



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**JORNALISMO PARA CRIANÇAS: UM ESTUDO SOBRE A  
PRODUÇÃO AUDIOVISUAL INFORMATIVA  
DEDICADA AO PÚBLICO INFANTIL NA TV**

**CAMILA BRANDÃO WUNDERLICH**

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS  
JORNALISMO

**JORNALISMO PARA CRIANÇAS: UM ESTUDO SOBRE A  
PRODUÇÃO AUDIOVISUAL INFORMATIVA  
DEDICADA AO PÚBLICO INFANTIL NA TV**

Monografia submetida à Banca de Graduação  
como requisito para obtenção do diploma de  
Comunicação Social/ Jornalismo.

**CAMILA BRANDÃO WUNDERLICH**

**Orientadora: Profa. Dra. Beatriz Becker**

RIO DE JANEIRO

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Jornalismo para crianças: um estudo sobre a produção audiovisual informativa dedicada ao público infantil na TV**, elaborada por Camila Brandão Wunderlich.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Beatriz Becker  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação - UFRJ

Profa. Dra. Cristina Rego Monteiro da Luz  
Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ  
Departamento de Comunicação -. UFRJ

Prof. Dr. Márcio Tavares D'Amaral  
Doutor em Letras pela Faculdade de Letras - UFRJ  
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2016

## FICHA CATALOGRÁFICA

WUNDERLICH, Camila Brandão.

Jornalismo para crianças: um estudo sobre a produção audiovisual informativa dedicada ao público infantil na TV. Rio de Janeiro, 2016.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientadora: Beatriz Becker

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus, por me abençoar com saúde e força de vontade para superar os desafios da jornada acadêmica.

Ao meus pais Soraya e Carlos, pelo imenso amor dedicado a mim durante toda a minha vida, sempre incentivando e apoiando as minhas escolhas pessoais e profissionais.

A Paulo Juan, pela paciência, apoio, amor e força dada durante todos os anos de faculdade.

A minha orientadora, Beatriz Becker, por abraçar a proposta deste estudo com entusiasmo e pela atenção dedicada durante todo o período de trabalho.

À UFRJ, à Escola de Comunicação e ao seu corpo docente, em especial aos membros desta banca, Cristina Rego Monteiro e Márcio Tavares D'Amaral, cujos ensinamentos, que vão além do conteúdo acadêmico, contribuem para a formação de profissionais críticos, preocupado em melhorar os problemas da sociedade.

A todos os familiares e amigos que contribuíram direta ou indiretamente para minha formação pessoal e profissional. A felicidade da conquista é maior quando se tem com quem dividir.

WUNDERLICH, Camila Brandão. **Jornalismo para crianças: um estudo sobre a produção audiovisual informativa dedicada ao público infantil na TV**. Orientadora: Beatriz Becker. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

## RESUMO

Este trabalho apresenta um mapeamento das produções audiovisuais dedicadas ao público infantil que estão disponíveis nas principais emissoras da televisão aberta e nos canais infantis da TV por assinatura. Esta análise identifica os programas das grades de programação que possuem conteúdos informativos direcionados às crianças, identifica suas características de linguagem e discute como eles incorporam e dão destaque aos seus conteúdos jornalísticos. A pesquisa revela que as produções estudadas misturam diferentes linguagens, técnicas, conteúdos e formatos e surgem como alternativas ao jornalismo tradicional e engessado. Os dados sobre a programação correspondem ao período de 30 de novembro a 6 de dezembro de 2015 e foram retirados dos portais das emissoras selecionadas.

## **SUMÁRIO**

### **1. INTRODUÇÃO**

### **2. OS IMPACTOS DA MÍDIA NO DESENVOLVIMENTO DA INFÂNCIA**

### **3. MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL INFANTIL NA TV**

### **4. PROGRAMAS AUDIOVISUAIS INFORMATIVOS DEDICADOS AO PÚBLICO INFANTIL**

### **5. ANÁLISE TELEVISUAL DOS PROGRAMAS INFORMATIVOS PANDORGA E PEQUENOS CAMPEÕES**

#### **5.1. Análise Comparativa**

#### **5.2. Interpretação dos Resultados**

### **6. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

### **7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

### **ANEXO**

#### **ANEXO I – Lista de sites**

## 1. INTRODUÇÃO

A presença dos meios de comunicação no cotidiano das crianças tem aumentado nas últimas décadas. Segundo Becker (2015), a televisão continua a exercer centralidade da mídia e se expande em múltiplas plataformas, apesar do aumento do acesso à Internet e dos usos das tecnologias digitais. A Pesquisa feita pelo Ibope Mídia<sup>1</sup> em 2014, com crianças de 4 a 17 anos, registrou um aumento de 35 minutos no tempo médio diário gasto pelas crianças com o hábito de assistir TV, que passou a ser de 5 horas e 35 minutos. Hoje, a programação televisiva dedicada às crianças ocupa não apenas as grades das emissoras de televisão aberta e os canais de tevê públicos, mas também das emissoras de televisão por assinatura e ambientes convergentes que integram conteúdos e formatos em áudio e vídeo produzidos para a televisão e para a web. Por isso, o tipo de programação televisiva que o público infantil brasileiro tem consumido durante todas as horas passadas em frente à televisão demanda reflexão, bem como os efeitos que essa intensa relação com a mídia tem no desenvolvimento cognitivo, físico, psicológico e social das crianças. Assume-se como hipótese desta pesquisa que programas informativos para crianças capazes de combinar entretenimento, educação e informação, com linguagens e estruturas narrativas diversificadas e híbridas podem contribuir para a formação das crianças, mesmo considerando os interesses mercadológicos das emissoras de televisão. Se assistir TV faz parte cotidiano da infância e esse hábito vem se intensificando ao longo do tempo, utilizar os programas televisivos jornalísticos para estimular a capacidade reflexiva das crianças pode ser uma maneira de formar indivíduos mais preocupados com o lugar em que vivem e com os problemas da sociedade. Nesse sentido, um dos dois objetivos deste estudo é apresentar um mapeamento da programação televisiva brasileira, dos principais canais da TV aberta e dos canais infantis da televisão por assinatura, para identificar qual o espaço que as produções audiovisuais dedicadas ao público infantil ocupam nas grades de programação. O segundo objetivo desta monografia é analisar o formato e o conteúdo dos programas infantis informativos apontados pelo mapeamento para compreender como o jornalismo, geralmente reconhecido como um gênero estático, com linguagens e formatos tradicionais e bem definidos, é trabalhado nos programas

---

<sup>1</sup> Dados disponíveis em: <http://criancaeconsumo.org.br/noticias/tempo-diario-de-criancas-e-adolescentes-em-frente-a-tv-aumenta-em-10-anos/>. Acesso em: 30 de novembro de 2015.

dedicados às crianças. Esta monografia identifica quais emissoras se preocupam em transmitir conteúdos informativos direcionados às crianças e faz uma reflexão crítica sobre a possibilidade de eles auxiliarem o público infantil a entender a realidade social, política e cultural.

Amparado em uma revisão bibliográfica sobre a temática proposta, o capítulo 2 “Os impactos da mídia no desenvolvimento da infância”, discute efeitos que a relação das crianças com as mídias causa em seus processos de desenvolvimentos realizados durante a infância. O capítulo 2 busca entender também como o significativo aumento da presença das tecnologias de comunicação nos lares brasileiros, especialmente a televisão, influencia o desenvolvimento físico, cognitivo e social das crianças e se é possível que as produções audiovisuais dedicadas ao público infantil sejam benéficas para as crianças. Para isso, o estudo contrapõe as ideias de alguns autores como Winn (2002) e Critcher (2008), que apontam os efeitos negativos que a TV exerce sobre as competências motoras e intelectuais das crianças, com as de outros pesquisadores como Sodré (2012), Rivoltella (2008) e Girardello (2008), os quais defendem a utilização da mídia como ferramenta útil no processo de formação e aprendizagem. A importância das resoluções da Convenção sobre os Direitos da Criança, da ONU, e do Estatuto da Criança e do Adolescente, na regulamentação das produções audiovisuais para crianças também é abordada no capítulo 2. Ambas as normas incentivam a criação de programas infantis que se preocupem mais com o caráter educativo e informativo de seus conteúdos, do que com os interesses do mercado.

O capítulo seguinte “Mapeamento da produção audiovisual infantil no Brasil”, corresponde a um mapeamento das produções audiovisuais dedicadas ao público infantil veiculadas nas principais emissoras de TV do Brasil, como sugerido pelo título, e busca identificar quais são os programas que utilizam linguagem jornalística para transmitir informações direcionadas às crianças. Para mapear os programas infantis veiculados na TV brasileira e identificar quais deles possuem conteúdos jornalísticos, a partir das contribuições de Bakhtin (1997), Machado (2000), Aronchi (2015), Becker (2012), Kovach e Rosenstiel (2004) e Meditsch (1998), o capítulo 3 faz um estudo das grades de programação das emissoras Globo, SBT, Band, Record, RedeTV, TV Brasil, Futura, Cultura, TV Escola, Gloob, Disney Channel, Disney XD, Disney Jr, Nickelodeon, Nick Jr, Discovery Kids, Cartoon Network, Boomerang, Tooncast e TV Rá Tim Bum. As

grades de programação analisadas referem-se ao período de 30 de novembro a 6 de dezembro de 2015 e foram consultadas no portal de cada emissora<sup>2</sup>. Ao todo, foram mapeados sete dias de programação de 20 canais e identificados 783 programas, sendo os programas que aparecem em mais de um canal foram contabilizadas apenas uma vez. Os resultados alcançados permitem verificar se as resoluções referentes aos programas televisivos infantis apresentadas no capítulo 2 estão sendo cumpridas pelos principais canais brasileiros de televisão aberta e pelos canais dedicados exclusivamente ao público infantil, na TV por assinatura.

O capítulo 4, nomeado “Programas audiovisuais informativos direcionados ao público infantil”, apresenta as características dos programas televisivos que se preocupam em passar informação de qualidade às crianças, com linguagem e formato jornalístico. Assim, é possível identificar que os seis programas informativos infantis, apontados pelo capítulo 3 – X-Tudo e Blog do Geninho, da TV Rá Tim Bum; O Teco Teco e Pandorga, da TV Brasil; Mundo da Leitura, do Canal Futura; e Pequenos Campeões, do SBT – têm características comuns: hibridizações de linguagens e utilização de conteúdos informativos em áudio e vídeo, como entrevistas e reportagens. Este capítulo mostra, portanto, a importância dessas experiências para o estudo do jornalismo direcionado ao público infantil, apresentando com o auxílio de quadros, tabelas e figuras, as características desses programas e o espaço que eles ocupam na grade de programação.

As dimensões teóricas e metodológicas da Análise Televisual (BECKER, 2012) são adotadas para o estudo dos programas informativos Pandorga, da TV Brasil, e Pequenos Campeões, do SBT, desenvolvido no quinto capítulo intitulado “Análise Televisual dos programas informativos Pandorga e Pequenos Campeões”. Estes dois programas e também o Mundo da Leitura do Canal Futura foram selecionados, mediante os seguintes critérios: ter episódios produzidos e veiculados em 2015; reunir a maior quantidade de conteúdo proporcional dedicado aos quadros informativos; e expressar o perfil do canal no qual o programa foi exibido no período estudado. Contudo, o Mundo da Leitura, do Canal Futura, não pode ser incluído no *corpus* desta análise por não disponibilizar seus episódios na internet.

---

<sup>2</sup> O Anexo I deste trabalho disponibiliza a lista de todos os sites consultados na apuração das informações utilizadas para o mapeamento do capítulo 3.

Assim, a análise televisual comparativa dos programas Pandorga e Pequenos Campeões é realizada para entender como estas atrações são organizadas textualmente e como produzem sentidos e valores sobre experiências diversas, questionando se estas produções televisivas realmente colaboram para a formação das crianças ou apenas priorizam interesses mercadológicos. A primeira fase desta metodologia, que corresponde à descrição de cada um desses programas, é sistematizada no capítulo 4 e as análises quantitativa e qualitativa, assim como a interpretação dos resultados, as quais correspondem a segunda e a terceira etapas deste percurso metodológico, são sistematizadas neste capítulo.

Esta monografia resulta de um interesse pelos estudos de jornalismo e televisão, acentuado pela disciplina Telejornalismo I cursada na Escola de Comunicação da Universidade Federal, e de inquietações pessoais sobre as relações entre Mídia e Educação, as quais me parecem relevantes na formação de indivíduos de diferentes idades, especialmente no contexto brasileiro, como procuro refletir neste trabalho. Esta monografia se debruça, portanto, sobre um campo de estudos complexo e relativamente pouco explorado frente à relevância cultural e política de programas audiovisuais informativos direcionados às crianças.

## 2. OS IMPACTOS DA MÍDIA NO DESENVOLVIMENTO DA INFÂNCIA

Crianças do Brasil e do mundo têm se relacionado mais intimamente com a mídia nos últimos anos. Elas já nascem “imersas num mundo midiático, vivendo com extrema naturalidade as mais diversas relações com a tecnologia” (FANTIN, 2008, p.150). Tal comportamento foi comprovado pelos dados da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: hábitos e consumos de mídia pela população brasileira (PBM 2015)<sup>3</sup>, que registrou o aumento da utilização da internet pelos brasileiros. Entre os entrevistados com acesso à rede (48% da população), 37% admitiram já usá-la diariamente, 9% a mais do que a porcentagem registrada no ano passado (26%)<sup>4</sup>.

A PBM 2015 também mostrou que apesar do crescimento das novas mídias, a TV ainda é o meio de comunicação mais importante no Brasil – 95% dos entrevistados afirmaram assistir à TV gastando um tempo médio diário de 4 horas e 31 minutos. Esse hábito de uso é ainda maior no período que se refere à infância e adolescência. Uma pesquisa feita pelo Ibope Media, com foco nas crianças de 4 a 17 anos, afirmou que já em 2014 a quantidade média de horas gastas em frente à televisão era de 5 horas e 35 minutos<sup>5</sup>. Segundo o estudo de Sonia Livingstone, Katharine Holden e Moira Bovill (2002), tal costume aumenta na medida em que a criança vai ficando mais velha e que as tecnologias comunicacionais vão se desenvolvendo.

Essa presença contínua e cada vez maior das novas tecnologias da comunicação no cotidiano infantil intensificou as preocupações dos adultos quanto ao desenvolvimento físico, cognitivo, social e emocional das crianças. Estudos sobre os efeitos negativos e positivos da mídia na infância estão sendo desenvolvidos por pesquisadores de diversas áreas científicas e lugares do mundo. Sodré (2012) e Rivoltella (2008), por exemplo, defendem que as novas mídias, quando usadas com cautela, são importantes ferramentas no processo de aprendizagem e formação da criança, além de, segundo Girardello (2008), servirem para estimular brincadeiras e imaginações. Tais ideias se contrapõem as de Winn (2002) e Critcher (2008), que

---

<sup>3</sup> Realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República entre os dias 5 e 22 de novembro de 2014.

<sup>4</sup> Dados disponíveis em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 18 de novembro de 2015.

<sup>5</sup> Dados disponíveis em: <http://criancaconsumo.org.br/noticias/tempo-diario-de-criancas-e-adolescentes-em-frente-a-tv-aumenta-em-10-anos/>. Acesso em: 30 de novembro de 2015.

destacam o modo como a televisão atrapalha o desenvolvimento da comunicação das crianças e de suas capacidades intelectuais e motoras. Holland (2008) também faz observações sobre o caráter nocivo das mídias, destacando os impactos prejudiciais da publicidade e do estímulo ao consumo voltados ao público infantil.

Para entender melhor como as diversas correntes de estudos aplicam na infância é preciso esclarecer a complexa relação entre cultura, mídia e criança.

Maria da Graça Setton, em seu livro “Mídia e educação” (2011), apresenta a mídia como agente de socialização que tem o papel educativo de passar valores, padrões e normas de comportamento, bem como ajudar na formação das opiniões e das identidades no mundo contemporâneo. Para admitir a mídia como parte da cultura contemporânea é preciso considerá-la parte do “universo socializador do indivíduo” (SETTON, 2011, p.13), uma participante ativa na transformação e na criação dos novos sentidos e valores da sociedade.

É preciso salientar, contudo, que a mídia é um produto do capitalismo. Ela é produzida em uma sociedade profundamente hierarquizada e com grandes diferenças sociais, para o mercado de consumo fácil, ligeiro e efêmero (SETTON, 2011). Para que essa ideia não classifique, simploriamente, a mídia na visão frankfurtiana como alienadora e manipuladora, faz-se necessário recorrer às ideias de Walter Benjamim, apontadas no texto “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”<sup>6</sup>. Assim como é o cinema para o autor, a mídia, sua diversidade de conteúdo e de plataformas podem agir como transformadores da sensibilidade dos sujeitos contemporâneos e estimuladores da capacidade e compreensão intelectual, cognitiva e moral.

O paradoxo entre os efeitos benéficos e maléficos da mídia na cultura também permeia as publicações que tratam dos impactos da mídia na infância. Segundo Sonia Livingstone e Kirsten Drotner (2008), o caráter nocivo da mídia para a criança é tema relevante dos estudos acadêmicos desde o final do século XIX, quando as crianças da América do Norte e dos Estados Unidos começaram a ler os *penny dreadfuls* [romances baratos]. Tal preocupação também esteve presente no surgimento dos quadrinhos e na popularização do cinema. Chas Critcher (2008) afirma que os *nickelodeons*, como eram chamadas as produções de cinema voltados para a infância e os jovens nos EUA, foram

---

<sup>6</sup> Texto disponível em [http://ideafixa.com/wp-content/uploads/2008/10/texto\\_wb\\_benjamim\\_a\\_arte\\_na\\_era\\_da\\_reprodutibilidade\\_tecnica.pdf](http://ideafixa.com/wp-content/uploads/2008/10/texto_wb_benjamim_a_arte_na_era_da_reprodutibilidade_tecnica.pdf). Acesso em: 21 de outubro de 2015.

classificados pelos adultos como “ameaça pernicioso, desmoralizante e direta” (CRITCHER, 2008, p. 93, tradução nossa).

