

A INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO NA EDUCAÇÃO INFANTIL

Mariana Casagrande¹

Ana Cláudia Valério²

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo discutir o papel da televisão na formação e na educação das crianças, mostrando a trajetória desse veículo de comunicação no Brasil e as mudanças culturais provocadas, que modificaram o comportamento das pessoas, em especial das crianças. A televisão além de informar e divertir, dita moda e exerce fortes influências na vida dos telespectadores. Se souber fazer bom uso dessa ferramenta, ela pode contribuir para a educação e para a formação, desempenhando um papel educativo no público infantil, tornando-os cidadãos mais informados, críticos e participativos. Para isso é essencial a participação dos educadores para auxiliar no discernimento da cultura consumista da sociedade atual e suas relações com o papel da escola na educação infantil. Além da presença dos pais nesse processo, dando o exemplo e dosando a exposição de seus filhos aos conteúdos televisivos.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão, Educação, Crianças, Influência.

1 INTRODUÇÃO

Assistir televisão é um dos passatempos principais na vida da maioria das pessoas, principalmente das crianças. Independentemente da classe social, existe pelo menos um aparelho em casa, ao qual as crianças têm o livre acesso. E com o avanço das tecnologias, fica ainda mais interessante, a disponibilidade de múltiplos canais, o formato de áudio e vídeo é um conjunto realmente muito atrativo.

Uma pesquisa recente³ feita pelo canal infantil por assinatura, Discovery Kids, revela que as mesmas passam a maior parte do tempo dentro de casa, em frente à televisão. Segundo o Ibope⁴, elas chegam a ficar cerca de 5h por dia, acompanhando a programação. De acordo com

¹ Acadêmica do 7º período do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Faculdade Assis Gurgacz (FAG). marianaa.casagrande@hotmail.com

² Professora orientadora. anavalerio23@hotmail.com

³ Disponível em: <<http://www.consumismoeinfancia.com/14/06/2011/influencia-da-tv-no-consumo-infantil/>>. Acesso em 13 mar. 2012.

⁴ Disponível em: <<http://noticias.r7.com/blogs/daniel-castro/2012/01/23/brasileiro-ja-assiste-tv-durante-5-horas-e-meia-por-dia-diz-ibope>>. Acesso em 13 mar. 2012.

Rezende e Borges (1993), a criança é uma consumidora da TV, pois passa horas do dia diante desta, sendo privada de atividades fundamentais para o seu desenvolvimento. Assim, os autores afirmam que, “[...] permanecendo várias horas a absorver como uma esponja tudo o que a TV apresenta, ante a redundância verbal do veículo, não lhe sobra alternativa que não a emudecida inércia” (REZENDE; BORGES, 1993, p. 21).

A televisão é um meio de comunicação que traz diversão e informação, se tornando muito atraente nessa fase inicial de formação da criança, porém, o problema está no seu mau uso. Normalmente o tempo passado assistindo tevê é trocado por outras atividades saudáveis, como leituras, trabalhos escolares, interação com a família. E será que essa é uma troca construtiva?

De acordo com Moran, Masetto e Behrens (2000), os meios de comunicação e principalmente a televisão, estabelecem uma relação prazerosa com o telespectador, na qual se aprende pelo prazer. Neste contexto, mostrar um fato acontecido com a imagem televisiva tem mais força do que somente usar a palavra. Ainda segundo os autores, “[...] pela TV e pelo vídeo sentimos, experienciamos sensorialmente o outro, o mundo e nós mesmos” (p. 37).

Dessa forma, o objetivo desse artigo é fazer uma análise do poder da televisão na educação infantil. Mostrar os possíveis efeitos causados na formação das crianças, na rotina, no desempenho escolar, na vida social, pessoal e no convívio familiar. As crianças por serem os receptores e estarem em fase de desenvolvimento estão altamente vulneráveis a influências. Segundo Rezende e Borges (1993, p. 27), “o receptor é o elemento que tem merecido maior atenção dos pesquisadores da comunicação, porque ele é o alvo de todo processo”. A ideia é refletir, sobre os impactos causados por essas influências, sendo elas positivas ou negativas e também sobre o papel da televisão nesse processo educativo, mostrar os benefícios e malefícios que estão integrados nessa ferramenta. A conscientização de saber usá-la para o cotidiano e não ser usada e manipulada por ela.

