

# TELEVISÃO, REPRESENTAÇÕES SOCIAIS E CULTURA DE MOVIMENTO: TECENDO REFLEXÕES DE UMA TRAMA NO CONTEXTO DA INFÂNCIA<sup>1</sup>

Mariana Mendonça Lisbôa – Mestranda em Educação Física CDS/UFSC

**RESUMO:** *O presente texto caracteriza-se como uma pesquisa bibliográfica de cunho fundamentador, que teve como objetivo refletir a respeito das relações que envolvem a produção de representações sociais sobre a cultura de movimento/Educação Física, em função da centralidade da mídia televisiva na organização do cotidiano infantil e o modo como as experiências das crianças vêm se configurando neste contexto. Presentes em variados gêneros e programas, especialmente naqueles destinados à audiência infantil, essas informações e imagens sobre conteúdos e temáticas da cultura de movimento podem se constituir em representações que acabam colonizando o imaginário infantil.*

**ABSTRACT:** *The following text is characterized as a bibliographical research, in which its objective reflects the relations involving the production of social representations on the culture of movements/Physical Education in accordance to the centrality of television media in the organization of children's everyday life and the manner, in which their experiences have been configured this context. These informations and images of contents and topics of the culture of movements that compose a variety of genders and TV shows - particularly those addressed to a infantile audience - can be constituted of representations that end up colonizing children's imagery.*

**RESUMEN:** Este texto se caracteriza como una investigación bibliográfica de cunho fundamentador, cuyo objetivo fue reflexionar a respecto de las relaciones que envuelven la producción de representaciones sociales sobre la cultura de movimiento/Educación Física, en función de la centralidad de televisión en la organización del cotidiano infantil y el modo como las experiencias de los niños se vienen configurando en este contexto. Presentes en varios géneros y programas, especialmente en aquellos destinados a la audiencia infantil, esas informaciones e imágenes sobre contenidos y temáticas de la cultura de movimiento se pueden constituir en representaciones que acaban colonizando el imaginario infantil.

## 1. Introdução

A organização e compreensão da vida cotidiana na atualidade vêm sendo, cada vez mais, influenciada pelos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão, seja por instituir rituais domésticos ou ainda por produzir realidades. As novas gerações vivenciam desde seu nascimento uma realidade onde a presença da TV concorre para construção de representações e percepções do mundo a sua volta. Desde pequenas as crianças têm contato com inúmeras imagens e sons que constroem a narrativa do discurso midiático acerca de conhecimentos culturais.

<sup>1</sup> Resumo da Monografia de Especialização – CDS/UFSC (2004), orientada pelo professor Giovani De Lorenzi Pires

escolar, as crianças já trazem consigo muitas informações e conhecimentos, imagens da cultura de movimento, principalmente aquelas oriundas da televisão. Mas que bagagem televisiva é essa? Que representações são produzidas e disseminadas pela televisão sobre elementos da cultura de movimento?

Não buscando responder as questões levantadas acima, mas suscitando nos professores de Educação Física, reflexões que apontem a possibilidade de considerar a mídia instância importante na disseminação de valores, concepções e idéias sobre a cultura de movimento, pretendemos problematizar algumas situações que se colocam especialmente para o âmbito da infância e sua condição de receptores/ telespectadores na contemporaneidade.

Assim, o objetivo do nosso trabalho foi refletir sobre as relações que envolvem a produção de representações sociais sobre a cultura de movimento/ Educação Física em função da centralidade da mídia televisiva na organização do cotidiano infantil e o modo como as experiências das crianças vêm se transformando dentro deste contexto.

Analisar esse cenário infantil torna-se relevante uma vez que a televisão possibilita um conhecimento publicamente partilhado no campo da Educação Física. Contudo, não nos deteremos em buscar que conhecimento são esses, mas sim como se pode, a partir de algumas teorias, entender esse processo que envolve a formação de representações no imaginário infantil.