Ao longo do tempo, a preocupação dos estudiosos com o conteúdo midiático foi intensificada devido à maneira como a própria mídia se posicionava e, em muitos casos, ainda se posiciona, em relação à criança. Nas sociedades ocidentais, fotos, vídeos e notícias de crianças são usadas diariamente pela mídia. Mas são poucas as vezes que tal uso acontece em benefício das próprias crianças, dando voz a elas e as suas questões.

De acordo com o relatório do seminário “As Crianças Hoje em Dia”<sup>7</sup>, contido no livro “A criança e a mídia: imagem, educação, participação”, de Cecília Von Feiltizen e Ulla Carlsson (2002), que estudou a maneira como as imagens das crianças são mostradas na mídia, aproximadamente 49,8%, quase metade das notícias analisadas para o evento, retrataram as crianças com o teor negativo (CHILDREN EXPRESS, 1998 apud VON FEILTIZEN & CARLSSON, 2002, p.143).

O seminário, preparado pelas crianças do projeto *Children's Express*<sup>8</sup> – apoiadas pela jornalista e presidente executiva do grupo, Stephanie Willians – examinou durante cinco dias todos os jornais nacionais norte-americanos de circulação diária, recortando todas as notícias que mencionavam crianças e jovens com menos de 18 anos. O resultado foi a formação de sete estereótipos que classificaram as matérias encontradas: crianças como vítimas; crianças bonitas vendem jornais; pequenos demônios; as crianças são brilhantes; crianças como acessórios; as crianças hoje em dia; e pequenos anjos corajosos.

Na classificação “crianças como vítimas” (correspondente a um terço das notícias recortadas), as crianças são entendidas como objetos do sensacionalismo jornalístico, cada vez mais comum nos noticiários de hoje. Elas são retratadas como vítimas vulneráveis e pobres, muitas vezes para servir de isca e prender o leitor. Segundo o relatório, o problema é que essa visão vulnerável, construída pela mídia, legítima, até hoje, a pouca participação da criança na sociedade, já que ela passa a ser vista como ser incapaz de ter maior protagonismo.

Em “crianças bonitas vendem jornais” (um quarto das matérias selecionadas) as crianças são vistas como “crianças símbolos” (CHILDREN EXPRESS, 1998 apud VON

---

<sup>7</sup> Seminário realizado no dia 20 de abril de 1998, em Londres, Inglaterra.

<sup>8</sup> Projeto que simula uma agência de notícias na qual os papéis de jornalistas e editores são desempenhados por crianças.

FEILTIZEN & CARLSSON, 2002, p.145), utilizadas para criar uma imagem mais próxima e menos formal do governo. Elas são retratadas por estarem na moda ou serem bonitas, sendo apenas utilizadas para chamar atenção. Já em “pequenos demônios” (um décimo das notícias recortadas), as matérias relatam crianças más, sem princípios morais e que não correspondem aos ideais de crianças boas. Elas têm seus erros e delitos supervalorizados pelos jornalistas, que não se preocupam sequer em ouvi-las e entendê-las, incentivando o julgamento negativos delas pelos outros adultos.

Na categoria “as crianças são brilhantes”, com menos de um décimo das notícias selecionadas, corresponde às matérias que usam crianças prodígios como exemplos e como oposição às crianças más. Elas estão no jornal para fazer os adultos se sentirem bem com a possibilidade de sucesso da juventude. Em “crianças como acessórios”, os jornais normalmente usam frases como “ela é uma designer de moda mundialmente famosa e tem dois filhos lindos” (CHILDREN EXPRESS, 1998 apud VON FEILTIZEN & CARLSSON, 2002, p.147). As crianças são colocadas como objetos, enfeites, não fazem parte da notícia. Por consequência, isso acaba diminuindo o interesse dos adultos quanto ao que a criança tem a dizer.

Já na classificação “as crianças de hoje em dia”, há um rebaixamento da criança pelo adulto. Por exemplo quando um adulto diz: “Na minha época era ...” na maioria das vezes ele quer dizer que no tempo dele as coisas funcionavam melhor, as crianças eram mais responsáveis. Mas, segundo o relatório, eles não percebem que o tempo mudou e que não é porque as crianças se comportam de maneira diferente hoje em dia, que elas são piores ou melhores. A última categoria de notícia, “pequenos anjos corajosos”, com apenas poucas notícias selecionadas, refere-se aos relatos de crianças que passam a serem vistas como anjos, principalmente após alguma tragédia onde elas são as vítimas ou os heróis.

Todas essas categorias, de acordo as reflexões de Patricia Holland (2008), carregam ideais poderosos e, mesmo quando usadas com boa intencionalidade, marcam a infância como fase frágil, em contraste com a idade adulta. Além disso, apesar das imagens das crianças veiculadas na mídia em geral e as produzidas especialmente para o público infantil serem parte importante na criação da identidade e da maneira como as crianças se posicionam para o mundo, elas ainda são produções feitas e pensadas exclusivamente por adultos, mais preocupados com o caráter comercial de seu conteúdo

do que com os efeitos que elas podem ter sobre o crescimento e o desenvolvimento das crianças (HOLLAND, 2008).

Contudo, estudiosos como Maria Isabel Orofino (2008) defendem que, se utilizadas corretamente, imagens da mídia podem preencher espaços de carência da sociedade e ajudar a recriar relações sociais. Além disso, segundo Roger Silverstone (1994 apud OROFINO, 2008, p.119-120) as imagens de mídias também “operam na construção de uma segurança ontológica em cenários de crescente violência social e urbana, de individualismo e de solidão”. Mais contribuições benéficas para a infância podem ser retiradas do conteúdo de mídia se houver a integração entre educação e comunicação (CRITCHER, 2008). Orofino (2008) diz que a escola, como local de apropriação de mídia, tem o papel de mediar a relação entre mídia e criança, planejando para que o debate sobre mídia transcenda às mediações que já ocorrem informalmente e passe a ser institucionalizado e organizado. Segundo a autora, o espaço escolar pode contribuir para desenvolver o consumo de mídia cultural reflexivo, questionador e educativo, importante para a construção da cidadania das crianças.

Muniz Sodré (2012) também aponta os aspectos positivos de uma educação direcionada ao entendimento da mídia. Para o autor, educar é mais do que ensinar conhecimento necessário à vida profissional, é iniciar a criança na “realidade do mundo já estruturado” (SODRÉ, 2012, p.199) o que, na sociedade contemporânea, implica em capacitá-la a filtrar e analisar criticamente as inúmeras informações e conhecimentos que chegam pelas diversas plataformas midiáticas. Ainda de acordo com Sodré (2012), aceitar a transformação do processo educacional tradicional, que forma “indivíduos maquínicos (cérebros repletos de informações e técnicas)”, em uma educação que incorpore as diversas vozes, visões do mundo e culturas disponíveis pelas novas tecnologias da informação, é defender a possibilidade de formação de “indivíduos criativos ou cérebros abertos pela razão e pela sensibilidade para a complexa flexibilidade das situações humanas dentro ou fora da lógica dos mercados” (SODRÉ, 2012, p.187).

No entanto, não é apenas o conteúdo que preocupa os estudiosos da infância e da mídia, o hábito de assistir televisão também gera bastante controvérsias entre os pesquisadores. Para Winn (2002 apud CRITCHER, 2008, p.96), o problema está na natureza da TV, que induz a passividade da criança através da gratificação sensorial

instantânea que estimula o comportamento viciante. Tal vício, segundo o autor, afeta o desenvolvimento da habilidade de se comunicar, de ler, de se capacitar fisicamente, além de restringir o tempo de relacionamento com a família. Neil Postman (1994 apud CRITCHER, 2008, p.96) também alerta para as consequências prejudiciais dos meios de comunicação imagéticos, pois eles quase não estimulam a mente do espectador e exigem pouco de seus usuários. Postman (1993) vê a televisão como “um meio de divulgação total, indiscriminadamente disponível em toda a sua vulgaridade e apelo de massa” (POSTMAN, 1983 apud HOLLAND, 2008, p.48, tradução nossa), que causa o desaparecimento da infância, um período essencial de aprendizagem e aperfeiçoamento para encarar a idade adulta.

Contudo, de acordo com a corrente do “construtivismo social”, citada por Alan Prout (2008), a teoria de que a criança é apenas um usuário passivo da televisão e de que ver TV é inútil ao aprendizado é um mito. O autor defende que realidade e cultura mudam sempre de acordo com as circunstâncias sociais, o que salienta o caráter plural e ativo da criança, que não recebe passivamente todas as características nocivas dos novos meios de comunicação, mas se adapta e se apropria da cultura que se relaciona intimamente com mídia da melhor maneira que ela possa lhe servir. Ainda segundo Prout (2008), nas décadas de 80 e 90, duas críticas aos estudos tradicionais dominaram as pesquisas sobre a infância. A primeira critica a ideia que prega a idade adulta como padrão de racionalidade, que coloca as crianças sempre como seres deficientes. A segunda, a “socialização”, alega que as crianças não são passivas, mas sim atores com plena capacidade de agir por si e que devem ser vistos como participantes ativos da vida social.

O estudo de Gilka Girardello (2008) também se contrapõe às ideias de Winn (2002) e Postman (1983), ao defender que assistir à TV pode ser benéfico ao desenvolvimento cognitivo das crianças desde que haja cuidado com três fatores: a duração do tempo que a criança passa vendo TV; o tipo de mediação adulta; e o conteúdo da programação. Segundo a autora, pesquisas de hoje defendem que o conteúdo da televisão é, na verdade, utilizado como matéria-prima das fantasias das crianças e os fatores que contribuem para o desenvolvimento da imaginação da criança – “o contato com a natureza, a vivência artística, a mediação adulta, o tempo livre para a brincadeira e o estímulo narrativo” – podem ser absorvidos durante a interação da

criança com a TV (GIRARDELLO, 2008, p.130). Girardello (2008) salienta que o papel criativo da televisão depende de como ela se encaixa na vida das crianças e na qualidade de seus cotidianos.

Mesmo destacando vários aspectos positivos, ainda há espaço para mais uma preocupação no que diz respeito à relação da mídia com a infância: o excesso de publicidade e de estímulo ao consumo voltados ao público infantil. Alan Prout (2008), em seu texto “*Culture-nature and the construction of childhood*” explica que quando as mulheres começaram a ingressar no mercado de trabalho, no final do séc. XX, ocorreu a alteração da divisão entre espaço público, anteriormente dominado pelo homem, e privado, que se refletiu em mudanças nas relações familiares. Segundo o autor, com a jornada dupla de trabalho da mulher a casa passa a ser um local de consumo das novas tecnologias que facilitavam o trabalho doméstico, como a geladeira e a máquina de lavar, e serviam de distração para as crianças, como a televisão e os jogos eletrônicos.

De acordo com Drotner e Livingstone (2008) esse novo ambiente familiar repleto de tecnologia proporciona o acesso das crianças a conexões com diferentes tempo, espaços, culturas e valores. Quanto mais a infância sofrer influências e orientações de padrões de fora da família, mais independentes as crianças se tornam para ter suas próprias ideias e escolhas. Entretanto, é importante salientar que emerge, nesse contexto, a noção de criança como consumidor de mídia, gerando nos grandes produtores a preocupação com o desejo de consumo desse novo público em relação à programação audiovisual e aos produtos relacionados à ela (DROTNER e LIVINGSTONE, 2008).

Segundo Holland (2008), no início do séc. XX, as tecnologias de produção trouxeram uma gama cada vez maior de brinquedos, produtos e marcas. A publicidade e a promoção desses bens, inseridos na cultura de mídia, geraram um rico imaginário de crianças felizes e de consumo prazeroso. Henry Giroux argumenta que a infância foi, então, transformada em uma estratégia de mercado. “O único tipo de cidadania que a sociedade adulta oferece às crianças é o de consumidor” (GIROUX, 2000 apud HOLLAND, 2008, p. 39, tradução nossa). Sobre a força da participação das crianças na economia, Myers disse:

Com poder de compra de U\$ 78,5 bilhões anualmente, as crianças são uma força econômica cada vez mais vital. Um número crescente de anunciantes não tradicionais está se movendo para a televisão infantil, não só para

alcançá-las, mas para chegar a seus pais em um ambiente relevante. De acordo com o Monitor da Juventude Yankelovich, 72% das crianças dizem que os comerciais influenciam as suas decisões de compra e uma maioria dos adultos admite que é significativamente impactada por pedidos e recomendações de seus filhos” (MYERS, 2005 apud WASKO, 2008, p. 461, tradução nossa).

Mas esse não é apenas um fenômeno americano. Segundo Schor (2004 apud WASKO, 2008, p.462), a estimativa global de influência da criança na economia, desde os primeiros meses de vida até os 12 anos de idade, superou U\$ 1 trilhão de dólares em 2002. No Brasil, uma pesquisa feita pelo Instituto InterScience apontou que, já em 2003, 80% das crianças brasileiras influenciavam nas decisões de compra de suas famílias (TNS/InterScience, de outubro de 2003<sup>9</sup>). A importância do público infantil é tão grande que só o consumo de artigos direcionados especificamente às crianças chegou a movimentar R\$ 26,2 bilhões de reais em 2011 (Ibope)<sup>10</sup>.

Tamanho destaque econômico gera a falsa impressão de que as crianças têm contribuído mais para o discurso público. Segundo Fantin (2008), há uma confusão entre as visões da criança como cidadã e como consumidora. De acordo com a autora, muitos discursos que defendem as crianças têm foco nos seus direitos de consumidores, não as colocando como atores sociais ou sujeito de direitos. “É o discurso da soberania do consumidor mascarado como discurso dos direitos culturais” (BUCKINGHAM, 2002 apud FANTIN, 2008, p.148).

Para modificar esse cenário é preciso deslocar o lugar das crianças na sociedade. “Estamos acostumados a pensar a criança como alguém que recebe ou não cultura, precisamos passar a pensá-la como alguém que recebe e ao mesmo tempo faz cultura” (FANTIN, 2008, p.149). A Organização das Nações Unidas, junto com entidades internacionais preocupadas com esse segmento, vem trabalhando para chamar a atenção para a necessidade de os governos assumirem atitudes concretas de proteção aos direitos das crianças e dos adolescentes no campo da comunicação de massa.

Em 20 de novembro de 1989, a Assembleia Geral das Nações Unidas aprovou, por unanimidade, a Convenção sobre os Direitos da Criança<sup>11</sup> (HAMELINK, 2008). A partir dessa data, os direitos das crianças tornaram-se campo do direito internacional e

---

<sup>9</sup> Dados retirado do site Criança e Consumo, disponível em <http://criancaeconsumo.org.br/consumismo-infantil>. Acesso em: 30 de novembro de 2015.

<sup>10</sup> Dado do IBOPE disponível em <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-IBOPE-Media.aspx>. Acesso em: 30 de novembro de 2015.

<sup>11</sup> Disponível em <https://www.unicef.org.br>. Acesso em: 1 de dezembro de 2015.

todos os países membros da ONU que ratificaram a Convenção – ficaram de fora apenas os EUA e a Somália – tiveram que se comprometer a realizar todas as medidas legislativas e administrativas sancionadas no evento. No Brasil, a Convenção foi promulgada dia 21 de novembro de 1990, pelo Decreto nº 99.710<sup>12</sup>.

Segundo as interpretações de Hamelink (2008), as disposições legais da Convenção, combinadas com as novas tecnologias de comunicação, têm um grande potencial criativo para desenvolver as sociedades democráticas. Além disso, a defesa da multiplicidade da esfera pública proporciona às crianças a chance de ter um local próprio para se organizarem, expressarem suas opiniões, partilharem experiências e desenvolverem ações e projetos.

Dentre os artigos que abordam a relação da criança com as comunicações, destaca-se o Artigo 13, que assegura o direito à liberdade de expressão das crianças, dando-lhes espaço para falar sobre suas vidas, para construir suas próprias opiniões e para participar da mídia também como produtores.

Artigo 13:

1 - A criança terá direito à liberdade de expressão. Esse direito incluirá a liberdade de procurar, receber e divulgar informações e ideias de todo tipo, independentemente de fronteiras, de forma oral, escrita ou impressa, por meio das artes ou por qualquer outro meio escolhido pela criança.

2 - O exercício de tal direito poderá estar sujeito a determinadas restrições, que serão unicamente as previstas pela lei e consideradas necessárias:

- a) para o respeito dos direitos ou da reputação dos demais; ou
- b) para a proteção da segurança nacional ou da ordem pública, ou para proteger a saúde e a moral públicas.

O Artigo 17 também é um dos mais importantes pois garante o acesso das crianças a informações de qualidade especialmente produzidas e direcionadas, que lhes permitem a melhor compreensão dos acontecimentos não só do seu universo, mas do resto da sociedade.

Artigo 17:

1 - Os Estados Partes reconhecem a função importante desempenhada pelos meios de comunicação e zelarão para que a criança tenha acesso a informações e materiais procedentes de diversas fontes nacionais e internacionais, especialmente informações e materiais que visem a promover seu bem-estar social, espiritual e moral e sua saúde física e mental. Para tanto, os Estados Partes:

- a) incentivarão os meios de comunicação a difundir informações e materiais de interesse social e cultural para a criança, de acordo com o espírito do artigo 29;

---

<sup>12</sup> Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/1990-1994/D99710.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1990-1994/D99710.htm). Acesso em: 30 de novembro de 2015.

- b) promoverão a cooperação internacional na produção, no intercâmbio e na divulgação dessas informações e desses materiais procedentes de diversas fontes culturais, nacionais e internacionais;
- c) incentivarão a produção e difusão de livros para crianças;
- d) incentivarão os meios de comunicação no sentido de, particularmente, considerar as necessidades linguísticas da criança que pertença a um grupo minoritário ou que seja indígena; e
- e) promoverão a elaboração de diretrizes apropriadas a fim de proteger a criança contra toda informação e material prejudiciais ao seu bem-estar, tendo em conta as disposições dos artigos 13 e 18.