Neste trabalho, não foi realizado a análise dos meios de comunicação, nem tampouco da recepção. Trata-se de um estudo teórico, sendo discutidos os autores que tratam dos assuntos relativos ao objeto de estudo. Dessa forma, a metodologia possui estreita relação com a fundamentação teórica, já que não foi realizado um estudo de caso.

2 TELEVISÃO NO BRASIL: HISTÓRIA E PAPEL SOCIAL

A primeira emissora de televisão no Brasil foi a TV Tupi de São Paulo, inaugurada no dia 18 de setembro de 1950, pelo pioneiro da comunicação no país: Francisco de Assis

Chateaubriand Bandeira de Melo. Chateaubriand já controlava uma cadeia de jornais e emissoras de rádio, chamada Diários Associados. As primeiras imagens assistidas pelos brasileiros foram de uma apresentação do Frei José Mojica, em aparelhos instalados no saguão dos Diários Associados, no dia 3 de Abril de 1950. No dia 10 de setembro foi transmitido um filme onde Getúlio Vargas falava sobre seu retorno à vida política.

No início, a transmissão sofria problemas, os aparelhos eram escassos e a programação uma incógnita. “Mesmo com todas as deficiências e improvisações, a televisão foi saudada pela imprensa escrita como sendo o novo e poderoso instrumento com que ‘conta nossa terra’” (MATTOS, 2002, p. 82).

Desde então, pode-se notar muitas modificações e desenvolvimento, tanto na questão técnica do processo, como também nas mudanças no cotidiano dos telespectadores. A introdução da televisão no Brasil coincide com o começo de um importante período de mudanças na estrutura econômica, social e política.

Penteado (1999) afirma que o surgimento da TV na década de 50 foi um processo social importante que está vinculado a outro processo social também de grande importância com o qual a TV tem suas relações: o processo de urbanização. Naquela década, marcada pelo governo de Juscelino Kubitschek e com a chegada dos eletrodomésticos, a sociedade viu surgir diante de si, a televisão como um fenômeno especificamente urbano. O aparelho de televisão na década de 50 era visto como um artigo de luxo, apenas a elite econômica da época tinha acesso. Se reunir com a família para assistir TV chegava a ser um evento social.

Wolton (1996) complementa que,

A televisão era um espetáculo. Os espectadores narravam os programas uns aos outros, uma vez que muitos não tinham televisão. Logo essa função de laço social popular passou a desempenhar uma função, rompendo um pouco a adesão inicial das elites, um pouco por esnobismo (p.155).

Após uma fase inicial restrita, com a Ditadura Militar acontece a expansão do meio. A TV na época serviu como meio de propaganda política e também instrumento de modernização. De acordo com Wolton (1996), a partir dos anos de 1980 ocorre o triunfo tecnológico, com expansão total, estando a televisão presente em quase todo o país.

Neste ano, a televisão completa sessenta e dois anos de implantação no país e durante esse período, como vimos, várias fases marcaram a história do desenvolvimento desse veículo de comunicação. Hoje, essa ferramenta é, sem dúvida, amplamente conhecida, e devido a esse desenvolvimento acelerado, aparecem então, os conflitos na sociedade. É perceptível que hoje em dia, os princípios e os valores familiares padrões, vêm sendo afetados pela influência da televisão.

Muitos teóricos e pesquisadores buscam compreender este meio de comunicação, qual o seu verdadeiro papel social, comprovando a sua interferência no cotidiano das pessoas, principalmente, das crianças que crescem cercadas por apelos auditivos e visuais de informações rápidas.

Desde o seu início, a televisão brasileira teve uma característica: todas as 286 geradoras (emissoras que podem exibir programação própria) e 8.484 retransmissoras em funcionamento até julho de 2000 – de acordo com dados da Abert – estão sediadas em áreas urbanas. Suas programações são dirigidas às populações urbanas, são orientadas para o lucro (com exceção das estações estatais), seu controle acionário está concentrado nas mãos de uns poucos grupos familiares e funcionam sob o controle da legislação existente para o setor. Além disso, a televisão brasileira é fortemente dependente das verbas publicitárias, alocadas principalmente pelas agências de publicidades. O modelo de radiodifusão brasileiro, tradicionalmente privado, evoluiu para o que se pode chamar de um sistema misto, onde o Estado ocupa os vazios deixados pela livre iniciativa, operando canais destinados a programas educativos (MATTOS, 2002, p. 50-51).

