

PERSPECTIVAS SOBRE



# A CRIANÇA E A MÍDIA

CATHARINA BUCHT

CECILIA VON FEILITZEN



MINISTÉRIO  
DA JUSTIÇA



Título original: Outlooks on Children and Media

Publicado originalmente pela UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom

©UNESCO 2001

©UNESCO 2002 Edição brasileira

A edição brasileira foi publicada pelo Escritório da UNESCO no Brasil

As autoras são responsáveis pela escolha e pela apresentação dos fatos contidos nesta publicação e pelas opiniões aqui expressas, que não são necessariamente as da UNESCO e não comprometem a Organização. As designações empregadas e a apresentação do material não implicam a expressão de qualquer opinião que seja, por parte da UNESCO, no que diz respeito ao *status* legal de qualquer país, território, cidade ou área, ou de suas autoridades, ou no que diz respeito à delimitação de suas fronteiras ou de seus limites.

**Conselho Editorial da UNESCO**

Jorge Werthein  
Maria Dulce Almeida Borges  
Célio da Cunha

**Comitê para a Área de Direitos Humanos e Cultura de Paz**

Carlos Alberto Vieira  
Marlova Jovchelovitch Noletto  
Roberta Martins  
Marta Porto

*Tradução:* Patrícia de Queiroz Carvalho

*Revisão:* Reinaldo Lima

*Editoração Eletrônica:* Fernando Brandão

*Assistente Editorial:* Larissa Vieira Leite

*Design gráfico:* Edson Fogaça

*Fotos da Capa:* Photodisc

©UNESCO, 2002

Feilitzen, Cecilia Von

Perspectivas sobre a criança e a mídia / Cecilia von Feilitzen e Catharina Bucht; tradução de Patrícia de Queiroz Carvalho – Brasília: UNESCO, SEDH/Ministério da Justiça, 2002.

316p.

Título original: Outlooks on Children and Media

ISBN: 85-87853-46-5

1. Comunicação de massa - Influência 2. Comunicação de massa e crianças 3. Televisão e crianças I. Bucht, Catharina II. UNESCO II. Carvalho, Patrícia de Queiroz III. Título

CDD 302.23

Division of Women, Youth and Special Strategies  
Youth Coordination Unit/UNESCO-Paris



**Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura**

Representação no Brasil

SAS, Quadra 5 Bloco H, Lote 6,

Ed. CNPq/IBICT/UNESCO, 9º andar.

70070-914 – Brasília – DF – Brasil

Tel.: (55 61) 321-3525

Fax: (55 61) 322-4261

E-mail: UHBRZ@unesco.org

# Sumário

Prefácio .....	7
Apresentação .....	9
Abstract .....	11
Os Direitos das Crianças .....	13
As Crianças no Mundo .....	17
As Transformações no Ambiente da Mídia .....	19
Tendências Recentes na Programação Infantil .....	25
Jogos Eletrônicos .....	33
Propaganda Comercial .....	37
Esperanças e Medos .....	45
O Acesso das Crianças à Mídia .....	47
Quanto as Crianças Usam a Mídia? .....	53
As Crescentes Diferenças quanto ao Uso da Mídia .....	59
Que Conteúdos de Mídia as Crianças Preferem? .....	65
A Imagem da Criança .....	71
Recepção e Influência da Mídia .....	79
A Conscientização Global Crescente .....	91
Exemplos de Encontros Internacionais sobre Crianças e Mídia a Partir de 1990 .....	95
Educação para a Mídia, Cultura de Mídia e de Comunicação .....	119
Crianças, Escola e Trabalho .....	125
A Participação das Crianças e a Democracia .....	127
Exemplos de Organizações e Redes – Cultura de Mídia e Participação das Crianças .....	157



A Influência da Violência na Mídia .....	197
Regulamentação e Auto-regulamentação .....	227
Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre as Crianças e a Mídia .....	233
Apêndice .....	279
Lista de Países dos Sumários Regionais .....	281
A Mídia no Mundo .....	283
A Classificação dos Países por Renda.....	287
Referências .....	289
Sumário de Conteúdos .....	309

## Prefácio

A Clearinghouse da UNESCO sobre Crianças e Violência nas Telas está agora publicando seu quarto Livro Anual, *Perspectivas sobre a Criança e a Mídia*. O primeiro Livro Anual, *A Criança e a Violência na Mídia* foi lançado em 1998. Por razões naturais, naquele ano, o foco voltou-se para as pesquisas sobre a influência exercida nas crianças pelas representações de violência na mídia. Nós, que trabalhamos na Clearinghouse, sentimos que seria importante livros anuais subsequentes, pois serviriam para ampliar e contextualizar o conhecimento nessa área. Foi por essa razão que a Clearinghouse dedicou seus Livros Anuais aos tópicos *Educação para a Mídia* (1999) e *As Crianças na Nova Paisagem da Mídia* (2000). O mesmo espírito continua presente no livro deste ano, cujo desenho final difere do dos anos anteriores.

O que deu origem ao Livro Anual 2001 foi a honrosa incumbência conferida no ano passado à Clearinghouse pelo Centro Europeu de Televisão para Crianças (E.C.T.C) e pelo Instituto Audiovisual Helênico (IOM). Essa incumbência era a de desenvolver um índice de crianças e mídia, tomando como ponto de partida a cultura de mídia (*media literacy*) para a *Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças*, realizada em Tessalônica, na Grécia, em março de 2001. A publicação resultante dessa incumbência foi apresentada na Terceira Cúpula Mundial, quando foi alvo de grande interesse. Mesmo após o encerramento da Cúpula, ela continuou sendo bastante procurada. Foi nessas circunstâncias que nós, da Clearinghouse, decidimos ampliá-la e atualizar os conteúdos da primeira “Perspectivas”, e pareceu-nos natural transformar essa publicação em nosso Livro Anual de 2001. Dado o grande interesse nesse tipo de publicação, a Clearinghouse pretende publicar – a cada três ou quatro anos – uma nova *Perspectivas sobre a Criança e a Mídia*. Os outros Livros Anuais seguiriam nosso atual modelo, com artigos relacionados a

um tópico de interesse, bem como relatórios sobre informações factuais relativas às crianças e à mídia. Esperamos, assim, melhor atender às necessidades dos diferentes grupos de usuários. O tópico do Livro do próximo ano será *As Crianças, a Mídia e a Globalização*.

O objetivo do Livro Anual de 2001, *Perspectivas sobre a Criança e a Mídia*, é oferecer um panorama amplo sobre as crianças e a mídia no mundo, enfocando a cultura de mídia nos múltiplos sentidos dessa expressão. O conceito de “cultura de mídia” já recebeu muitas definições por todo o mundo, questão essa mencionada no livro. O que temos em mente, aqui, é o conhecimento sobre as crianças e a mídia e sobre os esforços feitos no sentido de concretizar os direitos das crianças quanto a essa área, inclusive seu direito de exercer influência e de participar da mídia. O Livro Anual contém uma análise das tendências internacionais, recentes e atuais, relativas à cultura de mídia, incluindo pesquisas sobre as crianças e a mídia – ou seja, resumindo exemplos de pesquisas e práticas, bem como referências a elas, conferências e declarações importantes relacionadas à área e, por último, uma seleção de organizações e websites de interesse.

Partes do *Perspectivas sobre a Criança e a Mídia* são novas, tendo sido escritas especificamente para a presente publicação, ao passo que outras delas foram selecionadas, compiladas e revisadas a partir das publicações mais recentes da Clearinghouse. Gostaríamos de expressar os nossos mais sinceros agradecimentos para todos os que, de todas as partes do mundo, contribuíram para o trabalho da Clearinghouse, sem os quais este livro não se teria tornado realidade.

Esperamos que o Livro Anual de 2001, *Perspectivas sobre a Criança e a Mídia*, venha a contribuir para aumentar a consciência e o conhecimento relativos às crianças e à mídia, incentivar pesquisas subseqüentes e aumentar a capacidade das crianças como usuárias de mídia.

Göteborg, outubro de 2001

*Ulla Carlsson*  
Diretora

# Apresentação

No marco de suas políticas de valorização da pessoa humana, a UNESCO Brasil, com o apoio da Secretaria de Estado de Direitos Humanos do Ministério da Justiça, vem dispensando especial atenção aos efeitos da mídia no processo de socialização das crianças e adolescentes. Nessa perspectiva, traduziu e editou em 1999 a obra organizada por Cecília von Feilitzen e Ulla Carlsson intitulada *A Criança e a Violência na Mídia*, centrada nos resultados de pesquisas acerca da influência sobre as crianças pelas representações de violência na mídia; em seguida, das mesmas autoras, foi lançado em 2001, *A Criança e a Mídia – Imagem, Educação e Participação*, obra que descreve o pensamento de pesquisadores e comunicadores para ajudar os jovens a entenderem o alcance e os efeitos da mídia na educação. O sucesso obtido por esses dois livros junto aos especialistas e ao público em geral foi fator decisivo para a edição, em língua portuguesa, do Livro Anual de 2001 da Clearinghouse da UNESCO sobre Crianças e Violências nas Telas com o título de *Perspectivas sobre a Criança e a Mídia*.

Como diz Ulla Carlsson no Prefácio, o objetivo da obra foi oferecer um panorama amplo sobre as crianças e a mídia no mundo, enfocando a cultura da mídia em múltiplos sentidos, com vistas ao objetivo de concretizar os direitos das crianças quanto a esse setor, inclusive o direito das crianças de exercer influência e de participar da mídia.

A participação de crianças e jovens na mídia, opinando sobre diferentes tipos de programas, é fundamental para construirmos, nesse novo milênio, uma mídia pautada por valores éticos. O que se torna cada vez mais difícil de admitir é a passividade diante da violência na mídia que está se convertendo em obstáculos para o desenvolvimento de uma cultura de paz. A Convenção sobre os Direitos da Criança, válida para crianças menores de 18 anos, foi endossada pela maioria dos países. Esse compromisso público internacional destaca a necessidade de atender aos interesses das crianças. Por isso mesmo, elas deverão ser ouvidas em tudo o que lhes diz respeito.

Como todos nós sabemos, o papel tradicionalmente exercido pela família, como meio natural de socialização das crianças e adolescentes, foi aos poucos sendo substituído pela mídia. A família, pelas mudanças que ocorreram em sua configuração e papel, reduziu de forma significativa suas funções socioeducativas. Disso, decorre a necessidade de nos voltarmos para a mídia e conhecer os seus efeitos.

A Convenção dos Direitos da Criança dispõe, em seu artigo 17, que os Estados-Membros reconhecem a importante função desempenhada pelos meios de comunicação de massa e que, devido a isso, eles devem ser incentivados a divulgar informações e material que beneficiem as crianças em termos sociais e culturais. Dessa forma, temos esperança de que o presente livro possa ser devidamente considerado por todas as entidades públicas ou privadas que possuem responsabilidade sobre o conteúdo da mídia. O mercado para programas infantis está se ampliando e se tornando mais competitivo. Daí a necessidade de acompanhar e avaliar os programas que estão sendo lançados.

Este livro examina com lucidez temas decisivos como as novas tendências da programação infantil, os jogos eletrônicos, a propaganda direcionada às crianças, esperanças e medos fabricados pela mídia, o tempo dispendido pelas crianças com a mídia, entre outros. O que chama a atenção no tempo médio gasto com a mídia é a elevada exposição. No Chile, por exemplo, crianças entre 5 e 14 anos, assistem televisão entre 2 e 4 horas por dia; na Suécia, crianças e jovens entre 9 e 18 anos utilizam todos os meios de comunicação cerca de 4 a 6 horas por dia. Esses dados mostram a relevância do tema e a necessidade de aprofundarmos estudos sobre os efeitos dos meios de comunicação coletiva no processo de socialização de crianças e adolescentes.

Para concluir, importa alertar que as novas tecnologias da informação e da comunicação possuem potencialidades jamais vistas, que poderão ser aproveitadas tanto para fins éticos quanto não-éticos. As denúncias recentes de pedofilia na internet indicam a utilização não-ética do conhecimento. Nesse quadro, é urgente uma educação para a mídia, que deve começar na família e continuar na escola. Fica patente ainda a necessidade de amplo envolvimento da sociedade civil com o objetivo de assegurar o direito de todos a uma mídia de qualidade.

*Paulo Sérgio Pinheiro*  
Secretário de Estado de Direitos Humanos  
Ministério da Justiça

*Jorge Werthein*  
Diretor da UNESCO  
no Brasil

# Abstract

Offering a broad panoramic view of children and the media in the world, UNESCO Brazil and State Secretariat of Human Rights present the book *Perspectives on Children and the Media*. The book was originally a UNESCO Clearinghouse publication focused on the topic of great interest *Children and Violence on Screen*. In addition to focusing on the multiple meanings of the expression “media culture”, it broadens the knowledge of the efforts that have been made in terms of making the rights of children concrete, including the right to influence and participate in the media.

Through analysis of recent international trends in relation to media culture – including surveys and practices on children and the media, as in conferences and important statements related to the area – the book also contains a selection of organizations and websites of interest.

At the same time, this interesting study focuses on the hopes and preoccupations emerging through the electronic visual and digitized media in greater and greater numbers every day. These media are at the children and youths’ disposal. The hopes are for greater freedom of choice and access to information for all. There are, however, fears and preoccupations concerning standardization, the frequency of the most violent types of entertainment, the powerful effects of advertising and marketing that exploit young beliefs and influence their development, the existence of pornography, and the discriminatory way of portraying gender, social groups, cultures and nations. There is also emphasis placed in a profound way on ethical questions that touch the arguments against and in favor of means for regulation and responsibilities for the interests of children in TV advertising aimed at them.

Finally, the book expresses a warning and a relevant contribution, focusing on expanding consciousness and knowledge related to children and the media. The foundation was laid in the *United Nations Convention*

*on Children's Rights* of 1989, principally on Article 17, which recognizes the important function performed by the communication media, seeking to assure that the child has access to information and tools provided by the entire range of national and international sources, especially those dedicated to the promotion of the child's social, spiritual, and moral well-being as well as the child's physical and mental health.

# Os Direitos das Crianças

## *A Mídia e a Convenção sobre os Direitos da Criança*

“A Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, de 1989, válida para crianças menores de dezoito anos, foi formalmente endossada por todos os países, com exceção de dois.<sup>1</sup> Ela contém quatro princípios básicos, que visam a orientar a formulação de políticas que afetem a criança.

Em primeiro lugar, ela estipula quais decisões devem ser tomadas levando-se em conta, principalmente, *os interesses das próprias crianças*.<sup>2</sup> Deverão ser ouvidas *as opiniões das próprias crianças*.<sup>3</sup> Não apenas sua sobrevivência, mas também *seu desenvolvimento* deverão ser assegurados.<sup>4</sup> Finalmente, não deverá haver *qualquer discriminação* entre crianças; cada criança deverá desfrutar os direitos que lhe cabem.<sup>5</sup>

Esses princípios, com suas cruciais dimensões, tanto de participação quanto de proteção, refletem-se nos artigos substantivos da Convenção. Dentre estes, um, em particular – o artigo 17 – trata da criança e dos meios de comunicação. Diversos outros artigos são também da maior relevância para a mídia, como por exemplo o artigo 13.” (Hammaberg, 1997, p. 5)

---

<sup>1</sup> A Somália e os Estados Unidos (1998-). Em 1997, três países não haviam ratificado a Convenção.

<sup>2</sup> Artigo 3º.

<sup>3</sup> Artigo 13.

<sup>4</sup> Artigo 6º.

<sup>5</sup> Artigo 2º.



### Artigo 13

1. A criança terá o direito de liberdade de expressão; esse direito deverá incluir a liberdade de buscar, receber e comunicar informações e idéias de todos os tipos, independentemente de fronteiras, seja oralmente, de forma manuscrita ou impressa, na forma de arte ou usando qualquer outro meio escolhido pela criança.
2. O exercício desse direito poderá estar sujeito a determinadas restrições, mas estas limitar-se-ão ao que for estipulado em lei e ao que se fizer necessário:
  - (a) para a observância dos direitos ou reputação de terceiros; ou
  - (b) para a proteção da segurança nacional ou da ordem pública (*ordre public*), ou da saúde ou da moral públicas.

### Artigo 17

Os Estados-Membros reconhecem a importante função desempenhada pelos meios de comunicação de massa, e deverão assegurar que a criança tenha acesso às informações e ao material provenientes de toda uma gama de fontes nacionais e internacionais, em especial aquelas dedicadas à promoção de seu bem-estar social, espiritual e moral, bem como de sua saúde física e mental. Visando a esse objetivo, os Estados-Membros deverão:

- (a) incentivar os meios de comunicação de massa a divulgar informações e material que beneficiem as crianças em termos sociais e culturais, e de conformidade com o espírito do artigo 29;
- (b) incentivar a cooperação internacional na produção, intercâmbio e divulgação de informações e materiais dessa natureza, provenientes de uma variedade de fontes culturais, nacionais e internacionais;
- (c) incentivar a produção e a divulgação de livros infantis;
- (d) incentivar os meios de comunicação de massa a darem tratamento especial às necessidades lingüísticas de crianças pertencentes a grupos minoritários ou indígenas;
- (e) incentivar o desenvolvimento de diretrizes apropriadas para proteger a criança contra informações e materiais que sejam danosos ao seu bem-estar, tendo em mente as disposições dos artigos 13 e 18.

## **Organizações de Direitos da Criança**

Além da Comissão das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança, há todo um espectro de organismos das Nações Unidas, de organizações não-governamentais (ONGs), de instituições acadêmicas e de indivíduos de todo o mundo, que trabalham ativamente em prol dos direitos das crianças, por meio de programação, pesquisa, defensoria ou campanhas, e que estão comprometidos com a implementação da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança. Na presente publicação, mencionamos apenas alguns exemplos dessas organizações e redes – as que enfocam especificamente as crianças e a mídia. Para uma listagem mais abrangente das organizações de direitos da criança, ver o website da Child Rights Information Network (CRIN): <http://www.crin.org>.

## **A Sessão Especial das Nações Unidas sobre as Crianças**

A Assembléia Geral das Nações Unidas decidiu convocar uma Sessão Especial sobre as Crianças, de 19 a 21 de setembro de 2001, na sede das Nações Unidas, em Nova York. Devido ao atual momento de Nova York e todo o mundo, a Sessão sofreu adiamento, mas, ao que se espera, ela será realizada em 2002. Ela reunirá líderes de governo e chefes de Estado, ONGs e defensores dos direitos das crianças, bem como os próprios jovens, a fim de examinar os avanços da Declaração e do Plano de Ação Mundiais da Conferência de Cúpula de 1990, e também para renovar compromissos e examinar ações futuras relativas às crianças. Espera-se que a Sessão Especial venha a produzir uma agenda global que contenha um conjunto de objetivos e um plano de ação voltado a assegurar três resultados essenciais:

- O melhor começo de vida possível para todas as crianças.
- Uma educação fundamental de boa qualidade para todas as crianças.
- Oportunidades para todas as crianças, para os adolescentes em especial, de participação significativa em suas comunidades.

Para maiores informações sobre a Sessão Especial das Nações Unidas sobre as Crianças, ver <http://www.unicef.org/specialsession>.

Visite também o website da CRIN (ver seção precedente) para maiores informações sobre as atividades de ONGs e questões relacionadas com a Sessão Especial.

## O Movimento Global pelas Crianças – Diga Sim pelas Crianças

Após a Sessão Especial sobre as Crianças (ver acima), o Movimento Global pelas Crianças levará a todo o mundo a mensagem da Sessão Especial, e fará com que os líderes assumam responsabilidade pelos acordos por eles firmados. O Movimento Global – uma coalizão de base ampla formada pela UNICEF, por outras organizações e indivíduos que se dedicam aos direitos e ao bem-estar das crianças – vem-se esforçando para criar uma voz uníssona para todos aqueles que, em todo o mundo, trabalham pela melhoria da vida das crianças.