Além de ratificar as disposições legais da Convenção, o Brasil também garantiu no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) os direitos dos menores em relação à mídia. Conforme o artigo 71 da Lei nº 8.069<sup>13</sup> (BRASIL, 1990) “A criança e o adolescente têm direito à informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento”. Ainda segundo a mesma Lei, artigo 76, é obrigação das emissoras de televisão e rádio exibirem, em horário recomendado, programas direcionados ao público infanto-juvenil com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas (BRASIL. Lei nº8.069, 1990).

Até hoje, os direitos fundamentais da Convenção e do ECA são frequentemente violados. Na esfera pública, o problema está no descaso dos governos quanto à fiscalização da aplicação das normas pelas empresas de mídia estatais e privadas. Já no espaço particular, a questão é que, na maioria dos lares e das escolas, a hierarquia social diminui a importância da voz das crianças, que muitas vezes não têm suas ideias e colocações levadas a sério.

O próximo capítulo vai analisar qual a postura das grandes emissoras de televisões abertas, privadas, governamentais e pagas (com o foco nos canais para o segmento infantil) do Brasil, com relação à Convenção da ONU. O mapeamento das grades de programação vai identificar quais artigos da resolução estão sendo cumpridos ou descumpridos e observar o grau de importância que cada canal direciona à programação audiovisual brasileira voltada às crianças.

---

<sup>13</sup> Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm). Acesso em: 30 de novembro de 2015.

### **3. MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO AUDIOVISUAL INFANTIL NO BRASIL**

O hábito de assistir à televisão intensificou-se entre as crianças do século XXI e por isso, como visto no capítulo anterior, a TV tem se tornado uma importante ferramenta para o entendimento da realidade e também para a formação de padrões de comportamento e atitudes em relação à sociedade e a própria mídia. O Painel Nacional de Televisão, realizado pelo Ibope Media<sup>14</sup>, destacou que, na atualidade, o tempo médio que crianças e adolescentes na faixa etária escolar gastam, diariamente, na frente da televisão teve um aumento de 52 minutos nos últimos 10 anos. Em 2014, segundo dados da pesquisa, as crianças de 4 a 17 anos usaram a TV, em média, 5 horas e 35 minutos durante um dia.

Para que tal costume não seja nocivo à infância, Girardello (2008) alerta para a necessidade de cuidados com três pontos essenciais: o tempo que a criança passa vendo TV; a qualidade da mediação adulta; e o conteúdo da programação. Segundo a autora, o monitoramento das horas que a criança passa assistindo televisão é crucial para evitar que, ao invés de instigar a imaginação, a televisão passe a causar uma passividade cognitiva. Já a mediação do adulto, tanto na família quanto na escola, faz-se necessária para que a linguagem e o conteúdo dos programas televisivos sejam devidamente contextualizados e compreendidos de maneira crítica pela criança durante as possíveis interações presenciais estabelecidas na família e na escola. Girardello (2008) explica, por último, que a preocupação com o conteúdo televisivo também é importante para que o excesso de violência realista, presente em diversos programas das grades televisivas, não limite a imaginação, ao invés de desenvolvê-la.

Este capítulo busca identificar quais programas voltados ao público infantil possuem conteúdos jornalísticos no enredo. Para isso, vai ser elaborado um mapeamento das grades de programação das principais emissoras brasileiras gratuitas e pagas e projetado o cenário da produção audiovisual infantil no Brasil. Além disso, este estudo tem como objetivo verificar quais canais têm se preocupado em atender às resoluções da Convenção sobre o Direito da Criança e do Adolescente e do Estatuto da

---

<sup>14</sup> A pesquisa foi realizada pelo Ibope Media em 2014 e divulgada pelo projeto Criança e Consumo. Alguns dados estão disponíveis em: <http://criancaeconsumo.org.br/noticias/tempo-diario-de-criancas-e-adolescentes-em-frente-a-tv-aumenta-em-10-anos>. Acessado em: 21 de setembro de 2015.

Criança e do Adolescente (ECA)<sup>15</sup>. Tais documentos garantem o acesso à informação de qualidade, com linguagem apropriada, e asseguram o direito à participação das crianças na produção do programa direcionado a eles, para que possam ser ouvidos e tenham suas demandas consideradas como prioridade.

Ambos os documentos destacam que as emissoras devem garantir a disponibilização de programas infantis com conteúdo informativo direcionado especialmente às crianças, atentando para que as informações passadas sejam de interesse do público infantil e em formato de fácil compreensão e assimilação pelo público-alvo. Contudo, para melhor entendimento de quais programas se encaixam nessa demanda e para que eles possam ser destacados no mapeamento realizado, é necessário abordar conceitos que permeiam a categoria “Informativo”, bem como compreender a noção de gênero discursivo e, especialmente, de gênero televisivo.

O estudo dos enunciados e dos gêneros de discurso são importantes para escapar das noções simplificadas sobre o fluxo contínuo dos processos de comunicação. O enunciado é, segundo o Bakhtin (1997), um elo na cadeia da comunicação verbal e não pode ser separado dos elos anteriores e que os sucedem, os quais os influenciam e provocam reações e respostas em uma ressonância dialógica. Mas a participação ativa de quem recebe o enunciado também é parte importante do processo de comunicação verbal, responsável pela elaboração dos sentidos de qualquer enunciado. De acordo com Bakhtin (1997), as características relativamente estáveis de cada enunciado podem ser divididas em gêneros do discurso. Para o autor:

A riqueza e a variedade dos gêneros do discurso são infinitas, pois a variedade virtual da atividade humana é inesgotável, e cada esfera dessa atividade comporta um repertório de gêneros do discurso que vai diferenciando-se e ampliando-se à medida que a própria esfera se desenvolve e fica mais complexa. (BAKHTIN, 1997, p.279).

Essa heterogeneidade e flexibilidade dos gêneros discursivos, ressaltadas pelo autor permitem que o conceito se adeque às diversas formas de comunicação. A partir de tal ideia, é possível agrupar áreas da comunicação em gêneros específicos com regularidades enunciativas semelhantes – como o gênero televisivo – para facilitar sua análise, o qual pode ser, por sua vez, subdividido em distintas categorias.

---

<sup>15</sup> Disponíveis em: <https://www.unicef.org.br> e [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm). Acesso em: 30 de novembro de 2015

Aronchi (2015) utiliza-se dessa segmentação para analisar a programação televisiva brasileira. Ele divide os programas das principais emissoras em quatro categorias – entretenimento, informativo, educativo e outros –, as quais se subdividem em diferentes tipos de gêneros televisivos. O curioso dessa divisão é que os programas para crianças – desenhos e gênero infantil – são produtos da categoria de entretenimento e, segundo o autor, não demonstram preocupação em passar informações para seu público-alvo.

Uma maneira de compreender as características dos programas informativos na televisão é se basear nas características dos gêneros discursivos, sejam eles televisivos ou não. O jornalismo, principal gênero da categoria “Informativo” destacada por Aronchi (2015), tem como principal objetivo, segundo Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004), “fornecer informações às pessoas para que estas sejam livres e capazes de se autogovernar” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2004, p.31). De acordo com os autores, o jornalismo cria uma linguagem comum de conhecimentos sobre a realidade que ajuda na coesão da comunidade, identificando seus objetivos incomuns, seus heróis e vilões. Além disso, ele dá voz a atores sociais nem sempre reconhecidos na agenda da mídia, como, por exemplo, às crianças.

Para Machado (2000), jornalismo é a mediação entre o que acontece na realidade e o espectador e, portanto, se fazem indispensáveis os relatos do repórter e dos entrevistados. Contudo, para Becker:

O Jornalismo revela jogos e disputas de poder e desigualdades, faz denúncias e informa sobre os principais acontecimentos do País e do mundo e os sentidos das notícias intervêm na vida, nos pensamentos e na cultura de todos os cidadãos e em nossas relações com o outro. De fato, o Jornalismo contribuiu para decifrar e compreender a realidade (Vizeu, Rocha, 2011), e quanto mais democrática é uma sociedade, mais informações e notícias existem (BECKER, 2012, p.236).

Machado (2000) diz, também, que a produção jornalística audiovisual tem características específicas como, por exemplo, a mistura de fontes diferentes em uma mesma matéria, o que proporcionam múltiplos níveis de dramaticidade à narrativa. Além disso, conforme analisa o autor, as notícias são normalmente transmitidas diretamente do local dos acontecimentos e filmadas com as pessoas em primeiro plano, falando diretamente para a câmera (posição *stand-up*). Esse formato ajuda a passar mais credibilidade e a criar uma identificação com o espectador. É importante destacar,

ainda, que as matérias são compostas por diversas fontes de imagem, fotografias, infográficos, mapas, textos, locuções, músicas e ruídos (MACHADO, 2000).

Apesar do fato de a categoria Informativo possuir características bastante típicas e de fácil identificação, faz-se necessário ressaltar, segundo Becker (2012), que as narrativas jornalísticas não são produzidas apenas com uma tipologia específica. Os textos televisivos, hoje, estão cada vez mais híbridos e são transmitidos por diferentes suportes, ameaçando a exclusividade da categoria informativa como única tradução da realidade. Também é interessante destacar, de acordo com a autora, que há bastante ficcionalidade nos textos jornalísticos. O objetivo dos textos midiáticos, em geral, é “informar, seduzir, encantar, persuadir e convencer sobre determinados regimes de visibilidade” (BECKER, 2012, p.237).

Esta hibridização da linguagem audiovisual, citada por Becker (2012), permite que programas misturem jornalismo, entretenimento e conteúdo pedagógico para formar conhecimento e ampliar as percepções sobre a realidade social, as ciências e as artes. Segundo Eduardo Meditsch, o jornalismo é uma forma de produção de conhecimento, mas também reproduz saberes e relações de poder neles imbricadas. De acordo com o autor, novos estudos epistemológicos defendem que o conhecimento possui, além de características científicas, experiências culturais e históricas. O entendimento da vida social cotidiana, objeto discursivo do jornalismo, é uma forma de conhecimento. Assim, compreende-se porque o jornalismo exerce uma mediação importante na compreensão e na percepção dos acontecimentos e, ao mesmo tempo, produz este saber sob determinadas estratégias e regras de enunciação próprias a esse campo. De acordo com Lage (apud MEDITSCH, 1998), o jornalismo descende de uma forma antiga de adquirir conhecimento, que nos dias de hoje está sendo realizada em uma escala industrial em função do desenvolvimento e dos usos dos aparatos tecnológicos.

O jornalismo opera, portanto, no campo lógico do senso comum e, de acordo com Meditsch (1998), reúne nesta característica tanto a sua força quanto a sua fragilidade. Para o autor:

“É frágil quanto ao método analítico e demonstrativo, uma vez que não pode se descolar de noções pré-teóricas para representar a realidade. É forte na medida em que essas mesmas noções pré-teóricas orientam o princípio de realidade do seu público, nele incluídos cientistas e filósofos quando retornam à vida cotidiana vindos de seus campos finitos de significação. Em consequência, o conhecimento do jornalismo será forçosamente menos rigoroso do que o de qualquer ciência formal mas, em compensação, será também menos artificial e esotérico” (MEDITSCH, 1998, p.32).

A pesquisadora Patricia Holland (2008), também defende que os produtos que incluem conteúdos jornalísticos relevantes ao público infantil, apresentadas com uma linguagem adequada, contribuem para o desenvolvimento da capacidade das crianças de compreender quem são e a maneira como lidam com as experiências cotidianas. Além disso, a formação de julgamentos políticos e culturais proporcionados por tais programas informativos podem trazer, a longo prazo, mudanças sociais reais (HOLLAND, 2008).

Sob essas perceptivas, assume-se nesta pesquisa que a análise da programação televisiva dedicada às crianças é relevante para os estudos de jornalismo e de mídia, porque os programas informativos infantis encontrados são importantes exemplos de flexibilidades e inovação. Como pretendem-se demonstrar nesta investigação, apesar do jornalismo ser geralmente reconhecido como gênero estático, de linguagens e formatos tradicionais e bem definidos, ele aparece para o público infantil com linguagens e estruturas narrativas diversificadas e híbridas, nos programas dedicados às crianças que mais misturam entretenimento, educação e informação.

Para entender o espaço que esse tipo de produção audiovisual ocupa no cenário televisivo brasileiro e, posteriormente, também as suas características foi feito um mapeamento da grade de programação das principais emissoras. O objetivo desse mapeamento foi identificar os canais gratuitos e pagos que atendem as legislações universais e brasileiras em termo de programação infantil, apontar quais programas possuem conteúdo informativo e destacar quais os canais que mais se preocupam em transmitir conhecimentos em formato jornalístico para as crianças. São destacadas, segundo as definições citadas anteriormente, as atrações que apresentam as seguintes características: multiplicidade de fontes; transmissão das notícias diretamente do local dos acontecimentos; cuidado com a elaboração estética e de conteúdo das narrativas da matéria e processos de comunicação interativos.

A primeira etapa do mapeamento foi fazer o levantamento de todos os programas disponíveis nos canais selecionados, tanto da TV aberta quanto da TV fechada. As grades de programação foram consultadas no portal de cada emissora (disponíveis no Anexo I) e os programas infantis existentes foram identificados e contabilizados com auxílio das sinopses e dos vídeos disponibilizados nos sites e nas

plataformas especializadas<sup>16</sup>. Durante esse processo, também foi registrado o tempo que cada canal disponibilizou para as produções audiovisuais infantis, divididos entre a média de horas diárias dos dias úteis e a média de horas do final de semana.

O passo seguinte foi analisar os programas infantis levantados e verificar quais deles continham as características informativas já mencionadas nesse capítulo. Para isso, foram novamente utilizadas as descrições de cada atração e os episódios replicados nos portais e nos canais de vídeo e de televisão. Os desenhos e as séries menos conhecidas foram assistidas pelo menos cinco vezes, para depois serem classificadas como informativas ou não-informativas.

Todos os programas analisados apareceram na grade de programação durante o período do mapeamento, que começou no dia 30 de novembro (segunda-feira) e se estendeu até 6 de dezembro (domingo) de 2015. No total, foram 7 dias, 20 canais e 783 programas, sendo que as atrações que aparecem em mais de um canal foram contabilizadas apenas uma vez. As emissoras observadas foram divididas em TV aberta – privados (Globo, SBT, Band, Record e RedeTV) e públicos (TV Brasil, Futura, Cultura e TV Escola) – e TV a cabo (Gloob, Disney Channel, Disney XD, Disney Jr, Nickelodeon, Nick Jr, Discovery Kids, Cartoon Network, Boomerang, Tooncast e TV Rá Tim Bum).

No que diz respeito à TV aberta (Tabela 1), quatro canais se destacam quanto à preocupação em apresentar programas que vão além dos objetivos mercadológicos: TV Escola, Futura, TV Brasil e Cultura. Além de juntos concentrarem 84% da programação infantil total disponível na TV aberta, estas emissoras proporcionam espaço para produções educativas e informativas e priorizam as produções audiovisuais desenvolvidas no Brasil. Destacam-se, ainda, três programas que possuem quadros noticiosos direcionado às crianças: “O Teco Teco” e “Pandorga”, da TV Brasil; e “Mundo da Leitura”, do Canal Futura. Essas produções são nacionais e misturam ficção e entretenimento a um conteúdo educativo e informativo que aborda aspectos sociais,

---

<sup>16</sup> Sites oficiais: <http://www.sbt.com.br/pequenoscampeoes>; <http://tvbrasil.ebc.com.br/o-teco-teco>; <http://www.tve.com.br/programas/pandorga/galeria>; <http://www.mundodaleitura.upf.br/programa/o-mundo-da-leitura.html>; <http://cmais.com.br/x-tudo> e <http://tvratibum.cmais.com.br/blogdogeminho/blog>. Acesso em: 20 de dezembro de 2015. Os demais links estão disponíveis no Anexo I.

culturais, históricos e científicos, bem como reportagens que desbravam o universo de interesse das crianças.

**Tabela 1 – Programas da TV abertas divididos por canais, programas infantis e programas infantis informativos**

Canal	Quantidade de programas	Quantidade de programas infantis	Quantidade programas infantis informativo
TV Brasil	91	22	2
Cultura	77	29	0
Futura	60	10	1
Band	55	3	0
Record	32	2	0
RedeTV	46	0	0
Globo	53	0	0
SBT	48	11	1
TV Escola	29	9	0

Fonte: Sites dos canais selecionados.

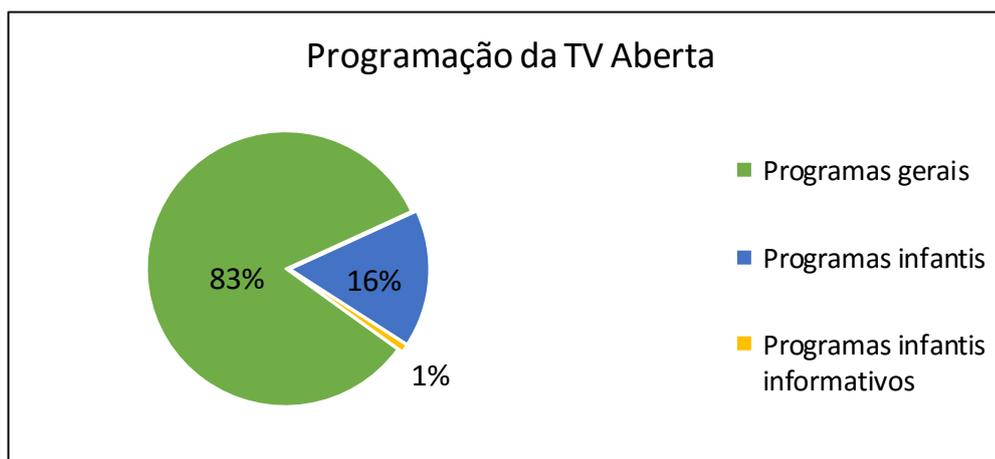
Um programa jornalístico para crianças que se destaca na grade de programação do SBT é a série de reportagem “Pequenos Campeões”. A produção feita pelo canal mostra, em cada episódio, a história de superação de duas crianças através do esporte, apresentando-o como ajuda alternativa para questões que dizem respeito à socialização e formação, tanto física quanto psicológica. O SBT também aparece como a emissora privada com maior número de horas diárias dedicadas ao público infantil na grade: 9h45, de segunda a sexta; e 12h30, aos finais de semana. Contudo, os outros 10 programas infantis apresentados pelo SBT são voltados prioritariamente para o entretenimento.

