padrões de uso e de consumo mediático, defende-se uma atenção particular aos processos de mediação e ao desenvolvimento de competências de literacia mediática do público jovem.

## ABSTRACT

The daily life of children and young people is now inhabited by the media. Connected by several screens to the world, their friends and their own family, this generation of digital natives has developed new forms of sociability, learned new ways to receive and share information and to communicate. This article aims to reflect on the meaning and the presence of the media, both traditional and new media, in the lives of youngsters. Considering childhood and adolescence as fundamental periods for creating media consumption habits and patterns of usage, we draw particular attention to the processes of mediation and to the development of media literacy competences within young audiences.

*Mais vale acender uma vela do que maldizer a escuridão*

CONFÚCIO

Podemos tomar o provérbio em epígrafe para pensar a relação das crianças e dos jovens com os media. Televisão, internet, redes sociais, videojogos, são meios com os quais as gerações jovens (e não apenas estas) interagem no dia a dia, sendo muito mais importante assumir a sua relevância no quotidiano, aceitar a sua influência no processo de socialização e capacitar as crianças e os jovens para uma relação crítica e criteriosa com estes meios, do que meramente ignorá-los ou até proibi-los.

Os media são instrumentos importantes de perceção do mundo, contribuindo para construir e modificar as representações de e sobre o mesmo. No que diz respeito à televisão, por exemplo, são vários os estudos que têm vindo a apontá-la como uma fonte primordial de experiência comum dos cidadãos e como um dos principais meios de informação e de entretenimento. Este meio irrompeu há várias décadas no quotidiano de um número muito significativo de cidadãos tornando-se, progressivamente, presença indispensável na esmagadora maioria dos lares.

A paisagem televisiva e o ambiente mediático em geral sofreram mudanças significativas que foram permitidas e impulsionadas pelos avanços tecnológicos das últimas décadas. Meios tradicionais e novos meios transformaram-se em elementos de rede de comunicação local e global, sendo simultaneamente símbolos de apropriação individual e de grupo(s). Eles são, por isso, mediadores das esferas pública e privada, proporcionam informações e imagens da realidade social e fornecem, ao mesmo tempo, parte da «matéria-prima» com que tecemos a nossa própria cultura quotidiana. As suas mensagens são então apropriadas e reapropriadas, elaboradas e reelaboradas, de acordo com o contexto e as circunstâncias sociais em que se produzem e recebem.

Atualmente, internet, redes sociais e televisão são identificadas como as principais atividades de tempo livre das gerações mais jovens, bem como os seus principais meios de informação e de entretenimento. Trata-se de «objetos» de consumo privado, mas que estão no centro do espaço público, que providenciam informações e opiniões diversas, que disseminam sentidos acerca dos acontecimentos e contextos da vida social, que transportam mensagens públicas, para grandes públicos, com fins públicos (sobretudo, como diz McQuail, sobre assuntos acerca dos quais se espera a formação de uma opinião pública). Em geral, espera-se que a televisão, por exemplo, transmita uma informação credível sobre os assuntos públicos, que ajude na expressão de pontos de vista diversos, que garanta o acesso às muitas vozes da sociedade e que facilite a participação dos cidadãos na vida social e política. É neste sentido que a televisão – os media em geral – são considerados a mais importante instituição intermediária da sociedade civil (McQuail, 1994), e que o espaço público televisivo é concebido

como um espaço cívico onde se constrói uma parte da cidadania (Nel, 1997).

De acordo com McQuail (2003), a noção de «espaço» a que se refere o conceito de esfera pública fica entre a «base» e o «topo» da sociedade e a mediação ocorre entre as duas. No topo, encontram-se as instituições políticas centrais que são parte da vida pública, enquanto a base é considerada a esfera privada da vida dos cidadãos individuais. Ora, é precisamente nesta esfera, no espaço privado e familiar, que se realiza o consumo mediático. Os media podem, então, ser considerados como meios que unem as esferas privadas com as preocupações e as atividades da sociedade em geral.