O Movimento lançou, em 26 de abril de 2001, a campanha global “Diga Sim pelas Crianças”, encabeçada por um grupo de personalidades internacionais que inclui, por exemplo, Nelson Mandela, Graça Machel, Kofi Annan e Bill Gates. Essa campanha vem reunindo pessoas sob a égide de dez princípios amplos, desenvolvidos pelo Movimento e tendo como base a Convenção das Nações Unidas para os Direitos da Criança: 1) Nenhuma Criança Deve Ser Excluída; 2) As Crianças em Primeiro Lugar; 3) Cuide de Todas as Crianças; 4) Combata o HIV/AIDS; 5) Pare de Prejudicar e Explorar Crianças; 6) Ouça as Crianças; 7) Eduque todas as Crianças; 8) Proteja as Crianças contra a Guerra; 9) Proteja a Terra para as Crianças; 10) Combata a Pobreza – Invista nas Crianças.

A primeira grande iniciativa do Movimento “Diga Sim” pretende, portanto, angariar compromissos, de modo a apresentar os resultados aos chefes de estado e de governo durante a Sessão Especial das Nações Unidas sobre as Crianças. Os dez princípios fazem parte da versão preliminar do documento de resultados da Sessão Especial – um plano de ação crítico, direcionado às crianças, a ser aplicado ao longo da próxima década.

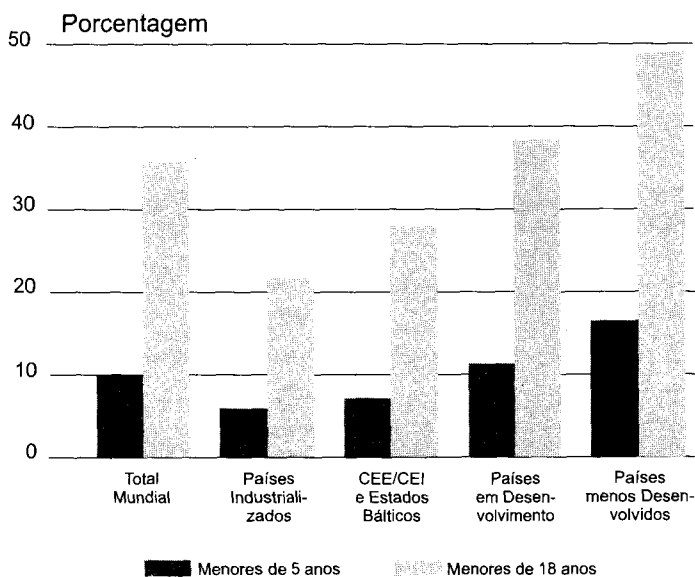
Maiores informações sobre o Movimento Global pelas Crianças, e sobre o formulário “Diga Sim” – que dá a todos a oportunidade de apoiar os princípios e enviar esta mensagem aos líderes mundiais – podem ser encontrados na: <http://www.gmfc.org> e <http://www.unicef.org/say-yes>

# As Crianças no Mundo

As crianças não são um pequeno grupo minoritário “à parte”. Se nós – em conformidade com a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança – por crianças, entendermos todas as pessoas com menos de 18 anos, veremos que elas hoje representam aproximadamente 36% (2,1 bilhões) do total da população mundial (cerca de 6 bilhões).

As crianças se distribuem num segmento não-uniforme pelos diversos continentes. A UNICEF estima que, em média, as crianças menores de 18 anos, nos países ditos industrializados, constituem menos de um quarto (22%) da população. Nos países menos desenvolvidos, cerca da metade (49%) da população é composta de crianças (Figura 1).

**FIGURA 1**  
As Crianças no Mundo, 1999 (percentual da população total)



Para uma lista regional por país, ver Apêndice.

Fonte: *The State of the World's Children 2001*, <http://www.unicef.org> (outubro de 2001)

A distribuição desigual das crianças no mundo se torna ainda mais clara se deixarmos os adultos de fora desse quadro: dos mais de dois bilhões de crianças existentes no mundo, cerca de 13% vivem nos países mais ricos e, cerca de 87%, nos chamados países em desenvolvimento.

# As Transformações no Ambiente da Mídia

## **A Nova Paisagem da Mídia**

“Uma nova paisagem e uma nova ordem estão surgindo em relação à mídia. As culturas da mídia estão mudando, tanto na esfera pública quanto na privada. As informações fluem de maneira cada vez mais livre e com vínculos cada vez mais frouxos em tempo e lugar. O volume de informações veiculado através das novas tecnologias de comunicação continua se expandindo, à medida que as distinções entre computador, televisão, rádio, imprensa, livro e telefonia gradualmente se dissolvem. Falamos de fragmentação e individualização. A cultura da mídia hoje é intensiva e onipresente.

Assistimos, também, a uma reestruturação ampla dos mercados de mídia por todo o mundo. Os mercados nacionais, antes distintos, estão-se integrando numa estrutura de poder global. As fronteiras nacionais, por sinal, estão-se dissolvendo também em outros setores. Essa nova ordem permite que pessoas de todas as partes do globo ouçam sons e vejam imagens provenientes de muitos locais diferentes, próximos ou distantes. Ao mesmo tempo, observamos que um pequeno número de corporações globais de mídia, sediadas principalmente nos Estados Unidos, na Europa e no Japão, hoje fornecem produtos de cultura de massa a audiências cada vez maiores, mais amplas e mais remotas do que em qualquer outra época anterior.” (Carlsson, 2000, p. 9)

## **As Maiores Empresas da Mídia de Entretenimento**

As sete maiores empresas do setor de mídia de entretenimento são AOL-Time Warner, Disney, Viacom, Vivendi-Universal, Bertelsmann, News Corporation e Sony (Tabela 1).

**TABELA 1**

As maiores empresas de entretenimento de todo o mundo, por receita em 2000-2001 (em bilhões de dólares)

<b>Empresa de Mídia*</b>	<b>Domicílio</b>	<b>Receita 2000-2001</b>
AOL- Time Warner	EUA	36,2
Walt Disney	EUA	25,4
Viacom	EUA	23,4
Vivendi-Universal	França-EUA	22,1
Bertelsmann	Alemanha	19,1
News Corp.	EUA	13,8
Sony (divisões de música, filmes, TV da Sony Corp.)	Japão	9,3

\* As empresas editoras sem maior participação em filmes, TV ou música não se qualificam para a Variety's Global 50. No caso dos conglomerados que retiram receita significativa de fontes externas ao setor do entretenimento, a *Variety* desmembrou os bens combinados do setor de entretenimento e/ou de mídia, como as divisões de música, filmes e TV da Sony Corp. Os números foram arredondados.

Fonte: *Variety*, 27 de agosto-2 de setembro de 2001.

## **Televisão, Jogos Eletrônicos, Computadores e a Internet**

A década de 90 pode ser resumida como a década na qual regiões cada vez maiores do mundo passaram a ser inundadas por aparelhos de TV e canais por satélite, e os jogos eletrônicos e os computadores com CD-ROM e conexão com a Internet se disseminaram pelos domicílios de renda elevada.

### **Televisão**

Em 1996, estimava-se que sete em cada dez domicílios em todo o mundo possuíam um aparelho de televisão – um número muito maior que os dois que possuíam telefone. Se comparado a fins da década de 80, esse número representa um aumento de 100% em termos de expansão de canais, de horas assistidas e de aparelhos de televisão domiciliares. Com isso, a televisão reforçou sua posição como o principal meio de comunicação de massa depois do rádio, que ainda é mais essencial nas grandes

áreas rurais da África, Ásia e América Latina. Os canais de TV por satélite atingiram todos os países onde havia televisão, enquanto se multiplicaram os canais transnacionais por satélite, de conteúdo variado. Foi lançado também um grande número de canais-nichos, com conteúdo direcionado a grupos-alvos especiais, dos quais uma parte nada pequena era composta por crianças e jovens (Lamb, 1997).

## Jogos Eletrônicos

Em 1998, o setor de jogos de vídeo e de computador transformou-se na atividade econômica de maior crescimento, e também na mais lucrativa, no tocante ao entretenimento de crianças, com uma receita estimada de 18 bilhões de dólares, em todo o mundo, para empresas que fabricam, projetam e vendem sistema de jogos de console, computadores domésticos, sites recreativos na Internet e fliperamas de jogos eletrônicos. Nos Estados Unidos, o entretenimento digital, em 1998, conquistou fatias do mercado de brinquedos maiores, em termos de renda bruta, que a bilheteria de Hollywood, correspondendo a dez vezes a quantia gasta na produção de televisão para crianças (Kline, 2000). No entanto, o Japão é o líder mundial do setor de videogames. Em 1999, esse setor da indústria japonesa vendeu mais de dez milhões de máquinas e cerca de cem milhões de cópias de software, apenas no mercado interno. As dimensões totais do mercado eram de cerca de duzentos bilhões de yen (dois bilhões de dólares para máquinas e mais de quinhentos bilhões de yen (cinco bilhões de dólares) para software (Sakamoto, 2000).

## Computadores e Internet

A Internet é um meio de comunicação ainda mais jovem. É verdade que a Internet já estava disponível desde inícios da década de 60, quando foi desenvolvida e criada para proteger as comunicações militares de interferência externa. No entanto, foi apenas quando uma nova geração de softwares – os *browsers* da World Wide Web (WWW) – foi apresentada, em inícios da década de 90, que a Internet se difundiu (Evjen e Bjornebekk, 2000). Não há cifras seguras e atualizadas sobre o acesso a computadores em todo o mundo (ver a Tabela 2 do próximo subtítulo), mas existem



estimativas sobre o uso da Internet. Seu crescimento é hoje explosivo. Em agosto de 2001, o total dos usuários da Internet em todo o mundo foi estimado em 8,5% da população (tendo dobrado em relação a dois anos e meio antes). Esse número inclui tanto adultos quanto crianças que acessaram a Internet pelo menos uma vez durante os três meses anteriores ao levantamento (Figura 3 e Tabela 3).

## A Mídia no Mundo – Grandes Disparidades

Apesar da “globalização”, há grandes hiatos no que diz respeito à distribuição da mídia por todo o mundo. No Apêndice, a Tabela “A Mídia no Mundo” apresenta o número de linhas telefônicas, telefones celulares, jornais, rádios, televisões, computadores, usuários da Internet, bem como o consumo de eletricidade nos diferentes países do mundo.

A Tabela 2, abaixo, é um resumo, cobrindo um número menor de meios de comunicação, de acordo com o nível de renda do país.

**TABELA 2**

Televisões, computadores, linhas telefônicas e usuários da Internet, total mundial e segundo a classificação dos países por nível de renda, 1999-2000

	Aparelhos de televisão por 1.000 hab.*	Computadores pessoais por 1.000 hab.*	Linhas telefôni- cas fixas por 1.000 hab.	Assinaturas de telefone celular por 1.000 hab.	Hosts de Internet por 1.000 hab.	População 1999 %
Total mundial	253	-	158	85	15,1	100
<i>do qual:</i>						
Países de alta renda	674	315	591	373	95,2	15
Países de média renda	258	-	122	55	2,1	45
Países de baixa renda	145	-	27	3	0,1	40

\* Dados de 1996-98

- Dados não-disponíveis

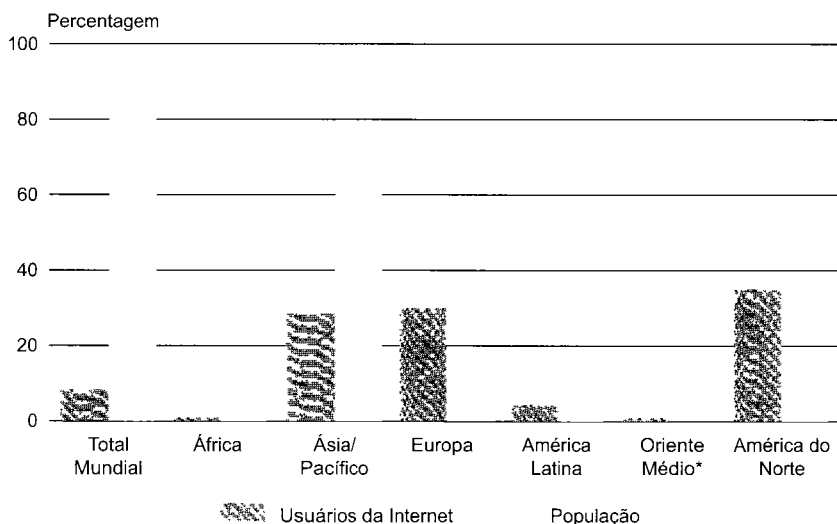
Sobre a classificação dos países por renda, ver Apêndice.

Fonte: *Human Development Report 2000 e 2001*, <http://www.undp.org> (agosto de 2001)

As Figuras 2 e 3, bem como a Tabela 3, mostram os usuários da Internet e a população do mundo, por continente. Por exemplo, estima-se que ainda hoje (agosto de 2001) 65% dos usuários da Internet residam na América do Norte e na Europa, regiões habitadas por apenas 17% da população mundial.

**FIGURA 2**

Usuários da Internet e população, total mundial e por continente, 2000-2001



\* O Oriente Médio está incluído na Ásia nas estatísticas demográficas da ONU. A NUA preferiu apresentar separadamente as estatísticas relativas ao Oriente Médio sobre a Internet.

As estatísticas sobre os usuários da Internet, até agosto de 2001, são estimativas. As estatísticas demográficas da ONU são prognósticos.

Fontes: NUA Internet Surveys, [www.nua.ie](http://www.nua.ie) (agosto de 2001); United Nations Population Division, <http://www.undp.org> (julho de 2000)

**TABELA 3**

Usuários da Internet, total mundial e por continente, 2000-2001

	Usuários da Internet		População	
	milhões	%	milhões	%
<b>Total mundial do qual:</b>	513,41	8,5	6.055	100
África	4,15	0,8	784	13
Ásia/Pacífico	143,99	28,1	3.712	61
Europa	154,63	30,1	729	12
América Latina	25,33	4,9	519	9
Oriente Médio	4,65	0,9	*	*
América do Norte	180,68	35,2	310	5

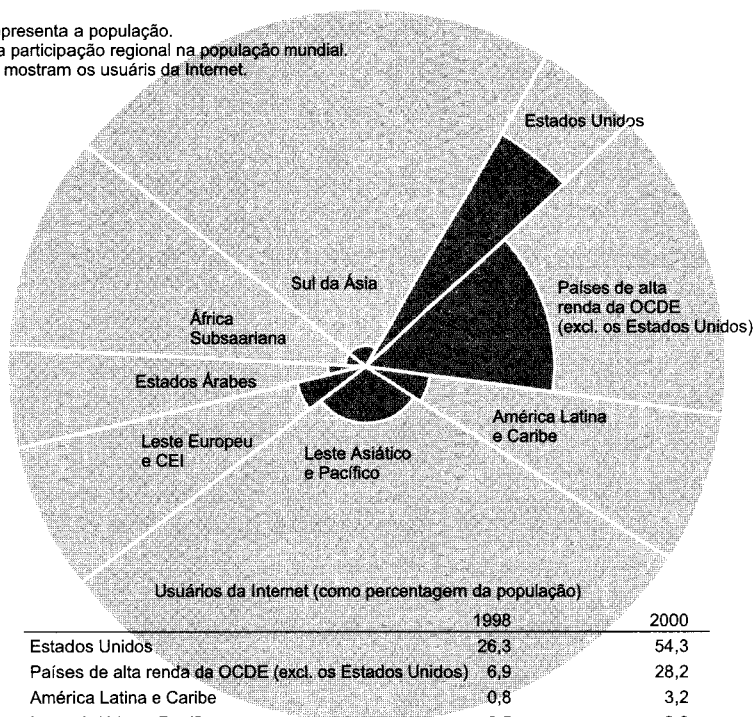
\* O Oriente Médio está incluído na Ásia nas estatísticas demográficas da ONU. A NUA preferiu apresentar separadamente as estatísticas relativas ao Oriente Médio sobre a Internet.

As estatísticas sobre os usuários da Internet, até agosto de 2001, são estimativas. As estatísticas demográficas da ONU são prognósticos.

**FIGURA 3**

Distribuição desigual da tecnologia - tradicional e nova. Os usuários da Internet ainda são um enclave global

O círculo grande representa a população.  
As fatias mostram a participação regional na população mundial.  
As cunhas escuras mostram os usuários da Internet.



	1998	2000
Estados Unidos	26,3	54,3
Países de alta renda da OCDE (excl. os Estados Unidos)	6,9	28,2
América Latina e Caribe	0,8	3,2
Leste Asiático e Pacífico	0,5	2,3
Leste Europeu e CEI	0,8	3,9
Estados Árabes	0,2	0,6
África Subsaariana	0,1	0,4
Sul da Ásia	0,04	0,4
Mundo	2,4	6,7

Fonte: Human Development Report 2001, <http://www.undp.org> (setembro de 2001).

# Tendências Recentes na Programação Infantil

Com o aumento da produção de programas de televisão em todo o mundo, quais são hoje a situação e as características da programação infantil? Lancemos um olhar não-abrangente sobre o mapa do mundo, fazendo referência a alguns artigos e relatórios de pesquisa.

## África

- Em muitos países africanos, a maioria das crianças não tem acesso à televisão e as transmissões, muitas vezes, se restringem a algumas poucas dentre as línguas do país. Os delegados africanos à Segunda Conferência de Cúpula sobre Televisão para Crianças, que teve lugar em Londres, em 1998, enfatizaram a importância do rádio, da programação local e educativa, de programas na língua nativa, de melhor financiamento e de cooperação entre países da mesma região (von Feilitzen, 1998).
- Na região do Magreb, mais de 50% da população tem idade inferior a 30 anos. No entanto, falta ainda uma televisão produzida para eles ou por eles. “Para os jovens do Magreb, que mudam de um canal estrangeiro para outro, a Europa aparece como um modelo de paz e liberdade e a América, como o Eldorado. Seu país natal é rejeitado” (Bensalah, 1998).
- A África do Sul apresenta um baixo grau de penetração da televisão, se comparada às democracias ocidentais. No entanto, em termos africanos, a África do Sul tem um nível de acesso consideravelmente mais alto. Tanto a emissora pública, a SABC, quanto o canal privado e comercial,

por satélite e por assinatura, a M-NET, oferecem programas infantis, sendo que a SABC oferece uma boa quantidade de programas educativos, tanto formais quanto informais. Embora o rádio continue a desempenhar um papel de grande importância, atingindo uma audiência maciça, e a paisagem radiofônica da África do Sul esteja em rápida expansão, o rádio não conta com muita programação voltada para as crianças (Bulbulia, 1998).