Em dois dos quatro canais gratuitos restantes, há alguns programas infantis veiculados apenas aos sábados e domingos, na Record e na Band. Todos os programas para crianças dessas emissoras são de entretenimento e alguns deles passam em horários difíceis de serem assistidos, como o caso dos desenhos “Ei Arnold” (1h45 da madrugada) e “Dragon Ball” (6h da manhã), ambos apresentados pela Band. Já a Globo e a RedeTV não possuem nenhum programa infantil em sua grade.

A pesquisa relatou, ainda, que apenas 16% dos programas da TV aberta é dedicado ao público infantil, número que cai para 1% no que diz respeito aos programas infantis informativos (Gráfico 1). Mas, se o mercado de programas próprios para criança está em constante expansão (WASKO, 2008), porque a quantidade de programas na TV gratuita brasileira é tão pouco expressiva? Por um tempo, esse tipo de programação foi veiculado nas redes de televisão e canais gratuitos em horários específicos para o

segmento infantil que costumavam ser à tarde, no início das manhãs e nas manhãs de sábado. Atualmente, segundo Wasko (2008), ocorre a migração dos programas infantis para a TV fechada, em parte devido à expansão do uso da TV a cabo, em parte pelo desenvolvimento do mercado audiovisual dedicado ao público infantil.

**Gráfico 1: Porcentagem da programação da TV aberta dividida em programas gerais, infantis e infantis informativos**



Fonte: Sites dos canais selecionados.

A TV a cabo segmentada começou nos Estados Unidos quando a *Telecommunications, Inc.* (TCI) anunciou, em 1994, uma nova tecnologia de compressão digital de sinais com a capacidade de oferecer 500 canais de TV (WATERS E BEACHY, 1993 apud DUARTE, 1993)<sup>17</sup>. O processo de segmentação da televisão durou quase duas décadas nos EUA e tem sido cada vez mais forte no Brasil, com o desenvolvimento de sistemas de telecomunicações, como o satélite e o cabo. Duarte (1993) diz que a audiência da TV passa a ser segmentada por interesses e padrões de consumo:

A hipótese em teste era de que as estratégias de marketing televisivo estão se distanciando de um público de massa em direção a públicos-alvo mais restritos, cujo tamanho reduzido é compensado por uma maior empatia em relação à programação e anúncios publicitários (DUARTE, 1993, p.107).

Admir R. Borges, Sergio Arreguy e Lourimar de Souza (2012) relatam em seu texto “O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira” a maneira como ocorreu a migração dos programas infantis de TV aberta para a fechada.

17

Disponível

em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/825/734>. Acesso em: 8 de janeiro de 2016.

Segundo os autores, as Organizações Não Governamentais (ONG) preocupadas com as crianças – como o Instituto Alana – e com a regularização dos programas – como a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) e o Conselho Nacional de Autorregulamentação (Conar) –, começaram a fazer críticas e denúncias à exploração mercadológica da criança, bem como a conteúdos erotizados e violentos expostos nos programas televisivos. Essa pressão ocasionou a queda no investimento publicitário no segmento e, com isso, a diminuição dos recursos que as emissoras tinham para produzir seus programas infantis.

Borges, Arreguy e Souza (2012) disseram, ainda, que entre as décadas de 80 e 90 cerca de 30 horas diárias da programação na TV aberta eram voltadas para as crianças. O mapeamento desse trabalho registrou uma média de aproximadamente quatro horas diárias durante a semana, sendo que, como apresentado anteriormente, quatro dos canais abertos analisados (Globo, RedeTV, Band e Record) não possuem programas infantis em sua grade. Durante o fim de semana, o número de horas assistidas aumenta para aproximadamente seis horas diárias e as emissoras Band e Record passam a incluir alguns desenhos e séries infantis na programação. A Tabela 2 mostra a média de horas de programação infantil registrada no mapeamento – em dias úteis e finais de semana – de cada um dos canais da TV aberta selecionados.

**Tabela 2 – Duração média da programação infantil nos canais da TV aberta**

**Média de horas diárias**

<b>Canais</b>	<b>De segunda a sexta</b>	<b>Sábado e domingo</b>
RedeTV	0	0
Globo	0	0
Band	0	4h20
Record	0	5h20
SBT	9h45	12h30
TV Escola	1h50	1h50
Futura	5h	12h35
TV Brasil	8h30	3h30
Cultura	12h	14h30

Fonte: Site dos canais selecionados.

As emissoras de televisão abertas, como a Globo e a TV Cultura, adotaram a estratégia de criar canais pagos para o público infantil. A Cultura criou, dia 12 de dezembro de 2004, a TV Rá Tim Bum, o primeiro canal infantil brasileiro da TV por assinatura com a programação para as diversas faixas etárias, com maior foco nas idades

pré-escolares e de pré-alfabetização<sup>18</sup>. Já a Globo, em junho de 2012, retirou do ar a TV Globinho, seu último programa exclusivamente para crianças e, na mesma lógica de marketing segmentado, migrou sua programação infantil para a TV fechada, com a criação do Gloob, voltado para crianças de 4 a 9 anos (BORGES, ARREGUY e SOUZA, 2012)<sup>19</sup>.

A TV a cabo proporciona canais produzidos especialmente para o público infantil, com programações direcionadas às crianças, 24 horas por dia. Atualmente, de acordo a pesquisa desenvolvida neste trabalho, existem 11 canais infantis e 345 programas diferentes (Tabela 3). De acordo com a análise da grade mapeada, é possível perceber dois objetivos na programação dos canais infantis: entreter e educar. Dentre as produções analisadas, destacam-se a grande diversidade de séries de comédia e desenhos que visam o entretenimento, bem como desenhos com características pedagógicas. Contudo, apenas dois programas apresentam conteúdo noticioso em seu enredo – a rerepresentação do antigo programa do Canal Futura “X-Tudo”, e o “Blog do Geninho” –, ambos do canal brasileiro TV Rá Tim Bum.

**Tabela 3 – Programas da TV paga divididos por canais infantis, quantidade de programas totais e quantidade de programas informativos**

Canal	Quantidade de programas	Quantidade de programas informativos
TV Rá Tim Bum	35	2
Boomerang	24	0
Tooncast	43	0
Disney XD	37	0
Gloob	36	0
Disney Jr	31	0
Nick Jr	16	0
Nickelodeon	40	0
Disney Channel	49	0
Cartoon Network	43	0
Discovery Kids	30	0

Fonte: Site dos canais selecionados.

É preciso ressaltar que mesmo os poucos programas informativos que existem na TV por assinatura não atingem a grande maioria das crianças brasileiras. Segundo números da Pesquisa Brasileira de Mídia 2015<sup>20</sup>, somente 26% dos lares brasileiros são

<sup>18</sup> Informações disponíveis em: [http://www2.tvcultura.com.br/captacao/media/noticia\\_tvratibum\\_especial.SET04.pdf](http://www2.tvcultura.com.br/captacao/media/noticia_tvratibum_especial.SET04.pdf). Acesso em: 28 de dezembro de 2015.

<sup>19</sup> Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/1357/926>. Acesso em: 8 de janeiro de 2016.

<sup>20</sup> Realização da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

atendidos por um serviço pago de televisão<sup>21</sup> e essa porcentagem engloba, em sua maioria, as pessoas com mais escolaridade e de renda familiar mais alta. Esses dados só reforçam a necessidade de um olhar mais exigente para a TV Aberta, que, como visto anteriormente, não respeita as normas do ECA e da Convenção sobre o Direito da Criança e do Adolescente, as quais exigem, além da existência de programas voltados ao público infantil, conteúdos que proporcionem informações de qualidade sobre os interesses que permeiam o universo infantil, com uma linguagem acessível e direcionada às crianças.

Outro fenômeno da comunicação relevante que deve ser apresentado para melhor compreensão do mapeamento é o de convergência entre as mídias. Segundo Turner e Tay (2009 apud BECKER, 2015)<sup>22</sup>, a televisão não deve ser compreendida, atualmente, como somente um meio de massa que atua na constituição da esfera pública. Bennet e Strande (2011 apud BECKER, 2015) apresentam uma corrente de estudos sobre televisão que a vê como um produto inserido na cultura digital, de ambiente interativos, com novas práticas culturais.

Beatriz Becker (2015), diz que as pessoas não deixaram de assistir televisão com a expansão e a popularização da internet. Conforme explica a autora, o que ocorreu na verdade foi a expansão dos programas televisivos para outras plataformas. As emissoras não só arrumaram maneiras de convivência entre as novas e velhas formas de produzir e consumir televisão, como também adaptaram seus conteúdos para convergirem harmoniosamente entre os meios virtuais e não-virtuais. Sobre tal medida, a autora afirma:

De fato, a televisão tem se reinventado como um meio interativo em sincronia com as redes sociais em diferentes partes do mundo. Tenta administrar a proliferação de novos formatos de mídia e de canais de distribuição tanto para promover conteúdos quanto para monetizar essas novas plataformas e legitimar suas mediações, as quais já não podem ser mais reduzidas à manipulação ideológica e ao agendamento ou ao controle da opinião pública (ANDREJEVIC, 2009; BECKER, 2014; MARTIN-BARBERO, 2001 apud BECKER, 2015, p.193).

Becker (2015) apresenta, ainda, a ideia de Michael Curtin sobre o Matrix Media, que consiste em “uma constelação de grandes conglomerados de mídia não mais

---

<sup>21</sup> Dados disponíveis em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso em: 18 de novembro de 2015

<sup>22</sup> Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20534/13483>. Acesso em: 12 de janeiro de 2016.

caracterizados por uma fonte única, mas por trocas interativas, diferentes sites de produção e diversos modos de interpretação e uso” (BECKER, 2015, p.192). Esse conceito admite a TV como um meio mais “complexo, flexível e dinâmico, com muitos percursos distintos de produção, distribuição e formas de utilização” (BECKER, 2015, p.193).

A autora salienta que, segundo Curtin (2009 apud BECKER, 2015), essas mudanças não garantem a heterogeneidade na mídia, pelo contrário, ela pode ficar mais igual e mais fechada. Andrejevic (2009 apud BECKER, 2015) também ressalta que as transformações na TV não necessariamente democratizam a esfera pública, nem reduzem a espetacularização dos conteúdos e formatos televisivos. A experiência de produção deste mapeamento confirmou tais observações no que diz respeito à produção para crianças.

Durante a visita aos portais das emissoras, no processo de levantamento de dados para o mapeamento, já foi possível perceber como os sites são limitados e se restringem, na maioria das vezes, a apresentarem o conteúdo institucional do canal, a grade de programação, sinopses das atrações e das características dos personagens, algumas cenas dos principais desenhos, jogos e passatempos (desenho para colorir, caça-palavra, quebra-cabeças). Não há preocupação em complementar e diversificar o conteúdo dos programas, nem em criar algo de conteúdo exclusivo para a plataforma virtual. O objetivo principal é a promoção das atrações do canal e entretenimento.

Contudo, é possível ressaltar pequenos diferenciais em alguns sites, como, por exemplo, a página do Cartoon Network<sup>23</sup>, que possui uma pequena seleção de dicas de segurança para os pais usarem durante a navegação de seus filhos. O site do Globo<sup>24</sup> também reserva uma parte para receitas culinárias simples, para serem feitas pelas crianças, na companhia de um adulto. Na página do Disney Channel<sup>25</sup> tem alguns links para blogs com listagens de situações engraçadas da programação e testes divertidos, mas tudo com o intuito de promover a própria programação. Cabe destacar, ainda, o

---

<sup>23</sup> Disponível em: <http://www.cartoonnetwork.com.br/dicas-de-seguranca>. Acesso em: 13 de janeiro de 2016.

<sup>24</sup> Disponível em: <http://mundogloob.globo.com/receitas>. Acesso em 13 de janeiro de 2016.

<sup>25</sup> Disponível em: <http://blogs.disney.com.br>. Acesso em: 13 de janeiro de 2016.

portal do canal Disney Jr<sup>26</sup>, que disponibiliza livros digitais de fácil acesso, que podem ser lidos e ouvidos pelas crianças, com as histórias das princesas clássicas da Disney.

De toda a programação, o desenho “Blog do Geninho”<sup>27</sup>, da TV Rá Tim Bum, merece uma menção especial. O programa relaciona de forma inovadora a TV e a internet ao criar um blog que é alimentado com informações e fotos exclusivas. Além disso, a produção audiovisual veiculada na TV é apenas mais um elemento da postagem, que também disponibiliza, como forma de complemento, links de sites sobre os assuntos abordados. Atualmente o blog não está atualizado.

O próximo capítulo explicará um pouco mais sobre esse e os outros programas infantis que foram classificados como informativos (X-Tudo, O Teco Teco, Pandorga, Mundo da Leitura e Pequenos Campeões). Vão ser apresentadas mais detalhadamente as formas e os conteúdos dos quadros noticiosos das seis atrações e analisada, por completo, a produção que mais se destacar quanto ao seu conteúdo e formato jornalístico.

---

<sup>26</sup> Disponível em: <http://disneyjunior.disney.com.br>. Acesso em: 13 de janeiro de 2016.

<sup>27</sup> Disponível em: <http://tvratibum.cmais.com.br/blogdogeninho/blog>. Acesso em: 18 de janeiro de 2016.

#### **4. PROGRAMAS AUDIOVISUAIS INFORMATIVOS DIRECIONADOS AO PÚBLICO INFANTIL**

A televisão exerce um grande poder de mediação sobre práticas sociais, econômicas e culturais e serve à sociedade não apenas como entretenimento, mas também como meio de compartilhamento de informações e notícias. Contudo, os padrões de comportamentos e de opiniões criados por ela, bem como a maneira com que a TV direciona a atenção do telespectador, prioriza, na maioria das vezes, os interesses do mercado consumidor em detrimento a formação de uma consciência social, política e histórica (BECKER & PINHEIRO FILHO, 2011). No cenário da produção audiovisual infantil, o principal objetivo também é alimentar os interesses mercadológicos. Segundo afirmam Miranda e Sampaio (2011)<sup>28</sup>, a maioria dos programas direcionada ao público infantil das TVs comerciais estimulam precocemente o consumo com a exibição de comerciais durante o período em que esses programas são veiculados nos intervalos da programação.

Apesar do forte apelo comercial da programação infantil, existem, nas grades de programação, atrações que possuem conteúdos pedagógicos e educativos, normalmente veiculadas nos canais para crianças menores ou nas TVs públicas. O curioso é que os poucos programas que apresentam estrutura e conteúdo jornalísticos, destacados pelo mapeamento do capítulo anterior, estão inseridos em programas que tem como base para construção da sua narrativa a preocupação com o aspecto educativo. As seis atrações informativas selecionadas – X-Tudo e Blog do Geninho, da TV Rá Tim Bum; O Teco Teco e Pandorga, da TV Brasil; Mundo da Leitura, do Canal Futura e Pequenos Campeões, do SBT – misturam ficção com realidade e fazem combinações de diversas linguagens, formatos e mídias para abordar as notícias de maneira didática e atrativa para o público infantil.

Esses seis programas selecionados correspondem a menos de 1% da programação infantil mapeada nas emissoras de TV comercial. Cabe ressaltar que as atrações apresentadas nesse capítulo foram destacadas por serem as únicas que apresentam programas com algumas características da linguagem jornalística, mencionadas no capítulo anterior, como: a presença de entrevistas com especialistas sobre o tema abordado; o cuidado com a construção da história e com o local das

---

<sup>28</sup> Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1111-1.pdf>. Acesso em: 20 de janeiro de 2016.

reportagens; edições com trilhas sonoras e locuções em off; e filmagens feitas com o repórter e o entrevistado em primeiro plano, interagindo com a câmera. Estes elementos jornalísticos estão próximos aqueles indicados por Arlindo Machado sobre a narrativa do telejornal:

[...] o quadro básico do telejornal consiste no seguinte: o repórter, em primeiro plano, dirigindo-se à câmera, tendo ao fundo um cenário do próprio acontecimento a que ele se refere em sua fala, enquanto gráficos e textos inseridos na imagem datam, situam e contextualizam o evento (MACHADO, 2000, p.104).

Este capítulo vai apresentar as características gerais dos programas infantis informativos, apresentando como são suas estruturas e o espaço que ocupam nas grades de programação referentes ao período de 30 de novembro a 6 de dezembro de 2015. Para isso, foram assistidos a todos os programas disponíveis gratuitamente nos portais dos canais selecionados e suas plataformas de vídeo oficiais<sup>29</sup>.

Os primeiros programas estudados são produtos da TV Rá Tim Bum, único canal da televisão por assinatura que possui atrações informativas. A emissora continua a veicular o programa “X-Tudo”, que estreou na TV Cultura em 10 de abril de 1992, onde foi exibido originalmente. Atualmente, a produção passa durante duas horas não consecutivas na programação diária da emissora paga e tem, em média, 23 minutos de duração, sem intervalos (Quadro 1). Maísa Zakzuk, uma das idealizadoras e diretora geral do projeto “X-Tudo”, afirma em depoimento à revista Comunicação e Educação<sup>30</sup> que o objetivo do programa é informar e formar. Segundo Zakzuk, é preciso “estimular o raciocínio, explorar o pensamento associado e dar a oportunidade para que o nosso público amplie o seu universo de conhecimento” (ZAKZUK, 2001, p.97).