Nesse sentido assumimos o compromisso de buscar a articulação de alguns pressupostos teórico-metodológicos entre as diferentes áreas que contribuem para o entendimento da totalidade desse problema, no intuito de contribuir para ampliação da discussão de forma crítica através de uma pesquisa bibliográfica de cunho fundamentador. Contudo, dentro de limitações que são inerentes a realidade que nos cerca e a nós mesmos, este momento será mais o de problematizar e formular questões que concretizem a possibilidade de uma atenção profunda sobre a relação da Televisão e Infância – que ainda é insuficiente na área da Educação Física/ cultura de movimento – do que “resolver” tais questões.

## **2. Sociedade, Cultura e Conhecimento: compreendendo uma realidade na Era da Comunicação de Massa**

Como compreender esse cenário social apontado?

Não esquecendo da “luta” que se trava no âmago do nosso modelo de sociedade, onde classes distintas lutam pela imposição de interesses antagônicos, recorreremos a três designações que acreditamos relacionarem-se promovendo um entendimento do presente estágio social, a saber: *Sociedade da Informação* (BELTRÃO, QUIRINO, 1986), *Sociedade do Espetáculo* (DEBORD, 1997) e *Sociedade do Consumo* (FEATHERSTONE, 1995).

Entendemos essa tríade como traços característicos da realidade social, que antes de se contradizerem em possíveis teorias e hierarquias, podem assumir uma condição de complementaridade na sociedade atual onde a mídia faz-se fortemente presente em meio a globalização econômica e mundialização da cultura (ORTIZ, 1994).

Para compreender melhor a “transformação cultural” da qual a cultura de movimento também foi atingida, utilizamos o conceito de Indústria Cultural. Cunhado por Horkheimer e Adorno na década de 40 em seu exílio norteamericano, consistia numa crítica ao modo de produção da cultura contemporânea que se colocava em oposição ao

termo até então usado *cultura de massa*.

XIV CONBRACE - Porto Alegre - 2005

3

ADORNO e HORKHEIMER (1985) constataram naquela época o processo de banalização/rebaixamento da produção e difusão cultural enquanto mercadoria, surpreendendo-se com o estágio de integração da cultura ao sistema capitalista da produção de bens materiais, ou seja, a cultura resumindo-se em mercadoria dotada de valor de troca, produzida e consumida de forma massiva e indiferenciada.

A TV, sem dúvida, é na atualidade o meio mais eficaz de reprodução dessa ideologia e modo de produção da Indústria Cultural. Não apenas pelos dados estatísticos que apontam que no Brasil mais de 89% das residências possuem televisão, mas também pelo seu papel de co-adjuvante no processo de banalização e mercadorização da cultura e espetacularização da sociedade.

Através de sua característica linguagem audiovisual – que tem forte apelo junto as novas gerações – a televisão vem assumindo na atualidade uma forte função de “produtora” de saberes/fazeres compartilhados. Nesse sentido, torna-se necessário agora explicarmos como que a Teoria das Representações Sociais pode configurar-se num conceito interessante para pensarmos essa relação da TV com o sujeito (neste caso a criança).

Em 1961 Serge Moscovici desenvolve e publica sua pesquisa sobre a Teoria das Representações Sociais na obra denominada *Representação Social da Psicanálise*, partindo do conceito de “representações coletivas” de Durkheim.

De forma simplificada as representações sociais seriam “tijolos de saber” (JOVCHELOVICH apud PIRES, 2002b, p. 30), ou seja, porções de conhecimentos, costumes, tradições, memórias que encontramos em todas sociedades e elementos extremamente importante para compreensão de um povo. Ou ainda, modos de conhecimentos do senso comum, compartilhados socialmente, que surgem e se legitimam no cotidiano e tem como objetivo compreender e controlar a realidade social.