## Ásia

- Na maioria dos países asiáticos, apenas uma proporção mínima dos programas de televisão e de rádio, dos filmes, livros, periódicos e jornais são produzidos para crianças. Foi estimado que, em países tais como a Índia, Bangladesh e Sri Lanka, a proporção da programação infantil é de um a cinco por cento. Comparando a programação infantil em sete países asiáticos, em 1994/95 (China, Índia, Malásia, Nepal, Paquistão, Sri Lanka e Tailândia), as estatísticas mostram uma predominância de programas de animação, seguidos de filmes. Além disso, quase 47% de todos os programas para crianças são de origem estrangeira. Os dados mostram também a escassez de programas informativos e culturais para crianças em idade pré-escolar, dentre a programação infantil total (Goonasekera, 1998).
- Para as crianças de idade inferior a 5 anos, a programação, na Índia, é praticamente inexistente. Sendo um país multilíngue, com mais de 25 idiomas diferentes, há uma enorme dificuldade em criar uma programação infantil em nível nacional. São exceção os 2 a 3% de crianças, urbanas em sua maioria, que aprendem inglês e têm acesso a programas audiovisuais e de multimídia em língua inglesa (Agrawal, 2000).
- As diferenças culturais, econômicas e sociais entre os países asiáticos, bem como os diferentes tipos de propriedade e gerenciamento das estações de televisão, têm conseqüências decisivas para o desenvolvimento da teledifusão e para as políticas de programação infantil na televisão. Na Índia, o acesso direto dos cidadãos aos programas de televisão por satélite não vem sendo controlado. Tanto a televisão nacional (Doordarshan) quanto os canais por satélite levam ao ar uma grande quantidade de desenhos animados, quase que totalmente de origem estrangeira. Ao contrário da Índia, a China controla o acesso de seus ci-

dadões a transmissões estrangeiras por satélite. Aqui, também, predomina o material de origem estrangeira nos programas infantis. Mais de 65% dos programas infantis transmitidos pela CCTV, pela TV Pequim e pela televisão a cabo, em 1998, eram desenhos animados e, todos eles, importados de alguma fonte externa. No entanto, a televisão na China é administrada pelo Estado e, com a exceção dos programas de animação, todo o restante da programação infantil é produzido localmente (Goonasekera, 2000).

- Muitos, pelo mundo afora, parecem crer que os desenhos animados são o único tipo de televisão infantil, no Japão. É verdade que, já há muito tempo, os programas mais populares entre as crianças japonesas em idade de frequentar a escola primária são animações (desde o *Astro Boy* até *Pokémon*) e filmes de super-heróis (como *Super-Homem* e *Power Rangers*), transmitidos pelos canais comerciais. No entanto, desde que a televisão começou, em 1953, há também programas de outros tipos, produzidos para crianças, inclusive as de idade pré-escolar, e transmitidos pela emissora pública, a NHK. Estes programas incluem (além da programação escolar) teatro de marionetes, peças infantis, programas de ciências e de perguntas e respostas, shows de variedades, etc. A famosa série pré-escolar da NHK, a *Com Minha Mãe*, celebrou seu quadragésimo aniversário em 1999. A partir de inícios da década de 90, a NHK vem envidando esforços numa rica variedade de programas de alta qualidade para crianças e adolescentes (Kodaira, 2000).

## **Austrália**

- Desde fins da década de 70, a Austrália vem fazendo grandes esforços para desenvolver uma televisão para crianças (ao passo que, anteriormente, a programação consistia basicamente de importações de menor qualidade, provenientes de outros países de língua inglesa, principalmente dos Estados Unidos e do Reino Unido). Uma regulamentação foi adotada e, em 1982, foi criada a Australian Children's Television Foundation – ACTF (Fundação Australiana de Televisão para Crianças). Atualmente, vigora uma norma que torna obrigatória a transmissão de programas produzidos no próprio país, tanto para crianças quanto para adultos, e estipula a obrigatoriedade de financiamento e apoio de outros tipos para sua produção. A Australian Broadcasting Authority

- ABA (Autoridade Australiana de Teledifusão) também desempenha um papel importante na regulamentação da qualidade da programação infantil (von Feilitzen e Hammarberg, 1996).
- O relatório de uma pesquisa conjunta, publicado em 2000 e encomendado pela Australian Broadcasting Authority, pela Australian Children's Television Foundation e pela Australian Film Finance Corporation (Empresa Australiana de Financiamento de Filmes), (*Twenty Years of C 2000 – Vinte Anos de C 2000*) mostra melhora significativa na quantidade, na qualidade, na variedade e na “australianidade” dos programas infantis mostrados nos canais comerciais ao longo dos últimos vinte anos, isto é, desde que a regulamentação foi introduzida. Em particular, verificou-se um aumento da produção interna de filmes infantis. A partir de 1979, tornou-se obrigatória a classificação C (crianças) e há requisitos de cota para a transmissão de programas C.

## Europa

- Uma pesquisa desenvolvida por Blumler e Biltereyst (1997) mostra que, na Europa, a produção interna de televisão para crianças vem diminuindo. Em 1995, representava, em média, 9,5% do total da programação produzida pelas emissoras públicas européias. No entanto, a quantidade de programação infantil produzida internamente declinou em termos tanto absolutos quanto relativos, entre 1991 e 1995, ao passo que se verificou um grande aumento nas importações. Em 1995, apenas 37% da programação infantil, em média, era de produção interna; os outros 62% constituídos por importações. Destas, cerca da metade provinha dos Estados Unidos.

As políticas de desregulamentação e o aumento da concorrência com os canais comerciais também contribuíram para levar a horários e formatos reformulados e mais leves. Por exemplo, em 1995, uma média de 40% do total da produção de programas infantis era constituída por desenhos animados, variando de menos de 20% a mais de 80% entre as diferentes emissoras públicas européias.

Todas essas tendências relativas à programação infantil são mais evidentes entre as emissoras públicas que não contam com financiamento adequado e que são fortemente dependentes de publicidade e de patrocínio.

Não apenas o tipo de financiamento do canal, mas também a região cultural desempenham um papel preponderante. Os países nórdicos eram os mais “puros”, em termos da preservação do modelo do serviço público, ao passo que as tendências em direção a uma maior quantidade de importações norte-americanas e de desenhos animados eram mais evidentes em muitos canais de língua românica (franceses, italianos, portugueses, espanhóis). Os fornecedores anglo-germânicos situavam-se numa posição intermediária. Em 1995, os canais do Leste Europeu estavam claramente passando por uma fase de transição.

- O Leste Europeu vem enfrentando o choque da mídia de livre-mercado. Em muitos países, os programas infantis contavam com maiores recursos em épocas passadas. Após a queda do Muro de Berlim, em 1989, as crises econômicas e a multiplicidade de canais de televisão estrangeiros levaram a menos produção local – inclusive a desemprego generalizado entre animadores, decoradores, escritores e diretores – e a um aumento explosivo das importações norte-americanas de desenhos animados e de ficção para televisão, de filmes e vídeos, em geral de baixa qualidade e com um grande teor de violência. No entanto vêm aparecendo alternativas comerciais de procedência interna, inclusive no campo da animação (por exemplo, Fedorov, 2000; von Feilitzen, 1998; Larsson, 1997; Tadros, 1997).

## **América Latina**

- Os delegados latino-americanos à Segunda Cúpula Mundial sobre Televisão para Crianças, realizada em Londres, em 1998, enfatizaram o fato de que, em seus países, as produções estrangeiras, em sua grande parte, alcançam sucesso sem qualquer resistência cultural. Entretanto, há indícios de uma crescente conscientização sobre como podem ser desenvolvidos programas produzidos localmente que respeitem as crianças, atendam às suas necessidades e, mesmo assim, façam sentido em termos comerciais (von Feilitzen, 1998).
- O rápido desenvolvimento de tecnologias audiovisuais e a crescente dependência da sociedade ao consumo vêm gerando novos hiatos sociais. Um exemplo disso é o florescimento dos novos canais a cabo voltados a crianças, que contribuem para a desigualdade na televisão. No Chile, como em diversos outros países, os melhores programas de televisão são acessíveis



apenas às crianças dos grupos sociais mais favorecidos. Quanto aos programas da televisão aberta (em contraste com a televisão codificada ou paga, como a televisão a cabo ou por satélite), eles vêm-se tornando mais homogêneos e, futuramente, menos dinheiro será gasto em inovações. Além disso, há uma tendência a transmitir programas provenientes do Japão e da América do Norte. Ao mesmo tempo, os canais de televisão mostram-se cada vez mais inclinados a tentar atrair as crianças para os programas de adolescentes, aumentando assim sua audiência (Reyes, 1998).

- Em 1997, o Consejo Nacional de Televisión, do Chile, em colaboração com o Ministerio da Educação, usou de três critérios elaborados pelo Annenberg Public Policy Center, da Universidade da Pensilvânia, Estados Unidos, para medir a qualidade de uma amostragem de todos os programas transmitidos na televisão aberta, no Chile (*La Programación Infantil*, 1998). Mais de 50% eram produções de animação e a maior parte dos programas eram dirigidos à faixa entre 6 e 13 anos. Os critérios tratavam da presença e do tipo de violência, das propagandas veiculadas durante os programas e do conteúdo educacional. Foram julgados como sendo de “baixa qualidade” 54% dos programas, 34% foram considerados de “qualidade média” e 12% de “qualidade aceitável”.

## **América do Norte**

- No decorrer do período 1996-99, pesquisadores do Annenberg Public Policy Center, da Universidade da Pensilvânia, Estados Unidos, promoveram um censo anual da programação dos canais abertos e a cabo disponíveis às crianças da área urbana de Filadélfia. Em 1999, 37% dos programas infantis mereceram ser considerados de “alta qualidade” pelos padrões do Centro. A mesma proporção foi considerada de “qualidade moderada” e 26% de “baixa qualidade”. Em comparação com 1988, a qualidade geral da televisão para crianças mostrou sinais de ligeira melhora (Woodard, 1999).
- Além de a programação infantil ter sido regulamentada nos Estados Unidos, em inícios de 1990, a televisão para crianças, naquele país, vem compartilhando da prosperidade econômica geral de nossa época. Em 1998, os gastos com publicidade dirigida a crianças aumentaram em 13,5% em relação ao ano anterior, atingindo 1,13 bilhão de dólares de receita e completando cinco anos consecutivos de crescimento. Além do mais, os lucros realmente significativos do setor da televisão para

crianças provêm do licenciamento e do merchandising, das vendas internacionais e dos vídeos domésticos. Por exemplo, o *Pokémon*, um programa independente de grande popularidade, cresceu até se transformar numa indústria internacional, que inclui figurinhas para troca, revistas infantis, bonequinhos de plástico, animais de estimação virtuais, brinquedos de saco-de-feijão, lancheiras, camisetas e CDs, tendo atingido, em 1999, um total de vendas de quase 5 bilhões de dólares em seus curtos três anos de existência (King, 1999, citado em Woodard, 1999).

- Sob a perspectiva do setor de meios de comunicação, a demanda por programas de animação e a atividade econômica de produção de desenhos animados se expandiram de forma impressionante ao longo da última década. “A animação é um investimento atraente devido à sua longevidade, sua capacidade de viajar e seu poder de criar fluxos suplementares de receita, a partir dos vídeos domésticos, das publicações, dos brinquedos e de outras atividades de licenciamento.”<sup>1</sup>
- Em muitos países, cada vez mais, os programas de animação em estilo japonês preenchem os horários dedicados ao público infantil. Nos Estados Unidos, o sucesso do desenho animado *Pokémon*, inspirado no videogame da Nintendo, vem há alguns anos alimentando todo esse gênero de programas. Os desenhos animados japoneses, como o *Digimon* e o *Dragon Ball Z*, são considerados, pelos americanos, como sendo muito mais repletos de ação e mais violentos que os desenhos produzidos nos próprios Estados Unidos e, em sua maioria, são mostrados nas redes de televisão aberta WB e Fox, e no *Cartoon Network*, de televisão a cabo – onde uma dúzia de séries japonesas foram transmitidas durante o outono de 2000. Os programas japoneses de animação preenchem a necessidade de programação barata, e atendem a um crescente interesse no marketing dos programas – inclusive de bonecos e outros brinquedos – junto, principalmente, a meninos que cresceram com videogames. Muitos dos programas são importados diretamente do Japão. Um episódio médio do *Pokémon* custa cerca de 100.000 dólares, enquanto o custo estimado, nos Estados Unidos, de um episódio original de um desenho animado de fabricação americana é de cerca de 500.000 dólares. No entanto, as novas produções americanas são influenciadas, também, pela animação de estilo japonês. Um exemplo disso é a série *Batman Beyond* (Rutenberg, 2001).

---

<sup>1</sup> Retirado de anúncio publicado na *Screen Digest* sobre seu relatório *Animation. The Challenge for Investors*, em janeiro de 2001. <http://screendigest.com/reanimation.htm> (outubro 2001).

- O mercado para os programas infantis vem-se tornando cada vez mais competitivo nos últimos anos. Mais de 50 dos 87 canais que têm as crianças como público-alvo e que foram listados pelo *Screen Digest* em 1999, foram lançados durante os últimos três anos.<sup>2</sup> Nos Estados Unidos, dentre toda uma gama de outros canais, há quatro redes de TV a cabo de programação inteiramente infantil: a Nickelodeon (de propriedade da MTV Networks, parte da Viacom), o Disney Channel (de propriedade da Walt Disney Co.), a Cartoon Network (de propriedade da Turner Networks, parte da Time Warner), e a Fox Family Worldwide (de propriedade da Fox Broadcasting e da Saban Entertainment). Há, também, as redes Kids WB e a Fox Kids. Nesse contexto, vale a pena mencionar também a MTV. Todos esse canais são, portanto, controlados por grandes titãs da mídia e, a maior parte deles, atinge famílias da Ásia, Austrália, Europa, Oriente Médio e América Latina, razão pela qual eles são também chamados de canais “globais” de televisão para crianças (Tabela 4). O primeiro canal inteiramente voltado para o público infantil, o Nickelodeon, lançado em 1979, está agora, em inícios de 2001, atingindo 90 milhões de casas de família, em mais de 70 países.<sup>3</sup> Do ponto de vista quantitativo, a Cartoon Network é sua maior ameaça. Em consequência do sucesso dos canais infantis, as três grandes redes nacionais nos Estados Unidos (ABS, CBS e NBC) reduziram sua produção de programas infantis. (Rydin 2000a).

**TABELA 4**

Televisão para crianças: os quatro maiores canais do mundo, 1999

Canal	Proprietário	Território/Línguas
Cartoon Network	Turner Networks	América do Norte, América Latina, Europa, Ásia/Pacífico, Japão, de transmissão holandesa, de transmissão italiana, Escandinávia, de transmissão francesa, de transmissão espanhola e de transmissão polonesa
The Disney Channel	The Walt Disney Company	América do Norte, Reino Unido, Taiwan, Austrália, Malásia, França, Oriente Médio, Itália, Espanha e Alemanha
	Fox Family Worldwide	América do Norte, Reino Unido, América Latina, Polônia, Escandinávia, França, Holanda, Espanha, Bélgica, Austrália, Romênia e Rússia
Nickelodeon	Viacom	América do Norte, Reino Unido, Austrália, América Latina, região Nórdica, Turquia, Hungria, Japão, Filipinas, CEI/Estados Bálticos, Indonésia, Espanha, Malta e Romênia

Fonte: Screen Digest, maio de 1999

<sup>2</sup> [http://www.screendigest.com/yp\\_99-05\(1\).htm](http://www.screendigest.com/yp_99-05(1).htm) (outubro de 2001).

<sup>3</sup> <http://www.viacom.com> (janeiro de 2001)

# Jogos Eletrônicos

Como já mencionado anteriormente, os jogos de vídeo e computador são, hoje, o setor mais rentável e que maior crescimento apresenta na indústria do entretenimento infantil. Foi também mencionado, na seção anterior, o fenômeno da convergência dos jogos de vídeo e de computador, por um lado, e da televisão e do cinema, por outro. Ou seja, os jogos eletrônicos de grande popularidade – que também possuem seus próprios websites e grupos de bate-papo na Internet – são transformados em séries audiovisuais destinadas a outros meios.

Qual, então, é a natureza desses jogos eletrônicos? Praticamente não existem pesquisas sobre a produção e o conteúdo desses jogos. No entanto, foi realizada uma análise de conteúdo de todos os jogos eletrônicos publicados na Dinamarca, em 1998 (Schiekbeck e Carstens, 1999). Apesar de a oferta de jogos eletrônicos variar entre os diferentes países (por exemplo, em alguns países, os videogames são mais populares que os jogos de computador, que são maioria na Dinamarca), esses números podem dar uma idéia quanto ao que está disponível no mercado. Ou estava disponível, uma vez que o conteúdo dos jogos muda com grande rapidez e vem-se tornando cada vez mais realista e gráfico. Além disso, pode-se esperar que diversas novas plataformas de jogos venham a existir futuramente em consequência do desenvolvimento tecnológico. Além do console com base no aparelho de TV, dos aparelhos de mão e do computador pessoal, é provável que venham a existir possibilidades de jogo conectadas a telefones celulares, assistentes digitais pessoais e receptores digitais de televisão.

Os objetivos do estudo, entre outros, foram os de analisar o conteúdo com respeito à violência, bem como os diferentes tipos de distribuição de jogos. Foram publicados na Dinamarca, em 1998, 338 títulos. Dentre eles, 81% eram jogos de computador para PCs, 24% eram videogames para Playstation, e 7% eram videogames para Nintendo 64. O Sega

Dreamcast não existia à época da realização do estudo, uma vez que essa plataforma foi lançada em 1999. Além disso, os jogos para serem usados exclusivamente *online*, na Internet, foram excluídos do estudo.

Os 339 títulos se enquadraram dentro de dois grandes gêneros. Como mostrado na Tabela 5, os jogos de ação e os simuladores são esses dois grandes gêneros, constituindo, conjuntamente, quase a metade dos títulos.

A distribuição entre os gêneros apresentou diferenças no que se refere aos jogos de computador e aos videogames. Por exemplo, alguns gêneros citados na pesquisa existem apenas como jogos de computador (infantis, aventura, cartas e gamão e entretenimento educativo). Entre os videogames, o gênero ação é proporcionalmente mais numeroso que entre os jogos de computador, principalmente no que se refere aos jogos da Playstation.

A definição de violência usada no estudo é ampla – atos apenas ligeiramente relacionados a bater e atirar foram incluídos. Segundo essa definição, um pouco mais da metade (53%) dos títulos contém alguma violência.

A proporção de jogos com alguns elementos de violência varia grandemente entre os diferentes gêneros. Em especial, os jogos de ação, de estratégia e os simuladores contêm elementos de violência. Esses gêneros constituem, aproximadamente, 60% de todos os títulos publicados. Todos os RPGs também contêm elementos de violência, embora esses jogos existam em menor número.

Como informação à parte, pode-se acrescentar que o gênero ação contém os jogos mais violentos e seus dois subgêneros mais populares são os “atiradores de primeira pessoa” e os “jogos de luta” (Christofferson, 1999).

**TABELA 5**  
Jogos segundo o gênero (percentagem)

Ação	30
Simuladores	17
Esportes	13
Estratégia	13
Infantis	9
Aventura	8
Cartas e gamão	3
Entretenimento educativo	3
RPG	2
Charadas, quebra-cabeças, etc.	1

Nº = 338

Fonte: Schierback e Carstens 1999

Os dois pesquisadores dinamarqueses verificaram, entretanto, que embora haja ação violenta em muitos dos jogos, há um pequeno grupo de jogos nos quais a violência é saliente. O mais comum é que esses jogos contenham uma grande quantidade de detalhes e uso freqüente de ações violentas, que representam lutas corpo-a-corpo e tiroteios. Essas formas de ação geralmente têm como alvo seres humanos (ou, possivelmente, monstros). De modo geral, 17 (5%) entre os 338 jogos apresentavam essa combinação de diferentes critérios de violência, de modo a poderem ser considerados claramente com um teor considerável de violência.

### **Violência em Videogames Classificados como “Para Todos”**

Há também um estudo norte-americano sobre os videogames classificados como “para todos” (*E-rated*), destinados aos grandes sistemas domésticos de *home video* de console, principalmente Nintendo 64 (Nintendo), Playstation e Playstation 2 (Sony) e Dreamcast (Sega).