---

<sup>29</sup> Sites oficiais: <http://www.sbt.com.br/pequenoscampeoes>; <http://tvbrasil.ebc.com.br/o-teco-teco>; <http://www.tve.com.br/programas/pandorga/galeria>; <http://www.mundodaleitura.upf.br/programa/o-mundo-da-leitura.html>; <http://cmais.com.br/x-tudo> e <http://tvratimum.cmais.com.br/blogdogeninho/blog>. Acesso em: 20 de dezembro de 2015. Os demais links estão disponíveis no Anexo I.

<sup>30</sup> Disponível em <http://www.jornaldamanhamarilia.com.br/noticia/18362/TV-Ra-Tim-Bum-estreia-aplicativos-e-programa-estrelado-por-reporteres-mirins>. Acesso em: 20 de janeiro de 2016.

### Quadro 1: Periodicidade do programa X-Tudo na grade da TV Rá Tim Bum

Horário/ Dia	Segunda (30/11)	Terça (1/12)	Quarta (2/12)	Quinta (3/12)	Sexta (4/12)	Sábado (5/12)	Domingo (6/12)
3h	X	X	X	X	X	X	X
9h							X
9h30	X	X	X	X	X		
17h	X	X	X	X	X		
17h30							X
22h30	X	X	X	X	X	X	X

Fonte: Site da TV Rá Tim Bum - <http://tvratimbum.cmais.com.br>.

Para alcançar tal efeito nas crianças, o “X-Tudo” é separado em quadros que abordam, de maneira didática e criativa, assuntos como receitas culinárias, esportes, ecologia, livros infantis, língua portuguesa, charadas e cultura geral. Alguns episódios do programa também apresentam matérias jornalísticas com duração média de seis minutos. A Figura 1, abaixo, retrata o boneco “X” interagindo com um dos personagens humanos durante o quadro de culinária. Já a Figura 2 mostra o apresentador Márcio Ribeiro entrevistando um professor da escola de circo para o quadro “Reportagem”. Nesse quadro, os apresentadores Márcio Ribeiro e Norival Rizzo vão até o local da matéria para saber das crianças envolvidas sua opinião e seu conhecimento sobre o assunto em pauta. O tema da reportagem varia entre as áreas esportiva, educativa e de entretenimento, podendo abordar, por exemplo, o funcionamento de uma escola de circo, de um restaurante ou, até mesmo, de um museu sobre ciências e tecnologia.

**Figura 1 – Boneco “X” do programa X-Tudo, interagindo com o menino Rafa durante o quadro de culinária**



Fonte: Site da TV Rá Tim Bum - <http://tvratimbum.cmais.com.br>.

**Figura 2 – Apresentador Márcio Ribeiro entrevistando um professor de circo para o quadro “Reportagem” do X-Tudo**



Fonte: Site da TV Rá Tim Bum - <http://tvratimbum.cmais.com.br>.

O repórter “X-Tudo” entrevista, ainda, os adultos responsáveis pelo espaço onde a matéria está sendo produzida, para que eles possam apresentar e explicar mais profundamente o assunto da matéria. O quadro obedece aos moldes jornalísticos, contendo imagens de apoio, locução em *off* e mais de uma fonte. Além disso, o repórter faz uso de um microfone, interage com a câmera, com o entrevistado e com o ambiente várias vezes durante a gravação, da mesma forma como é feito em um jornal tradicional para o público adulto.

Esse formato de entrevista também aparece em outra atração da TV Rá Tim Bum, o “Blog do Geninho”. Contudo, existe uma diferença entre os dois programas que merece ser destacada: apesar dos repórteres do “Blog do Geninho” serem crianças e entrevistarem outras crianças seguindo parâmetros jornalísticos na construção da informação, o conteúdo da entrevista não é propriamente informativo. Durante a reportagem, eles perguntam sobre os gostos e os hábitos dos colegas e procuram criar identificações entre eles e o tema, mas não adicionam informações sobre o lugar que estão ou sobre o tema abordado. A informação do programa fica por conta, então, do *post* do blog e da fala do personagem Eugênio, o “Geninho”.

Mais uma característica do programa, que está no ar desde junho de 2013, é a interação do blog real com o vídeo veiculado no canal. A produção audiovisual serve,

então, como complemento à publicação feita no site<sup>31</sup> que também tem fotos inéditas, links e informações adicionais. Entre as pautas abordadas estão: a história do relógio; a criação das animações gráficas; curiosidades sobre a Copa do Mundo e o Museu do Futebol; e festas e férias de final de ano. As Figuras 3 e 4, abaixo, retratam, respectivamente, o Geninho apresentando o programa sobre a Copa e a repórter mirim Amanda entrevistando outra criança sobre futebol, no Museu do Futebol, que fica no Estádio do Pacaembu, em São Paulo. O “Blog do Geninho” dura, em média, sete minutos sem intervalo e ocupa 40 minutos, não consecutivos, da programação semanal como mostra o Quadro 2 abaixo.

**Quadro 2: Periodicidade do programa Blog do Geninho na grade da TV Rá Tim Bum**

Horário/ Dia	Segunda (30/11)	Terça (1/12)	Quarta (2/12)	Quinta (3/12)	Sexta (4/12)	Sábado (5/12)	Domingo (6/12)
4h30	X						X
11h30						X	X
15h30						X	X
21h30						X	X

Fonte: Site da TV Rá Tim Bum - <http://tvratimbum.cmais.com.br>.

**Figura 3- Personagem Geninho apresentando o episódio sobre a Copa do Mundo do programa Blog do Geninho**



Fonte: Site da TV Rá Tim Bum - <http://tvratimbum.cmais.com.br>.

<sup>31</sup> Disponível em: <http://tvratimbum.cmais.com.br/blogdogeninho/blog>. Acesso em: 20 de dezembro de 2015.

**Figura 4 – Repórter mirim do programa Blog do Geninho entrevistando outra criança sobre futebol no Museu do Futebol, Estádio do Pacaembu, São Paulo**



Fonte: Site da TV Rá Tim Bum - <http://tvratimum.com.br>.

Já na TV aberta, o canal que mais se destaca em termos de programa infantil informativo é a emissora pública TV Brasil, criada em dezembro de 2007 e gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC)<sup>32</sup>. O primeiro, dos dois programas identificados é “O Teco Teco”<sup>33</sup>, que mistura animação (o avatar Betinho) com uma personagem humana chamada Cascudo, interpretada pelo ator Bertrand Duarte, ambos retratados na Figura 5, abaixo. Ele fala sobre história, ciências, tecnologia, charadas, jogos e informação. A atração, que passa duas vezes por dia durante a semana e uma vez aos sábados, tendo duração de 13 minutos, sem intervalos (Quadro 3). Deste tempo, dois minutos e meio são dedicados a quadros informativos, como o “Olha o Cara!” e “Um minuto, um lugar”.

**Quadro 3: Periodicidade do programa O Teco Teco na grade da TV Brasil**

Horário/ Dia	Segunda (30/11)	Terça (1/12)	Quarta (2/12)	Quinta (3/12)	Sexta (4/12)	Sábado (5/12)	Domingo (6/12)
10h50	X	X	X	X	X	X	
14h50	X	X	X	X	X		

Fonte: Site da TV Brasil - <http://tvbrasil.ebc.com.br>.

<sup>32</sup> Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/sobreatv>. Acesso em: 20 de janeiro de 2016.

<sup>33</sup> Disponível em: <http://tvbrasil.ebc.com.br/o-teco-teco>. Acesso em: 12 de janeiro de 2016.

**Figura 5 – Personagem humana Cascudo interagindo com o personagem animado Betinho no desenho O Teco Teco**



Fonte: Site do programa O Teco Teco - [http://videos.ebc.com.br/ef/ef8b412\\_a5f9226cdef24e0be62cc9a86.webm](http://videos.ebc.com.br/ef/ef8b412_a5f9226cdef24e0be62cc9a86.webm).

O quadro “Olha o Cara!”, apresenta uma pequena reportagem com crianças dos diversos cantos do Brasil, que explicam suas culturas, seus gostos ou seus cotidianos. Essas matérias têm formato de documentário. As crianças são posicionadas em um local que ilustra o tema, interagindo para a câmera na hora de exporem suas falas, mas não há atuação de repórteres, nem perguntas e imagens de microfones. Na edição, são colocadas, ainda, imagens que se relacionam com a reportagem em exibição para ilustrar as atividades realizadas pelas crianças. A Figura 6, abaixo, mostra como acontecem essas entrevistas, retratando um menino gaúcho falando para a câmera sobre as tradições do seu estado. Entre os episódios analisados, alguns dos temas apresentados foram: as tradições farroupilhas; construção de robôs; desenho de histórias e personagens em quadrinhos; circo; e escola de culinária.

**Figura 6 – Menino gaúcho sendo entrevistado para o quadro “Olha o Cara!” do programa O Teco Teco**



Fonte: Site do programa O Teco Teco - [http://videos.ebc.com.br/ef/ef8b412\\_a5f9226cdef24e0be62cc9a86.webm](http://videos.ebc.com.br/ef/ef8b412_a5f9226cdef24e0be62cc9a86.webm).

No quadro “Um minuto, um lugar”, ainda do programa O Teco Teco da TV Brasil, a abordagem jornalística é diferente. Nele, o personagem Betinho vai a diversos locais em todo o Brasil para mostrar seu funcionamento e suas atrações. A câmera enquadra as imagens como se o próprio personagem estivesse filmando. As cenas desse quadro são semelhantes a representação da Figura 7 abaixo, referente ao episódio que Betinho visitou o Museu da Língua Portuguesa. A narração em off, com a voz de Betinho, também colabora para que o produto final pareça uma matéria jornalística sobre curiosidades ou turismo. Alguns dos ambientes apresentados foram: Museu da Língua Portuguesa; Museu da Maré; Porto de Itaqui; Pampa Safári; metrô de São Paulo; e um submarino da marinha brasileira.

**Figura 7 – Enquadramento feito pela câmera do quadro “Um minuto, um lugar” do programa O Teco Teco, que simula o personagem animado Betinho gravando uma reportagem**



Fonte: Site do programa O Teco Teco - [http://videos.ebc.com.br/ef/ef8b412\\_a5f9226cdef24e0be62cc9a86.webm](http://videos.ebc.com.br/ef/ef8b412_a5f9226cdef24e0be62cc9a86.webm).

O outro programa infantil informativo é o “Pandorga”, replicado nacionalmente pela TV Brasil, mas produzido pela emissora parceira TVE, do Rio Grande do Sul. Ele ocupa apenas 20 minutos da programação do canal nacional e dura, aproximadamente, 13 minutos e meio, sem intervalos, como revela o Quadro 4 abaixo.

**Quadro 4: Periodicidade do programa Pandorga na grade da TV Brasil**

Horário/ Dia	Segunda (30/11)	Terça (1/12)	Quarta (2/12)	Quinta (3/12)	Sexta (4/12)	Sábado (5/12)	Domingo (6/12)
16h25	X	X	X	X	X		

Fonte: Site da TV Brasil - <http://tvbrasil.ebc.com.br>.

O enredo da atração tem como base uma história fictícia sobre as experiências sociais que as crianças passam durante a infância, encenada pelos personagens feitos de fantoche. No meio da narrativa, são exibidos quadros que apresentam poesias, dão sugestões de livros infantis e ensinam brincadeiras que estimulem as crianças a mexerem o corpo. No programa, também existe o quadro “O Diário de Nina” que conta as aventuras individuais de uma das integrantes da trama principal, como por exemplo, ir comprar pão na padaria.

A informação aparece apenas no “Jornal Legal”, um quadro que mistura o conteúdo educativo com o jornalístico. Os personagens “Carlos @” e “Anete Email”

apresentam o jornal em uma bancada similar as dos jornais tradicionais, como retrata a Figura 8, abaixo. Eles introduzem um assunto de cultura geral – como, por exemplo, atividade física, adoção de animais, leitura em braile, instrumentos musicais, entre outros – e depois passam a fala para um professor que explica o tema um pouco melhor. Os dois apresentadores também complementam as informações com mais conteúdos pedagógicos e curiosidades.

**Figura 8 – Bancada do Jornal Legal, quadro do programa Pandorga, com os personagens Carlos @ e Anete Email**



Fonte: Canal do programa pandorga no Youtube - [https://www.youtube.com/watch?v = EsA\\_bp0c1uA&index=13&list=PLEVHKqwu2V\\_EhchN0sqj1Fy6Wjcv8VB-z](https://www.youtube.com/watch?v=EsA_bp0c1uA&index=13&list=PLEVHKqwu2V_EhchN0sqj1Fy6Wjcv8VB-z)

Além disso, em alguns episódios, o fantoche Tinta faz papel de repórter e entrevista profissionais e crianças para aprofundar mais ainda a pauta do quadro. Na matéria, o boneco usa um microfone, interage com a câmera, vai até o local da reportagem, utiliza imagens de apoio e locução em off. A produção se assemelha a uma edição para adultos e sua duração varia de dois minutos e meio a seis minutos.

Este mesmo formato de reportagem aparece também no quadro informativo “Fique esperto” do programa para crianças “Mundo da Leitura”, do canal Futura. No quadro, que dura cerca de cinco minutos, a apresentadora Natália, junto com o boneco Gali-leu, vai a lugares de interesse do público infantil fazer matérias jornalísticas sobre temas como inclusão digital, Síndrome de Down e um projeto que ensina música nas escolas chamado Aprendiz. A Figura 9 mostra a apresentadora Natália entrevistando uma participante do projeto musical de Niterói.

**Figura 9 – Apresentadora Natália, do programa Mundo da Leitura, do canal Futura, entrevistando uma participante do projeto Aprendiz**



Fonte: Canal do Mundo da Leitura no Youtube - <https://www.youtube.com/watch?v=yyElxLDxZcg>.

Segundo o site do “Mundo da Leitura”<sup>34</sup>, o enredo da atração é desenvolvido de maneira interdisciplinar – com colaboração de profissionais das áreas de Letras, Artes, Comunicação, Educação e Ciências Exatas – e utiliza-se de personagens humanos, bonecos manipulados, apresentação de histórias de livros infantis, oficinas de artes e jogos para estimular o hábito de leitura, a criatividade e o raciocínio das crianças. Os aproximadamente 26 minutos de duração, sem intervalo, aparecem três vezes na programação das segundas e quartas-feiras, e duas vezes nas terças, quintas, sextas e sábados (Quadro 5).

**Quadro 5: Periodicidade do programa Mundo da Leitura na grade do Canal Futura**

Horário/ Dia	Segunda (30/11)	Terça (1/12)	Quarta (2/12)	Quinta (3/12)	Sexta (4/12)	Sábado (5/12)	Domingo (6/12)
9h30	X	X	X	X	X	X	X
12h	X		X				
13h						X	X
19h	X	X	X	X	X	X	

Fonte: Site do Canal Futura - <http://www.futura.org.br>.

<sup>34</sup> Disponível em: <http://www.mundodaleitura.upf.br/programa/o-mundo-da-leitura.html>. Acesso em: 4 de dezembro de 2015.

A última atração a ser apresentada é a série “Pequenos Campeões” produzida pela emissora de TV aberta SBT, que também foi o canal privado com mais programação infantil geral da televisão aberta. Nos episódios, que ocupam 45 minutos da programação de domingo (Quadro 6), crianças e pais relatam como a prática esportiva pode auxiliar a superar dificuldades como *bullying*, timidez ou hiperatividade. O programa tem como apresentadora e repórter a atriz Bianca Castanho e seu conteúdo é integralmente jornalístico.

**Quadro 6: Aparições do programa Pequenos Campeões na grade do SBT**

Horário/ Dia	Segunda (30/11)	Terça (1/12)	Quarta (2/12)	Quinta (3/12)	Sexta (4/12)	Sábado (5/12)	Domingo (6/12)
10h15							X

Fonte: Site do SBT - <http://www.sbt.com.br/home>.

Outra característica da categoria Informativa presente nos episódios são as entrevistas com as crianças, pais e profissionais das áreas de Psicologia e Educação Física. Elas foram todas filmadas em primeiro plano e em ambientes que ajudam na contextualização das matérias, como ilustra a Figura 10, apresentada abaixo. Além disso, a produção audiovisual também faz usos de trilhas sonoras, imagens complementares e efeitos gráficos de edição para deixar o programa mais atrativo para as crianças.

**Figura 10 – A entrevista filmada em primeiro plano, com uma pista de treino ao fundo para contextualizar o tema hipismo, do episódio de Pequenos Campeões**



Fonte: Site do programa Pequenos Campeões - <http://videos.ebc.com.br/ef/ef8b412a5f9226cdef24e0be62cc9a86.webm>.

Os dados sobre a duração e aparição de todos os programas apresentados neste capítulo são melhor visualizados na Tabela 4. A partir dela, é possível identificar quais são os canais e as atrações que mais dão destaques à informação direcionada ao público infantil, quais são as principais características das linguagens utilizadas em seus episódios, quantas vezes eles passaram na programação durante a semana analisada e se eles possuem ou não conteúdos atualizados no ano de 2015, ou seja, se os programas estão produziram episódios novos no ano do mapeamento ou apenas rerepresentando episódios apresentados nos anos. Essas informações associadas ao resumo dos programas feito anteriormente, serão sistematizadas para eleição das diretrizes que irão nortear a análise comparativa desenvolvida no capítulo 5.

**Tabela 4 – Duração dos programas que possuem quadros informativos**

<b>Atrações</b>	<b>Periodicidade semanal</b>	<b>Tempo total de duração</b>	<b>Média de duração dos quadros informativos</b>	<b>% de duração dos quadros informativos</b>	<b>Usam ficção no enredo?</b>	<b>Conteúdos atualizados?</b>
X-Tudo	26	23'00"	6'00"	26,08%	SIM	NÃO
Blog do Geninho	8	7'00"	7'00"	100%	SIM	NÃO
O Teco Teco	11	13'00"	2'30"	17,69%	SIM	SIM
Pandorga	5	13'30"	3'30"	24,81%	SIM	SIM
Mundo da Leitura	17	26'00"	4'30"	16,53%	SIM	SIM
Pequenos Campeões	1	45'00"	45'00"	100%	NÃO	SIM

Fonte: Sites dos canais selecionados.