Para as crianças não importa qual o conteúdo que estão assistindo, se tem caráter educativo ou não, elas se interessam apenas em buscar uma forma de passatempo, diversão e companheirismo. Ocupar as horas vagas com o conteúdo televisivo, que está sempre à disposição é extremamente acessível. Muitas vezes os filhos passam mais tempo assistindo televisão do que na companhia dos próprios pais.

Segundo Ferrés (1996, p. 7),

De alguma forma, a televisão substitui a função materna. Ocupa um lugar de destaque dentro do lar. É o ponto de referência obrigatório na organização da vida familiar. Está sempre à disposição, oferecendo a sua companhia a qualquer hora do dia ou da noite. Alimenta o imaginário infantil com todo tipo de fantasias e contos. É um refúgio nos momentos de frustração, de tristeza ou de angústia. E, como uma mãe branda, nunca exige nada em troca.

Percebe-se então, que essa ferramenta que foi criada para levar informação, cultura e diversão de forma saudável para todos, pode se tornar um complemento nocivo se usada de maneira incorreta. Aos poucos os pequenos se acostumam e se modelam com o linguajar, roupas, comportamentos, mentalidade, valores, segundo a linguagem televisiva, que é estruturada principalmente no poder da imagem.

3 O PODER DA IMAGEM

Quando é feita a análise sobre as influências da televisão na infância, o objeto de estudo é o seu conteúdo, à forma com que a mídia passa as informações e a forma como os receptores recebem as mensagens. Segundo Guareschi e Biz (2005, p. 29),

[...] a mídia é comparada com o 'coração', sendo considerado o coração da sociedade de informação que é a realidade no qual os indivíduos estão inseridos. Viver atualizado é a forma mais moderna de desenvolvimento social. Os livros, os jornais, as revistas continham em seus textos dados necessários à divulgação do conhecimento, entretanto, a aceleração do desenvolvimento tecnológico veio desafiar a vida social através da exploração de informações por meio da junção de texto, imagens e sons.

Diferentemente de rádios, jornais impressos, sites, revistas e outros veículos, a televisão é o meio de comunicação que une todos os recursos em um só. Sons, textos e imagens, tornando esse conjunto tão completo e tão interessante. Mas o aspecto principal que difere a televisão dos outros canais de notícia é a imagem, elemento primordial, através dela que é possível conhecer o outro lado do mundo, aprender coisas e ter proximidade com a realidade dos fatos.

Uma expressão popular muito utilizada diz: uma imagem vale mais que mil palavras. Muitos desconhecem o poder que a mesma possui sobre os telespectadores. A imagem, como elemento simbólico não codificado, revela e ao mesmo tempo esconde. Através dela muita coisa é comunicada de forma despercebida, essa talvez seja uma das causas da fascinação que ela exerce. As crianças por falta de informação e de formação pessoal, não sabem o que é bom ou ruim, o que influencia ou não, elas querem simplesmente assistir o que as atrai, o que chama a atenção, não dando atenção ao conteúdo. Até porque não possuem esquemas mentais completos para discernir sobre a programação.

Segundo Silva (2003), uma análise sobre o conteúdo das televisões americanas aponta que mesmo antes de chegar aos 18 anos, a criança média assiste a 200 mil atos de violência, sendo cerca de dezesseis mil assassinatos. E no Brasil não é muito diferente. Um recente estudo nacional sobre a violência na televisão, focalizando diversos canais, mostrou que 57% de todos os programas continham violência e igualmente 66% dos programas infantis.

Sem dúvidas o poder de sedução e de influência que as imagens podem causar no subconsciente das crianças é altamente notável, segundo estatísticas de estudiosos da área, tudo indica que aquilo que se apresenta por imagem é apreendido com mais eficácia do que o que é lido ou ouvido. Existe uma diferença radical entre as letras e as imagens. "O universo do telespectador é dinâmico, enquanto que o do leitor é estático. A televisão favorece a gratificação sensorial, visual e auditiva, enquanto que o livro favorece a reflexão" (FERRÉS, 1996, p. 21).

Quando se compara a informação na forma verbal e na forma televisiva, logo percebe-se as diferenças desses meios, uma delas é a acessibilidade dos conteúdos. Para Ferrés (1996),

A televisão impõe-se de fora para dentro. A palavra escrita, no entanto, exige um esforço de penetração. Para que uma imagem seja gratificante basta a sua contemplação e, no máximo, um esforço de compreensão e interpretação dos símbolos. A leitura supõe, então, uma atitude de concentração. Para os meios eletrônicos, ao contrário, basta uma atitude de abertura (FERRÉS, 1996, p. 22).