O sociólogo francês Dominique Wolton chamou a atenção, em finais dos anos 90, para o facto de a televisão ser um dos principais elos estruturantes da sociedade. Dizia o autor que “*não há muitas atividades sociais e culturais como a televisão*” (1997:105), pois “*é a única atividade partilhada por todas as classes sociais e por todos os grupos etários, fazendo assim o elo entre todos os meios*” (*id.*: 103). É neste sentido que Wolton considerava aquele meio a “*identidade da modernidade*” (*id.*: 131). O autor enfatizava a função social da televisão, o seu papel fundamental de vínculo social, relegando para segundo plano a dimensão técnica à qual ela é, segundo o autor, frequentemente reduzida.

Não obstante as mudanças ocorridas nas instituições mediáticas e na própria sociedade, os termos do debate público acerca do significado social dos media parecem ter mudado pouco. As interpretações sobre a influência – positiva ou negativa – de meios como a televisão e, mais recentemente, a internet, revelam-se muito divergentes.

O elemento mais persistente na análise, e que consegue um maior consenso, parece ser o da sua forte influência que, como tem sido evidenciado por várias pesquisas, não é nem direta, nem mecânica.

Aparentemente, os media parecem ser objetos unívocos e naturais, mas a realidade é mais complexa. Eles são investidos de maneira diferente pelos indivíduos precisamente pelo facto de os públicos, independentemente da sua capacidade crítica, não viverem de maneira idêntica e igualitária. Citando novamente Wolton (1997: 108), “*a mesma mensagem dirigida a toda a gente nunca é recebida da mesma maneira*”.

No que diz respeito à televisão, podemos dizer que não se assistiu, até hoje, a um discurso tão contraditório acerca de um objeto (poderoso, é certo) como aquele a que assistimos à volta deste meio. De uma forma ou de outra, todos os cidadãos veem televisão e cada um julga ter uma opinião sobre a mesma, a sua função, a sua influência, as suas vantagens e desvantagens. Cada cidadão sente-se autorizado a falar sobre o pequeno ecrã e, por vezes, considera mesmo ter um projeto de mudança para a TV. O discurso à volta deste meio de comunicação é assim um discurso ambivalente, de desconfiança e cheio de contradições. É provavelmente por esta razão que os media, em geral, fascinam e inquietam, numa sociedade que os quer e que os promove, mas que também desconfia deles.

Alargando este quadro paradoxal, verificamos que as noções de criança e de infância partilhadas quer no discurso corrente sobre a relação crianças – media, quer no discurso produzido pelos próprios media, são também contraditórias. De acordo com os interesses em discussão no momento, as famílias, os meios de comunicação, os grupos de pressão, as entidades governamentais alternam entre a defesa da noção de «criança-agente», ativa e crítica perante os conteúdos veiculados pelos media, e a de «criança-objeto», passiva e vulnerável, a necessitar de proteção.

O próprio discurso em torno da presença e da importância da televisão e da internet na vida das crianças, e dos seus possíveis efeitos, não deixa também de ser paradoxal: os pais, tal como outros adultos, queixam-se que as crianças passam muito tempo a ver televisão, ou «agarradas» ao computador a navegar na internet, ou nos *chats* com os amigos, mas a forma como organizam a sua vida tende a «empurrar» cada vez mais as crianças para o mundo dos ecrãs. Esta situação resulta frequentemente num consumo mediático significativo.

No que diz respeito à televisão, de acordo com a *Marktest Audimetria*, durante o ano de 2010, cada português viu aproximadamente 3h30m de televisão. O segmento 4-14 passou, em média, cerca de três horas diárias em frente ao pequeno ecrã, número que não conhece fim de semana nem férias. E no que concerne à Internet, dados de vários estudos europeus têm mostrado que, na última década, este meio foi-se incorporado na vida quotidiana das crianças e jovens de muitos países da Europa Ocidental. Em Portugal, de acordo com os resultados do estudo *Netpanel da Marktest*, no primeiro semestre de 2010, o Facebook liderou em todos os principais indicadores quando analisados os sites sociais, ultrapassando o Hi5. Nesse período, foram 3 025 mil os residentes no Continente com 4 e mais anos que acederam a partir dos seus lares ao site do Facebook, um número que representa 73.5% dos internautas nacionais e 87.7% daqueles que navegaram em suas casas naquele período. A análise por segmento da população no primeiro semestre de 2010 mostra que os jovens dos 15 aos 24 anos são os que apresentam maior afinidade com estes sites. Nesta faixa etária, são 88.7% os que acederam a sites sociais naquele período, enquanto na faixa dos 4-14 anos são 81,1%.