## 5. ANÁLISE TELEVISUAL DOS PROGRAMAS INFORMATIVOS PANDORGA E PEQUENOS CAMPEÕES

Os programas televisivos informativos dedicados ao público infantil, que foram destacadas no mapeamento realizado no capítulo 3 e detalhados no capítulo 4, têm em comum o cuidado com a linguagem audiovisual de seus quadros jornalísticos. Os programas X-Tudo e Blog do Geninho, da TV Rá Tim Bum, O Teco Teco e Pandorga, da TV Brasil, Mundo da Leitura, do Canal Futura, e Pequenos Campeões, do SBT, misturam ficção e realidade e utilizam diversos códigos e diferentes recursos multimídias para que a informação transmitida seja atraente e adequada às crianças.

A análise dessas experiências criativas, segundo Machado (apud BECKER & MATEUS, 2010) é importante para o entendimento de que é possível produzir programas televisivos de qualidade, cujos interesses vão além dos mercadológicos. Cabe destacar que, para o autor, a qualidade está na diversidade, na oportunidade de se ter um leque amplo de experiências diferenciadas ao assistir a um programa na TV. Sob essa perspectiva, focalizando as narrativas jornalísticas em áudio e vídeo, Becker (2009, apud BECKER & MATEUS, 2010) afirma que o jornalismo audiovisual de qualidade pressupõe diversidade de temas e de atores sociais, pluralidade de interpretações, inovações estéticas e contextualização dos acontecimentos. Amparada nesses pressupostos, esta análise dos quadros jornalísticos dos programas televisivos brasileiros que mais se destacam quanto ao conteúdo informativo dedicado às crianças busca compreender melhor quais são as suas características de linguagem e como incorporam diretrizes dos discursos jornalísticos. Neste estudo é adotada a metodologia da Análise Televisual proposta por Becker (2012), a qual permite uma leitura crítica das obras audiovisuais televisivas e disponibilizadas na web.

Três programas informativos foram selecionados para compor o *corpus* desta análise: o Pandorga, da TV Brasil, o Mundo da Leitura, do Canal Futura, e o Pequenos Campeões, do SBT. Foram considerados como critérios de seleção para escolha destes programas, como mencionado no capítulo anterior, aqueles que tiveram episódios produzidos e veiculados em 2015; reuniram a maior quantidade de conteúdo proporcional dedicado aos quadros informativos; e expressaram o perfil do canal no qual o programa foi exibido no período estudado. A partir destes critérios, foram

selecionados e analisados neste capítulo os episódios das produções Pandorga<sup>35</sup> e Pequenos Campeões<sup>36</sup> que foram ao ar durante o período de 30 de novembro a 6 de dezembro de 2015. O programa Mundo da Leitura não disponibiliza seus episódios na internet e não respondeu ao pedido de divulgação dos episódios veiculados na semana eleita para esta análise, por isso não foi possível integrá-lo neste estudo comparativo. É importante destacar que os cinco episódios da produção Pandorga que vão ser estudados correspondem aos episódios 1, 2, 3, 4 e 5 da temporada de 2015<sup>37</sup>. O episódio analisado de Pequenos Campeões foi o único veiculado na semana do mapeamento e passou na manhã de domingo do dia 6 de dezembro.

A Análise Televisual é formada por três etapas, a descrição do objeto do estudo - realizada no capítulo anterior-, a análise quantitativa e qualitativa, as quais formam a análise televisual propriamente dita, e a interpretação dos resultados.

## 5.1. ANÁLISE COMPARATIVA

A metodologia desenvolvida Becker (2012) divide a primeira etapa do estudo comparativo, a análise quantitativa, em cinco categorias: estrutura narrativa; temática; enunciadores; multimidialidade; e edição. Cada uma delas é explicada mais detalhadamente a seguir no percurso da análise desses programas. A categoria “estrutura narrativa” corresponde à análise dos elementos que caracterizam os modos de organização textual do programa, considerando o estilo da narração, o formato, o conteúdo e as características visuais e sonoras.

No programa Pequenos Campeões, do SBT, a narrativa é organizada pela apresentadora do programa Bianca Castanho, chamando os blocos da reportagem e conduzindo as entrevistas – sempre em tom de conversa – com os pais, os instrutores do esporte e as crianças. A voz masculina de um narrador em *off* também ajuda na organização textual, mas no interior dos blocos dedicados às reportagens. Ele contextualiza e apresenta algumas informações que não aparecem na voz das personagens ou de Bianca. Sua enunciação é ilustrada por imagens. Esta narração em *off*

---

<sup>35</sup> Disponibilizados em: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLEVHKqwu2VEhchN0sqgj1Fy6Wjcv8VB-z>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2016.

<sup>36</sup> Disponível em: <http://www.sbt.com.br/pequenoscampeoes/videos/categoria/7302/Programa-de-06-12-15.html>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2016.

<sup>37</sup> Dados encontrados em: <http://tvbrasil.abc.com.br/pandorga/episodios>. Acesso 20 de fevereiro de 2016.

também é utilizada no início de cada episódio, apresentando um resumo do programa anterior, mostrando como as crianças que participaram do último episódio foram impactadas pelo esporte. Esse mesmo narrador ainda contextualiza a prática desportiva que constitui a temática de um determinado na abertura de cada um dos episódios. No único episódio do programa exibido no período estudado, por exemplo, ele apresenta a menina Gabi, que já pratica o hipismo, prática desportiva destacada neste episódio, com um depoimento dela falando sobre os efeitos do hipismo em sua vida. O narrador mostra também o menino João e seu perfil de bagunceiro e espoleta, assim, levanta o questionamento se o esporte vai acalmar o comportamento dele e introduz a narrativa.

As entrevistas e depoimentos dos personagens principais, Gabi e João, aparecem durante todo programa, em quadros distintos como o “Desafio dos Diários”, que mostra crianças escrevendo em um diário sobre a experiência de fazer amigos novos e treinar para os desafios do programa; e o “Desenho Campeão”, no qual João desenha suas impressões sobre a experiência vivida na semana da reportagem. O programa apresenta, ainda, entrevistas com os profissionais da psicologia e do hipismo para dar credibilidade aos acontecimentos apresentados.

A linguagem utilizada em Pequenos Campeões segue, de certa forma, as características de uma reportagem tradicional, a produção insere animações e sons que se assemelham aos de desenhos animados, além de trilhas sonoras alegres, para atribuir leveza ao produto e torna-lo mais atraente para o público infantil.

A categoria “estrutura narrativa” também foi aplicada para analisar o programa Pandorga da TV Brasil e seu quadro informativo, Jornal Legal. No episódio 1, primeiro episódio dos cinco estudados deste programa, o Jornal Legal abre a nova temporada como se apresentasse uma notícia extraordinária de um telejornal comum. Os âncoras Anete E-mail e Carlos @ vestem roupas que se assemelham as usadas pelos jornalistas dos telejornais tradicionais, mas produzidas com cores alegres e apropriadas para um programa infantil. Ambos possuem, ainda, brinquedos como adereços – Anete usa uma centopeia de pelúcia no ombro e uma caneta em formato de pássaro e Carlos utiliza um rato no bolso do paletó, que ele chama de mouse, em referência aos aparatos tecnológicos. Para compor ainda mais o visual de telejornal, eles apresentam as notícias atrás de uma bancada. Este cenário e estas roupas são repetidas em todas as edições do

Jornal Legal dos episódios analisados, apenas os adereços podem ser alterados em função da temática da matéria.

Logo no início do episódio 1, os apresentadores chamam o comentarista Professor Sabe Tudo, para explicar qual o significado do nome do programa “Pandorga”. Ele utiliza recursos visuais para ajudá-lo a compor a explicação sobre a palavra – que é o nome dado ao brinquedo pipa, no estado do Rio Grande do Sul – e o processo de construção desse objeto.

Após este primeiro quadro de formato jornalístico, começa a parte ficcional do programa, no qual os personagens fantoches – Jura, Beti, Nina, Tinta, Tuca, Maíra e Tininha – vivem aventuras e conflitos baseados nos dramas da infância. Mas eles vestem roupas de crianças, para criar identificação com o público infantil.

O episódio 1 é o único, entre os cinco analisados, que possui duas edições do Jornal Legal. Na segunda edição, os apresentadores estão no mesmo cenário, com as mesmas roupas, mas com adereços de frio, como cachecol, chapéu e manta. Eles utilizam esse artifício para introduzir o tema do quadro, “clima”. Durante o jornal, Arlete e Carlos conversam com o professor Sabe Tudo, o qual aparece em cenários de diferentes regiões do Brasil, explicando o clima habitual de cada uma delas e fazendo referências aos seus respectivos sotaques.

Anete E-mail e Carlos @ abrem o Jornal Legal do segundo episódio vestindo as mesmas roupas do primeiro programa. A única diferença é a caneca de chocolate na bancada, que introduz o objeto da reportagem, o “chocolate”. Eles fazem contato com o fantoche Tinta, que faz o papel de repórter do quadro. Tinta visita a fábrica de chocolate da cidade de Gramado, no Rio Grande do Sul, para descobrir como é o processo de produção do chocolate. O repórter fantoche usa um microfone e entrevista o auxiliar de produção da fábrica Roger, o qual explica quais são os passos para a obtenção do chocolate.

No terceiro episódio analisado, Carlos @ aparece no Jornal Legal com apetrechos necessários para andar de bicicleta, contextualizando a matéria seguinte sobre esportes radicais. Ele chama novamente o repórter fantoche Tinta, que faz uma matéria sobre skate. O fantoche entrevista o professor de skate Thiago Carrion e a praticante Alicia Marmitt sobre o material e as técnicas necessárias para a prática desse esporte. A estrutura do jornal, quando há entrevistas, se repete: Anete e Carlos

introduzem o tema de uma maneira criativa; um profissional qualificado, entrevistado por Tinta, traz informações sobre a pauta do programa; e os dois apresentadores encerram a edição.

No quarto episódio, Anete E-mail e Carlos @ abrem o quadro cantando, para apresentar a temática da “música”. Logo após, eles fazem contato com Tinta, que entrevista, em um estúdio de gravação, o operador de áudio Dudu Yugueros e músicos profissionais da banda Apanhador Só. O quinto e último episódio estudado mostra novamente o Professor Sabe Tudo, desta feita como repórter de uma notícia fictícia sobre uma família de quatis que fora prejudicada por vizinhos humanos que jogaram lixo em sua casa. A gravação é feita diretamente de um zoológico onde, supostamente, os quatis foram abrigados após a tragédia. O intuito da matéria fictícia é alertar para os perigos do descarte irregular de lixo no meio ambiente.

Após as entrevistas os apresentadores aparecem novamente para encerrar o quadro. Um letreiro sobe com uma espécie de ficha técnica sobre a produção do jornal. É importante destacar que em todas as edições, durante as cenas feitas no estúdio do Jornal Legal, é utilizada a mesma trilha sonora. Esse recurso ajuda a criar a identidade do quadro e torna-lo menos formal, em relação aos telejornais tradicionais.

Outra categoria necessária para a análise dos programas informativos, apontada por Becker (2010), é a “temática”, que observa os conteúdos e campos temáticos das produções audiovisuais e como eles são organizados no programa. Pequenos Campeões focaliza basicamente um único tema durante todo o episódio, a superação dos problemas comportamentais das crianças por meio da prática esportiva. Contudo, para construir a narrativa ele subdivide o conteúdo em dois subcampos temáticos: os problemas comportamentais e a prática do esporte. O programa mostra os problemas comportamentais, como eles afetam a família e a criança, porque eles acontecem e como solucioná-los e, em seguida, apresenta no episódio estudado o hipismo, suas características e seus efeitos nas atitudes das crianças que o praticam.

A temática na atração Pandorga já é organizada de maneira diferente. O programa, veiculado pela TV Brasil, aborda temas variados em cada quadro, até mesmo na história fictícia apresentada em cada episódio. No episódio 2, por exemplo, a história central do programa gira em torno da chegada de uma nova aluna no colégio da Turma do Pandorga. Nesse mesmo episódio, a edição do Jornal Legal abordou o tema

chocolate. Os assuntos referidos nos outros quadros do episódio 2, por exemplo, são: animais do zoológico da cidade de Gramado, o livro “Almanaque” de Ruth Rocha e exercícios para coordenação e poesia. O Jornal Legal, quadro informativo em análise, também não segue um tema padrão para suas pautas, basta ser de interesse do público infantil. Nos episódios 1, 3, 4 e 5, por exemplo, foram destacados, respectivamente, os seguintes temas: o significado da palavra Pandorga e os climas presentes no território brasileiro, chocolate, skate, música e meio ambiente.

Dando sequência a análise quantitativa é preciso observar ainda a categoria “enunciadores”, que analisa o modo com que os âncoras e os repórteres apresentam o texto, de que maneira são construídas suas credibilidades e como são organizadas e hierarquizadas as vozes dos atores sociais que constituem o quadro informativo. No programa Pequenos Campeões, o papel do narrador e de Bianca Castanho é organizar a narrativa. Para ajudar a caracterizar o formato jornalístico da atração, a apresentadora aparece vestida como os profissionais dos telejornais tradicionais, com roupas casuais, mas que transmitem certa formalidade, como blazers, blusas de manga e salto alto.

Gabi e João, como personagens principais da reportagem, aparecem durante todo o programa. No episódio estudado, Gabi é filmada em primeiro plano e com a hípica ao fundo do cenário da maioria das entrevistas e depoimentos, vestida com roupas apropriadas para montar a cavalo. Já João aparece primeiramente em casa, com roupas casuais e depois com o uniforme de hipismo e também com a hípica ao fundo. Observando outros episódios do programa não inseridos nesta análise porque não foram exibidos no período estudado, foi possível perceber que a prática desportiva apresentada no programa sempre intervém nos trajes e nos cenários de Gabi e João.

As entrevistas com os profissionais do esporte e da pedagogia são feitas de maneira diferente, respeitando o papel que cada um tem na construção da narrativa. Os instrutores de hipismo estão com roupas especiais para a prática do esporte e tem seu depoimento gravado na hípica, com uma linguagem informal. Já a psicóloga, entrevistada sobre o comportamento agitado de João, veste uma camisa branca de botões e mangas compridas e grava seu depoimento em um consultório médico e com um tom mais formal.

A construção dos enunciadores no programa Pandorga é um pouco diferente. Os principais atores da atração são os fantoches da Turma Pandorga – Jura, Beti, Nina,

Tinta, Tuca, Maíra e Tininha. Eles são os personagens da história central de cada episódio. Contudo, quem está afrente do quadro informativo analisado, Jornal Legal, são os apresentadores Anete E-mail e Carlos @. Para se caracterizar como âncoras, Anete aparece vestida com roupas formais, com uma camisa de manga comprida até o pescoço e um blazer estruturado. Ela utiliza um corte de cabelo curto e óculos para ajudar a compor a personagem. Carlos @ também usa óculos, um paletó formal, camisa de botão e gravata. Contudo, como âncoras de um jornal infantil, usam roupas azuis e rosas.

Eles contracenam com o fantoche Tinta que, no quadro, faz papel de repórter e entrevista profissionais capacitados para falar sobre as pautas de cada episódio. Tinta faz a reportagem sempre no local da matéria, como mostra o episódio 2, no qual o fantoche vai até a fábrica de chocolate para perguntar ao auxiliar de produção Roger como o doce é feito. Durante a reportagem, os dois usam toucas de proteção e Roger ainda veste um uniforme branco, utilizado em fábricas de alimentos. No episódio 3 Tinta entrevista, também, o professor de skate Thiago, diretamente de uma pista própria para a prática da modalidade; e no episódio 4, o fantoche aparece em um estúdio de gravação, falando com o operador de áudio Dudu.

Anete E-mail e Carlos @ contracenam, também, com o Professor Sabe Tudo, que veste roupas formais na mesma paleta de cores dos apresentadores. No primeiro programa sabe tudo aparece como comentarista do quadro, explicando o tema introduzido pelos âncoras. Mas, o personagem pode ser também um repórter fictício, como mostra o episódio 5, no qual ele aparece entrevistando quatis desabrigados após um descarte irregular de lixo. O Professor Sabe Tudo ajuda a tornar as informações mais atrativas para criança, adicionando ficção e animações que facilitem o entendimento da pauta.

Dando continuidade à análise quantitativa é preciso observar outra categoria, a “multimedialidade”, cujo objetivo é compreender de que maneira a linguagem audiovisual e os recursos gráficos são empregados nas enunciações, observando as combinações entre texto e imagem e suas produções de sentidos. O programa Pequenos Campeões utiliza recursos gráficos para deixar a reportagem jornalística com uma linguagem mais atrativa para crianças. Além dos recursos habituais utilizados nas narrativas jornalísticas, como a legenda com o nome, a profissão ou a idade do

entrevistado, existe também um quadro (Figura 11) que detalha um pouco mais os atores da reportagem como a Gabi, o João e os instrutores de hipismo.

**Figura 11 – Quadro de informações sobre os atores da reportagem**



Fonte: Site do Pequenos Campeões - <http://www.sbt.com.br/pequenoscampeoes>.

Existem também animações de bichos que dão leveza à edição, como por exemplo um grilo passando durante um momento de silêncio de uma entrevista, ou cavalos correndo para auxiliar na mudança de assunto dentro da reportagem, como mostra a Figura 12. Pequenos Campeões faz o uso, ainda, de artes visuais para separar diferentes momentos do programa, o que é melhor visualizado pela Figura 13 abaixo.

**Figura 12 – Arte utilizada para mudar o assunto dentro da reportagem de Pequenos Campeões**



Fonte: Site do Pequenos Campeões - <http://www.sbt.com.br/pequenoscampeoes>.