Embora essa diferença do texto verbal e da imagem sejam observadas com nitidez por seguirem parâmetros comunicativos radicalmente diferentes, elas deveriam ser consideradas práticas complementares e não opostas, pois são atividades culturais e recreativas compatíveis.

Uma reflexão sobre os mecanismos de influência e fascinação da televisão pode servir para compreender a percepção de mensagens lida nas entrelinhas, nos conteúdos assistidos. Segundo Ferrés (1996), considera-se subliminar todo aquele estímulo (não necessariamente visual) que não é percebido de forma consciente. E é dessa forma que a televisão produz alguns dos seus efeitos de socialização, transmitindo ideias e valores de forma camuflada ou mascarada, prática que já ocorre com frequência na publicidade. Assim,

Via de regra, as mensagens audiovisuais não utilizam o discurso explícito e sim o relato ideológico, que funciona por comunicação indireta. E um exemplo é suficiente: os anúncios publicitários, cheios de personagens sorridentes graças à magia dos produtos, transmitem a mensagem de que a felicidade atingida pelo consumo, pela posse dos produtos promovidos. É um discurso que, poucas vezes, é feito de forma explícita, mas que é repetido de forma quase subliminar – por comunicação indireta – na maioria das mensagens publicitárias (FERRÉS, 1996, p. 73).

Então, pode-se constatar o poder de influência que a imagem e em especial a televisão causam nas crianças. Poder que além de informar e educar, é o elemento essencial para atrair ao consumismo, para ditar moda e induzir padrões inversos aos princípios morais. Isso é preocupante porque, além do excessivo tempo de exposição aos programas de TV, a assimilação, o aprendizado por esse veículo se dá bem mais rapidamente e em maior quantidade de informações, porque se utiliza as capacidades audiovisuais em conjunto.

4 AS CRIANÇAS E A TV

As crianças se identificam tanto com essa ferramenta porque ela é simples, de livre acesso e tem linguagem direta. Não é como um livro, internet, jornal que você precisa ler,

procurar, se “esforçar” para obter informações, a televisão e a informação simplesmente está ali, pronta pra ser consumida.

Na realidade, podemos observar que as crianças veem TV e nem discutem a informação. Recebem passivamente as mensagens sem analisar profundamente o que estão assistindo. Nem dizem se gostam ou não do que estão vendo. Simplesmente veem e observam, consomem sem fazer uma análise. Muitas vezes as crianças se “desligam” do mundo real e entram para o mundo da TV (CRIPPA, 1984, apud GOMES, 1996, p. 2).

Segundo Moran, Masetto e Behrens (2000), isso acontece porque a televisão e o vídeo têm fórmulas cada vez mais alucinantes de comunicação como os videocliques com mensagens que exigem pouco ou nenhum esforço dos telespectadores. A linguagem da TV é dinâmica, dirige-se mais à afetividade do que a razão, visto que mexe com a emoção e imaginação da criança e também da população adulta.

Na visão de Perrotti (1990), o mundo da criança sofre, em decorrência dessa mudança nos hábitos das famílias, consequências fatais. Aquilo que lhe era vital foi, pouco a pouco, tomado: o quintal, a rua, o jardim, a praça, a várzea, o espaço livre. Essa tomada do real tenta compensar com o simbólico. Resta, pois, evitar abordagens que tratam a produção cultural para crianças como necessidade, remédio para os males do mundo. Assim a visão de produção cultural para crianças, enquanto ajusta-se a uma necessidade do sistema econômico em se reproduzir, ainda que seja à custa da morte do lúdico, do prazer, da criação, da aventura do sonho e do encontro nas diversas fases do educando.

A infância ainda está marcada por tradições como os jogos orais, os livros e pelas mudanças do mundo contemporâneo em que as crianças dividem o tempo e espaço com a TV. Reflexo das mudanças ocorridas na sociedade. Antes podia ver portões abertos e crianças brincando nas ruas com os amigos, hoje ficam presas em suas casas, e os pais, ficam mais “satisfeitos” vendo seus filhos quietos e “seguros” diante da TV, reduzindo as participações nos jogos e brincadeiras típicas de sua idade. Segundo Ferrés (1996), os pais com filhos televiciados deveriam questionar, por exemplo, se o fascínio viciante que a televisão exerce sobre seus filhos não seria em grande parte, consequência do vazio afetivo e espiritual no qual eles vivem. Nesse caso, a televisão poderia ser ainda mais um sintoma do que uma causa dos problemas.