O objetivo do estudo (Thompson e Haninger, 2001) foi quantificar e caracterizar a representação da violência, do uso de álcool e tabaco e do sexo nos videogames classificados como “para todos”, o que sugere que eles seriam convenientes para todos os tipos de audiência. A classificação, juntamente com a descrição de conteúdo, é feita pelo Entertainment Software Rating Board – ESRB (Conselho de Classificação de Softwares de Entretenimento) dos Estados Unidos e mostrados pelos fabricantes na caixa do jogo como informação ao consumidor.

Os pesquisadores identificaram todos os jogos de console disponíveis para venda ou aluguel nos Estados Unidos até 21 de abril de 2001. Os 672 jogos foram classificados em onze gêneros (ação, aventura, cassino, luta, quebra-cabeça, corrida, RPG, tiroteio, simulação, esporte e estratégia). Em seguida, foram selecionados 55 videogames de classificação “para todos”, representando a distribuição de descrições de conteúdo e de gêneros. Essa amostragem de jogos, lançada entre 1985 e 2000, incluía uma mistura de jogos de alta popularidade e de outros que não haviam obtido interesse generalizado entre os consumidores.

Os 55 jogos foram jogados até sua conclusão, ou pelo menos durante 90 minutos, o que foi registrado em videocassete para mensuração de confiabilidade. A violência foi definida como atos nos quais o agressor causa ou tenta causar, de forma intencional, danos físicos ou morte a um

outro personagem. A definição não incluía: ações acidentais causadoras de danos físicos não intencionais, efeitos de desastres naturais, obstáculos perigosos que não pudessem ser atribuídos à ação de um personagem específico ou dano a objetos.

Desses 55 jogos, 35 (64%) continham violência intencional, com uma média de 30,7% da duração do jogo apresentando ação violenta (numa faixa de 1,5% a 91,2%). Em 33 desses jogos, ferir um personagem era requisito para avançar, ou era de algum modo premiado, e 27% deles mostravam morte violenta. Conteúdo sexual de alguma importância foi encontrado em 2 jogos e a presença de uso de álcool em 1 jogo.

Desse modo, apesar da amostragem de jogos ser limitada, o estudo aponta, com clareza, que uma classificação “para todos” não significa, automaticamente, um nível de violência aceitável para jogadores de idade muito jovem. O fato de haver uma descrição de conteúdo violento (violência animada, violência animada branda etc.) era uma indicação de presença de violência naquele jogo, mas a ausência dessa descrição não significava que o jogo fosse isento de violência. A definição da classificação “para todos” empregada pelo ESRB afirma que “o jogo pode conter um mínimo de violência”. Os pesquisadores, entretanto, concluíram que muitos jogos de classificação “para todos” contêm um teor de violência significativo, demonstrando que o conceito de “violência mínima” é bastante ambíguo.

# Propaganda Comercial

Como vimos, a economia e a propaganda comercial são forças poderosas que exercem influência sobre a mídia audiovisual e digital destinada às crianças. Vamos continuar apresentando uma pequena seleção de trechos de artigos e de relatórios de pesquisa, agora sobre o tema propaganda comercial.

- Uma das razões para o lançamento e a disseminação dos chamados canais comerciais por satélite de alcance global destinados a crianças foi a percepção de que as crianças de países e famílias ricos controlam somas de dinheiro consideráveis, tanto no que diz respeito à sua mesada quanto em virtude da influência exercida por elas sobre os gastos de seus pais. A experiência mostra que um canal infantil que seja popular em um determinado país terá boas chances de vir a se transformar num forte concorrente dos canais nacionais de outros países. (Rydin 2000a). Um raciocínio econômico semelhante é válido também para os jogos eletrônicos e outras mídias digitais. Essa comercialização, entretanto, não acontece apenas por meio da propaganda comercial tradicional, mas também por diversos tipos de atividades de merchandising relacionadas à série de televisão ou ao jogo eletrônico – o personagem da televisão ou do jogo é vendido na forma de bonecos, sua figura aparece em camisetas, mochilas, produtos alimentícios etc. Ou, como afirmou a revista britânica *Screen Digest*, na introdução de seu relatório *The Business of Children's Television* (O Negócio da Televisão para Crianças, 1999), que pretende ser um instrumento estratégico destinado aos atores do mercado da televisão infantil: “A televisão para crianças vende. A animação é um dos gêneros de programação mais exportáveis, enquanto os fenômenos pré-escolares, como os *Teletubbies* movimentam, nas prateleiras das lojas, milhões de produtos licenciados [...] Os principais patrocinadores da televisão infantil – as emissoras de conteúdo



generalista – vêm reduzindo seus gastos com relação a esse gênero, à medida que as audiências se fragmentam e a batalha pela audiência dos horários nobres se intensifica...[...].”<sup>1</sup>

- Nos países asiáticos, que vêm apresentando um rápido crescimento de suas economias, e disparando na frente para manterem-se competitivos, um comercialismo escancarado ingressou na programação da mídia voltada para crianças. Produtos relacionados a programas são pesadamente apresentados às crianças através de propaganda e marketing. Diferentes sistemas de mídia colaboram na produção e no marketing de produtos destinados ao público infantil, como parte de suas atribuições. Por exemplo, o programa de televisão *Teenage Mutant Ninja Turtles* (As Tartarugas Ninja) gerou revistas, jogos de computador, filmes e um sem-número de comerciais de rádio e de televisão para fazer com que a série se tornasse um nome familiar (Goonasekera, 2000).
- A propaganda de produtos infantis não se restringe aos programas voltados a crianças. Na Índia, os anunciantes de produtos infantis patrocinam séries de televisão de horror e de crime, destinadas a audiências adultas. As medições de audiência, no grupo de 4 a 6 anos, indicam que *Aahat*, *Anhonee*, *Bhanwar*, *India's Most Wanted* e *X-Zone* constavam entre os dez programas mais assistidos pelas crianças durante o período outubro-novembro de 1998. Na ausência de programas específicos para crianças, os fabricantes de chocolates, biscoitos, balas, comida saudável e produtos para bebês preferem patrocinar programas de horror e de suspense (Padgaonkar, 1999).
- Uma enquete realizada em 20 países europeus, em 1999, sobre como os pais percebem as influências-chaves na vida de seus filhos, revelou que os programas infantis de televisão, outros programas de televisão e as propagandas comerciais na televisão ocupam do quinto ao sétimo lugar na lista de 18 diferentes influências mencionadas espontaneamente. (Como não é de surpreender, do primeiro ao quarto lugar foram mencionadas influências pessoais – pais, escola, amigos e outros membros da família). Quando as respostas foram estimuladas, a propaganda comercial de televisão também ficou em sétimo lugar dentre as principais influências. Embora os pais, em diferentes países europeus, não tenham o mesmo ponto de vista a respeito da propaganda de televisão, uma média de 34 % acreditam que ela tenha uma grande influência sobre o

---

<sup>1</sup> [http://www.screendigest.com/rep\\_bchild.htm](http://www.screendigest.com/rep_bchild.htm) (outubro de 2001)

desenvolvimento de seus filhos; 36%, que ela tenha uma influência média; e 29%, que essa influência seja pequena (Advertising Education Forum, 2000).

- Nos Estados Unidos, em tempos recentes, diversas comissões e grupos já teceram comentários sobre a crescente quantidade de marketing direcionado a crianças. A Federal Trade Commission – FTC (Comissão Federal de Comércio) e o Departamento de Justiça realizaram um estudo para determinar se as indústrias cinematográfica, fonográfica e de videogames e jogos de computador fazem propaganda e marketing de seus produtos para crianças usando de conteúdos violentos. Foram levantadas duas questões específicas: as indústrias promovem, em ambientes onde as crianças representem uma parcela significativa da audiência, produtos que elas próprias percebem como necessitados de cuidado especial por parte dos pais? E essas propagandas visam à atrair crianças e adolescentes? O relatório, divulgado em setembro de 2000, constatou que, para os três segmentos da indústria de entretenimento, as respostas foram positivas.<sup>2</sup>
- Também em setembro de 2000, o General Accounting Office (Escritório Geral de Auditoria) dos Estados Unidos – GAO – divulgou um estudo encomendado pelo Congresso. O objetivo desse estudo era, entre outros, o de descrever a natureza e a extensão das atividades comerciais nas escolas públicas dos Estados Unidos. O relatório concluiu que o marketing interno às escolas se transformou numa atividade econômica em expansão.<sup>3</sup>
- Em outubro de 2000, nos Estados Unidos, uma coalizão de mais de cinquenta acadêmicos e líderes das áreas de saúde infantil, educação, defesa dos direitos das crianças e de comunicação enviou uma carta aos candidatos nas eleições presidenciais, conclamando o próximo presidente dos Estados Unidos a assumir um papel de liderança na redução drástica da quantidade de marketing direcionado ao público infantil. A carta cita indícios crescentes dos efeitos nocivos do marketing intensivo, indo da obesidade infantil ao estresse familiar. As crianças, nos Estados Unidos, se transformaram num grande negócio. As empresas, hoje

---

<sup>2</sup> O relatório está disponível no website: <http://www.ftc.gov/os2000/09/index.htm#11> (outubro de 2001).

<sup>3</sup> O relatório, N<sup>o</sup> GAO/HEHS-00-156, está disponível no website: <http://www.gao.gov> (outubro de 2001).

em dia, gastam mais de 12 bilhões de dólares por ano com o marketing direcionado ao público infantil. Atualmente, as crianças americanas influenciam compras que totalizam 500 bilhões de dólares por ano.<sup>4</sup>

- “A propaganda e o marketing vêm rapidamente se transformando numa presença generalizada no “espaço infantil” da World Wide Web. As formas de propaganda, marketing e vendas direcionadas às crianças, que vêm surgindo como parte da nova mídia, diferem, de modo significativo, das formas mais conhecidas de propaganda e promoção existentes na televisão. Os meios interativos vêm introduzindo todo um novo conjunto de relações, quebrando as barreiras tradicionalmente existentes entre “conteúdo e comércio”, e criando uma intimidade sem precedentes entre a criança e os profissionais de marketing.” (Montgomery, 2001, p. 636) “Uma vez que esta é a geração que passa a maior parte do tempo colada a um monitor de computador”, explica a publicação *Selling to Kids*, “o marketing online virá a ser mais importante para este grupo do que para qualquer outro anterior” (Stark, 1999, p. 3, citado em Montgomery, 2001).”

### **Propaganda Direcionada às Crianças na Televisão: como podemos criar uma situação justa?**

A Presidência Sueca da União Européia, em cooperação com a Comissão Européia, organizou um seminário de especialistas em Estocolmo, em 12-13 de fevereiro de 2001, intitulado “Crianças e Jovens Na Paisagem da Mídia” (para maiores informações, ver sob o título “Exemplos de Encontros Internacionais sobre Crianças e Mídia a partir de 1990”)<sup>5</sup>

Um dos grupos de trabalho discutiu as propagandas comerciais dirigidas às crianças na televisão e as maneiras de criar uma situação que atenda aos interesses legítimos da indústria, dos anunciantes e das emissoras de TV, por um lado, e das crianças, por outro. O relatório sintetiza,

---

<sup>4</sup> A carta foi divulgada no website do Center for Media Education, Estados Unidos.: <http://www.cme.org> (novembro de 2000).

<sup>5</sup> A íntegra do documento, bem como outros materiais do seminário, estão disponíveis no website da Presidência: <http://www.euro2001.se/calendar>. Digite a data do evento, 12/02/2001 e clique na caixa “Outros encontros”.

num esboço amplo, as questões mais essenciais e os argumentos que ocorrem neste debate muito intenso, informativo e multifacetado.

Duas abordagens bem distintas da questão surgiram durante a discussão. De uma lado, havia os que defendiam o direito de anunciar diretamente às crianças na televisão. Havia também os que questionavam a ética de direcionar a crianças pequenas a publicidade na TV, grupo esse que favorecia uma regulamentação mais estrita.

Os principais argumentos apresentados por aqueles favoráveis à propaganda dirigida a crianças na televisão foram os seguintes:

- A auto-regulamentação é eficaz. O setor está assumindo responsabilidade suficiente pelos interesses das crianças ao operar com base na atual auto-regulamentação e nos códigos de conduta existentes.
- As emissoras dependem da receita da propaganda direcionada a crianças para produzir programas infantis. Sem essa propaganda, não haveria programação de qualidade para crianças.
- As crianças não são ingênuas e crédulas. A propaganda é parte da vida e as crianças têm de aprender a lidar com ela. Elas não podem ser mantidas num “casulo”, protegidas do mundo exterior – e as mensagens comerciais são parte desse mundo.
- A propaganda é boa para as crianças. Ela as beneficia e as informa e educa quanto a como o mundo funciona.
- A consequência de uma proibição da propaganda na televisão direcionada a crianças seria menos opções, menos inovação e preços mais altos.
- A propaganda comercial dirigida às crianças, na televisão, contribui para criar condições de existência para uma indústria televisiva livre e independente.

Os principais argumentos apresentados pelos que se opõem à propaganda direcionada a crianças na televisão foram os seguintes:

- As crianças não conseguem distinguir os anúncios dos programas editoriais e ainda não desenvolveram a capacidade de entender o propósito da propaganda.
- As crianças não são críticas. Elas não conseguem e não devem ser. A infância é o período da vida quando se tem de assimilar todas as impressões e acreditar em tudo que se vê e ouve para poder aprender e crescer. Essa indispensável credulidade não deveria ser explorada.

- A auto-regulamentação mostrou ser um meio insuficiente de proteger as crianças da propaganda na televisão e, portanto, uma legislação mais restritiva faz-se necessária.
- A pressão comercial sobre as crianças vem aumentando ao longo dos anos. Há necessidade de reduzir essa pressão e de estabelecer áreas onde as crianças fiquem livres de anúncios comerciais.
- Não há vínculo óbvio entre a propaganda dirigida às crianças e a qualidade dos programas infantis. A primeira não é garantia da segunda.
- As crianças têm direito a uma programação de qualidade. A propaganda direcionada às crianças não pode ser colocada como condição para que isso aconteça. Trata-se de uma questão de vontade política.

Durante o debate, diversos estudos foram apresentados, de maneira a apoiar uma ou outra posição. Foi dito, contudo, que muitos desses estudos pareciam corroborar a visão das instituições que financiavam a pesquisa. A necessidade de pesquisas científicas e imparciais foi enfatizada. [...]

Embora muitas opiniões tenham sido expressas no seminário, houve consenso quanto à necessidade de dar especial atenção às crianças, no que se refere à propaganda comercial.<sup>6</sup>

*“A mídia, seja em livros, revistas, cartazes ou na TV e agora até mesmo em jornais, tem um imenso impacto sobre nossa juventude, especialmente sobre as meninas e jovens. Alguns dos aspectos mais óbvios da maneira como a mídia exerce um efeito negativo em nossas jovens são os anúncios, em que mulheres sedutoras vendem cerveja, spray de cabelo e pastilhas de hortelã. Embora muitas das pessoas mostradas nesses anúncios sejam mulheres adultas, a tendência vem-se alastrando para incluir não apenas adolescentes como também meninas pequenas. Uma das estrelas favoritas de nossa nova*

<sup>6</sup> A Comissão Européia, em abril de 2001, publicou um estudo sobre as regras para a propaganda na televisão nos diferentes Estados-Membros. Esse “Estudo sobre o Impacto da Propaganda e das Tele vendas sobre os Menores”, realizado pelo INRA/Bird&Bird, está disponível no website: [http://www.europa.eu.int/\\_en.htm comm/avpolicy/whatsnew](http://www.europa.eu.int/_en.htm comm/avpolicy/whatsnew). Ir para abril 20.

*geração, Brittany Spears, é tantas vezes mostrada vestindo calças justas e camisetas sem alça que raramente uma garota americana consegue passar dois dias sem vê-la. Durante anos, a Barbie foi vista em roupas justas e sensuais, mas, agora, as bonecas feitas para se parecerem com meninas de 4 ou 6 anos estão usando minissaias e miniblusas! De que tratam os programas de televisão para adolescentes e das revistas para moças e mulheres, e qual é o assunto do dia entre as garotas das escolas primárias e secundárias? Como arranjar um namorado, como se vestir para os garotos, do que os homens gostam na cama, etc., etc., etc. Muita gente se pergunta por que razão temos tantas garotas bulímicas e anoréxicas, por que as meninas agora estão fazendo sexo aos 12 anos, por que temos tantos casos de gravidez adolescente e por que as notas escolares das meninas estão piorando. A mídia não mostra meninas, adolescentes e mulheres inteligentes e não promove a idéia de que 'uma mulher sem homem é como um peixe sem bicicleta'. De maneira que, se vocês me perguntarem 'a mídia retrata a juventude de maneira correta?', eu terei que responder: 'A mídia não retrata a juventude, é a juventude que retrata a mídia'."*

Nancilee Swift, 18 anos, Estados Unidos, 17 de dezembro de 2000

Fonte: <http://www.unicef.org/voy> (setembro de 2001)

# Esperanças e Medos

A questão das crianças, dos jovens e da mídia, há décadas, está na agenda. A quantidade cada vez maior de meios visuais eletrônicos e digitalizados traz tanto esperanças quanto medos – como aconteceu também com os livros, a imprensa, o cinema, o rádio etc. A televisão por satélite fez surgir esperanças de maior liberdade de escolha e de igual acesso à informação para todos, mas também o medo da padronização, de tipos mais violentos de entretenimento, de propaganda, de pornografia e de maneiras discriminatórias de retratar os gêneros, os grupos sociais, as culturas e as nações.

Essas esperanças e esses medos não são os mesmos para todos os meios de comunicação, dependendo da produção e da natureza deles. Os videogames e os jogos de computador são, hoje, não apenas uma extensão das imagens animadas de filmes e da televisão, mas, também, do próprio ato de jogar. Os jogos eletrônicos consistem num meio *interativo*, no sentido de que o jogador, de várias maneiras, pode controlar o desenrolar e o resultado do jogo. Os otimistas, portanto, acreditam que os videogames e os jogos de computador representem uma revolução cultural e uma forma diferente de socialização. Os jogos são vistos como um fabuloso portal para o futuro, que ensina crianças e jovens a lidar com a realidade virtual no ciberespaço – cujo treinamento desenvolve sua capacidade percepto-motora e sua competência social além de dar a eles um maior senso de agente e de controle sobre um ambiente digital em rápida transformação, conferindo-lhes, assim, maior poder sobre sua própria vida. Os pessimistas, entretanto, observam que os conteúdos dos videogames e dos jogos de computador são tremendamente violentos, sexistas e racistas, podendo vir a levar à agressão, dessensibilização, medo, decréscimo de empatia – e até mesmo à destruição dos processos mentais, das relações sociais e da cultura, de importância tão essencial para a humanidade.

As esperanças e as preocupações a respeito da Internet, das comunicações mediadas por computador e do ciberespaço são, por sua vez, um pouco diferentes. Os otimistas apontam que a Internet oferece portais à educação, à cultura, ao auto-aperfeiçoamento e aos contatos sociais, e que a Net é um meio de atingir esclarecimento e uma democracia mais ampla. Outros se perguntam se a Internet não poderia causar vício e isolamento no usuário e, é fato que, já aconteceu de muitas crianças e adultos terem encontrado, na Internet, materiais sobre os quais eles prefeririam não ter conhecimento. A Internet não implica apenas interatividade. Grande parte das possibilidades e dos conteúdos da Net dependem, também, de seu *anonimato, fácil obtenção, distribuição instantânea por todo o mundo e falta de controle*. E isso tudo representa uma faca de dois gumes. A Internet pode permitir quebra de privacidade e crime econômico por parte de transgressores anônimos. A pessoa que navega pode, também, se deparar com opressão sob a forma de discursos de ódio, racismo, propaganda política, discriminação de gêneros e de culturas, exposições gratuitas de violência, incitação a atos ilegais, receitas para a fabricação de drogas e armas, pornografia violenta e pornografia infantil.