(GUARESCHI, 2000)

Diferentemente do conhecimento científico que é reificado e fundamentalmente cognitivo, as representações sociais como conhecimento do senso comum, podem apresentar algumas contradições, fragmentações, ambivalência na sua superfície mas, enquanto um campo representacional, apresenta um núcleo fundamentador mais estável e permanente, baseado na cultura e memória da sociedade. (GUARESCHI, 2000)

Neste sentido, MOSCOVICI (1978) defende que as pessoas ou grupos sociais não são receptores passivos, “tabulas rasas” nesta relação, mas integrantes ativos, participantes, elaboradores de um pensamento social que constantemente é re-avaliado para resolução de problemas e conflitos. Sendo essa ressignificação uma alternativa mais simples de compreensão – pela lógica não científica.

A mídia vem sendo apontada em vários estudos como uma das principais instâncias criadoras e propulsoras de representações sobre os mais diferentes assuntos e que acabam por fundamentar grande parte das ações humanas, o que inclui os relativos à cultura de movimento, que nos interessa particularmente neste estudo. Pois, como já afirmou GUARESCHI (2000) as representações sociais estão “nas mentes e nas mídias”.

### **3. Tele-Infância: reflexões sobre uma geração em meio a mediação tecnológica**

Sem entrar em discussões aprofundadas sobre a infância e suas possíveis concepções, compartilhamos do pensamento que não existe uma criança universal, mas sim constituída e inserida sócio-historicamente nas diferentes realidades culturais. É possível ainda falarmos da existência de uma cultura infantil, a qual é formada por elementos culturais quase que exclusivamente das crianças, e que são caracterizados por sua natureza lúdica. Nesse sentido, recorreremos ao conceito de *cultura lúdica* exposto por XIV CONBRACE - Porto Alegre - 2005

4

BROUGÉRE (1995, 1998) que se apresenta em estreita ligação com o jogo, ou seja, apresenta-se como uma cultura preexistente que define o jogo, e o torna possível, enquanto atividade cultural.

Característica marcante na cultura lúdica contemporânea é o consumo de produtos da Indústria Cultural disponibilizados massivamente principalmente pela TV no momento em que o público infantil torna-se receptor em potencial desse veículo. O caminho que leva ao aparecimento desse consumidor infantil e, conseqüentemente o surgimento de produções televisivas voltadas para esse público, passa pela história do desenvolvimento do capital e sua própria lógica de expansão.

A descoberta deste segmento de consumo deflagra o processo de sua exploração, que se consolida na atualidade, um “mercado de milhões”. Nesse sentido, ainda em 1986 o diretor da *TV Criança* Aristides Molina<sup>2</sup>, deixava claro o potencial econômico gerado por esses programas: “Doa a quem doer, um programa para crianças, bem feito e colocado em determinados horários, é uma vitrine de produtos infantis, proporcionando inesgotável fonte de renda.”

Cabe destacarmos que na atualidade o interesse das crianças na programação televisiva não se restringe ao gênero infantil. Pesquisas mostram que, em alguns casos, programas dirigidos a adultos e jovens são preferências das crianças. Sobre isso, SAMPAIO (2000) afirma que o interesse da criança por programas voltados para adultos aparece como uma tendência crescente e global no consumo da mídia televisiva. É inegável o fato da televisão hoje fazer parte de nossas vidas, trazendo inúmeras novidades para o mundo das crianças que, diferentemente de outras gerações, convivem desde sua existência com esse meio de comunicação. O que antes a criança aprendia pela convivência na rua, com os amigos do bairro, agora vem sendo cada vez mais “apresentado” e aprendido pela televisão que divide a sala de estar e torna-se a grande companheira dessa geração.

O contato das crianças com a diversidade cultural atualmente é na maioria das vezes, mediado tecnologicamente, principalmente pela televisão, o que muitas vezes significa, como PIRES (2002) já apontou em relação ao esporte, a substituição das experiências formativas pela mera vivência de diversas manifestações culturais<sup>3</sup>. Dados divulgados na 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes (2004), bem como em outras pesquisas, chegam a constatação de que as crianças brasileiras passam em média três horas por dia em frente à televisão, sendo essa em muitos casos, a atividade principal de seu cotidiano, à frente de brincadeiras, atividades familiares entre outras dedicadas a processos educativos e de lazer.