Outra questão pertinente na sociedade capitalista atual é que devido ao tempo de exposição das crianças a televisão, elas se tornam cada vez mais cedo escravos do consumismo e vítimas dos modismos da época. Virou cena comum, as crianças almejem aquilo que é sucesso no momento, e a mídia, principalmente a televisão, é a principal ferramenta de influência. A criança vê na televisão e automaticamente pede para os pais, que muitas vezes se sentem

obrigados a comprar. Ou seja, as crianças viram aliadas da mídia, por isso vemos tantas propagandas publicitárias direcionadas para o público infantil, afinal, são eles os principais clientes.

Isso tudo porque a principal característica da televisão é a venda, todos os programas vendem alguma coisa, seja produtos, ideias, princípios. Sendo assim, a mídia acaba não vendendo só produtos e sim valores, muitas vezes valores contrários à ética social que sugerem que para ser, precisa ter. Segundo Ferrés (1996, p. 29),

Para garantir a audiência, toda televisão acaba se transformando em mercadoria. Qualquer programa, qualquer série perde rapidamente o seu interesse. Após consumidos, precisam ser substituídos imediatamente por outros. As redes de televisão se veem obrigadas a anunciar constantemente os seus programas da mesma forma que anunciam qualquer outro objeto de consumo. A estratégia desse tipo de publicidade é semelhante à da publicidade convencional: trata-se de transformar os programas em objetos de desejo, em mercadorias atraentes e acessíveis.

Por tais motivos, deve-se levar em consideração aquilo que a criança está vendo, considerar suas limitações diante dos abusos transmitidos pela TV, levando-as a discutir, analisar e criticar, são pontos relevantes para a sua formação. Caso contrário ela pode comprometer aspectos indispensáveis ao saudável desenvolvimento infantil, como a curiosidade, a iniciativa e a atividade física.

Uma ferramenta de suma importância nesse processo é o auxílio e o exemplo dos pais, de nada adianta o pai ordenar que o filho assista menos televisão, mas no primeiro incomodo mandar a criança para frente do aparelho. As crianças são os reflexos dos pais, na idade de formação de personalidade, elas têm a tendência de se espelharem e imitarem os mais velhos.

Nesta perspectiva, percebe-se que é papel essencial dos pais dosarem o tempo de televisão e os conteúdos assistidos por seus filhos, para que essa experiência possa apresentar efeitos positivos e que eles possam desfrutar de uma forma saudável esse veículo de comunicação, recebendo cultura, informação e notícias sobre os mais variados assuntos e de todas as partes do mundo através do som e da imagem.

Os professores também são mediadores importantes nessa relação com as mensagens televisivas. Cabe a eles educar de forma que a televisão venha para somar no processo educativo, tendo o cuidado devido na utilização do meio de comunicação.

As crianças têm de discutir mídia, produzir jornaizinhos, programas de televisão, têm de manipular mídia, ter o domínio, saber as noções elementares de linguagem, aí sim teremos consumidores de mídia, muito mais críticos. Mas para isso os professores tem de espanar a ideia (PRIOLLI apud FÍGARO, 2003, p. 71).

Os educadores são elos essenciais nesse processo da educação e da valorização da mídia como objeto de informação e de cultura. Para isso, eles precisam estar atentos e cientes do seu papel de mediadores nesse processo.

5 O PAPEL EDUCATIVO DA TV

Ao mesmo tempo em que as discussões sobre o poder da imagem, as influências e sobre o fato da televisão implicar na má formação das crianças são comprovadas, há quem diga que sabendo usá-la, ela também pode educar. Afinal, a finalidade da televisão na sua criação era essa, levar informação, acrescentando bagagens culturais para todos, e os pequenos não ficam fora disso.

A criança também é educada pela mídia, principalmente pela televisão. Aprende a informar-se, a conhecer os outros, o mundo, a si mesmo, a sentir, a fantasiar, relaxar, vendo, ouvindo, “tocando” as pessoas na tela, pessoas estas que lhe mostram como viver, ser feliz, infeliz e odiar (MORAN; MASETTO; BEHRENS, 2000, p. 33).

Com o aprofundamento no assunto, logo surge um paradigma: A televisão é um veículo ideológico ou uma possibilidade educativa?

Pacheco (1998) conduz uma análise de que a televisão é um meio de comunicação que amplia as possibilidades imaginárias das crianças, remetendo ao caráter lúdico e da fantasia que esta possui. Estas possibilidades remetem a criança a confrontar a realidade vivida com a fantasia do mundo televisivo, estimulando a criatividade.