**Figura 13 – Animação usada para a mudança dos blocos da reportagem de Pequenos Campeões**



Fonte: Site do Pequenos Campeões - <http://www.sbt.com.br/pequenoscampeoes>.

A aplicação da categoria “multimedialidade”, utilizada para verificar como as combinações entre áudios, vídeos e outros códigos que compõe a linguagem audiovisual são realizadas, permitiu identificar que o quadro informativo do programa Pandorga, Jornal Legal, explora a imagens em movimento, imagens fixas e recursos gráficos durante toda a exibição do programa. Nas edições do jornal dos cinco episódios analisados, são inseridas legendas para identificar os apresentadores, o professor, o repórter e os entrevistados, sejam eles fictícios ou não. Além disso existem, animações que auxiliam os apresentadores a ilustrar as histórias contadas para introduzir o assunto, como a que retrata a descoberta do chocolate, presente no episódio 2 e na Figura 14, abaixo:

**Figura 14 – Animação utilizada para auxiliar a narração do Jornal Legal**



Fonte: Canal do Pandorga no Youtube - [https://www.youtube.com/playlist?list=PLEVHKqwu2VEhchN0m\\_sqgj1F\\_y6Wjcv8VB-z](https://www.youtube.com/playlist?list=PLEVHKqwu2VEhchN0m_sqgj1F_y6Wjcv8VB-z).

Existem, ainda, animações que ajudam a complementar informações, como as que mostram as regiões e características dos climas apresentados por Anete e Carlos (Figura 15), ou as que ensinam a fazer uma pipa, mostradas pelo Professor Sabe Tudo, ambas presentes no episódio 1 do programa Pandorga.

**Figura 15 – Animações que auxiliam na compreensão das informações apresentadas pelo Jornal Legal**



Fonte: Canal do Pandorga no Youtube - [https://www.youtube.com/playlist?list=PLEVHKqwu2VEhchN0m\\_sqgj1F\\_y6Wjcv8VB-z](https://www.youtube.com/playlist?list=PLEVHKqwu2VEhchN0m_sqgj1F_y6Wjcv8VB-z).

Na aplicação da última categoria da análise quantitativa, a “edição”, foi possível verificar como os conteúdos do programa são hierarquizados e os quadros informativos são organizados. O programa Pequenos Campeões prioriza as entrevistas e os depoimentos para formular sua narrativa. A maioria das imagens são utilizadas para ilustrar o que está sendo dito pelos atores da reportagem. É importante destacar que, apesar do programa falar sobre a superação de João e Gabi por meio dos esportes, e por isso ter sempre a participação das duas crianças durante toda a atração, o enredo, a credibilidade e os valores da matéria são construídos por meio dos depoimentos dos pais, da apresentadora, do narrador e dos profissionais da psicologia e do hipismo – todos adultos.

A edição do programa Pandorga é um pouco diferente. Em todos os episódios analisados existe a hibridização do conteúdo jornalístico com uma linguagem ficcional. Em cada uma das cinco edições do Jornal Legal, por exemplo, os apresentadores utilizam adereços e objetos, como cachecol, material para andar de bicicleta, caneca e violão, para compor uma cena fictícia que apresenta o tema do programa. Por mais que as figuras de Anete e Carlos sejam personagens que representam jornalistas e as

reportagens sejam inventadas, o conteúdo da pauta sempre está associada à experiência cotidiana e os entrevistados das matérias também reforçam esta conexão do programa com a realidade.

Cabe destacar que o compromisso do quadro é com a notícia e o formato de suas entrevistas se assemelha ao de uma matéria tradicional, com microfones, personagens “especializados” para falar do tema, filmagem em primeiro plano e um cenário associado ao contexto da pauta. A narrativa ficcional presente no jornal serve mais para tornar a linguagem e o conteúdo mais interessante e atrativo para as crianças.

A segunda parte deste estudo, ainda baseada na metodologia desenvolvida por Becker (2012), foca na análise qualitativa dos quadros informativos selecionados. Os princípios de enunciação analisados, formulados a partir de estudos sobre a linguagem do telejornal (Becker, 2005), são: fragmentação; dramatização; e definição de identidades e valores.

A aplicação do princípio da “fragmentação”, comum a toda programação televisiva, analisa como a ausência de devidas conexões dos programas noticiosos prejudica a realização de interligações indispensáveis para a correta compreensão dos problemas sociais. Não se verificam características deste princípio no programa Pequenos Campeões, uma vez que o tempo de duração do programa é relativamente grande – 45 minutos – para apresentar apenas uma reportagem sobre práticas desportivas.

Em quase uma hora, é possível fazer a apresentação bem completa das duas crianças, contextualizando o ambiente familiar delas e as características de suas personalidades, mostrar detalhadamente os treinos esportivos das duas personagens principais, assim como a execução do desafio de hipismo proposto pelos instrutores do esporte e a premiação feita por um representante olímpico da modalidade.

Já no programa Pandorga, da TV Brasil, percebe-se melhor as características da “fragmentação”. O programa é muito fragmentado. Em apenas 14 minutos de produção, são exibidas: uma história ficcional sobre uma aventura vivida pelos personagens fantoches, como a caça ao fantasma que mora ao lado de Tinta, no episódio 1; quadros que falam de poesias, dão sugestões de livros infantis, ensinam brincadeiras que estimulem as crianças a mexerem o corpo e contam, em formato de diário, as aventuras do fantoche Nina; além do quadro informativo analisado, o Jornal Legal, que

apresenta uma reportagem sobre diversos temas. Embora essa divisão torne o programa mais rico em conteúdo e também esteticamente, ela pode dificultar o entendimento de cada quadro individualmente e de como eles se relacionam com o cotidiano das crianças.

Há também fragmentação dentro do quadro informativo, Jornal Legal. O jornal dura em média 4 minutos e, apesar de só abordar uma pauta por episódio, divide seu tempo entre a apresentação de Anete E-mail e Carlos @ e a reportagem de Tinta, nos episódios 2, 3 e 4, ou a apresentação dos dois âncoras e a participação do Professor Sabe Tudo, como nos episódios 1 e 5. Não há tempo suficiente para explorar as complexidades de cada assunto e as matérias focam apenas em um ponto, entre os vários aspectos que podem ser abordados sobre chocolate, clima, música, skate e meio ambiente.

Outro princípio da análise qualitativa, o da “dramatização”, está associado à natureza ficcional das narrativas, que utiliza a emoção para envolver o telespectador com montagens e edições semelhantes aos da ficção. Se para informar é preciso seduzir, encantar e convencer, como disse Becker (2012), os programas informativos para crianças adaptam sua linguagem jornalística para torná-la mais atrativa e de fácil compreensão para o público infantil.

O programa Pequenos Campeões realiza essa adaptação ao criar uma narrativa linear, com começo, meio e fim, semelhantes às histórias de livros, filmes e desenhos. A produção facilita ainda mais a compreensão da reportagem apresentada, marcando com efeitos visuais os diferentes momentos da matéria como, por exemplo: “Retratos de Família”, que antecede a apresentação das personagens e de cada membro da família delas; ou “Primeiro dia de treinamento” (Figura 17), que localiza o telespectador na temporalidade da matéria.

**Figura 17 – Recurso audiovisual que ajuda na organização da narrativa de Pequenos Campeões**



Fonte: Site do Pequenos Campeões - <http://www.sbt.com.br/pequenoscampeoes>.

No programa Pandorga, da TV Brasil, as edições do quadro informativo Jornal Legal, nos cinco episódios analisados, constroem sua narrativa misturando características da narrativa ficcional, por meio da inserção dos personagens-fantoches com características da narrativa jornalística, nas quais as personagens da matéria são reais e também os acontecimentos e fenômenos relatados, ainda que por meio de uma abordagem que prioriza o entretenimento. O uso de assessórios e objetos cenográficos na abertura do programa para atrair a atenção das crianças para as reportagens apresentadas também colabora para hibridização da narrativa do Pandorga formada por gêneros discursivos distintos. Os âncoras Anete E-mail e Carlos @ sempre apresentam uma cena fictícia que introduz a pauta do programa. No episódio 1, por exemplo, os apresentadores aparecem usando roupas de frio para falar sobre os diversos climas do Brasil; no episódio 2, Anete abre o Jornal tomando uma xícara de chocolate quente para introduzir o tema “chocolate”; no episódio 3, Carlos @ entra no estúdio vestindo equipamentos de proteção para prática do ciclismo e aproveita a deixa para apresentar o assunto “esportes radicais”; e no episódio 4 os dois apresentadores abrem o jornal cantando, para falar sobre música. A sequência desses episódios mostra as entrevistas com profissionais capacitados que falam sobre questões que fazem parte da vida social cotidiana, relacionadas de alguma maneira, ao tema apresentado pelos âncoras.

O Jornal Legal do episódio 5 merece destaque, pois os apresentadores não fazem uma performance para apresentar a pauta que será abordada e, sim, utilizam a linguagem jornalística para denunciar o problema de descarte irregular do lixo, que afeta os animais e o meio ambiente em geral. A marca da ficcionalidade do quadro está na reportagem feita pelo Professor Sabe Tudo, que finge entrevistar as vítimas dessa irregularidade, no caso, os quatis que estão em abrigados em um zoológico. Essa hibridização entre ficção e realidade torna a linguagem jornalística mais interessante para as crianças além de, segundo Girardello (2008), desenvolver sua imaginação. Se a informação é passada como parte de uma história, ela pode ser utilizada como matéria-prima para as brincadeiras fantasiosas das crianças e ser, assim, facilmente compreendida e assimilada (GIRARDELLO, 2008).

O último princípio, “definição de identidades e valores”, refere-se às características que as notícias conferem aos vários atores sociais envolvidos na sua construção e aos valores atribuídos a problemas e conflitos da sociedade e a maneira como são julgadas e qualificadas. Em Pequenos Campeões, programa do SBT, João aparece como uma criança que precisa de ajuda para melhorar seu comportamento. Os valores a serem alcançados pelo menino, como disciplina, obediência e concentração, são apontados na reportagem pela fala dos pais das duas crianças e pelo exemplo de superação de Gabi.

O papel de João e Gabi na reportagem se assemelham a dois estereótipos classificados pelo seminário do projeto *Children's Express*<sup>38</sup>: “pequenos demônios”, qual se refere às matérias que relatam crianças de mau comportamento, que não se encaixam nos ideais de crianças boas; e “as crianças são brilhantes”, correspondente às reportagens que utilizam imagens de crianças prodígios como exemplo de comportamento para as crianças más.

O problema de colocar as crianças nessa posição, segundo Holland (2008) é que a noção de infância como período frágil, que necessita da participação constante dos adultos, se perpetua na percepção dos adultos e das próprias crianças. Como programa informativo produzido para o público infantil, que acaba influenciando na criação da identidade de cada criança, ele deve direcionar sua narrativa de maneira a estimular a reflexão das crianças, deixando elas próprias identificarem, entenderem a julgarem as

---

<sup>38</sup> Citado no capítulo 2.

situações apresentadas (HOLLAND, 2008), como discutimos anteriormente. Contudo, o que a reportagem faz é apresentar um bom exemplo que deve ser seguido por todas as crianças e uma solução para os pais que assistem ao programa, como uma receita capaz de curar dificuldades emocionais não discutidas ou questionadas.

Apesar dos problemas encontrados na narrativa de Pequenos Campeões, é preciso destacar que o programa dá mais voz às crianças do que as matérias jornalísticas tradicionais apresentadas nos telejornais. Além disso, as crianças da reportagem não foram apenas usadas para conquistar audiência. Gabi e João participaram de uma experiência diferente e interessantes para eles, se divertiram e tiveram ganhos pessoais, como mostram os depoimentos.

A aplicação do princípio “definição de identidades e valores” na análise qualitativa do quadro informativo Jornal Legal do programa Pandorga, permite identificar que o episódio 5 se destaca como quadro informativo entre os demais estudados por abordar as consequências do descarte irregular de lixo no meio ambiente. Nesse episódio, Anete-Email e Carlos @ apresentam as informações sobre a pauta com uma linguagem um pouco mais formal do que eles utilizam nos outros programas. O Professor Sabe Tudo aparece para amenizar a seriedade do tema abordado, fazendo uma reportagem fictícia com quatis que foram vítimas desse tipo descarte irregular. Mas os âncoras de Pandorga utilizam palavras e expressões como “desrespeito” “agressão” e “má-educação” para qualificar os turistas que fizeram o descarte irregular de lixo no meio ambiente.

Assim como no programa Pequenos Campeões, o Jornal Legal também apresenta modelos de comportamento que devem e não devem ser seguidos pelos telespectadores. Mas ele não impõe apenas uma conduta ideal, a entrevista fictícia feita pelo Professor Sabe Tudo e as falas de encerramento dos apresentadores mostram as consequências do ato de jogar lixo irregularmente na natureza. Explicar os motivos para não ter tal atitude e estimular a reflexão sobre o assunto auxilia o processo de formação de indivíduos sensíveis às situações humanas e capazes de racionalizar os problemas da sociedade (SODRÉ, 2012).

É possível identificar, ainda observando o princípio “definição de identidades e valores”, uma característica comum dos episódios 2, 3 e 4, presente no quadro Jornal Legal. As entrevistas, embora tratem de temas interessantes para as crianças e sejam

produzidas com uma linguagem de fácil entendimento, escolhem apenas adultos como atores da reportagem, como se eles fossem os únicos capazes de proferir verdades e conhecimentos. O Jornal Legal é quadro com linguagem, conteúdo e formato pensados exclusivamente para o público infantil e deve explorar mais a capacidade das crianças de participarem ativamente da vida social (PROUT, 2008), incluindo suas próprias questões, opiniões e experiências nas entrevistas e na escolha dos temas de suas matérias.

As Tabelas 5 e 6, a seguir, sintetizam os resultados encontrados nas análises quantitativa e qualitativa dos programas e quadros informativos estudados, por meio da aplicação das categorias e dos princípios de enunciação referidos:

**Tabela 5 – Síntese das características apresentadas nas categorias da Análise Televisual das produções Jornal Legal, quadro do programa Pandorga, e Pequenos Campeões**

<b>Categorias</b>	<b>Pequenos Campeões (SBT)</b>	<b>Jornal Legal – Pandorga (TV Brasil)</b>
Estrutura Narrativa	A narrativa é construída pela apresentadora Bianca Castanho e pela voz de um narrador, com o auxílio de recursos audiovisuais que organizam as várias entrevistas e depoimentos.	Os apresentadores Anete E-mail e Carlos @ apresentam o jornal. Tinta e o do Professor Sabe Tudo participam dos episódios, realizando entrevistas com personagens reais e fictícios.
Temática	O tema do programa é superação de problemas comportamentais das crianças através do esporte.	O jornal aborda diversos temas como clima, chocolate, skate, música e meio ambiente.
Enunciadores	O programa reúne diferentes enunciadores: a apresentadora Bianca Castanho, o narrador, as crianças Gabi e João, os seus familiares, a psicóloga Carla di Pierro, os instrutores Marivaldo “Mirim” e Lilian Chateau e o atleta Pedro Muylaert.	Os personagens que têm voz no programa são: Anete E-mail e Carlos @, o Professor Sabe Tudo, o repórter fantoche Tinta, os entrevistados Roger Francóco, Dudu Yugueros e Thiago Carrion e a atleta Alicia Marmitt.
Multimedialidade	O programa utiliza os recursos tradicionais do Jornalismo televisivo como legenda e animações para tornar a linguagem mais atrativa para as crianças.	O programa também utiliza legendas para identificar os enunciadores e algumas animações que complementam as informações por eles enunciadas.
Edição	A narrativa é composta, basicamente, de entrevistas e imagens que as ilustram. As crianças aparecem durante todo o programa, mas o enredo é construído com as falas dos adultos.	A narrativa mistura personagens fictícios com pautas reais para falar sobre assuntos de interesse das crianças. A ficção aparece para tornar a linguagem jornalística mais atraente para o público infantil.

Fonte: Tabela elaborada pela autora.

**Tabela 6 – Síntese das características apresentadas nos princípios da Análise Televisual das produções Jornal Legal, quadro do programa Pandorga, e Pequenos Campeões**

Princípios	Pequenos Campeões (SBT)	Jornal Legal – Pandorga (TV Brasil)
Fragmentação	O programa é pouco fragmentado e tem duração suficiente para explorar as complexidades do tema abordado.	O programa Pandorga é fragmentado pela apresentação de vários quadros e também pelo modo de organizar as informações no próprio Jornal Legal. Este quadro mistura os textos dos apresentadores e as entrevistas informativas de Tinta e Professor Sabe Tudo com encenações lúdicas.
Dramatização	Aparece no programa para atrair o público infantil. Está presente na utilização de recursos multimídias que separam os blocos da reportagem e facilitam o entendimento das crianças, despertando seu interesse pelo programa.	A dramatização se manifesta no Jornal Legal quando os apresentadores Anete E-mail e Carlos @ representam, de maneira lúdica, uma cena que apresenta a pauta de cada episódio.
Definição de identidades e valores	Os valores apresentados pelo programa são apontados pelos pais e pelo exemplo de Gabi e ensinados pelos instrutores de hipismo. As crianças aparecem como bons e maus exemplos de comportamentos.	Os apresentadores têm o papel de organizar a narrativa e os profissionais entrevistados a função de dar credibilidade às experiências relatadas no quadro. Falta a participação de crianças como atores relevantes das reportagens.

Fonte: Sites dos canais selecionados.

## 5.2. INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

As tabelas apresentadas pelo subcapítulo permitem identificar com mais clareza as semelhanças e diferenças entre os dois programas e assim realizar uma melhor interpretação dos resultados, que consiste na terceira etapa da Análise Televisual desenvolvida por este capítulo. Percebe-se, por meio delas, que o programa Pandorga, da TV Brasil é produzido exclusivamente para o público infantil, ou seja, tem um público-alvo definido, e ocupa espaço regular na grade de programação da emissora. Por isso, sua linguagem, seu conteúdo e suas características cenográficas são elaboradas para atender ao interesse das crianças, misturando ficção com realidade para que elas possam adquirir novos conhecimentos e assimilar as informações transmitidas de maneira divertida.