Dentro da discussão sobre os posicionamentos em torno da televisão a partir de um recorte para o âmbito infantil, recorreremos ao trabalho de GIRARDELLO (1998) que traz uma revisão de algumas tendências no estudo da relação entre TV e criança. A autora destaca como síntese, a necessidade de compreender a complexidade que envolve a

experiência televisiva na infância. Suas possíveis influências, positivas ou negativas, dependem principalmente do tempo que a criança passa assistindo a TV, da qualidade da mediação adulta e do conteúdo da programação, bem como outros elementos sócioeconômicos

e culturais que não fazem da televisão e da infância algo isolado no mundo.

<sup>2</sup> Cf. “A síndrome infantil”, in *Blitz*, setembro, 1986.

<sup>3</sup> Compreendido na perspectiva da formação cultural frankfurtiana, cabe destacar enquanto embasamento o entendimento de Benjamin para quem a experiência formativa (Erfahrung) se opõe a mera vivência (Erlebnis). “Em síntese, pode-se considerar que enquanto a experiência formativa resulta de certo grau de reação pensada, refletida, extraída, incorporada e transformada, a vivência parece estar mais associada a condição de espectador, que se adapta aos estímulos percebido.” (PIRES, 2002, p.24)

XIV CONBRACE - Porto Alegre - 2005

5

Dessa forma, e em busca de aproximações teóricas entre diferentes estudos, sua relação com os meios de comunicação de massa (principalmente TV) deve levar em conta as “*múltiplas mediações*” (OROZCO, 1993). Em relação ao público infantil, encontramos uma situação particular dentro desse conjunto de mediações que se configuram em processo de desenvolvimento e fortalecimento, tendo a imaginação, como afirma GIRARDELLO (1998), enquanto um elemento importante e característico dentro dessa experiência receptiva, o que explica a possibilidade de um diferencial próprio de recepção.

#### **4. A cultura de movimento em/na tela: o que se apresenta para as crianças**

Sabendo que atualmente as crianças passam horas em frente à televisão, esta passa a ser uma das principais produtoras de representações compartilhadas socialmente sobre os mais diversos assuntos, muitos deles relacionados à cultura de movimento e, portanto, passíveis de serem tematizados na Educação Física.

Um exemplo de conteúdo no qual podemos observar forte influência da televisão seria no que diz respeito aos brinquedos e brincadeiras. Enquanto o primeiro, grande aliado da Indústria Cultural, que fez surgir a indústria do brinquedo, tornou-se produto fortemente explorado pela publicidade, a segunda passa a sofrer influências principalmente dos programas infantis que tendencialmente passam a veicular valores competitivos dentro dos famosos confrontos meninas contra meninos, bem como também através dos brinquedos anunciados.

Sobre isso, observa-se uma forte tendência dos fabricantes de brinquedos de associar, cada vez mais, esquemas de brincadeiras a esses produtos, o que pode levar a uma redução na capacidade de criação e ação dentro das brincadeiras. Dessa forma, brinquedos diversos já vêm “empacotados” dentro de regras produzidas pelos fabricantes que podem acabar determinando as possibilidades das brincadeiras.

Mesmo sabendo que o brinquedo é um suporte da brincadeira que poderá receber novos significados através da atividade lúdica, seria interessante pensar: por tornar o brinquedo uma indústria de imagens espetacularizadas, estreitamente ligado a um universo imaginário específico – como das histórias e personagens de desenhos – isso não faz com que as possibilidades de ressignificação e imaginação pela criança na brincadeira sejam diminuídas devido a forte carga simbólica que ele carrega?