É por meio dessa magia, desse fantástico, que a criança elabora suas perdas, materializa seus desejos, compartilha sua vida, anima, muda de tamanho, liberta-se da gravidade, fica invisível e assim comanda o universo por meio de sua onipotência (PACHECO, 1998, p. 34).

No Brasil já existe alguns exemplos de televisão educativa, como é o caso da TV Futura, da TV Escola e do próprio programa Telecurso 2000. No entanto, tais meios ainda são pouco difundidos, carentes de uma solidificação no meio educacional, sendo ainda necessária uma efetiva melhoria na difusão da ideia.

Porém, é inquestionável o poder educativo da televisão, não só pelos programas efetivamente educativos, mas também pela vasta gama de informações que transmite, não podendo, de forma alguma, ser ignorada. Evidentemente, não se trata de um meio educativo tradicional, pelo contrário, se distancia dos métodos clássicos de educação, mas não por isso

pode ser ignorado pelas escolas e pelos educadores. Dar as costas para esse meio de educação informal seria uma forma de não acompanhar a evolução dos fenômenos educacionais e sociais.

A televisão, pelo fácil acesso por parte das crianças, é um meio indiscutível de formação de opinião e promoção de conhecimento. Baccega (2002), ao tratar do modelo tradicional de educação, relatando a forma atual da escola, cita que,

Paralelamente à escola, e com poder de fogo maior no que se refere a influências culturais, está a televisão, a qual trabalha com signos que clamam por seus significados nos próprios significantes. Ou seja, é como se os signos que compõem a TV não necessitassem de referentes, e atingissem diretamente os sentidos, as emoções, diferentemente do que acontece com os signos da linguagem verbal, com a leitura-escrita, com os livros, nos quais se baseia a escola (BACCEGA, 2002, p.9).

A televisão em sala de aula, se adornada dos cuidados devidos, pode ser de importância fundamental na facilidade de absorção pelo aluno, seja criança ou adolescente, desde que não afaste seu caráter atrativo. Isso não significa que os professores devem abandonar as formas tradicionais de ensino, dizer não aos livros, aos métodos tradicionais, às culturas de ensino clássicas. O dever é mesclar o tradicional ao contemporâneo, extraindo os benefícios que cada método pode proporcionar, adequando-se assim ao novo tipo de aluno que se apresenta, que já cresce sob a influência desta tecnologia.

Bittencourt (1999) afirma que não há dúvida que o intercâmbio entre escola e meios (em especial a televisão) não só é imprescindível como inexorável. E também é inquestionável que a televisão educativa ou com programação educativa deve ser atraente e, porque não dizer, coerente com o potencial concreto que o meio oferece.

Mas a autora pondera que, ao mesmo tempo em que atrai e cativa, o caráter descompromissado muitas vezes repassado às crianças sobre a televisão, a ligação deste meio a diversão, ao entretenimento, podem ser fatores negativos a sua utilização no meio educacional, e é este talvez o principal argumento daqueles que são contrários à forma inovadora de educação.

Por esta razão, inúmeros cuidados devem ser adotados para sua utilização. Barragán (2011) mostra a necessidade de preparação do educador, que deve atualizar-se de forma intensa a respeito da utilização da ferramenta (televisão) que se apresenta, sendo

[...] necesario que los educadores para apoyar a la institución educativa utilizando los medios de comunicación, sepan manejar la tecnología, que sean capaces de interactuar con los alumnos, que estén dispuestos a recuperar las experiencias de niños y jóvenes, a salir del contexto, a buscar en distintos horizontes tecnológicos, a favorecer la creación y positiva utilización de los mismos [...] (BARRAGÁN, 2011, p. 7).

A autora é clara e objetiva ao aconselhar os professores a utilizar os recursos da mídia na educação.

El reto fundamental que tienen los docentes en este nuevo escenario es desarrollar nuevas competencias profesionales que les ayuden a utilizar la nueva tecnología como herramienta valiosa que apoye efectivamente el proceso enseñanza – aprendizaje (BARRAGÁN, 2011, p.8).

O domínio de sua utilização dará ao educador a técnica necessária para desfrutar desta importante ferramenta educacional, pois, ao passo em que este educador saiba valer-se das benesses deste instrumento, suas práticas educacionais poderão dotar-se de atrativos surpreendentes, capazes de facilitar o aprendizado, de prender o aluno ao teor do assunto repassado, facilitando a educação através da ilustração do que a matéria em si ensina.