Essas características aparecem também no quadro informativo analisado, Jornal Legal, cujos recursos visuais servem apenas para atrair o público infantil. Os apresentadores e os repórteres são personagens fictícios que trazem leveza ao conteúdo

jornalístico apresentado. Já os entrevistados, profissionais tecnicamente qualificados para falar sobre a pauta, são responsáveis por oferecerem informações interessantes sobre um assunto que esteja presente no cotidiano das crianças, como chocolate, música, clima, meio- ambiente e esportes. É importante observar, contudo, que o Jornal Legal não faz uso de crianças como atores sociais relevantes em suas reportagens. Embora o jornal seja produzido e desenvolvido para transmitir informações direcionadas às crianças e estimular suas capacidades de reflexão e imaginação, elas não são entrevistadas, nem participam ativamente das matérias.

A estrutura do programa Pequenos Campeões, do SBT, é organizada de maneira diferente do que a apresentado pelo programa Pandorga. Apesar do programa mostrar durante toda sua exibição entrevistas com as crianças participantes, o seu conteúdo pretende impor, indiretamente, um comportamento às elas ao invés de incentivá-las a pensarem por si e tirarem suas próprias conclusões. Outra diferença identificada diz respeito à linguagem. Por ser exibido em um canal privado de televisão e para uma audiência maior e mais diversificada, a estrutura do programa não é exclusivamente direcionada ao público infantil. Ele é produzido como um programa de reportagem tradicional, mas explora a linguagem audiovisual, mediante o uso de recursos audiovisuais e sonoplastias para tornar a linguagem jornalística mais atraente para as crianças e promover maior compreensão sobre as questões abordadas referentes às práticas desportivas. Outra diferença do Pequenos Campeões, em relação aos programas de reportagem tradicionais, é a temática – superação dos problemas comportamentais das crianças através do esporte – que interessa ao público infantil e explica porque as crianças participam da matéria. Além disso, o programa Pequenos Campeões também busca despertar o interesse dos pais das crianças que assistem ao programa.

Com essa análise é possível identificar também algumas características de cada canal refletidas em seus programas. O SBT é uma empresa privadas com programas jornalísticos tracionais, de linguagem e estética formais. Por isso, apesar da série Pequenos Campeões ser uma experiência nova na programação brasileira, ela ainda obedece a algumas características jornalísticas tradicionais, possíveis de serem identificadas nas roupas formais da apresentadora Bianca Castanho ou no estilo da linguagem utilizada, mais séria do que as linguagens geralmente utilizadas nos programas infantis.

No programa Pandorga, como em outras produções da TV Brasil, a preocupação com conteúdos educativos e informativos é recorrente, como por exemplo, o uso de uma linguagem elaborada especialmente para as crianças e o estímulo a formação de uma consciência sobre a importância da cidadania. O canal, de financiamento público, abre espaço na sua grade para programas de produção nacional, com estilos diferentes e inovadores dedicados ao público infantil. A TV Brasil é a segunda emissora que mais apresenta programas infantis na TV aberta, ficando atrás apenas do canal Cultura, em acordo com o mapeamento sistematizado e também a que possui o maior número de programas informativos dedicados às crianças<sup>39</sup>.

---

<sup>39</sup> Dados disponíveis no capítulo 3 deste trabalho.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A convivência diária das crianças com a mídia já é uma realidade na sociedade contemporânea. Este estudo mostrou que essa relação pode ser benéfica para as crianças se as emissoras de televisão priorizarem mais o desenvolvimento de suas capacidades cognitivas, físicas e sociais na produção de programas audiovisuais direcionados ao público infantil do que os interesses mercadológicos das próprias empresas. Além disso, concluiu-se que é indispensável, para o bom aproveitamento dos programas infantis na educação das crianças, que os pais e profissionais do ensino as orientem sobre o funcionamento da mídia, os conteúdos dos programas assistidos e o modo com que eles se relacionam com a realidade social e o universo da infância.

Observou-se, também, que a presença de programas de caráteres educativos e informativos nas grades de programação brasileira está prevista por resoluções promulgadas pelo governo do Brasil<sup>40</sup> e por leis nacionais, presentes no Estatuto da Criança e do Adolescente<sup>41</sup>. Programas televisivos dedicados ao público infantil com estas características também são sugeridos por resoluções internacionais – desenvolvidas pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura). Mas, a falta de fiscalização do governo e das instituições responsáveis, bem como a falta de punição para os infratores, levou a produção televisiva a um cenário de descaso em relação à programação infantil. Os dados apresentados pelo mapeamento deste trabalho registraram que apenas 17% dos programas da TV aberta são dedicados às crianças e somente 1% destas produções se preocupam em veicular conteúdos informativos. Esses números retratam o não cumprimento por parte das emissoras de televisão das resoluções do governo relativas às produções infantis e a pouca importância dada às crianças brasileiras na mídia.

Apesar do cenário de dificuldade em que se encontra a produção audiovisual informativa para crianças, os seis programas jornalísticos identificados durante o mapeamento – X-Tudo e Blog do Geninho, da TV Rá Tim Bum; O Teco Teco e Pandorga, da TV Brasil; Mundo da Leitura, do Canal Futura; e Pequenos Campeões, do SBT – são exemplos interessantes de como é possível abordar, com uma linguagem de fácil compreensão pelas crianças, temas que se referem a aspectos diferentes da

---

<sup>40</sup> Disponível em <https://www.unicef.org.br>. Acesso em: 1 de dezembro de 2015.

<sup>41</sup> Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/LEIS/L8069.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L8069.htm). Acesso em: 30 de novembro de 2015.

sociedade, como por exemplo, esporte, música, tradições culturais e dificuldades físicas ou comportamentais. Esses programas mostram, também, a flexibilidade da linguagem jornalística, que normalmente é descrita como estática e tradicional. Misturando televisão com internet, ficção com realidade, recursos visuais de desenhos com formatos tradicionais de reportagem, eles resultam em produções caracterizadas por uma hibridização de gêneros e linguagens em sintonia com a experiência multimidiática em que as crianças convivem nos dias de hoje.

Contudo, alguns cuidados com este tipo de programa ainda precisam ser tomados, como conclui-se da análise do capítulo 5, uma vez que determinados quadros podem ser considerados como ferramentas moralizantes dos adultos, apresentando modelos de comportamento que as crianças devem seguir. Elas também acabam reproduzindo e influenciando a formação de padrões de saúde, gosto e comportamento pelo público infantil. Seria importante que as crianças tivessem a oportunidade de participar mais ativamente dos programas informativos, sendo reconhecidas como indivíduos com capacidade de propor questões relevantes para esta faixa etária, de discutir questões que caracterizam o contexto socioeconômico e cultural onde vivem e de participar do processo produtivo, da escolha das pautas até as entrevistas e reportagens. Afinal, as crianças desenvolvem desde a primeira infância uma consciência crítica sobre o País e o mundo que vivem, a qual deve ser valorizada e trabalhada por manifestar etapa importante da formação de um pensamento social e coletivo capaz de gerar intervenção e transformação na vida social.

Este estudo fez um alerta aos profissionais da comunicação sobre importância de se produzir informação em acordo com o interesse das crianças, com linguagem apropriada. A pesquisa analisou também aspectos positivos e negativos dos atuais programas infantis veiculados na televisão brasileira e disponibilizados na web, refletindo sobre possibilidades de aperfeiçoamento de conteúdos e formatos em áudio e vídeo dirigidos às crianças transmitidos por essas produções. Este trabalho ainda pretende contribuir como fonte de conhecimentos sobre relações entre mídia e educação, importantes não apenas para os estudos acadêmicos, mas também como orientações para pais que necessitam de informações sobre o espaço que as atrações infantis ocupam na programação das principais emissoras brasileiras de TV aberta e dos canais infantis da TV por assinatura.

Esta monografia revelou, acima de tudo, que os programas infantis informativos ainda são pouco explorados na grade da programação das emissoras de televisão brasileiras, as quais têm possibilidade de produzir programas que afetam positivamente o público infantil, questões que pretendo retomar em um momento futuro de minha formação. Pensar e fazer um Jornalismo para crianças mais atrativo e representativo é temática que pretendo desenvolver em uma nova pesquisa, a partir da sistematização das reflexões que esta monografia me permitiu realizar.

## 7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARONCHI, J. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. [ebook] São Paulo: Summus, 2015.

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In: \_\_\_\_\_. *Estética da criação verbal*. Tradução: de Maria Emsantina Galvão G. Pereira. São Paulo: Martins Fontes, 1997, p. 277-326.

BECKER, Beatriz. Mapeamento das pesquisas em Telejornalismo no Brasil: um estudo da produção acadêmico-científica de 2010 a 2014. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 22, n. 4, p. 191-206, out./dez. de 2015. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20534/13483>. Acesso em: 12 de janeiro de 2016.

BECKER, Beatriz. Mídia e jornalismo como formas de conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. *Matrizes*, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 231-250, jan./jun. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/247/0>. Acesso em: 19 de dezembro de 2015.

BECKER, Beatriz; MATEUS, Lara. O Melhor Telejornal do Mundo: um exercício televisual. In: VIZEU, Alfredo; PORCELLO, Flávio; COUTINHO, Iluska ( orgs.). *60 Anos de Telejornalismo no Brasil, história, análise e crítica*. Florianópolis: Editora Insular, 2010.

BECKER, B; PINHEIRO FILHO, C.. O estranho planeta dos seres audiovisuais: diálogos possíveis entre televisão e educação. Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 490-506, maio/ago. 2011. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/9471/6564>. Acesso em: 19 de dezembro de 2015.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*. 1995. Disponível em: [http://ideafixa.com/wp-content/uploads/2008/10/texto\\_wbenjamim\\_a\\_arte\\_na\\_era\\_da\\_reprodutibilidade\\_tecnic\\_a.pdf](http://ideafixa.com/wp-content/uploads/2008/10/texto_wbenjamim_a_arte_na_era_da_reprodutibilidade_tecnic_a.pdf). Acesso em: 21 de outubro de 2015.

BORGES, A.; ARREGUY, S.; SOUZA, L. O auge e o declínio da programação infantil na TV comercial brasileira. *Mediação*, Belo Horizonte, v. 14, n. 15, p. 79-94, jul./dez. de 2012. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/1357/926>. Acesso em: 8 de janeiro de 2016.

BUCKINGHAM, David. Children and media: a cultural studies approach. In: DROTNER, Kristen; LIVINGSTONE, Sonia (eds.). *The international handbook of children, media and culture*. London: Sage Publications, 2008, p. 219-236.

CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Orgs.). *A criança e a mídia: imagem, educação, participação*. 2.ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002.

CARONIA, Letizia; CARONM André. Television culture and media socialization across countries: theoretical issues and methodological approaches. In: DROTNER, Kristen; LIVINGSTONE, Sonia (eds.). *The international handbook of children, media and culture*. London: Sage Publications, 2008, p. 371-389.

CRITCHER, Chas. Making waves: historical aspects of public debates about children and mass media. In: DROTNER, Kristen; LIVINGSTONE, Sonia (eds.). *The international handbook of children, media and culture*. London: Sage Publications, 2008, p. 91-104.

DROTNER, Kristen; LIVINGSTONE, Sonia (eds.). *The international handbook of children, media and culture*. London: Sage Publications, 2008.

DUARTE, Luiz. A televisão segmentada e o modelo americano. *Intercom - Revista Brasileira de Ciência da Comunicação*, S. Paulo, v. 16, n. 2, p. 106-114, jul/dez de 1993. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/825/734>. Acesso em: 8 de janeiro de 2016.

FANTIN, Monica. Do mito de Sísifo ao voo de Pégaso: as crianças, a formação de professores e a escola estação cultura. In: GIRARDELLO, G; FANTIN, M. *Liga, roda, clica. Estudos em mídia, cultura e infância*. São Paulo: Papirus, 2008, p. 145-171.

GIRARDELLO, Gilka; FANTIN, M. *Liga, roda, clica. Estudos em mídia, cultura e infância*. São Paulo: Papirus, 2008.

GIRARDELLO, G. Produção Cultural infantil diante da tela: da TV à Internet. In: GIRARDELLO, G; FANTIN, M. *Liga, roda, clica. Estudos em mídia, cultura e infância*. São Paulo: Papirus, 2008, p. 127-144.

HAMELINK, Cees. Children's communication rights: beyond intentions. In: DROTNER, Kristen; LIVINGSTONE, Sonia (eds.). *The international handbook of children, media and culture*. London: Sage Publications, 2008, p. 508-519.

HOLLAND, Patricia. The child in the Picture. In: DROTNER, Kristen; LIVINGSTONE, Sonia (eds.). *The international handbook of children, media and culture*. London: Sage Publications, 2008, p. 36-54.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Os Elementos o Jornalismo: O que os profissionais de jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora, 2004.

LIVINGSTONE, Sonia; HOLDEN, Katharine; BOVILL, Moira. As crianças e o ambiente de mídia em mudança. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Orgs.). *A criança e a mídia: imagem, educação, participação*. 2.ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002.

MACHADO, Arlindo. As vozes do telejornal. In: \_\_\_\_\_. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Senac, 2000, p. 99-123.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *A Comunicação na educação*. São Paulo: Contexto, 2014.

MEDITSCH, E. B. V.. *Jornalismo como forma de conhecimento*. INTERCOM (São Paulo), v. XXI, n.1, p. 25-38, 1998.

OROFINO, Maria Isabel. Ciranda de sentidos: crianças, consumo cultural e mediações. In: GIRARDELLO, G; FANTIN, M. *Liga, roda, clica. Estudos em mídia, cultura e infância*. São Paulo: Papyrus, 2008, p. 113-126.

PROUT, Alan. Culture-nature and the construction of childhood. In: DROTNER, Kristen; LIVINGSTONE, Sonia (eds.). *The international handbook of children, media and culture*. London: Sage Publications, 2008, p. 21-35.

RIVOLTELLA, Pier. A formação da consciência civil entre o "real" e o "virtual". In: GIRARDELLO, G; FANTIN, M. *Liga, roda, clica. Estudos em mídia, cultura e infância*. São Paulo: Papyrus, 2008, p. 41-56.

SETTON, Maria da Graça. *Mídia e educação*. 1.ed. São Paulo: Contexto, 2011.

SODRÉ, Muniz. *Reinventando a educação: diversidade, descolonização e redes*. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

WASKO, Janet. The commodification of youth culture. In: DROTNER, Kristen; LIVINGSTONE, Sonia (eds.). *The international handbook of children, media and culture*. London: Sage Publications, 2008, p. 460-474.

## ANEXO I - Lista de sites

### PORTAIS DAS EMISSORAS

Globo – <http://redeglobo.globo.com>

SBT – <http://www.sbt.com.br>

Band – <http://www.band.uol.com.br/tv>

Record – <http://rederecord.r7.com>

RedeTV – <http://www.redetv.uol.com.br>

TV Brasil – <http://tvbrasil.ebc.com.br>

Futura – <http://www.futura.org.br>

Cultura – <http://tvcultura.cmais.com.br>

TV Escola – <http://tvescola.mec.gov.br>

Gloob – <http://mundogloob.globo.com>

Disney Channel – <http://disneychannel.disney.com.br>

Disney XD – <http://www.disney.com.br/disneyxd>

Disney Junior – <http://disneyjunior.disney.com.br>

Nickelodeon – <http://mundonick.uol.com.br>

Nick Jr – <http://mundonick.uol.com.br/nickjr>

Discovery Kids – <http://discoverykidsbrasil.uol.com.br>

TV Rá Tim Bum – <http://tvratimum.cmais.com.br>

Cartoon Network – <http://www.cartoonnetwork.com.br>

Boomerang – <http://www.boomerang.com.br>

Tooncast – <http://www.tooncast.tv>

### SITES COM AS GRADES DE PROGRAMAÇÃO

Globo – <http://redeglobo.globo.com/programacao.html>

SBT – <http://www.sbt.com.br/programacao>

Band – <http://www.band.uol.com.br/tv/programacao.asp?local=net>

Record – <http://rederecord.r7.com/programacao>

RedeTV – <http://www.redetv.uol.com.br/programacao>  
TV Brasil – <http://tvbrasil.ebc.com.br/programacao>  
Futura – <http://www.futura.org.br>  
Cultura – <http://tvcultura.cmais.com.br/grade>  
TV Escola – <http://tvescola.mec.gov.br/tve/programacao/30-11-2015>  
Gloob – <http://mundogloob.globo.com/programacao.html>  
Disney Channel – <http://disneychannel.disney.com.br/programacao>  
Disney XD – <http://www.disney.com.br/disneyxd/programacao/>  
Disney Junior – <http://programacao.disney.com.br/jr/>  
Nickelodeon – <http://mundonick.uol.com.br/programas/grades>  
Nick Jr – <http://mundonick.uol.com.br/nickjr>  
Discovery Kids – <http://discoverykidsbrasil.uol.com.br/programacao>  
TV Rá Tim Bum – <http://tvratimum.cmais.com.br/grade>  
Cartoon Network – <http://www.cartoonnetwork.com.br/programacao>  
Boomerang – <http://www.boomerang.com.br/campaigns/programacao>  
Tooncast – <http://www.tooncast.tv/programacao.html>

## **SITE DOS PROGRAMAS INFANTIS INFORMATIVOS**

X-Tudo – <http://cmais.com.br/x-tudo>  
Blog do Geninho – <http://tvratimum.cmais.com.br/blogdogeninho/blog>  
O Teco Teco – <http://tvbrasil.ebc.com.br/o-teco-teco>  
Pandorga – <http://www.tve.com.br/programas/pandorga>  
Mundo da Leitura – <http://www.mundodaleitura.upf.br/programa/o-mundo-da-leitura.html>  
Pequenos Campeões – <http://www.sbt.com.br/pequenoscampeoes>