Outra referência para o debate em torno do brinquedo e da brincadeira relacionados com a televisão é a análise feita por BROUGÈRE (1995) que buscou verificar as contribuições desse meio de comunicação para cultura lúdica. Partindo do pressuposto que

a TV exerce grande influência nas brincadeiras através das imagens veiculadas, apresenta alguns pontos positivos dessa relação. São eles: 1) fornece para criança suporte para suas brincadeiras, contudo, afirma que esse conteúdo não é recebido passivamente, mas reativado, ressignificado na ação lúdica; 2) possibilita as crianças de diferentes localidades compartilharem referências comuns, o que propicia a integração devido a essa cultura compartilhada.

Numa perspectiva muito mais crítica perante o papel do brinquedo na sociedade capitalista, encontramos ainda o trabalho de OLIVEIRA (1986), que não discute diretamente sua relação com a televisão, mas dentro do contexto da Indústria Cultural, na qual esse meio de comunicação tem papel importante.

Partindo de uma análise sociológica do brinquedo, busca analisar o que a sociedade capitalista pretende fazer da criança que consome os brinquedos existentes no mercado, uma vez que estes agem como instrumentos de dominação social e cultural. Neste sentido, há a constatação de que o brinquedo dentro do modo de produção atual é, antes de qualquer coisa, uma mercadoria. (OLIVEIRA, 1986)

XIV CONBRACE - Porto Alegre - 2005

6

Nesse processo, a televisão age como “vitrine” dos brinquedos produzidos, assim como reforça valores, idéias e mensagens (que também se materializam nestas mercadorias) identificadores dos pilares da cultura capitalista. Contudo, o autor também pondera para o fato de que a criança não se submete passivamente a esse “adestramento”, havendo momentos de resistências e enfrentamento.

Outro conteúdo da Educação Física que vimos bastante presente na TV e que, pressupõe-se ter um relativo apelo junto as crianças é o esporte, um dos parceiros preferenciais da espetacularização midiática televisiva.

Com a mediação efetuada pela televisão, surge uma nova modalidade de consumo para a sociedade: o esporte telespetáculo (BETTI, 1998), realidade textual relativamente autônoma face a prática “real” do esporte, construída pela codificação e mediação dos eventos esportivos. Para tanto faz uso privilegiado da linguagem audiovisual com ênfase na imagem, cujas possibilidades vem aumentando com os avanços tecnológicos associados a informática (closes, mini-câmeras, tira-teima, replay, recursos gráficos diversos.)

Assim, a partir do advento da espetacularização do esporte pela mídia, este também “passa a experimentar o fenômeno lingüístico da polissemia” (BETTI, 1998, p.83). Ou seja, ocorre uma ampliação de seu conceito tradicional ou restrito, e passa a ser denominando como esporte um conjunto mais amplo de atividades da cultura de movimento. Neste sentido, tanto uma “pelada de futebol” no campinho do Colégio, quanto o futebol disputado no videogame, e sua assistência pela televisão seriam pertinentes ao conceito polissêmico de esporte.

Não só esses conteúdos, mas outros conhecimentos da cultura de movimento, vêm sendo veiculados pela televisão, contribuindo para construção de representações compartilhadas, como por exemplo, as danças, as ginásticas, etc. Ainda podemos observar um discurso televisivo hegemônico sobre temáticas importantes dentro da Educação Física como a relação entre atividade física e saúde, questões relacionadas à estética e estereótipos corporais, entre muitos outros.

Sobre a temática referente ao corpo, observa-se também nas produções destinadas as crianças e veiculadas pela televisão, um forte apelo a “erotização dos corpos infantis” (NECKEL, 2004), principalmente das meninas, bem como um “culto ao corpo” através de

referências/ padrões de beleza estabelecidos por um discurso hegemônico. (SCHWENGBER, 2001). Para esta autora, a iconografia corporal da sociedade contemporânea assume como hegemônico características ideológicas do branqueamento, do corpo-jovem, e do corpo-magro, configurando-se assim padrões principais de referência, construídos e reforçados pelo pensamento higienista e eugenista, e fortemente veiculado pela mídia.