A escola tem, historicamente, importante papel na formação social, na formação intelectual e de postura do cidadão. Também o tem, atualmente, a televisão. Enquanto obtemos na escola o conhecimento técnico, material, a televisão pode nos proporcionar uma viagem pelo mundo através de imagens. E aqui ressurgem um ponto fundamental nesta abordagem, o cuidado com a forma de utilização da TV na educação. A mídia televisiva, por vezes, apoia-se em valores que se distanciam do conhecimento de caráter educativo.

Segundo Bittencourt (1999), levar a TV para a sala de aula é utilizar uma capacidade mobilizadora de transformar o abstrato em concreto. Dessa mesma forma, acrescenta Baccega (2002),

Assim a televisão introduziu-se como fonte de educação que não pode ser ignorada. Ainda que as escolas continuem a considerar a educação apenas aquilo que resulta de um processo ensino-aprendizagem baseado na lógica da escritura, em que os alunos devem apreender aquilo que lhe é ditado pelos conteúdos programáticos, no mais das vezes ultrapassados, e devolver em provas ou outras atividades equivalentes, a cultura está impregnada desse novo jeito de pensar, de construir o imaginário (BACCEGA, 2002, p.9).

Sem o domínio da linguagem escrita, não adentramos adequadamente o mundo do não-verbal; apenas com a linguagem escrita, o conhecimento e a participação no mundo ficam limitadas. Por isso, a televisão como meio educacional não pode ser ignorada, devendo ser considerada, adaptada e melhorada, para que alcance o objetivo que se pretende.

A televisão, por si só, é capaz de prender a atenção do telespectador, de atraí-lo ao mundo que ali se apresenta, sendo esta talvez a principal dificuldade da educação tradicional. Então porque não unir os benefícios dos dois métodos?

Para Barragán (2011),

Sentado en su casa, frente al televisor, el joven puede recorrer diversos países del mundo, gozar con la reproducción de una obra artística, escuchar una pieza musical clásica en el aparato de radio portátil. El desarrollo de la comunicación audiovisual facilita una visión y un conocimiento mucho más directo, las fuentes de información están mucho más diversificadas y la intervención y participación posibilitadas por la tecnología son mayores y crecientes. Por ello, la escuela no puede dar la espalda a estos hechos y, por el contrario, deberá dar cuenta, explicar, ayudar a interpretar todo este conjunto de referentes que hoy los jóvenes manejan, a fin de integrarlos, conocer los diferentes lenguajes y aprovecharlos (BARRAGÁN, 2011, p. 5).

Vê-se, portanto, que a televisão, ao contrário do que muitos crêem, pode sim ser meio de suma importância na educação, em especial das crianças, transformando-se em um divisor de águas capaz de revolucionar os meios de educação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A televisão veio para o Brasil trazer informação e cultura para os cidadãos, passou por um longo caminho de adaptações e melhorias, até chegar a abrangência e acessibilidade de hoje.

Além das mudanças e desenvolvimento tecnológico, constatamos também as mudanças na rotina e vida dos telespectadores. Analisamos o poder desse veículo de comunicação sobre os indivíduos, principalmente as crianças, que são o objeto de estudo desse artigo. Além da forma em que elas recebem e captam as mensagens que a mídia fornece.

Sabemos que a televisão tem o poder de trazer as informações em tempo real, tornar os seres humanos mais próximos, apresentar as mais diferentes classes e culturas do mundo, criando interação e proporcionando lazer e educação. São muitos os benefícios que a televisão traz ao dia a dia de quem a assiste, e isso é indiscutível. Mas também compreendemos suas influências e seu poder de sedução e de consumismo sobre quem a acompanha. Ou seja, a televisão é o principal recurso de influência nas crianças, porque elas têm o livre acesso a esse meio, que muitas vezes serve até de companhia nas horas vagas. Além disso, elas são tão influenciadas e manipuladas por estarem em uma fase de desenvolvimento pessoal e intelectual, na qual ainda não possuem opinião formada para distinguir o que é bom ou ruim.

Nesse sentido, o auxílio de pais e professores como mediadores desse processo é imprescindível. A televisão pode sim ser um importante meio de aprendizado para as crianças, afinal não temos dúvidas é um importante meio de divulgação e socialização do conhecimento.