## O Acesso das Crianças à Mídia

É comum a expressão do desejo de que existissem estatísticas mundiais comparáveis sobre o acesso das *crianças* à mídia. O fato é que esses números não existem. Ao estudar o uso da mídia pelas crianças, os pesquisadores geralmente perguntam a elas próprias como elas vêem a disponibilidade da mídia em casa ou na escola. Na maioria dos países, entretanto, esse tipo de pesquisa é conduzido de forma irregular ou simplesmente inexistente. Além do mais a variabilidade metodológica torna incertas as comparações. E, após um certo tempo, os números têm de ser atualizados.

No entanto, uma conclusão segura seria de que o acesso à mídia pelas crianças – e também pelos adultos – distribui-se de forma bastante desigual entre os países do mundo (ver as estatísticas sob o título “A Mídia no Mundo – Grandes Disparidades” e a tabela correspondente do Apêndice, mais detalhada). Em muitos países europeus e na América do Norte, no Japão e na Austrália, é bastante comum que as crianças tenham todas as formas possíveis e imagináveis de tecnologia de mídia em suas casas. Elas possuem não apenas um aparelho de televisão, mas, às vezes, dois ou três na mesma casa, dos quais um muitas vezes se localiza no próprio quarto da criança. Ao mesmo tempo, elas, freqüentemente, têm um VCR (um gravador em videocassete), um computador pessoal e jogos eletrônicos. Cada vez mais, as crianças vêm tendo acesso a CD-ROMs e à Internet.

Em outros países, a mídia é bem menos difundida. Embora a televisão tenha passado por uma expansão explosiva a partir da década de 80, o rádio ainda é de importância mais essencial nas vastas áreas rurais da África, da Ásia e da América Latina. Algumas crianças, em alguns países, jamais assistiram televisão (Jahangir, 1995).

Portanto, uma outra conclusão confiável seria a de que os direitos das crianças relativos à mídia só poderão se materializar depois de ter sido atendida a condição básica de *todas* as crianças terem acesso à mídia.

Iremos ilustrar as diferenças entre o acesso das crianças à mídia apresentando dois exemplos – da Índia e dos Estados Unidos. Como bem mostram esses dois casos, o acesso à mídia difere não apenas entre países, mas também internamente.

*“Hoje, em meu país, as crianças têm uma vida melhor do que tinham antes. Isso aconteceu porque o governo vem se esforçando. Mas há ainda muitas crianças pobres. Elas têm de trabalhar o dia todo para ganhar a vida. A mídia vietnamita, em geral, traz informações sobre essas crianças e tenta atrair a atenção dos adultos, mas essas crianças não têm a oportunidade de ouvir rádio ou de ver televisão. É por isso que o efeito da mídia não é muito bom. No futuro, espero que a mídia dê às crianças pobres a chance de embarcar na comunicação.”*

Nguyen Dieu Hong, 15 anos, Vietnã, 12 de julho de 2001

Fonte: <http://www.unicef.org/voy> (setembro de 2001)

## Índia

No artigo “O Uso da Mídia pelas Crianças na Índia – um Panorama Atual” (Agrawal, 2000), encontramos as seguintes informações sobre o acesso das crianças à mídia: na última década, verificou-se notável expansão da televisão na Índia. No ano 2000, um em cada três domicílios indianos, ou seja, mais de 69,1 milhões possuíam um aparelho de televisão. De modo semelhante, um em cada dois domicílios, ou cerca de 100 milhões, possuíam um aparelho de rádio.

O conteúdo cinematográfico predomina nas telas de televisão e as trilhas sonoras dos filmes, no rádio. Do total estimado de 69,1 milhões de aparelhos de televisão, 36,9 milhões pertencem à população urbana (mais de 250 milhões), enquanto os outros 32,2 milhões de aparelhos distribuem-se entre a população rural (750 milhões).

As crianças indianas podem, de modo geral, ser divididas em três segmentos sociais distintos. O primeiro deles corresponde aos 2-3% supe-

riores, que têm acesso tanto aos meios tradicionais (televisão e rádio), quanto aos meios digitais. O segundo segmento consiste dos 30-40% que têm acesso aos meios tradicionais. E o terceiro segmento corresponde às crianças – a maioria delas – que têm acesso limitado ou nenhum acesso à mídia de qualquer tipo. Em todos esses segmentos, os meninos têm mais acesso que as meninas a todas as formas de mídia.

O acesso direto à mídia digital ainda é um luxo na Índia. Com a exceção de uns poucos videogames importados ou que são trazidos como presente por parentes que moram no exterior, quase 95% das crianças têm pouco conhecimento sobre a mídia digital e pouco acesso a ela, e as que têm esse acesso moram em áreas urbanas exclusivas e são filhas de pais influentes. Estima-se que o acesso a computadores e à Internet, entre os adultos, corresponda a meio milhão, dentre a população indiana total de um bilhão de habitantes. (Ver também a Tabela 6). O uso da Internet por crianças indianas, portanto, seria bem menor, em termos relativos.

Com base na experiência passada de utilização da mídia, pode-se prever que os meninos urbanos e ricos, seguidos pelas meninas dessa mesma categoria social, irão colher os benefícios iniciais da mídia digital. Somente depois de uma alta penetração nas áreas urbanas ter ocorrido, será possível – graças ao efeito de percolação – aos meninos das áreas pobres e rurais terem possibilidade de acesso e de uso da mídia digital. As meninas pobres das áreas rurais serão as últimas a terem acesso a essa mídia.

**TABELA 6**  
A distribuição desigual da tecnologia na Índia

Estado/território indiano	Acesso à eletricidade percentual de domicílios 1994	Telefones (por 1000 hab.) 1999	Conexões de Internet (por 1000 hab.) 1999
Maharashtra	59,7	43	8,21
Kerala	61,1	43	0,87
Karnataka	63,0	29	2,73
Bengala Ocidental	15,6	16	2,51
Orissa	18,8	9	0,12
Uttar Pradesh	20,1	10	0,12

Fonte: Human Development Report 2001, <http://www.undp.org> (agosto de 2001)

## Estados Unidos

*Kids & Mídia @ The New Millenium* (Roberts, Foehr, Rideout e Brodie, 1999) foi o primeiro estudo de domínio público a examinar a totalidade do padrão de utilização da mídia numa amostragem nacional de crianças e jovens americanos. Os dados dizem respeito à disponibilidade da mídia e a seu uso no dia anterior e foram coletados entre novembro de 1988 e abril de 1999. O relatório inclui os resultados de duas amostragens de crianças entre 2 e 18 anos representativas da totalidade do país.<sup>1</sup>

As Tabelas 7 e 8 mostram o acesso das crianças à mídia em casa, discriminado por idade. Na Tabela 7, (1+) significa um ou mais aparelhos, e (3+) significa três ou mais aparelhos.

O estudo localizou também diferenças de acesso à mídia por gênero, raça/etnia e renda. Algumas dessas diferenças são comentadas abaixo.

A proporção de meninos e meninas com acesso aos diferentes tipos de mídia, em casa, raramente difere. Há uma exceção: mais meninos que meninas relatam pelo menos um jogador de videogame em sua casa.

A diferença mais marcante relativa à raça/etnia refere-se à propriedade de computadores. Entre as crianças caucasianas, 78% vêm de casas onde há pelo menos um computador, número esse substancialmente mais elevado que a percentagem relativa às crianças afro-americanas (55%) ou hispânicas (48%). As crianças brancas, além disso, têm maior probabilidade de ter acesso a computadores com drive de CD-ROM e acesso à Internet.

As mensurações econômicas também localizam diferenças na probabilidade de as crianças virem de casas equipadas com computadores, principalmente. Cerca de metade (49%) dos jovens que moram ou vão à escola em comunidades de renda mais baixa relatam possuir um computador em casa; para as comunidades de renda média esse percentual é de cerca de dois terços (66%) e para as de renda alta, de 81%. Como não é de surpreender, esse padrão se mantém para computadores com CD-ROM e para computadores com acesso à Internet (23%, 42% e 58%, respectivamente, para a Internet). Por outro lado, os jovens das áreas urbanas de alta renda têm probabilidades de viver em casas que possuam sistemas de videogame menores que seus pares de renda média.

---

<sup>1</sup> Uma amostragem de 2.065 crianças, da 3ª à 12ª séries (de 8 a 18 anos) forneceram seus próprios dados sobre seu uso da mídia, através de questionários escritos aplicados nas escolas. Para as crianças menores, os pais (ou os principais responsáveis) de uma amostragem de 1.090 crianças entre 2 e 7 anos forneceram os dados em entrevistas face-a-face, aplicadas em casa.

O Annenberg Public Policy Center da Universidade da Pensilvânia (APPC), nos Estados Unidos, examinou o papel desempenhado pela mídia e pelas políticas de mídia na vida familiar ao longo do tempo. *Media in the Home 2000* (A Mídia nos Lares, 2000) (Woodard com Gridina, 2000) é a quinta enquete anual realizada pelo APPC junto a pais e crianças.<sup>2</sup>

Os resultados desta última enquete sobre o acesso de crianças à mídia não apresentam desvios nítidos em relação ao estudo americano mencionado acima.<sup>3</sup> No entanto, os dados, ao longo do tempo, mostram que o ambiente de mídia de famílias com filhos vem passando por transformações. Por exemplo, em 2000, quase metade (48%) de todas as famílias dos Estados Unidos com crianças entre 2 e 17 anos de idade possuíam todos os quatro dos seguintes equipamentos de mídia: uma aparelho de televisão, um VCR, um equipamento de videogame e um computador. E, pela primeira vez desde 1996, o número de famílias com filhos que possuíam uma assinatura de Internet (52%) foi maior que o número de famílias desse tipo que assinavam um jornal (42%).

**TABELA 7**

Disponibilidade de mídia em domicílios com crianças, por idade (percentagem)

Meio	2-7 anos		8-13 anos		14-18 anos	
	(1+)	(3+)	(1+)	(3+)	(1+)	(3+)
<b>Televisão</b>	100	45	99	69	99	71
<b>VCR</b>	96	12	97	23	99	30
<b>Rádio</b>	98	48	96	63	98	82
<b>Toca-fitas</b>	90	26	96	56	98	68
<b>CD-player</b>	83	14	92	40	97	59
<b>Videogame</b>	52	5	82	27	81	22
<b>Computador</b>	62	3	69	8	79	9
<b>TV a cabo/satélite</b>	73		74		74	
<b>Canais a cabo Premium</b>	40		49		41	
<b>Acesso à Internet</b>	40		44		54	
<b>CD-ROM</b>	52		58		69	

Fonte: Roberts, Foehr, Rideout e Brodie, 1999

<sup>2</sup> A enquete baseia-se em entrevistas telefônicas realizadas durante o período de abril a maio de 2000, com 1235 pais de crianças entre 2 e 17 anos e 416 crianças entre 8 e 16 anos, de todos os Estados Unidos, com a exceção do Alasca e do Havaiá. As amostragens foram retiradas de discagem digital aleatória e comparadas às estimativas demográficas. O índice de resposta, tanto para pais quanto para crianças, foi de 31%.

<sup>3</sup> Os números às vezes são mais altos, outras vezes são mais baixos, o que pode depender de diferentes períodos de tempo ou de diferentes metodologias.

**TABELA 8**

Disponibilidade de mídia nos quartos das crianças, por idade (percentagem)

<b>Meio</b>	<b>2-7 anos</b>	<b>8-13 anos</b>	<b>14-18 anos</b>
<b>Televisão</b>	32	65	65
<b>VCR</b>	16	34	38
<b>Rádio</b>	42	81	94
<b>Toca-fitas</b>	36	74	89
<b>CD-player</b>	14	64	88
<b>Videogame</b>	13	47	42
<b>Computador</b>	6	23	19
<b>TV a cabo/satélite</b>	14	28	32
<b>Canais a cabo Premium</b>	5	15	15
<b>Acesso à Internet</b>	2	9	12
<b>CD-ROM</b>	3	14	16

*Fonte:* Roberts, Foehr, Rideout e Brodie, 1999

# Quanto as Crianças Usam a Mídia?

Expressa-se não apenas o desejo de que existissem estatísticas globais sobre o *acesso* das crianças à mídia, mas também de que houvesse dados comparativos sobre o *uso* que elas fazem dessa mídia. Deve-se, portanto, enfatizar que, em muitos países, a pesquisa sobre crianças e mídia não se encontra suficientemente desenvolvida. Pesquisas dessa natureza são realizadas de forma relativamente regular na Austrália e na Nova Zelândia, na Europa, no Japão e na América do Norte. Em outros países, ela é mais esporádica ou totalmente inexistente. Além do mais, quando pesquisas são realizadas, os métodos variam muito e, portanto, as diferenças entre os resultados encontrados para os vários países depende tanto dos métodos quanto das culturas. Nem mesmo a tão generalizada mensuração contínua dos níveis de audiência da televisão, efetuada pelo setor de meios de comunicação, pode fornecer cifras que permitam a comparação entre as diversas regiões do mundo (von Feilitzen, 1999)

Apresentaremos, agora, alguns exemplos de dados sobre o uso da mídia pelas crianças de alguns países.

## Chile

Souza e Debia (2000) afirmam, no artigo “O Uso da Mídia pelas Crianças no Chile”, que 95% dos domicílios chilenos possuem pelo menos um aparelho de televisão. Em 1999-2000, 34% de todos os domicílios, em nível nacional, tinham também acesso à televisão a cabo.

Em 1999, uma enquete nacional sobre televisão foi realizada nas grandes cidades, entre pessoas adultas com acesso à televisão em suas

residências.<sup>1</sup> Segundo as pessoas com filhos menores de 13 anos de idade, a televisão aparece como o meio preferido pelos jovens, enquanto o rádio ocupa o segundo lugar e a mídia escrita, o terceiro (Tabela 9).

As informações coletadas pelas mensurações comuns de níveis de audiência indicam que as crianças entre 5 e 14 anos de idade, que residem em Santiago, assistem televisão entre 120 e 240 minutos por dia, dado que também demonstra a importância desse meio na vida cotidiana das crianças. Outras pesquisas mostram que o uso da televisão pelas crianças é menor no nível econômico superior, mas que não há diferenças significativas entre meninos e meninas a esse respeito.

**TABELA 9**

Hábitos de uso da mídia entre crianças menores de 13 anos nos principais centros urbanos chilenos, 1999 (percentagem)

Uso	TV	TV a cabo	Rádio	Mídia escrita	Vídeo	Computador
Todos os dias	83	83	51	30	15	19
3-4 dias por semana	9	5	11	15	13	18
1-2 dias por semana	3	3	13	19	24	19
Apenas aos domingos	1	1	1	2	6	5
Menos de 1 dia por semana	1	1	4	7	13	7
Nunca	3	5	18	25	23	26
Não sabe/sem resposta	1	2	2	2	7	7
Total	100	100	100	100	100	100

Fonte: *Encuesta Nacional de Televisión* (Enquete Nacional de Televisão). Departamento de Pesquisa do Conselho Nacional de Televisão e da Diretoria de Estudos Sociológicos da Universidade Católica (DESUC), Chile, 1999.

## África do Sul

O artigo “Um Panorama das Transmissões para Crianças na África do Sul” (Bulbulia, 1998) mostra que o primeiro estudo relativamente detalhado sobre as crianças desse país foi concluído em 1997. Sob o sistema do apartheid, as pessoas eram classificadas de acordo com sua raça, ou seja, brancos, indianos, de cor e negros. Em 1997, as pesquisas ainda eram efetuadas desse

<sup>1</sup> Essa enquete tomou como base uma amostragem de 2.423 pessoas, composta de um universo de homens e mulheres de idade superior a 15 anos e de todos os níveis socioeconômicos, que tinham, em suas casas, acesso à TV e que eram residentes dos principais centros urbanos chilenos: Santiago, Antofagasta, Viña del Mar-Valparaíso, Concepción-Talcahuano e Temuco. Dentre essas pessoas, 1.290 tinham filhos menores de 13 anos de idade.



modo. Os resultados, que indicam quantas crianças usaram os diferentes meios num dia médio, podem ser agrupados (Tabela 10):

**TABELA 10**  
Proporção das crianças entre 12 e 15 anos que usaram cada um dos meios no dia anterior, por raça, 1997 (percentagem)

Meio	Negras	Branças, de Cor e Indianas	Todas as crianças
Ouviram rádio ontem	57	62	58
Assistiram televisão ontem	46	87	53
Leram uma revista ontem	25	64	32
Leram um jornal ontem	9	34	14
Viram um filme num cinema nas últimas 12 semanas	6	62	12

Fonte: South African Advertising Research Foundation, 1997

Como mostrado na coluna direita, durante um dia médio, as crianças entre 12 e 17 anos usam mais o rádio que a televisão. A tabela mostra, ainda, que o uso da mídia é muito mais comum entre o grupo branco/indiano/de cor que entre o grupo negro. No entanto, a proporção de crianças que ouvem rádio é quase igual em ambos os grupos – a maior diferença refere-se ao uso dos meios audiovisuais e impressos. Um número maior de crianças brancas/indianas/de cor que das negras têm acesso e usam computadores e a Internet (embora isso não seja mostrado na tabela).

Em 1998, os índices comuns de audiência de televisão forneceram cifras semelhantes relativas ao uso diário da televisão – cerca de 55% de todas as crianças sul-africanas de idade entre 8 e 12 anos e 13 e 17 anos assistem televisão num dia médio. Entre *as crianças dessas faixas etárias com acesso à televisão* (55-62% de todas as crianças), o número médio de horas de televisão diárias é de cerca de duas horas (Eurodata TV/Telmar, 1998, citado em von Feilitzen, 1999).

## Suécia

O *Media Barometer* é uma série sueca de pesquisas, de periodicidade anual, que examina o acesso à mídia e o uso da mídia.<sup>2</sup> A tabela 11

<sup>2</sup> Os dados são coletados em entrevistas telefônicas feitas com uma amostragem nacional representativa, simplesmente aleatória, de cerca de 3000 indivíduos de idade entre 9 e 79 anos, retirados do registro do censo. Essas entrevistas são conduzidas sobre uma amostragem estratificada aleatória de 28 dias durante o ano e as perguntas feitas referem-se ao uso da mídia no dia anterior.

apresenta a proporção de jovens entre 9 e 18 anos que usaram cada um dos meios na véspera em 2000.

Levando em conta tanto o uso quanto o tempo gasto em cada meio, verifica-se que os meninos usam mais os meios audiovisuais que as meninas, enquanto as meninas usam mídia de música e livros mais que os meninos. No entanto, a maior diferença se refere aos meios digitais. Os meninos usam computadores, a Internet e jogos de vídeo e computador de forma muito mais intensa que as meninas.