Presente em variados gêneros e programas, especialmente aqueles onde encontramos grande audiência infantil, essas imagens e informações sobre conteúdos e temáticas da cultura de movimento, podem constituir-se em representações sociais disseminadas sobre seus conhecimentos, que acabam “colonizando<sup>4</sup>” o imaginário infantil. Com relação a criança, DUVEEN (1995) alerta para o fato de que as discussões em torno de suas relações com as representações sociais tem merecido apenas interesse marginal, uma vez que as contribuições da psicologia social voltam-se para o mundo dos adultos. Contudo, afirma haver razões suficientes para insistir que essas preocupações assumam papel mais central, principalmente a partir de concepções que considerem essa categoria detentora e produtora de cultura. Nesse sentido, acredita-se que a criança incorpora de forma ativa as estruturas do pensamento de sua comunidade, adquirindo um lugar participante nessa interação.

<sup>4</sup> Aplicado a natureza sócio-cultural, este termo encontra respaldo na “colonização” do mundo vivido (cultura) pelo sistema (mundo do poder, economia, política, e outros) apontado por HABERMAS (1987) XIV CONBRACE - Porto Alegre - 2005

7

Mesmo não tendo realizado uma pesquisa de campo de onde poderiam emergir essas representações contextualizadas, acreditamos ser válido para ampliação da discussão investirmos numa atividade reflexiva sobre o que vem sendo apresentado pela mídia para a criança, e como esses sentidos/ significados compartilhados podem acabar configurando-se em “porções” de conhecimentos do senso comum no imaginário infantil.

Analisando a questão do esporte, tomamos como referência de partida da discussão o resumo da pesquisa de VIEIRA (1995) que conclui que a atividade esportiva na infância transmite representações de: hierarquia (através da noção de participar), individualismo (através da noção de competir); diferenças de gênero e ideais de corpo belo, produtor e consumista. Podemos perceber através desse exemplo como o esporte acaba produzindo algumas representações sociais. Mesmo que aquele estudo não tenha feito relações com a mídia, acreditamos que os reflexos do esporte tele-espetáculo (BETTI, 1998) ajudam a consolidar esse discurso – que acaba se tornando hegemônico – sobre a cultura esportiva, inclusive na infância.

Sabendo que na mídia, especialmente a televisiva, prevalece o sentido do esporte voltado para o rendimento, não é de se estranhar o fato das crianças chegarem a Educação Física escolar com algumas representações que vão neste sentido, uma vez que, desde cedo, a TV já lhes apresenta e ensina o que é e como deve ser o esporte. Concorre para essa socialização dos conhecimentos nas relações cotidianas a “falação esportiva” (ECO, 1984) oriunda do que a mídia veicula, e que acaba por produzir alguns discursos compartilhados que podem configurar-se em representações, onde esporte é saúde, busca de vitória, competição, etc.

Outro assunto também bastante presente na mídia que propicia a disseminação de sentidos é a representação social de corpo, corpo-belo, e em alguns casos sobre o próprio corpo infantil. Como podemos constatar através dos estudos citados anteriormente e de

uma análise que realizamos sobre as características de alguns desenhos infantis (LISBÔA, 2004), a televisão vem contribuindo para construção da iconografia do corpo perfeito e criando estereótipos e padrões corporais, que no caso da Educação Física são associados a padrões e/ou possibilidades de movimento. Permeando esse pensamento encontramos inúmeras representações de corpo associadas à beleza, estética, saúde, felicidade, e outros. Em pesquisa realizada por BORGES (2004) sobre as crianças e a sexualidade que vêm na TV a partir de uma novela, a beleza foi considerada uma característica importante para 2/3 dos entrevistados. Ainda, entre as 90 crianças que participaram da pesquisa, 35 acreditam que é necessário ser bonito para ser amado pelas pessoas, e 40 entrevistados consideram a beleza atributo fundamental para serem felizes.

