

IMAGINÁRIO INFANTIL, UM SIMULACRO DE IDÉIAS “REAIS”. OS PROGRAMAS DE TELEVISÃO DIRECIONADOS AO PÚBLICO INFANTIL.

Poliane Brandalize Gontarz¹

Demorou muito tempo até que se desse conta de que as crianças não são homens ou mulheres em dimensões reduzidas. As crianças criam para si, brincando, o pequeno mundo próprio.

Walter Benjamin

Resumo

Este artigo tem como objetivo a função da televisão sobre o olhar e imaginário da criança. Demonstrar o que a televisão e principalmente a programação dirigida ao público infantil tende a criar e despertar no imaginário infantil. Além de analisar os formatos de programas infantis, papel da apresentadora, significado da apresentadora. O mundo real para a criança pode ser considerado a tela da TV onde acontece uma representação do que é real para o universo infantil. A relação estabelecida entre o imaginário infantil, o real e o simulacro, está diretamente relacionado na forma com que essa criança passa a receber os tipos de informação dos programas de televisão.

Palavras-chaves

Imaginário Infantil; Programas de Televisão; Simulacro.

Abstract

This article aims function of television on attitudes and the child's imagination. Demonstrate that television programming and primarily directed to children tends to create and arouse in the child's imagination. Besides analyzing the shapes of children's programs, the role of host, meaning the presenter. The real world for a child can be considered the TV screen where a true representation of what is real for the infant universe. The relationship established between a child's imagination, the real and the simulacrum, is directly related in the way that children receive the kinds of information of television programs.

Keywords

Imagination Playground, Television Broadcasting; Simulation.

As transformações tecnológicas estão em alta velocidade, com isso muitas relações têm se alterado, econômicas, culturais, e sociais, predispondo ao homem inúmeras oportunidades de entretenimento. Com isso as relações entre os grupos familiares também passam por esse acelerado processo de alteração, criando assim uma nova ordem de cultura, onde adultos buscam ser crianças e crianças querem logo ser adultas.

As mais diversas experiências cotidianas aparecem em grande número tanto para o universo adulto, quanto para o universo infantil. Dentre essas experiências temos uma forte contribuição dos meios de comunicação, em especial a televisão, que passa a ser quase um membro da família, onde já não fazemos mais nada sem a presença dela. Almoçamos, jantamos, conversamos, estudamos e dormimos ao som de fundo de uma vasta programação televisiva, independentemente do horário.

Dentro da compreensão dessa transformação de cultura e valores, aponta-se o aparelho de TV como membro da família e que em muitas vezes toma e desempenha o papel de um dos membros da família, as crianças são os principais alvos e conseqüentemente os maiores afetados com essa intensa transformação.

Os pais com grandes obrigações e na própria condição de darem educação e sustento aos seus filhos, se encontram fora de casa por boa parte de seu tempo. Isso reflete na condição e importância que a televisão exerce sobre a criança. Os pais não conseguem filtrar e classificar o que seus filhos estão assistindo na televisão e nem dialogar sobre. Logo aquilo que é passado na televisão, torna-se referência ao mundo infantil, tendo isso como verdade, fazendo parte do seu imaginário e também o seu real.

Aí está a criança entregue pela família aos cuidados da televisão. Pela mãe ocupadíssima, pelo pai ausente, pela cidade que se esqueceu de abrir espaços de convivência para ela, pelo isolamento da família nuclear: a relação da criança com a televisão também é determinada pela ordem que a cerca. Aí está ela entregue a este grande Outro, senhor do código e da lei; um código impossível de ser simbolizado justamente porque nunca se cala, e se manifesta em um fluxo de imagens concretas, abundantes, regidas por leis muito semelhantes as que regem as formações oníricas. E que ainda por cima é capaz de – à maneira da mãe do bebê – nomear o tempo todo o desejo da criança e assim nomear quem ela é, mesmo que ela não seja o que o código do Outro lhe diz – mas quem é ela para se dar conta? (Kehl, 2006: 62)

Na sociedade de consumo proposta por Baudrillard (1995), a criança não é mais dependente do adulto, o filho de um cliente, mas sim o próprio cliente exercendo influência e decisão no poder de compra, sendo considerado no estado e estudado no comportamento de compra do consumidor, e também alvo de toda publicidade que vem com toda força apostar nesse novo cliente.

A televisão passa a ser um dos produtos de maior consumo do público infantil, o meio de comunicação preferido pelas crianças. A criança passa boa parte de seu tempo brincando com a televisão, interagindo com ela, imaginando e se imaginando dentro dela.

A televisão inclui a criança no universo de seu público televisivo, a criança passa a ser protagonizada em boa parte dos programas. A linguagem, os sons, imagens e personagens utilizados nesses programas começam a fazer parte do seu imaginário infantil e de seu mundo criado por essas percepções e experiências.

Os programas direcionados ao público infantil tentam resgatar esse tempo, essa infância que poder estar sendo perdida, ao invés de brincar, vamos assistir à televisão.