A par destes dados de audiência, as pesquisas nesta área têm mostrado a importância das Redes Sociais e da Internet na vida dos mais jovens. O estudo realizado em Portugal pela socióloga Ana Nunes de Almeida, intitulado “Crianças e Internet: Usos e Representações, a Família e a Escola”, mostra que os sites mais visitados por 85% dos jovens inquiridos são páginas de vídeos e que quase 66% utilizam a Internet para publicar textos, imagens, música ou vídeos em blogues ou páginas pessoais como o Hi5, o Facebook ou o MySpace.

Estes dados mostram e confirmam a importância que os media, em particular a televisão e a internet, assumem no quotidiano das gerações mais novas, estando atualmente no topo das suas atividades preferidas.

Estão aqui apresentados algumas das razões que sustentam a importância da educação/literacia para os media. Um trabalho a este nível deve ser transversal no diz respeito aos grupos etários, devendo começar o mais cedo possível pois é também desde muito pequenas que as crianças começam a relacionar-se com os media, em particular com a televisão. A escola, as bibliotecas, os espaços de actividades de tempo livre, as associações cívicas surgem então como contextos importantes para a exploração e análise dos media bem como para a mediação das experiências televisivas dos mais jovens.

A célebre afirmação que Wilbur Schramm, investigador norte-americano, escreveu no relatório de uma pesquisa que desenvolveu sobre as crianças e a televisão em finais nos anos cinquenta, para além de permanecer atual, indica-nos o sentido deste trabalho. Dizia Schramm: “*tão importante como interrogarmo-nos sobre o que a televisão faz às crianças é interrogarmo-nos sobre o que as crianças fazem com a televisão*” (Schramm, 1965).

O que propomos então é que não se ignore, nem se desvalorize, nem se considere menores as práticas mediáticas das crianças, mas que essas experiências sejam motivo de debate e de análise. Deste modo, estaremos a ajudar as crianças e os jovens a desenvolverem olhares e atitudes críticas em relação aos media e a contribuir para a promoção de práticas mediáticas seletivas.

Num trabalho a este nível, pressupõe-se uma conceção de criança como sujeito social e não como objeto dos projetos e iniciativas dos adultos. Considerá-la como um ator social implica reconhecer que a criança desempenha um papel ativo no meio em que está inserida e do qual os media fazem parte. Contudo, gostaríamos de salientar que, ao rejeitarmos uma perspetiva de criança vítima passiva dos media, não pretendemos adotar, simplesmente, a perspetiva contrária e substituir a imagem tradicional de inocente e vulnerável por uma imagem de criança ‘super-herói’, completamente «ativa e autónoma». No nosso ponto de vista, esta conceção de criança é tão indefinida e controversa como aquela que pretende substituir. Continua-se a falar acerca da criança como uma categoria universal, em vez de crianças que vivem em circunstâncias sociais, culturais e históricas específicas que as colocam em posições particulares na estrutura social.

Tal como os estudos sociológicos da infância têm evidenciado, a infância constitui um grupo social autónomo que se destaca e transforma histórica e culturalmente, estando longe de corresponder a uma categoria universal, natural e de significado óbvio. Para além das diferenças individuais, as distintas condições sociais em que as crianças vivem, a classe social e a etnia a que pertencem, o género e a cultura constituem, todos, aspetos importantes na caracterização da posição social que cada uma delas ocupa. Assim, a interpretação das culturas infantis “*não pode ser realizada no vazio social, e necessita de se sustentar na análise das condições sociais em que as crianças vivem, interagem e dão sentido ao que fazem*” (Sarmiento e Pinto, 1997: 22).