Podemos perceber ainda alguns reflexos para o âmbito dos brinquedos e brincadeiras a partir de representações sociais sobre o universo infantil, em que se encontram esses elementos. Atitudes freqüentemente observadas em aulas de Educação Física, em que crianças recusam-se a participar de algumas atividades, alegando que “*Brincadeira é coisa para criança!*”, pode revelar algumas associações feitas entre esse componente cultural e concepções pejorativas de infância enquanto incapacidade, incompetência, e do lúdico enquanto improdutivo, estéril, e assim o desejo da adolescência, muitas vezes, precoce.

## 5. Considerações Finais

Compreender e analisar essa realidade não pretende deixar supor que as representações sociais são unívocas entre as diferentes culturas infantis, nem que a criança é receptora passiva neste processo. Assim, chamamos a atenção para a diferente percepção

XIV CONBRACE - Porto Alegre - 2005  
8

do mundo e das imagens televisivas que a criança muitas vezes apresenta, e que é fruto dialético de sua experiência e in experiência social, bem como de suas peculiaridades. Contudo, também não se pode cair no oposto de considerar as crianças seres totalmente independentes e autônomos dentro de uma sociedade (que estão inseridas) que busca socializá-las, ou, não seria melhor: *dominá-las ideologicamente?* (OLIVEIRA, 1986) Sobre isso, BELLONI (2003, p.3) afirma que “a socialização das novas gerações constitui um dos elementos mais importantes da reprodução da sociedade e um mecanismo muito eficaz de controle social.”

Mas será que as crianças, neste caso especialmente as escolares, já apresentam algumas representações sociais? Esse conceito é válido para as crianças?

Nascendo em um mundo que já está estruturado por representações sociais de uma comunidade, inicialmente a criança figura mais como objeto para representações que outros sustentam, e é gradualmente que ela começa a internalizar e ressignificar esses conhecimentos. Mesmo sabendo que na infância as estruturas do pensamento encontram-se em processo característico de desenvolvimento e consolidação, através de seu contato e descobertas no/com o mundo, entendemos que as crianças, principalmente em idade escolar, já revelam ou organizam sua percepção a partir de algumas possíveis representações compartilhadas, e ainda acredita-se que muito dessa influência na atualidade é determinada pela televisão.

Mas qual o problema existente em construir representações a partir do discurso televisivo? Como já destacamos ao longo do trabalho, a TV enquanto protagonista da



Indústria Cultural, ou sua melhor expressão espetacularizada, objetiva criar condições para manutenção do *status quo*. Isto porque seus interesses estão a favor da ideologia e modo capitalista de produção – principalmente as televisões privadas. Assim, as representações produzidas vão ao encontro de valores desejáveis pelo capital.

Mas então, o problema encontra-se principalmente no conteúdo veiculado? Será que daria para pensar na neutralidade da tecnologia, neste caso a televisão? Ou ela não determinaria, conduziria a algumas possibilidades, uma vez que foi produzida e construída dentro e de acordo com certos interesses e necessidades? Acreditamos que pensar sobre isso é importante, tendo em vista que o projeto televisivo que possibilitou a materialização, a construção desse veículo de comunicação, em sua base ou raiz já traz ideologias que são necessárias ou fundamentais, até certo ponto, para sua consolidação e existência.

Assim, nesse quadro da infância na atualidade, frente às representações sociais produzidas e disseminadas pela televisão, é preciso considerar as fragilidades e resistências possíveis. Mas o que fazer frente a esse cenário?