Obviamente que nem todos os programas destinados ao público infantil obedecem a essa ordem, de vender o que a apresentadora consome e com isso conseguir uma venda completa de produtos. Embora muito utilizado alguns programas fogem do formato “enlatado” para crianças, percebe-se alguma preocupação com o que a criança passa a consumir televisivo. Esse advento ainda é recente, essa preocupação com a qualidade dos programas, trabalhando com o lúdico e o lado educativo desse programas é relativamente novo, considerando televisão brasileira, temos a TV Cultura² que demonstra essa nova proposição de programação de cunho educativo direcionado as crianças.

Os formatos de programas infantis são os mais variados possíveis, porém o mais rentável é o tradicional com a presença da apresentadora de palco, dividido em blocos de desenhos, um jogo estilo gincana, com a participação da platéia, e pouquíssimos intervalos comerciais. Como exemplos de apresentadoras temos: a Xuxa, Angélica, Eliana, Mara Maravilha, Jackeline, entre outras do gênero.

A figura da apresentadora do programa é de extrema importância para o andamento e sucesso do programa, ela deve estar em plena sintonia com seu público. Sua linguagem, suas atitudes, tudo é constantemente avaliado por seus espectadores e sua platéia, não é por acaso que elas dizem a todo o momento: “Eu amo todos vocês”, falam o que as crianças querem ouvir, acordam as crianças com “Bom dia amiguinhos!” e se despedem mandando beijos e mais beijos.

A apresentadora torna-se então a essência do programa é ela que irá conduzir e direcionar a criança até onde desejar, ela exerce certa influência no real e imaginário das crianças. O caso específico da apresentadora Xuxa é um clássico.

A Xuxa se enquadra no imaginário das crianças brasileiras como musa, para os meninos, e modelo a ser seguido pelas meninas. É a namorada que os meninos gostariam de ter quando crescerem, e a mulher linda e de sucesso que as meninas gostariam de ser quando adultas. (Rodrigues, 1993: 33)

O *index-appeal*³ da apresentadora Xuxa é fortemente mensurado e como consequência ela mexe diretamente com o imaginário das crianças, uma vez que ela é loira de olhos azuis, alta e magra, rosto angelical, faz o perfeito estereótipo da mocinha, da fada, da boazinha, ou seja, perfeita. A Xuxa lançou moda com seus penteados, suas botas altas, além da sua variedade de produtos por ela assinados, mochila, sapato, tênis, roupas infantil, CD, DVD, aparelhos eletrônicos, perfumes e cremes, entre outros. Por sua simpatia, envolvimento e credibilidade com seu público, que perdura à aproximadamente vinte anos, ela serviu e ainda serve como porta voz da emissora. Uma vez que Xuxa disse, está dito e aprovado!

O imaginário é parte inseparável da essência humana. Nas crianças o imaginário é condição de experimentar e estar disposta a novas experiências. Diante de uma sociedade dependente da mídia, em específico da televisão, o imaginário infantil torna-se referente do que está sintonizado na tela da televisão.

A televisão universaliza o imaginário, responde com formulações do código social as questões mais subjetivas e não contraria em nenhum momento a realização de desejos. Quem poderá desencantar esta criança, bela adormecida enfeitada pelo espelho que só responde sim as suas tentativas de permanecer onipotente? Quem poderá despertá-la

de seu sonho de alienação e devolvê-la ao mundo onde convivem os homens e as mulheres? Um beijo de amor, diz a lenda. E aqui cabe lembrar que o mundo desta criança já foi povoado antes que ela tenha sido entregue aos cuidados da televisão. (Kehl, 2006: 63)

A criança quando sonha, segundo teoria freudiana, está representando uma espécie de negociação, uma solução de compromisso, entre o consciente e o inconsciente. Este inconsciente pode estar sendo, de certa forma, regulado por ações e conceitos produzidos pela televisão. Sendo considerado então que o sonho possa ser parte integrante da realidade da criança.

A criança absorve como esponja todo o conteúdo despejado pela televisão, sem poder argumentar ou questionar sobre o que é verdade e o que é representação do real. O conteúdo televisivo, para uma maior compreensão passamos a chamar de signos⁴.

A semiótica Perciana⁵ estabelece a relação tríade entre: objeto, signo e interpretante. Os signos são classificados em ícone, índice e símbolo. Concentrando-se no modo inicial como forma de representação do real. Estabelecendo um efeito de sentido no público atingido, mais específico para o contexto, os programas de televisão direcionados ao público infantil.

Muitas vezes a criança se desliga do mundo real para entrar no mundo da simulação oferecida pela televisão, um mundo de representações, um simulacro⁶ de idéias que aparentemente são reais para a criança que não tem discernimento em separá-las e diferenciá-las.

Assim, impossibilitadas de fazer contato com o real, as crianças passam das atividades de criação para as atividades de recepção do produto cultural que lhes é oferecido como objeto acabado. É a cultura da substituição do real pelo simbólico... (Pacheco, 1991: 11)

A representação de um mundo real feito pelas telas da TV é de grande perfeição, cada detalhe é pensando para que fique tudo muito próximo da realidade. A vida passa a ficar cada vez menos real.