No que diz respeito à relação crianças – media, o problema mais grave dos discursos

correntes e de muitas pesquisas radica, talvez, na descontextualização, quer das crianças, quer dos media. Ora, nenhuma das polaridades deste binómio existe num vácuo social, fora de um quadro de relações sociais, de espaço e de tempo. Ao considerar-se a relação das audiências com os meios, é necessário atender às diferentes situações e posições sociais em que se processa a receção e o consumo. A atribuição, apropriação e integração dos sentidos das mensagens mediáticas são influenciadas pela experiência prévia de cada um e pelo contexto sociocultural envolvente. No caso específico das crianças, como tem sido salientado pela investigação (cf. por exemplo, Pereira, 1999 e 2007; Pinto, 2000) é particularmente importante considerar, na sua relação com os media, fatores como a idade, o sexo, o nível sociocultural da família, as características do meio de habitação, os ritmos e estilos de vida, o desenvolvimento sociocognitivo e a própria oferta mediática.

A contextualização da relação crianças – media, e de cada uma destas vertentes individualmente consideradas, permite pensar esta interação mais em termos de relações do que de efeitos diretos; mais em experiências do que em causalidade. Permite também reconhecer que, perante esta realidade, o importante será aprender a lidar com a mesma para conseguir tirar dela o máximo de proveito para a qualidade de vida das crianças e jovens, porque, na verdade, “*mais vale acender uma vela do que maldizer a escuridão*”.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, A., DELICADO, A. e ALVES, N. – *As crianças e a internet: relatório de um inquérito*. Lisboa: ICS e Fundação Calouste Gulbenkian, 2008
- McQUAIL D. – *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003
- McQUAIL D. – *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage, 1994
- NEL, N. – “Généricité, Séquentialité, Esthétique Télévisuelles”. *Réseaux*, 81 (1997) [Revista em linha] Disponível em <http://www.ensib.fr/autres-sites/reseaux-cnet/>
- PEREIRA, S. – *A Televisão na Família. Processos de Mediação com Crianças em Idade Pré-Escolar*. Braga: CECS-UM, 1999
- PEREIRA, S. – *‘A Minha TV é um Mundo’. Programação para Crianças na Era do Ecrã Global*. Porto: Campo das Letras, 2007
- PEREIRA, S. – *Por Detrás do Ecrã: Televisão para Crianças em Portugal*. Porto: Porto Editora, 2007
- PEREIRA, S.; PEREIRA, L.; PINTO, M. – *Como TVer*. Braga: CECS-UM, 2009
- PEREIRA, S.; PEREIRA, L.; PINTO, M. – *Internet e Redes Sociais: Tudo o que vem à Rede é Peixe?*. Braga: CECS-UM, 2009
- PEREIRA, S.; PEREIRA, L.; PINTO, M. – *Videojogos: Salta para Outro Nível*. Braga: CECS-UM, 2010
- PEREIRA, S.; PINTO, M.; PEREIRA, E. – *A Televisão e as Crianças. Um ano de programação na RTP 1, RTP2, SIC e TVI*. Lisboa: ERC, 2009
- PINTO, M. – *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Porto: Edições Afrontamento, 2000
- PINTO, M.; PEREIRA, S.; PEREIRA, L.; FERREIRA, T. – *Educação para os Media em Portugal: Experiências, Actores e Contextos*. Lisboa: ERC, 2011
- SARMENTO, M., & PINTO, M. – “As Crianças e a Infância: Definindo Conceitos, Delimitando o Campo”. In M. Pinto & M. Sarmiento (Coords.), *As Crianças – Contextos e Identidades* (pp. 9-30). Braga: Centro de Estudos da Criança, UM, 1997
- SCHRAMM, W.; LYLE, J.; PARKER, E. – *Televisión para los Niños*. Barcelona: Editorial Espano Europea (edição original de 1961), 1965
- WOLTON, D. – *Pensar a Comunicação*. Lisboa: Difel, 1997