Assim, esse meio de comunicação de grande expressão veio para trazer informação, cultura e diversão para todas as idades, além de ter um grande potencial educativo. Sabendo fazer bom uso, a televisão pode ser uma grande ferramenta de crescimento intelectual e pessoal na vida das crianças.

REFERÊNCIAS

BACCEGA, Maria Aparecida. Televisão e Educação: A Escola e o Livro. In: **Comunicação & Educação**. Número 2. Ano VII. maio/ago 2002. Disponível em: <<http://www.usp.br/comueduc/index.php/comueduc/index>>. Acesso em 15 mar. 2011

BARRAGÁN, Carmen Castillo. **Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación**. Disponível em: <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion/>. Acesso em 10 de mar. 2011.

BAUMAN, Z. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BITENCOURT, Sandra. **O currículo invisível da televisão e a construção de estratégias**. In: Famecos. n. 10. Porto Alegre, jun. 1999. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/fo/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3039/0>>. Acesso em 12 mar 2012.

CAPPARELLI, Sérgio. **A proteção à infância e à televisão em oito países**. Disponível em: <<http://www.capparelli.com.br/brasil.php>>. Acesso em 21 mar. 2010.

CAPARELLI, Sergio; SANTOS, Suzy dos. **Televisão e Criança**. Disponível em: <<http://www.capparelli.com.br/tv.php>> Acesso em 29 de mar. 2012.

CASTRO, Amélia Hamze de. **A televisão e sua influência**. Disponível em: <<http://www.educador.brasilecola.com/trabalho-docente/a-televisao-sua-influencia.htm>> Acesso em 29 de mar. 2012.

CITELLI, Adilson Odair. Meios de Comunicação e Práticas Escolares. In: **Comunicação & Educação**. Número17. Ano VII. jan./abr. 2000. Disponível em: <<http://www.usp.br/comueduc/index.php/comueduc/index>>. Acesso em 15 mar. 2011.

FERRÉS, Joan. **Televisão e Educação**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1996.

FÍGARO, Roseli. Receptores mais críticos: TV de melhor qualidade. In: **Comunicação & Educação**. Número 2. Ano VIII. maio/ago 2003. Disponível em: <<http://www.usp.br/comueduc/index.php/comueduc/index>>. Acesso em 15 mar. 2011.)

GUARESCHI, Pedrinho A; BIZ, Osvaldo. **Mídia, educação e cidadania**: tudo que você deve saber sobre mídia. Petrópolis: Vozes, 2005.

LIMA, Venício Artur de. **Comunicação e Televisão**. São Paulo: Hacker, 2004.

LUSTOSA, Elcias. **Arte e sucesso na televisão**. Brasília: Unb, 2002.

MACHADO, Arlindo. A **televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2005.

MATTOS, Sérgio. **A história da televisão brasileira**: uma visão econômica, social e política. Petrópolis: Vozes, 2002.

MORAIS, Fernando. **Chatô, O Rei Do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

MORAN, José Manoel; MASETTO, Marcos; BEHRENS, Marilda Aparecida. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

NAPOLITANO, Marcos. **Como usar a televisão na sala de aula**. São Paulo: Contexto, 1999.

PACHECO, Elza Dias. **Televisão, Criança, Imaginário e Educação**. Campinas: Papirus, 1998.

PENTEADO, Heloísa Dupas. **Televisão e escola**: conflito ou cooperação? 2 ed. São Paulo: Cortez, 1999.

PERROTTI, Edmir. A criança e a produção cultural. In: **A produção cultural para criança**. 4 ed. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1990.

REZENDE, A. L.; BORGES, Nauro de Rezende. **A tevê e a criança que te vê**. 2 ed. São Paulo: Cortez, 1993.

RODRIGUES, Maria Rosilene. **A influência da televisão na formação da criança**, 2008. Disponível em: <<http://www.unifan.edu.br>>. Acesso em 20 abril. 2012.

SILVA, Hugo Leonardo Fonseca da. **Indústria Cultural e Educação Infantil**: o papel da televisão. Disponível em: <<http://www.proec.ufg.br>>. Acesso em 23 mar. 2012.

SOARES, Ismar de Oliveira. A televisão e as prioridades da educação. In: **Comunicação & Educação**. Número 6. Ano III. mai./ago. 1996. Disponível em: <<http://www.usp.br/comeduc/index.php/comeduc/index>> Acesso em 10 mar. 2011.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público**: uma teoria crítica da televisão. 1 ed. São Paulo: Ática, 1996.