Supõe-se habitualmente que o fantástico reprime na criança a construção do real, como se o real devesse inevitavelmente ser

elaborado contra o imaginário, ou o imaginário contra o real. [Tal concepção] nascerá de duas causas tão ligadas: de um lado, espécie de desprezo inconsciente da criança, subestima-se sua capacidade de aprender a construir, pouco a pouco, uma ficção sabendo que é uma ficção, de entrar na ficção de outrem tendo consciência disso. De outro lado, visão muito esquemática e dicotômica do desenvolvimento respectivo da inteligência lógica conceitual, e da imaginação" (Held, 1980: 47).

A linguagem televisiva combina o real e o imaginário de forma alucinatória. A criança encontra na tela um novo brincar, uma nova opção, um novo mundo, provavelmente um mundo encantado. A concepção de escolha entre esses mundos tão distantes, mas aproximados pelas telas da televisão passa a ser trabalhada através da dissonância cognitiva⁷ da criança.

A televisão passa a ter um novo lugar social, faz parte das famílias como substituta de algum membro da família. Nem sempre as crianças buscam respostas para o que dito pela televisão, logo aceitam aquilo como verdade.

Existe uma grande confusão entre o mundo que pertence a criança e o mundo que pertence ao adulto, isso não é somente reflexo da televisão, mas principalmente das condições atuais de quem estamos vivendo. É criança querendo ser adulto e adulto querendo ser criança. Essas simulações de mundos tão opostos se confundem sem perceber o que é real e o que passa a ser ficção na vida de cada um deles.

Acredita-se que boa parte dos programas direcionados ao público infantil não tem consentimento e nem interesse em trabalhar somente com programação de cunho educativo, até porque boa parte das receitas vindas dos programas são dos *merchandising* e da venda indireta de produtos, utilizados pelas apresentadoras ou recomendados por elas.

A relação estabelecida entre o imaginário infantil, o real e o simulacro, está diretamente relacionado na forma com que essa criança passa a receber os tipos de informação dos programas de televisão. Depende também da maneira com que essas “verdades” passam a ser explicadas ou questionadas pelos pais ou até mesmo pela escola.

A TV é sensível ao novo. Um novo que é despertado por novas idéias, novos valores e posturas sociais. Mas desperto, igualmente, pelas próprias características do meio, em que rapidez, agilidade e tecnologia oferecem condições necessárias para a viabilização de novos enfoques, de novas propostas. (Magalhães, 2007: 127)

E a culpa é de quem? Definitivamente, de ninguém, pois com as frenéticas mudanças de ordem social, econômica, política e própria do ser humano, as relações e interações devem estar em constantes alterações, logo o que deve e pode ser antecipado é a preparação para essas novas fases, novas oportunidades e novas ameaças.

Referências:

Baudrillard, J. (1995) *A Sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70.

Held, Jaqueline. (1980) *O imaginário no poder: as crianças e a literatura fantástica*, 2ª., SP, Summus.

Kehl, Maria Rita. (2006) *Imaginar e pensar*. In: NOVAES, Adauto (Org.) *Rede Imaginária: televisão e democracia*. – São Paulo: Companhia da Letras, Secretaria Municipal de Cultura.

Magalhães, Cláudio Márcio. (2007) *Os programas infantis da TV: teoria e pratica para entender a televisão feita para as crianças*. Belo Horizonte: Autêntica.

Pacheco, Elza Dias (Org.). (1991) *Comunicação, educação e arte na cultura infanto-juvenil*. São Paulo: Loyola.

Rodrigues, Ricardo. (2003) *Xuxa e a sensualidade na programação infantil da TV brasileira*. Symposium. Revista de Humanidades, Ciências e Letras. Recife: Unicap.

¹ Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (2008). Especialista em Gestão e Organização de Eventos. Graduada em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas (PUC –PR) e Pedagogia (UFPR) . Professora e coordenadora do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade do Contestado – Campus Mafra/SC. E-mail: polianerp@mfa.unc.br

² TV Cultura de São Paulo, categorizada como emissora educativa estatal (mantida com recursos públicos), como se os programas exibidos por sua grade de programação já sejam considerados educativos.

³ *Index-appeal*: expressão que poderia se traduzir como chamamento indicial. Proposto pelo pesquisador Prof. Dr. Fernando Andacht.

⁴ A idéia de signo serve como algo que substitui a outra, de forma proporcionar um complexo de relações.

⁵ Semiótica Perciana, baseada em estudo realizados por Charles Sanders Peirce (1839-1914). A semiótica é também conhecida por teoria dos signos, ciências dos signos ou processos de significação.

⁶ Simulacro, a partir de conceitos estabelecidos por Jean Baudrillard em sua obra “Simulacros e Simulação”.

⁷ A dissonância cognitiva ocorre em situações onde o indivíduo precisa escolher entre duas convicções ou ações compatíveis.