**TABELA 11**

Proporção das crianças que usaram cada um dos meios no dia anterior, por idade e gênero, 2000 (percentagem)

Meio	Idade		Gênero		Todas
	9-13 anos	14-18 anos	Meninos	Meninas	9-18 anos
Jornal da manhã	33	60	48	46	47
Rádio	57	75	63	69	66
Fitas cassete	18	18	15	21	18
CDs	45	72	69	59	59
Televisão	93	91	93	91	92
TV de texto	19	34	32	21	27
VCR	37	28	37	28	32
Videogames	18	11	22	6	14
Computador*	37	44	46	35	41
Internet**	22	49	37	36	37
Jornal da tarde	15	26	26	16	21
Revistas	32	27	26	33	29
Imprensa especializada	15	13	17	11	14
Livros	68	51	55	64	59
<b>n=</b>	<b>150</b>	<b>170</b>	<b>161</b>	<b>159</b>	<b>320</b>

Obs.: \* Usado em casa

\*\* Usado em casa ou na escola

Fonte: Nordicom-Sveriges Mediebarometer, 2000

A estimativa da média do tempo total gasto com todos os meios de comunicação, entre crianças e jovens de 9 a 18 anos, de acordo com este estudo, é de cerca de 4 a 6 horas por dia. Esse número aumenta com a idade, devido, principalmente, a que os adolescentes escutam mais música. As crianças mais novas, de idades entre 3 e 8 anos, gastam em média 3 horas por dia com os meios de comunicação (Filipson e Abrahamsson, 2000).

### Situações Específicas de Mídia

No decorrer da década de 90, no mínimo dois estudos comparativos, incluindo perguntas relativas a por quanto tempo as crianças usam a mídia,

foram desenvolvidos em vários continentes<sup>3</sup> e pelo menos dois estudos comparativos enfocaram os países europeus.<sup>4</sup> Neles os dados foram coletados principalmente nas escolas. Esse fato, entretanto, significa que os resultados do primeiro dos estudos globais mencionados não são válidos para todas as crianças, uma vez que nem todas as crianças dos países estudados atingiram as séries escolares em questão (ver nota 3) e essa observação é válida, principalmente, para as meninas. Para as estimativas das proporções de crianças matriculadas em escolas, consultar sob o título “Crianças, Escola e Trabalho”.

Esses estudos, bem como as medições comuns de índices de audiência, indicam que a frequência de uso da mídia, bem como o tempo gasto com ela, varia consideravelmente entre crianças do mesmo país e, também, que o uso *médio* das crianças varia consideravelmente entre os diferentes países. Por exemplo, o uso diário *médio* apenas de *televisão – entre crianças em idade escolar com acesso a televisão* – parece, em alguns países, ser 1 ½, e em outros, 3 ½ horas (e, como é natural, o uso individual da televisão varia de praticamente tempo nenhum a muitas horas).

Além do mais, verifica-se que não há relação simples entre o acesso a um meio e o seu uso. Fatores nacionais, demográficos, familiares e socioeconômicos também desempenham um papel, como também os hábitos

---

<sup>3</sup> Em inícios da década de 90, Bradley S. Greenberg, dos Estados Unidos, coordenou um estudo tratando de crianças de 6ª a 10ª séries, de diversas regiões do mundo, embora apenas num número limitado de localidades em cada país e apenas para crianças matriculadas nas escolas (os dados, que foram coletados por meio de questionários, foram divulgados separadamente em uma série de publicações). O outro projeto global foi executado em 1996-97, entre crianças de 12 anos de idade matriculadas em escolas em 23 países de todo o mundo. O formulário incluía algumas perguntas sobre o uso da mídia (Groebel, 1999), embora o foco principal do estudo fosse a violência na mídia.

<sup>4</sup> A cada quatro anos, desde 1985/86, A Organização Mundial da Saúde (OMS) vem realizando enquetes, utilizando questionários aplicados nas escolas sobre o comportamento relacionado à saúde entre as crianças. Os últimos dados, coletados em 1997-98, válidos para crianças de 11, 13 e 15 anos, em 28 países da Europa e também da América do Norte, incluíam 3 perguntas sobre o tempo passado com VCR, televisão e videogames (Currie et al., 2000). O outro estudo comparativo europeu foi realizado em 1997-98, em doze países europeus, sob a orientação de Sonia Livingstone, do Reino Unido, enfocando muitos aspectos do uso da mídia pelas crianças, neste caso, crianças de idade entre 6-7 e 16-17 anos. Tanto os dados quantitativos quanto os qualitativos foram coletados por meio de questionários e entrevistas aplicados na escola, na maioria dos países e, em alguns outros, na casa das crianças. Diversos artigos e livros foram publicados, bem como um volume amplo, contendo os dados internacionais (Livingstone e Bovill, 2001).

culturais das pessoas, seu relacionamento com suas famílias, com seus pares e com a escola, motivos e expectativas pessoais, bem como as políticas públicas e as estratégias de mercado dos diferentes meios de comunicação.

- Por exemplo, em países com pouca mídia, crianças filhas de pais de renda baixa, freqüentemente, usam pouco essa mídia por não terem acesso a ela. No entanto, em países com muita mídia, as crianças filhas de pais de renda baixa, muitas vezes, dedicam mais tempo a todas as mídias em conjunto, devido a seu maior uso da televisão, do VCR e dos jogos de computador. Desse modo, as crianças filhas de pais de renda alta, nesses países, muitas vezes dedicam menos tempo ao conjunto da mídia – embora usem com maior freqüência a mídia escrita e os computadores (Roberts et al., 1999).
- Um outro exemplo dessa situação complexa é que os meninos, freqüentemente, têm maior acesso à mídia que as meninas e usam os meios audiovisuais e a mídia digital de forma mais intensa. Na Índia e na Tunísia, contudo, as meninas parecem assistir televisão e ouvir rádio mais que os meninos. Quanto às meninas, as restrições sociais às atividades ao ar-livre, os tabus sociais e o status social inferior as mantêm dentro de casa, o que resulta num maior uso da mídia em casa. Os meninos, por outro lado, freqüentam locais de diversões públicos, como cinemas, por exemplo, com maior freqüência que as meninas. (Agrawal, 2000, Ben Slama, 2000).
- Embora as crianças dos Estados Unidos e da Suécia tenham acesso a uma quantidade de mídia semelhante, estima-se que as crianças americanas dediquem mais tempo à mídia do que as suecas (*Nordicom-Sveriges Mediebarometer, 2000*, Roberts et al., 1999).

Os resultados das pesquisas simplesmente não podem ser generalizados para os diferentes países. Há grande necessidade de pesquisas futuras sobre as crianças e a mídia. Essas pesquisas deveriam ser praticadas tanto pelas nações, individualmente, sobre seus próprios contextos socioculturais, quanto através de maior cooperação entre pesquisadores que trabalham em nível intercultural comparativo, de modo a fornecer uma visão mais abrangente das crianças na paisagem da mídia, tanto em nível global quanto em nível local.

# As Crescentes Diferenças Quanto ao Uso da Mídia

## Diferentes Estilos de Uso da Mídia

Embora os padrões de uso da mídia tenham como base contextos complexos em que as filiações nacionais, o nível sociocultural da pessoa, os gostos individuais, as políticas de mídia e muitos outros fatores desempenham seu papel, verifica-se a tendência de que, com o aumento quantitativo dos conteúdos da mídia, as preferências e os estilos de vida individuais venham a se tornar cada vez mais importantes como fatores que influenciam as opções de mídia, ou seja, o uso da mídia vem-se tornando mais individualizado. Uma análise do uso da mídia por jovens entre 9 e 16 anos de idade, de dez países europeus (Johnsson-Smaragdi, 2001) revelou que as crianças poderiam ser classificadas de acordo com oito estilos de uso da mídia. A Figura 4 mostra aproximações das proporções de crianças e adolescentes que se enquadram em cada um dos estilos (ver os percentuais sob as colunas) e o tempo total gasto com a mídia para os diferentes grupos de usuários (ver as colunas). Essa ilustração mostra o perfil agregado dos estilos de usuários em todos os dez países e deve ser ressaltado que o perfil de cada país apresenta desvios em relação a esse padrão.

A coluna da direita mostra que, em média, as crianças e adolescentes de 9 a 16 anos de dez países europeus dedicam cerca de 4 ½ horas por dia a todos os meios de comunicação de massa – excluindo-se a mídia de música. No entanto, esses oito estilos de usuários possuem as seguintes características (além de outras):

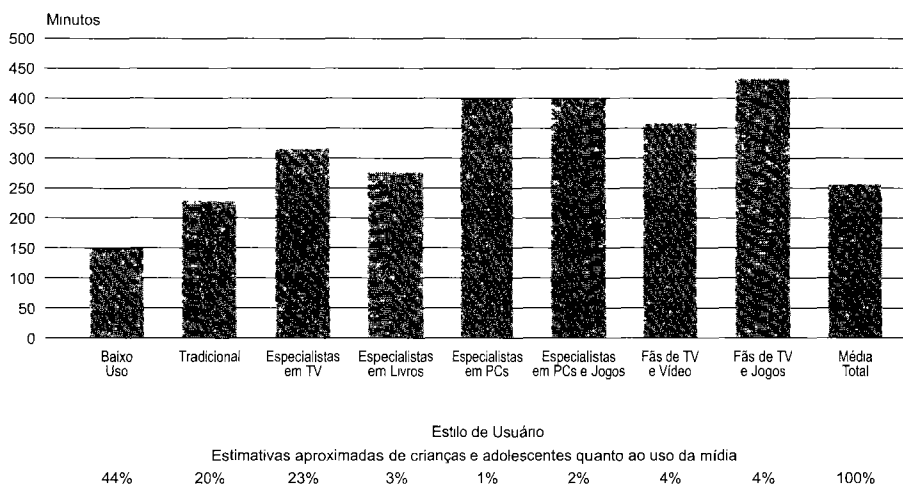
- *O baixo uso é o mais comum.* Esse grupo representa, aproximadamente, 44% de todas as crianças e dedica muito menos tempo à mídia – cerca

de 2 ½ horas por dia – que a média. Esses pequenos usuários da mídia distinguem-se, basicamente, por seu uso relativamente pouco intenso da televisão, embora ela detenha a preferência. No geral, eles tendem a ter um padrão diversificado de uso da mídia.

- *Os usuários tradicionais da mídia* representam cerca de 20% do total das crianças e gastam menos de 4 horas por dia com a mídia. Os tradicionalistas usam pouco os novos meios (jogos eletrônicos, PCs e Internet) e fazem um uso mediano dos demais meios.
- *Os especialistas em televisão* representam, aproximadamente, um quarto da totalidade das crianças. Eles concentram-se pesadamente na televisão, passando, em média, 3 ½ horas diante dela, sendo assim o grupo que mais tempo dedica a esse meio. Seu uso total da mídia é superior à média, cerca de 5 ½ horas por dia.

**FIGURA 4**

Média do tempo (em minutos) gasto a cada dia com todos os meios, nas horas de lazer, em dez países europeus, entre crianças e adolescentes de 9 a 16 anos de idade, 1997-98



Fonte: Johnsson-Smaragdi, 2001

Os três estilos de uso da mídia, até aqui mencionados, totalizam mais de quatro quintos da amostragem. Os outros cinco grupos, segundo dados coletados em 1997/98, são compostos de menos de 5% da amostragem, cada um deles. O grupo de especialistas em PCs, mencionado abaixo, em particular, pode estar em crescimento rápido, à medida que a nova mídia for se disseminando entre a maioria da população.

- *Os especialistas em livros* passam cerca de 1 ½ hora por dia lendo livros. Eles também gastam um tempo maior que a média com outros meios impressos. Apesar disso, gastam mais tempo com televisão que com livros, de maneira que seu tempo total de mídia é ligeiramente maior que a média.
- *Os especialistas em PCs* gostam de computadores e da Internet. Eles também usam intensamente os jogos eletrônicos, por exemplo, mas usam pouco a televisão. O tempo total que esse grupo passa na mídia é alto, mais de 6 ½ horas diárias.
- *Os especialistas em PCs e jogos* também são fortemente centrados nos computadores e na Internet, mas seu uso principal são os jogos eletrônicos, que usam ainda mais intensamente que o grupo acima mencionado. Seu tempo total de uso da mídia é, aproximadamente, o mesmo dos especialistas em PCs.
- *Os fãs de televisão e vídeo* gastam grandes períodos de tempo tanto com a televisão quanto com os vídeos, mas fazem pouco uso de jogos, computadores e livros. Seu tempo total de uso da mídia chega a 6 horas por dia, o que é muito acima da média, embora seja menor que o dos especialistas em PCs e PCs e jogos.
- *Os fãs de televisão e jogos*, por fim, gastam em média 2 ½ horas por dia com jogos eletrônicos e um outro tanto com televisão. Esses jovens também fazem uso relativamente intenso de vídeos e computadores. Dentre todos os oito grupos, é este o que apresenta o maior total de uso da mídia, cerca de 7 ½ horas diárias.

Apesar da individualização, a televisão ainda é o meio dominante para *todos* os tipos de usuários, tanto em termos de número de usuários quanto de tempo gasto. Todos, em todos os lugares, assistem televisão e assistir televisão constitui a parte principal de seu uso da mídia. Os novos meios (jogos eletrônicos, computadores e Internet) são também usados em todos os estilos de uso da mídia, embora a proporção de usuários e a quantidade de tempo gasto varie (Johnsson-Smaragdi, 2001).

## Os Computadores estão Suplantando a Televisão?

Afirmações de que as crianças estão trocando a tela da televisão pelos jogos eletrônicos e pelo computador aparecem com frequência na imprensa. No entanto, até hoje, nenhuma pesquisa sobre crianças corroborou a existência de uma tendência nesse sentido. Ao longo do tempo, não houve declínio do tempo que as crianças e jovens passam em frente à televisão. Ao contrário, o uso da nova mídia geralmente se acrescenta ao da televisão, ao mesmo tempo em que se verifica a tendência à individualização e à especialização do uso da mídia. É possível, portanto, que alguns jovens, individualmente, substituam um meio por outro, mas essa não é a tendência geral. Isso também implica que os hiatos de interesse sejam uma realidade e que hiatos de informação e de conhecimento talvez recebam reforço (por exemplo, Johnsson-Smaragdi, 2001, Johnsson-Smaragdi e Jönsson, 2000, *Nordicom-Sveriges Mediebarometer, 2000*, Roberts et al., 1999).

É provável que, futuramente, os padrões de uso da mídia continuem em transformação, uma vez que a convergência da mídia, atualmente em curso, vem alterando de forma radical a paisagem da mídia. Jogos, jornais, revistas, livros, rádio, música, cinema e televisão, já estão, até um certo ponto – e, em alguns casos, em grande parte – disponíveis pela Internet. E o mais provável é que a Net, muito em breve, venha a se tornar ainda mais facilmente acessível para um número cada vez maior de pessoas. Da mesma forma, receptores digitais de TV tornarão possível toda uma gama de serviços de informação.

### O Contexto Familiar

Em países que dispõem de pouca mídia, é comum o costume de assistir à televisão e ouvir rádio coletivamente. Por exemplo, muitas pessoas se reúnem em frente ao único aparelho de televisão ou de vídeo da aldeia, caso ele exista. Há, também, o costume de assistência pública em cafés, bibliotecas e clubes sociais. Em países como a Índia, onde, no decorrer da última década, a televisão difundiu-se de forma explosiva, atingindo um grande número de residências, as crianças vêem televisão quase que exclusivamente no círculo familiar (Agrawar, 2000). Com a multiplicação do número dos meios, que vem ocorrendo em muitos países industrializados, a maioria dos domicílios possui vários aparelhos de televisão, dos quais um,



geralmente, é levado para o quarto da criança (por exemplo, Livingstone, Holden e Bovill, 1999, *Nordicom-Sveriges Mediebarometer, 2000*, Roberts et al., 1999). Um grande número de crianças tem, também, outros equipamentos de mídia para seu uso particular.

Uma das conseqüências desse fato é que crianças e adultos, cada vez mais, preferem usar meios diferentes e assistir a diferentes programas de televisão. O uso conjunto da mídia, por crianças e pais, vem-se tornando mais raro, eles conversam menos sobre o conteúdo da mídia e há menores probabilidades de os pais estabelecerem regras para o uso da mídia pelos filhos. Isso parece valer ainda mais para os jogos eletrônicos que para a televisão (por exemplo, Casas 2000).

Mas, como já mencionado, essa situação não apenas difere entre os países como, também, se deve a um grande número de fatores. No Egito, por exemplo, a maioria dos pais de classe média trabalha nunca menos de 12 horas por dia e, muitas vezes, têm mais de um emprego para poder fazer face às despesas, de modo que não se pode esperar que os pais controlem a televisão que seus filhos vêem (El Simary, 1999). Nas casas das crianças argentinas de menor nível econômico, a televisão, geralmente, é colocada no meio da sala (em muitos casos, o único cômodo da casa), e a hora de ver televisão é uma hora de encontro, uma atividade social que une a família. Mas o controle dos adultos sobre a televisão que as crianças vêem praticamente não existe, as crianças assistem muita televisão e assistem ao que querem (Morduchowicz, 1999). Aqui, também, as diferentes características de cada situação de mídia deve ser levada em conta.

# Que Conteúdos de Mídia as Crianças Preferem?

Em ambas as situações – a que implica um maior uso coletivo e a que implica um uso mais individualizado da mídia – as crianças, em grande medida, assistem e ouvem programas direcionados primordialmente aos adultos. Experiências de pesquisa em vários países mostram que as crianças pequenas gostam de programas infantis. Mas, no que diz respeito à televisão, muitos canais de todo o mundo não oferecem qualidade na linha de programação para crianças.

A tendência em assistir a programas para adultos transforma-se num interesse mais genuíno da criança quando ela atinge 7-9 anos de idade, e está-se tornando mais curiosa em relação ao mundo adulto. As crianças dessa idade preferem ficção, novelas e filmes de ação para adultos, embora assistam bem menos aos noticiários e outros programas informativos. Se há programas infantis de boa qualidade, e direcionados a essa faixa etária – o que nem sempre é o caso – elas também assistem a esses programas.

## **Programas Nacionais ou Importados?**

As crianças, então, preferem os programas nacionais ou os importados? A resposta parece depender da quantidade e da qualidade dos programas nacionais, bem como da língua e da cultura. Se existe uma gama de programas de alta qualidade – incluindo teleteatro e ficção de produção nacional, que reflitam a cultura e a língua da criança e que atendam a suas necessidades, a resposta a essa pergunta é afirmativa. Pelo menos, essa seria a conclusão tirada dos exemplos a seguir.

Rydin (2000a) realizou uma enquete na Austrália, no Japão e na Suécia, países com uma produção relativamente grande de programação infantil. Os resultados mostraram que entre os 20 programas mais populares na Suécia (os programas com os mais altos índices de audiência diária em janeiro e fevereiro de 1999), entre as crianças de 3 a 11 anos, 19 eram de origem sueca. Os programas mais vistos eram teleteatros e ficção baseados em histórias infantis de grande popularidade. Apenas um bloco de programa de desenhos animados da Disney, ou seja, de origem norte-americana, conseguia competir com os programas suecos. Todos os 20 programas de maior audiência eram transmitidos pela emissora pública SVT. Na Austrália, 13 dos 20 programas de maior audiência entre crianças de 5 a 12 anos (agosto de 1998) eram de origem norte-americana. Neste caso, entretanto, devemos lembrar que há grande similaridade entre a língua falada nos Estados Unidos e a falada na Austrália. No Japão, todos os 20 programas de maior audiência entre crianças de 3 a 12 anos (outubro de 1998) eram de origem japonesa, sendo transmitidos por diversos canais de televisão. Dentre eles, 12 foram classificados como desenhos animados.

Pesquisas semelhantes realizadas em dois países asiáticos que produzem poucos programas infantis geraram resultados diferentes: na Índia, nenhum dos poucos programas infantis lembrados por uma amostragem de crianças entrevistadas havia sido produzido no país. Ao contrário, os programas mencionados pelas crianças, como sendo os que mais lhes agradavam, eram produzidos para adultos: seriados de crime, suspense, comédias e programas familiares. Na Malásia, dos 100 programas de televisão de maior audiência entre crianças de 6 a 14 anos, apenas três eram programas infantis, sendo, todos eles, de proveniências externa (Goonasekera, 2000).