Sendo a escola uma possibilidade de mediação institucional dentro do processo de comunicação, importante para ressignificação dos conhecimentos propostos pela TV, cabe a ação coletiva e política desta instituição (especialmente a pública) investir na sua contribuição para uma educação emancipatória. Dessa forma, é necessário criar condições para ultrapassar os velhos e conservadores métodos pedagógicos de ensino, que não levam em conta a linguagem audiovisual, a televisão e a educação para, com, e produzindo mídia, como uma possibilidade de educar para criar “resistências” frente a essa realidade de forma criativa e atraente para a criança, e ao mesmo tempo crítica e reflexiva, ou quem sabe até subversiva?

## Referências

ADORNO, T. W; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

XIV CONBRACE - Porto Alegre - 2005

9

BELTRÃO, L; QUIRINO, N. de O. **Subsídios para uma teoria da comunicação de massa**. São Paulo: Summus, 1986.

BELLONI, M. L. Infância, máquinas e violências. In: [www.anped.org.br](http://www.anped.org.br). Anais da 25ª Reunião Anual da ANPED. GT16 Educação e Comunicação, 2003.

BETTI, M. **Janela de vidro: esporte, televisão e educação física**. Campinas: Papirus, 1998

BORGES, E. **As crianças e a sexualidade que vêm na TV**. Tese de Doutorado. Campinas: Unicamp, 2004

BROUGÉRE, G. **Brinquedo e cultura**. São Paulo: Cortez, 1995

BROUGÉRE, G. A criança e a cultura lúdica. In: KISHIMOTO, T. M. (org.) **O brincar e suas teorias**. São Paulo: Pioneira, 1998.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DUVEEN, G. Crianças enquanto atores sociais: as representações sociais em desenvolvimento. In: GUARESCHI, P. A. e JOVCHELOVITCH, S. (orgs.). **Textos em representações sociais**. Petrópolis: Vozes, 1995.

ECO, U. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio

Nobel, 1995.

GIRARDELLO, G.E.P. **Televisão e imaginação infantil: histórias da Costa da Lagoa**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo, 1998, 349p.

GUARESCHI, P. O meio comunicativo e seu conteúdo. In: PACHECO, E. D. P. (org.).

**Televisão, Criança, Imaginário e Educação**. Campinas: Papyrus, 1998

\_\_\_\_\_. (org.) **Os construtores da Informação: meios de comunicação ideologia e ética**. Petrópolis: Vozes, 2000.

HABERMAS, J. **Teoria de la acción comunicativa**. Madri: Taurus, 1987 (Tomos I e II).

LISBÔA, M. M. Televisão e Infância: algumas reflexões a partir de produções infantis e seus possíveis reflexos na cultura de movimento das crianças. In: **Anais do II Pré-Conbrace Sul**, 2004. (CD-Rom)

MOSCOVICI, S. **A representação Social da Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

NECKEL, J. F. Erotização dos corpos infantis. In: LOURO, G. L.; NECKEL, J. F.;

GOELLNER, S. **Corpo, Gênero e Sexualidade**. Petrópolis: Vozes, 2004.

OLIVEIRA, P. de S. **Brinquedo e Indústria Cultural**. Petrópolis: Vozes, 1986.

ORTIZ, R. **Mundialização da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

OROZCO, G. G. Hacia una dialectica de la recepción televisiva: la la estructuración de estrategias por los televidentes. In: **Comunicação & Política na América Latina**. ano 8, v. 22 a 25, p.57-73,1993.

PIRES, G. D. A mediação tecnológica do esporte como substituição da experiência formativa. **Corpo e Consciência**. n. 9, p. 23-39, jan.-jun., 2002.

SAMPAIO, I. S. V. **Televisão, publicidade e infância**. São Paulo: Annablume, 2000

SCHWENGBER, M. S.V. Imagens de corpo impostas à infância nas pedagogias culturais em circulação. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências do Esporte**, 2001. (CDRom)

VIEIRA, J. J. **A atividade física e as representações sociais**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: UERJ, 1995, 261p.

E-mail: marianaml\_floripa@hotmail.com

Tecnologia de Apresentação: datashow

XIV CONBRACE - Porto Alegre - 2005