Dos 11 países asiáticos estudados, três seguiram políticas que propiciavam o desenvolvimento de programas de televisão para crianças: China, Vietnã e Japão. Na China e no Vietnã, o apoio governamental foi de importância decisiva. No Japão, a política governamental de teledifusão da NHK dá muita atenção à televisão para crianças. Em muitos outros países asiáticos, os programas infantis para televisão têm de competir no mercado. Os anunciantes e profissionais de marketing viram pouca perspectiva de lucros na televisão infantil (ibid).

Na África do Sul, os programas mais populares entre a população em geral são os de produção local (ou seja, sul-africana). No entanto, em todos os três canais da SABC e da M-NET, os programas *infantis* mais populares são os *sitcoms* e os musicais norte-americanos. Embora a percentagem de

programação infantil produzida internamente tenha crescido em todos os canais, tanto as crianças quanto os adultos dizem que esses programas deveriam ser mais “relevantes” e menos estrangeiros (Bulbulia, 1998).

Com poucas exceções, o padrão de audiência dos horários nobres da televisão entre as populações como um todo é semelhante em todo o mundo – ficção de entretenimento, esportes e noticiários. Apesar de haver muitos canais estrangeiros por satélite, a produção das emissoras nacionais atrai o maior número de telespectadores, e a demanda geral é por um maior número de programas locais (por exemplo, Lamb, 1997). No entanto, as alternativas de produção nacional – novelas e ficção nacionais etc. – muitas vezes não existem, ou existem em pequeno número. Os teleteatros e a ficção são produções caras e, na maioria dos países, não se pode esperar que os gastos venham a resultar em grandes receitas de exportação, como acontece nos Estados Unidos, que dominam as exportações mundiais, ou nos poucos outros países exportadores.

*“Queremos saber como vivem as outras crianças do mundo – que brincadeiras elas praticam, que canções elas cantam, que problemas elas têm que resolver nas regiões do mundo onde elas vivem”.*

Trecho de uma Lista de Desejos das Crianças, apresentado na Cúpula Asiática sobre os Direitos das Crianças e a Mídia, Manila, Filipinas, 1996.

## O Que é um “Bom” Programa Infantil?

Foi realizado na Holanda um estudo (Nikken, 2000a) sobre a qualidade dos programas infantis, aplicado a quatro grupos distintos de árbitros: crianças de 9 a 12 anos e mães de crianças de 3 a 12 anos, respectivamente, na qualidade de consumidores de programas infantis e realizadores e críticos, na qualidade de profissionais de produção e avaliação da televisão para crianças.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Amostragens e métodos: 427 crianças, das séries de 4ª à 6ª (de 9 a 12 anos) de cinco escolas primárias, preencheram questionários. 357 mães com filhos entre 3 e 12 anos foram entrevistadas por telefone. 163 profissionais de televisão em conferências internacionais e na Holanda preencheram questionários. Quanto aos críticos, foram analisadas 441 críticas de programas infantis e juvenis publicadas em jornais e revistas holandeses.

Foram encontrados nada menos que 19 tipos de padrões de qualidade aplicáveis aos programas infantis de televisão. Desses padrões, sete eram comuns aos quatro grupos. Ao que parece, entretanto, cada um dos grupos tinha sua própria opinião sobre a importância desses padrões em comum. Diferenças significativas foram encontradas, sobretudo entre produtores e críticos, por um lado, e entre crianças e mães, por outro. Por exemplo, as crianças e as mães esperavam, principalmente, que um programa fosse “inteligível”, ao passo que os profissionais colocaram esse padrão em quarto lugar, depois de “envolvimento” e “credibilidade”. Uma outra diferença foi que, mais do que as crianças, as mães esperavam que os programas infantis fossem isentos de violência e de cenas assustadoras, enquanto os produtores dos programas eram os que menos se preocupavam com violência, linguagem chula e cenas aterrorizantes.

As pesquisas não corroboram a idéia de que todas as crianças e adolescentes – e, por sinal, também os adultos – gostem de filmes e programas violentos. Por exemplo, uma enquete conduzida em 1995, entre jovens de 14 a 17 anos, em Moscou, mostrou que embora o entretenimento para crianças e adolescentes seja hoje repleto de violência, de crueldade e de cenas cruentas, e embora esses jovens exponham a si próprios a grandes quantidades de violência cinematográfica, apenas cerca de 30% deles disseram “gostar” desses filmes, enquanto a maioria dos adolescentes os avaliou como “mais ou menos”, ou manifestou “não gostar” (Tarasov, 2000). Entrevistas com crianças pequenas, no Egito, revelaram que, ao assistirem à televisão, elas apreciam ação e experiências excitantes, mas que isso não tem que necessariamente implicar violência (El Simary, 1999). As crianças tampouco gostam de todos os tipos de animação, gênero esse que vem apresentando um impressionante crescimento em todo o mundo. Segundo um estudo realizado em Natal do Sul, na África do Sul, por exemplo, muitas crianças às vezes se sentem infelizes e desconfortáveis, ao assistir programas destinados especificamente a elas, como *Power Rangers* e *Biker Mice from Mars* (Ramsdem, 1997).

O fato é que raramente a audiência tem escolha. A maioria dos países é fortemente dependente dos programas de televisão importados – e boa parte dessas exportações são produzidas com ingredientes dramáticos concebidos para serem compreensíveis ao maior número possível de culturas. Portanto, o que basicamente está por trás da violência da mídia não é uma questão de popularidade, mas sim de competição e de marketing global (Gerbner, 1977).

Não há uma fórmula pronta para o que seja um “bom” programa ou conteúdo de mídia. As crianças são ativas e curiosas, e elas se orientam no ambiente de maneira a construir significados. Elas querem aprender, se divertir, construir relações sociais e criar sua própria identidade – também por meio da mídia. Se perguntadas por que elas usam a mídia, responderão que estão buscando diversão, informação, contatos sociais e possibilidades de identificação – embora elas tendam a usar suas próprias palavras, e não essas expressões adultas (por exemplo, von Feilitzen, 1976). O que as crianças precisam, então, não é apenas prazer e identificações imaginárias visando ao mero entretenimento. Elas também querem aprender e construir seu sentido de pertencer a uma sociedade – muitas vezes, por meio de conteúdos de mídia dramáticos. Além disso, elas muitas vezes querem se identificar com crianças que sejam semelhantes a elas.

### **Por que as Crianças são Fascinadas por Jogos Eletrônicos**

Em regiões onde há abundância de meios, as crianças e jovens, de modo geral, usam a nova mídia mais intensamente que as gerações mais velhas. Isso se deve não apenas ao fato de as crianças serem fascinadas pela nova mídia, terem curiosidade a respeito dela e verem-na como mais “natural”, uma vez que estão crescendo com ela, mas também a um marketing proposital por parte do setor. Dirigindo os conteúdos de mídia e a propaganda para os mais jovens, torna-se mais fácil alcançar penetração entre os adultos, agora e no futuro.

As pesquisas sobre o uso da Internet e dos jogos de vídeo e computador pelas crianças está dando seus primeiros passos. É claro que as crianças usam esses meios por uma série de razões pessoais. O que sabemos ao certo é que, quando as crianças possuem computador em casa, elas, com maior frequência, usam-no mais para fins de recreação e entretenimento que para tarefas escolares (por exemplo, *Nordicom-Sveriges Mediebarometer, 2000*; Petrov, 2000; Roberts et al., 1999).

No que se refere aos videogames, os preferidos pelas crianças e pelos jovens – meninos, principalmente – são os do gênero “ação/combate”, “esportes-corridas”, “estratégia” e “aventura” (Petrov, 2000; Roberts et al., 1999), que muitas vezes contêm violência. Esses gêneros são mais comuns entre os videogames, ao passo que os jogos de computador são mais diversificados. As pesquisas sugerem que o que os jogadores vêem como

mais motivador não são as narrativas violentas em si, mas o desafio, ou seja, aprender como avançar no jogo, superar situações difíceis, solucionar problemas e competir, o que é possibilitado pela natureza interativa do jogo. São também de importância essencial a excitação emocional e a imersão criadas por esses jogos. No entanto, a violência presente nos jogos também é uma motivação, principalmente para os meninos (Christofferson, 1999; Holm Sorensen e Jessen, 2000; Kline, 2000 e Nikken, 2000).

# A Imagem da Criança

Pesquisadores de diversos países começaram a escrever a história da programação infantil e verificaram que, ao longo do tempo, ocorreram mudanças interessantes – em termos de estilos, tópicos etc., e também nas imagens da criança e nas construções da infância. Essas transformações das construções sobre a criança na mídia dependem, entre outros fatores, das variações no clima cultural da sociedade e das políticas de mídia adotadas nos diferentes períodos, bem como da crescente competição proveniente de outros meios e canais (por exemplo, Buckingham, 1999a; Lykke Christensen, em elaboração Pecora, 1998; Ponte, 1998; Rydin, 2000b; Schmidbauer, 1987). Naturalmente, a proporção crescente de séries infantis de animação disseminadas por todo o mundo também implica diferentes construções da criança. É desnecessário dizer que na televisão contemporânea de muitos países as crianças são mais freqüentemente representadas como animais animados e figuras fantasiosas que como crianças “realísticas”, imagens essas que são bem mais raras.

## **As Crianças são Sub-representadas na Mídia**

Além das imagens das crianças mostradas na programação infantil, em livros etc., um padrão geral vigente para a mídia como um todo é o de as crianças serem fortemente sub-representadas. Elas raramente são vistas, suas vozes raramente são ouvidas e os adultos da mídia raramente falam sobre crianças (von Feilitzen, em elaboração). Muitas análises de conteúdo mostram que padrões semelhantes valem também para os idosos, para as mulheres, para pessoas que desempenham trabalhos de baixa remuneração, como também para as minorias étnicas e lingüísticas. Por outro lado, os homens adultos pertencentes às classes média e alta e à população



majoritária são claramente hiper-representados nos conteúdos de mídia. Uma interpretação comum desses padrões recorrentes é que a cultura, da qual a mídia vem-se constituindo numa parte cada vez maior, assim reflete a hierarquia de poder da sociedade e o peso cultural e o valor de diferentes grupos da população. O fato de as crianças, entre outros grupos, raramente serem mostradas e retratadas na produção da mídia pode, portanto, ser visto como uma indicação de que, em muitos sentidos, é atribuído a elas um valor inferior, e que a mídia, dessa maneira, expressa e exercita uma forma de opressão cultural.

Além disso, como acontece também no caso da representação dos adultos pela mídia, determinadas categorias sociais de crianças são mostradas ainda mais raramente que outras. Não apenas as crianças pequenas são retratadas proporcionalmente com menor frequência que as crianças maiores, como há também menos meninas que meninos, e menos crianças pertencentes às classe trabalhadoras ou a minorias étnicas ou lingüísticas que crianças pertencentes à classe média e à população majoritária (por exemplo, Gerbner, 1999).

Quando acontece de as crianças serem mostradas na mídia, muitas vezes se dá em contextos especiais. Como é natural, a imagem da criança difere de um programa para outro, de um livro para outro, de um artigo para outro – e entre os diferentes meios de comunicação, países, regiões e contextos sociais e culturais. As pesquisas sobre como as crianças são retratadas na mídia é escassa e fragmentária. Mas o trabalho existente indica que, quando são analisados os padrões de mídia repetitivos, determinadas construções aparecem claramente como sendo recorrentes. Uma dessas imagens recorrentes nos noticiários da mídia, pelo menos em alguns países, é de as crianças frequentemente serem representadas em contextos de violência e crime, seja como agressoras ou como vítimas, e nos casos de abuso físico ou sexual de crianças. A consequência é que os jovens frequentemente são representados como um problema ou uma ameaça, e que os grupos vulneráveis são estigmatizados sem que seja levada em conta sua integridade, algo que também ocorre em conexão com as reportagens sobre guerras, catástrofes e fomes (por exemplo, Gilani, 1999; Sadozai, 2000).

Uma outra imagem recorrente na mídia é a da criança boa, inocente e meiga. Essa imagem atinge seu extremo nas propagandas comerciais (Rao, 1999). Em alguns países, pelo menos, a imagem da criança, especialmente a da criança de sexo feminino, tanto em propagandas quanto nos

conteúdos de ficção, é também temperada com elementos sexuais exagerados ou desnecessários (Gerner, 1999; Jempson, 1999). Além disso, a propaganda é o único meio onde as crianças aparecem com relativa frequência (von Feilitzen, em elaboração). O fato de as crianças aparecerem com maior frequência nas propagandas do que nos conteúdos gerais da mídia é, muito provavelmente, um sinal de que elas possuem um valor econômico e de consumo comparativamente alto na sociedade – como consumidores presentes e futuros e como vendedores de conceitos e de estratégias de propaganda de produtos, valores e estilos de vida.

É bem verdade que os programas, livros e revistas infantis etc. muitas vezes sejam exceções importantes a essa regra, e que os produtores e autores de mídia infantil muitas vezes se esforcem para compensar as construções preconceituosas da criança mostradas nos conteúdos de mídia dirigidos a adultos. No entanto, como já foi mencionado antes, a situação interna à mídia infantil difere muito entre os países. Em muitos lugares do mundo, os produtores de programas infantis trabalham em condições econômicas difíceis e em situações que ou vêm-se deteriorando ou sempre foram ruins, ou enfrentam problemas de outros tipos. E mesmo nos países que contam com maiores recursos para a produção de mídia infantil, esse tipo de conteúdo representa apenas uma pequena parcela do total da produção da mídia. Além disso, mesmo que haja programas e livros infantis de grande popularidade, as crianças, principalmente as de idade superior a 7-9 anos, mesmo assim assistem a quase todos os tipos de ficção adulta e, às vezes, a noticiários e programas informativos, tarde da noite. A maneira como as crianças são retratadas pela mídia, ou a ausência dessas representações, também podem influenciar as idéias e os conceitos que os adultos fazem da criança.

## **A Opinião das Crianças**

Tampouco é verdade que as crianças estejam totalmente satisfeitas com a maneira como são representadas na mídia. Por exemplo, a maioria dos jovens de 11 a 16 anos entrevistados numa pesquisa nacional realizada nos Estados Unidos disseram que, quando vêem crianças nos noticiários, é sempre em conexão com crime, drogas ou violência (Children Now, 1994). Segundo um outro estudo norte-americano, os jovens de 10 a 17 anos percebem claramente que a mídia retrata as classes sociais e as minorias

étnicas e lingüísticas de forma não-equitativa, e a esmagadora maioria delas acredita que seja importante para as crianças verem pessoas de sua raça na televisão. Como resumiu um menino afro-americano: “As pessoas se inspiram no que elas vêem na televisão. Se elas não vêem a si próprias na televisão, elas vão querer ser outra pessoa” (Children Now, 1998). Um levantamento conduzido pelas próprias crianças, sobre como as crianças são mostradas na imprensa (Children’s Express, Reino Unido, 1999) não revelou qualquer matéria jornalística que apresentasse uma imagem realística das crianças. Segundo esse estudo, todas as representações, ao contrário, eram estereótipos, e quase nenhuma matéria mostrava as crianças do ponto de vista delas próprias.

Em dezembro de 2000, a UNICEF deu início a uma discussão sobre a mídia, com o tema “A Cobertura dos Jovens pela Mídia é Boa?”, em seu website Vozes da Juventude (<http://www.unicef.org/voy>). As perguntas dirigidas aos jovens foram: “As imagens de crianças e jovens mostradas na televisão, nos programas de rádio, nos jornais e em outros tipos de mídia são justas? São realísticas? São precisas? São estereótipos? Dê um exemplo, e também sua opinião!”

A participação de jovens de todas as partes do mundo é bem-vinda nesse fórum *online*. Opiniões retiradas dele foram apresentadas a profissionais de mídia durante a Terceira Cúpula Mundial sobre a Mídia e as Crianças, realizada em março de 2001, na Grécia (ver sob o título “Exemplos de Encontros Internacionais sobre as Crianças e a Mídia Realizados a Partir de 1990”, neste volume). Esse fórum teve continuidade, após esse encontro.

De modo geral, os jovens que participaram desse debate expressaram opiniões negativas sobre a cobertura da mídia. Na caixa a seguir, reproduzimos alguns exemplos:

*“Como uma jovem africana do Quênia, sinto muita frustração ao ver o estereótipo da criança e do jovem africano nas imagens feitas pelas pessoas, principalmente as do Ocidente. Sinto-me humilhada e abusada, e também impotente, porque não há como expressar minha objeção. Sinto que é errado não poder dar minha opinião sobre como nós, as jovens africanas, vemos a nós mesmas. Se eu digo a uma pessoa ocidental que nós não temos moscas pousadas no rosto, que nossas mães não carregam água na cabeça, tendo como pano-*

*de-fundo um deserto cheio de leões, a maioria dos meus amigos da Internet fica muito surpresa.*

*Como uma africana jovem, e mulher, muitas vezes sinto-me em situação de desvantagem, não devido a minhas circunstâncias, mas sim às imagens e às histórias criadas e divulgadas por outros, sobre a minha vida, meu passado, meus sonhos e até mesmo meu futuro. Quando chegar a hora de eu desempenhar um papel no mundo, não haverá um papel para eu desempenhar, porque os preconceitos alheios, reforçados por imagens que eles escolheram como sendo a de “africanos”, já terão determinado um lugar para mim, sem respeitar meu direito de possuir minha própria imagem.*

*Isso me faz pensar que muitas imagens do mundo talvez não sejam reais. Nem mesmo tenho certeza de que este fórum fará alguma diferença, mas, pelo menos, ele é uma oportunidade para que eu expresse como me sinto, e por que o futuro me parece tão sombrio.*

Alison Ojany Owuor, 17 anos, Quênia, 18 de janeiro de 2001

*“Na minha opinião, a pior imagem dos jovens é quando eles são mostrados como indiferentes”.*

Efthimis Vezaris, 15 anos, Grécia, 20 de fevereiro de 2001

*“Não se dá atenção suficiente às crianças. A mídia só dá atenção aos adultos. Ela sempre dá ênfase às coisas negativas sobre a juventude, não às positivas. A mídia dá uma interpretação falsa de quem somos e de onde vivemos. Ela gera expectativas falsas, porque apresenta um mundo glamuroso. Os pais têm que dizer: “Você não se parece com uma boneca Barbie, mas nós amamos você assim mesmo!”. As representações da África são geralmente negativas, e mostram nosso povo como vítimas. Nossos programas de televisão locais deveriam ser mais multiculturais. Além disso, nunca ouvimos o ponto-de-vista das crianças nos noticiários – é sempre através dos olhos dos adultos.”*

KwaZulu, Fórum de Jovens pela Paz, Natal, 16 anos, África do Sul,  
21 de março de 2001

*“Acho que a mídia faz os jovens parecerem monstros e megeras. Ela sempre escreve sobre delinqüentes juvenis, e não percebe a verdade. A mídia deveria escrever mais sobre nossas boas qualidades”.*

“Monstros”, 17 anos, Eslováquia, 23 de março de 2001

*“Acho que a cobertura da mídia sobre crianças e jovens e sobre o que eles fazem, é muito pouca, e o que é noticiado são as coisas ruins que acontecem aos jovens, ou as coisas ruins que eles fazem. Em minha opinião, não há cobertura suficiente das ações e das opiniões dos jovens nas fontes de mídia como jornais e noticiários (de televisão).*

*A mídia usa estereótipos de maneiras não realísticas, para criar uma imagem atraente e forjada, para causar efeito sobre a audiência ou os leitores. Por exemplo, navegue no msn.com, em casas & famílias, por exemplo. O que você vê? Crianças, “famílias felizes” etc. Você acha que essas famílias são mesmo felizes?...”*

Fangman, 14 anos, país?, 24 de agosto de 2001

Fonte: <http://www.unicef.org/voy>

Há também outras descrições daquilo que não agrada a diversos grupos de crianças na imagem que a mídia faz delas – e de como elas prefeririam que fosse. Esses pontos de vista e essas recomendações podem ser encontrados, por exemplo, em cartas e em listas de desejos apresentadas por grupos de crianças à Cúpula Asiática sobre os Direitos da Criança e a Mídia, 1996 (de los Angeles-Bautista, 1999), à Segunda Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças, realizada em Londres, em 1998 (reproduzida em von Feilitzen, 1998) e num curso sobre educação para a mídia, na Áustria (Geretschlaeger, 1999). Outras recomendações também podem ser encontradas no estudo acima mencionado, executado pelo *Children's Express*, e num artigo de autoria de Jempson (1999). Alguns dos vários temas recorrentes, nessas opiniões, são que as crianças querem ser levadas a sério e querem poder falar por si próprias. É necessário que

sejam coletadas mais opiniões de crianças de todo o mundo. Enquanto esperamos que isso aconteça, reproduzimos aqui as conclusões a que chegou o *Save the Children* (Salvem as Crianças), do Reino Unido (McCrum e Hughes, 1998), com base em conversas com crianças e jovens de Barbados, Canadá, Inglaterra, Israel, Namíbia, Irlanda do Norte, Palestina e Romênia:

Perguntamos às crianças o que elas pensavam da maneira como são retratadas pela mídia. Isto foi o que elas disseram:

*As crianças não gostam de ver:*

- comentários sérios feitos por crianças sendo tratados como ameaças ou como piada (engraçada para os adultos, não tão engraçada para as crianças).
- uma criança muito “bonitinha”, sendo usada para aumentar o apelo.
- fotos e descrições de crianças em situação miserável, usadas para comover. Elas não contribuem para o auto-respeito das crianças, ou para que a audiência as respeite.
- crianças sendo tratadas de forma paternalista, ou de cima para baixo.
- adultos falando em nome das crianças, quando as crianças sabem mais sobre o assunto em questão.
- crianças sendo exibidas como animais de circo.
- adultos apontando a ignorância das crianças.
- adultos colocando palavras na boca das crianças, ou as interrompendo.
- crianças mostradas como passivas, quando elas não são.
- generalizações que enquadram todos os jovens num grupo-problema chamado “jovens”.

*As crianças querem que você:*

- deixe-as falar por si próprias, sem interferência dos adultos.
- trate-as como iguais, como seres humanos como quaisquer outros.
- converse com elas sobre os assuntos tratados na mídia.
- dê a elas a oportunidade de falar livremente com os adultos, e também com outras crianças.
- veja-as como indivíduos, com pensamentos, entusiasmos e preocupações próprios.

- valorize suas experiências – elas podem ser jovens, mas elas já aprenderam muito sobre a vida.
- deixe-as ser elas mesmas, não o que os outros querem que elas sejam.
- leve suas opiniões a sério.

*Fonte:* McCrum e Hughes, 1998

# Recepção e Influências da Mídia

## A Recepção da Mídia pelas Crianças na Vida Cotidiana

As crianças usam a mídia, entre outras razões, porque elas acham-na divertida, excitante e imaginativa, e porque passam por experiências de aprendizado. Sentem também que a mídia as faz “sentirem-se incluídas” em meio às pessoas e aos acontecimentos, o que algumas vezes leva à formação de amizades. Ao mesmo tempo, o uso da mídia muitas vezes é um acontecimento social real – a situação de recepção significa encontro e conversa com membros da família ou amigos (von Feilitzen, 1976).

Isso se aplica tanto à programação infantil quanto à de adultos. Por exemplo, as crianças muitas vezes ficam fascinadas pelas novelas e por programas de ação, porque elas os vêem como emocionantes e sentem que esses programas as ensinam a perceber e compreender os problemas morais e sociais do mundo adulto.

Já há bastante tempo vêm sendo realizados centenas de estudos sobre a recepção dos diversos programas pelas crianças – abrangendo o que as crianças sentem a respeito desses programas, como elas os interpretam e o que elas conseguem entender, nas diferentes idades. Quanto a esse particular, há, pelo menos em alguns países, uma tendência recente nas pesquisas sobre crianças que talvez seja de interesse. Essas investigações tentam relacionar – por meio de estudos qualitativos, informais e de etnografia de mídia – a recepção pelas crianças com um contexto ainda mais amplo, ou seja, descobrir sob sua própria perspectiva que significado têm os conteúdos para sua vida cotidiana. Há também uma outra tendência que às vezes coincide com a acima mencionada, que enfoca particularmente a recepção da cultura popular, inclusive de produtos globais como os *Teletubbies* (por exemplo, Götz, 1999),



o universo Disney (por exemplo, Drotner, em elaboração), bem como as maneiras pelas quais as diversas novelas (por exemplo, Pasquier, 1999) ou filmes de horror (Jerslev, 1998) podem ser benéficos às crianças. Outros projetos que se utilizam dessa mesma abordagem tratam dos significados que elas constroem, na vida cotidiana, a partir dos computadores e da Internet (por exemplo, Johansson, 2000), e como o bate-papo na Internet contribui para a construção da sua identidade (Holm Sorensen, em elaboração). Às vezes há razão para falar de grandes comunidades culturais globais (por exemplo, crianças jogando *on-line*, trocando figurinhas de *Pokemon* ou trocando idéias com outros fãs de hip-hop sobre assuntos de interesse comum). Simultaneamente, contudo, o global e o local também criam sínteses próprias a cada país, e existem ainda diferenças de recepção profundamente enraizadas em função da idade, do gênero, da classe, do estilo de vida urbano ou rural, da etnia, da religião e da nacionalidade da criança.

Nesse tipo de pesquisa, portanto, as crianças são vistas como agentes – como sujeitos atuantes – e como usuários de mídia mais ou menos competentes. As razões pelas quais as crianças usam a mídia, e o que cada criança, em sua singularidade, ganha com os programas, os livros, os jogos eletrônicos, os *chats* na Internet etc. dependem de suas necessidades, intenções, experiência própria, filiação grupal, idade, gênero, etnicidade, estilo de vida, origem sociocultural, contexto de vida e da situação específica de recepção. Nesse contexto, o indivíduo constrói o sentido e o significado dos conteúdos da mídia, da mesma maneira como o faz com todas as outras atividades e contatos sociais, ao tentar se orientar no ambiente, organizar sua vida e encontrar para si um lugar e uma identidade aceitáveis por meio desse processo de negociação.

Pode-se dizer também que algumas pesquisas dentro do vasto campo da educação para a mídia e da cultura de mídia percebem as crianças como usuários mais ou menos capacitados.

## **As Influências da Mídia**

No entanto, simplesmente enfatizar o fato de que as crianças – e também os adultos – são criadores ativos, de que todos nós extraímos sentido daquilo que vemos, ouvimos e lemos, pode dar a impressão de que não somos também influenciados pela mídia de outras maneiras não intencionais. Essas influências podem ser tanto benéficas como nocivas e, além

disso, as nossas próprias escolhas são grandemente dependentes daquilo que a mídia tem a oferecer.

Nas pesquisas sobre as crianças e a mídia, foram detectadas muitas influências benéficas, muitas vezes provenientes de programas e outros conteúdos direcionados especificamente às crianças, como, por exemplo, os que se referem à intensificação do aprendizado, das capacidades percepto-motoras, da competência social e da tolerância.

Não é de surpreender que a maioria dos estudos da influência sobre as crianças tenha-se concentrado nas influências nocivas. A razão para tal foram as preocupações dos pais, professores e de outros atores que participam dos debates públicos. Como é bem sabido, milhares desses estudos tratam da violência na mídia. Segundo eles, a violência na televisão e no cinema tem influências múltiplas. Pesquisas provenientes de alguns países mostram que, além de algumas influências desejáveis, a violência na mídia contribui também para resultados indesejáveis como medo, concepções equivocadas sobre a violência real, hábito à violência na mídia, imitação e, em certa medida, agressão destrutiva – caso estejam também presentes outros fatores mais decisivos que promovam essa agressividade (por exemplo, von Feilitzen, 1994). Simultaneamente, pesquisas originárias de outras regiões do mundo mostram que nem mesmo esses resultados podem ser facilmente generalizados, de modo a abranger outros países (por exemplo, Linné, 1998; Kodaira, 1998). Uma vez que, antes de mais nada, muitas pessoas desejam saber a que conclusões chegaram tais pesquisas, dedicamos uma seção específica deste livro a esse tema – ver sob o título “Influências da Violência da Mídia”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> A Clearinghouse também lançou outras publicações sobre esse tópico. O objetivo do Livro Anual da Clearinghouse, *Children and Media Violence* (Carlsson e von Feilitzen, 1998) é promover um amplo panorama internacional dos resultados das pesquisas nessa área. O livro contém análises e estudos de casos de violência na mídia, desenvolvidos por pesquisadores da Argentina, Austrália e Nova Zelândia, Europa, Israel, Japão e Estados Unidos. Há também um estudo global. O Livro Anual da Clearinghouse *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions – (As Crianças na Nova Paisagem da Mídia: Jogos, Pornografia, Percepções)* (von Feilitzen e Carlsson, 2000) trata da violência nos jogos de vídeo e computador, pornografia e sexo na mídia – também na Internet – bem como da percepção da violência e do sexo na mídia, por parte da audiência. A pesquisa apresentada foi executada na Áustria, Austrália e Nova Zelândia, Chile, Dinamarca, Canadá, Alemanha, Japão, Holanda, Noruega, Cingapura, Espanha, Suécia, e Estados Unidos. Muitos estudos sobre violência na mídia foram também relatados nos informativos da Clearinghouse e foram coletados em diversas bibliografias e num banco de dados sobre a literatura disponível no website da Clearinghouse. Para maiores informações, visite o website: <http://www.nordicom.gu.se/unesco.html>.

Nem todos os estudos sobre as influências nocivas tratam da violência. Há também estudos que investigam, por exemplo, quais concepções são passadas às crianças sobre os papéis dos gêneros, os idosos, a família, as minorias étnicas, povos de outros países, guerra e paz, e também se a mídia e seus conteúdos levam ao isolamento, à negligência das tarefas escolares e das atividades ao ar livre, a distúrbios alimentares e ao consumismo.

Como regra geral, os conteúdos raramente exercem uma influência *direta e exclusiva* sobre nossos atos. Pelo contrário, o que retiramos da mídia é uma seqüência de impressões *mentais* – concepções, idéias, sentimentos, experiência – que se mesclam com outras concepções, normas, valores, sentimentos etc. derivados de nossa própria prática, e também da família, da escola e do grupo dos pares, que, muitas vezes, têm importância maior. Tomados em conjunto, todos esses diferentes tipos de impressões – as provenientes da mídia e as que vêm das outras pessoas e de nossa própria prática na vida real – aumentam ou diminuem nossa disposição para agir.

Assim, não é apenas a mídia que dá forma aos papéis sexuais, ou que gera injustiças com base em idade, gênero ou filiação sociocultural, ou que leva ao racismo, aos distúrbios alimentares, ao consumismo, ao isolamento, ao abuso sexual, à pobreza, à agressão, à violência, à guerra etc. Mas a mídia de fato *contribui*, caso haja outros fatores atuando na mesma direção. Além disso, o papel da mídia pode às vezes ter maior peso, principalmente quando não se tem experiência própria, quando não se recebe outras informações do ambiente, ou quando esse ambiente não propicia a formação de uma opinião própria.

Da mesma forma, a mídia não pode ser a única causa das transformações sociais benéficas, como, por exemplo, a diminuição dos hiatos de informação, a revolução educacional, a tolerância, a democracia e a paz. No entanto, a mídia pode contribuir, caso ela trabalhe nesse sentido.

### **Mais Exemplos de Pesquisas Recentes ou em Curso**

Para as pessoas interessadas em saber mais sobre as pesquisas recentes ou em elaboração sobre as crianças e a mídia, recomendamos entusiasticamente as falas e os documentos apresentados nos dois Fóruns Internacionais de Pesquisadores sobre Crianças e Mídia, realizados em Paris, em 1997, e em Sydney, em 2000 (ver detalhes sobre publicações, website

e contatos sob o título “Exemplos de Encontros Internacionais sobre Crianças e Mídia a partir de 1990”).

Nós, da Clearinghouse, agradecemos também todas as sugestões de pesquisa enviadas a nós de todas as partes do mundo. As duas listas seguintes contêm apenas algumas poucas de todas as informações que recentemente chegaram até nós.

### Alguns Exemplos de Publicações Recentes

- Agrawal, Binod C., Karnik, Kiran S., Lal C. e Vishwanath K. (1999) *Children's Television in India. A Situational Analysis*. Nova Delhi, Concept Publishing Company (83 p.)
- Basta, Samir S. (2000) *Culture, Conflict and Children. Transmission of Violence to Children*. Lanham, Maryland, Rowland & Littlefield (256 p.)
- Ben Slama, Rachid (2000) *La jeunesse tunisienne aujourd'hui. Volume 1. Données de base*. Túnis, Club UNESCO ALECSO de Túnis (CUAT) (127 p.)
- Buckingham, David (2000) *After the Death of Childhood. Growing Up in the Age of Electronic Media*. Cambridge, Polity Press (245 p.)
- Büttner, Christian, Crans, Cornelius, von Gottberg, Joachim e Metz-Mangold Verena (eds.) (2000) *Images sans Frontières: Media Safeguards for Young People in Europe*. Giessen, Psychosozial Verlag (246 p.)
- Calvert, Sandra (1999) *Children's Journeys Through the Information Age*. Boston et al., McGraw-Hill College (298 p.)
- Cupitt, Margaret (2000) *Children's Views About Media Harm*. Sydney, University of Western Sydney and Australian Broadcasting Authority, Monograph 10 (66 p.)
- Drotner, Kirsten (2001) *Medier for fremtiden. Børn, unge og det nye medielandskab* [Mídia para o Futuro. Crianças, Jovens e a Nova Paisagem da Mídia]. København, Høst & Søn's Forlag (248 p.) (em dinamarquês)
- Durkin, Kevin e Aisbett, Kate (1999) *Computer Games and Australians Today*. Sydney, Office of Film and Literature Classification (155 p.)
- Frémont, Pierre e Bévort, Évelyne (éd.) *Média, violence et education. L'école face aux discours sur la violence tenus dans les médias*. Atas da Universidade de Verão, Caen, 5 a 8 de julho de 1999. Centro

- de Ligação entre o Ensino e os Meios de Informação (CLEMI), Centro de Pesquisas sobre a Informação, a Formação e a Educação na Mídia (CRIFEME) com a participação do Grupo de Pesquisa sobre a Relação Crianças-Mídia (GREEM). Paris, Centro Nacional de Documentação Pedagógica (184 p.)
- Goonasekera, Anura (ed.) (2001) *Children in the News. Reporting of Children's Issues in Television and the Press in Asia*. Cingapura. Centro Asiático de Informação e Comunicação/Escola de Estudos sobre Comunicação, Universidade Tecnológica Nanyang (492 p.)
- Harrison, Kirsten (2000) "Television Viewing, Fat Stereotyping, Body Shape Standards and Eating Disorder Symptomatology in Grade School Children" *Communication Research*, vol. 27 nº 5, p. 617-640
- Jarlbro, Gunilla (2001) *Children and Television Advertising. The Players, the Arguments and the Research during the Period 1994-2000*. Estocolmo, Agência Sueca de Consumidores (29 p.)
- Karlsen, Faltin (2000) *Dataspel og vold* [Jogos de Computador e Violência]. Oslo, Statens Filmtilsyn (95 p.) (em norueguês)
- Lealand, Geoff (2001) "Some Things Change, Some Things Remain the Same: New Zealand Children and Media Use", *Simile* (e-journal), nº 1, Toronto, University of Toronto Press
- Livingstone, Sonia e Bovill, Moira (2001) *Children and Their Changing Media Environment. A European Comparative Study*. Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates (383 p.)
- Lykke Christensen, Christa (ed.) (1999) *Børn, unge og medier. Nordiske forskningsperspektiver* [Crianças, Jovens e a Mídia. Perspectivas Nórdicas de Pesquisa]. Göteborgs Universitet, Nordicom (307 p.) (em dinamarquês, norueguês e sueco)
- Löhr, Paul e Meyer, Manfred (1999) *Children, Television and the News Media. A Reader of Research and Documentation in Germany*. Munique, Internationales Zentralinstitut für das Jugend und Bildungsfernsehen (IZI) (447 p.)
- Merlo Flores, Tatiana (2000) *El Impacto social de la imagen*. Buenos Aires, Universidad Católica Argentina, EDUCA, Universitas SRL (428 p.)
- Messenger Davies, Máire e Mosdell, Nick (2001) *Consenting Children? The Use of Children in Non-fiction Television Programmes*. Londres, Broadcasting Standards Commission (120 p.)

- Nathanson, Amy (2001). "Parents Versus Peers. Exploring the Significance of Peer Mediation of Antisocial Television", *Communications Research*, vol. 28, nº 3, p. 251-274
- Odukomaya, O. A. (2000) *Media Behaviour of Adults and Children in a Nigerian City*. University of Lagos, Department of Mass Communication, Nigéria
- Pinto, Manuel (2000) *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Porto, Rainho & Neves Ltd./Santa Maria da Feira (396 p.) (em português)
- Schorb, Berndt e Theunet, Helga (Hrsg) (2000) "...Ein bisschen wählen dürfen..." *Jugend -Politik – Fernsehen. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformation durch 12-bis 17- jährige*. Munique, Edition TeleVIZion (212 p.)
- Seip Tønnessen, Elise (2000) *Barns Møte med TV. Tekst og tolking i en medietid [As Crianças se Encontrando com a Televisão. Texto e Interpetação numa Nova Era da Mídia]*. Oslo, Universitetforlaget (280 p.) (em norueguês)
- Sierra, Francisco (2000). *Introducción a la Teoría de la Comunicación Educativa*. Sevilla, Editorial MAD (270 p.)
- Singer, Dorothy G. e Singer, Jerome L. (eds.) (2000) *Handbook of Children and Media*. Thousand Oaks, Sage (783 p.)
- Smith, Stacy L. e Barbara J. Wilson (2000) "Children's Reaction to a Television News Story" *Communication Research*, vol. 27, nº 5, p. 641-673
- Strasburger, Victor C. e Donnerstein, Edward (2000) "Adolescents and the Media in the 21st Century", *Adolescent Medicine: State of the Arts Reviews*, vol, 11, nº 1, p. 51-68
- Södeberg Widding, Astrid (2000) *Våldsamt populärt. 1990-talets mest sedda filmer och videogram [Violentamente Populares. Os Filmes e Vídeos Mais Assistidos da Década de 90]* Estocolmo, Våldsskildringsrådet (163 p.) (em sueco)
- Van den Bergh, Bea e Van den Bulck, Jan (eds.) (2000) *Children and Media. A Multidisciplinary Approach*. Leuven, Garant (235 p.)
- Walters, Reece e Zwaga, Wiebe (2001) *The Younger Audience: Children and Broadcasting in New Zealand*. Palmerston North, Dunmore Press (123 p.)
- Wartella, Ellen, O'Keefe, Barbara e Scantlin, Rhonda (2000) *Children and Interactive Media: A Research Compendium*. Nova York, NY, Markle Foundation – a íntegra do relatório pode ser acessada na <http://www.markle.org/news/digitalkids.pdf>

## Alguns Exemplos de Projetos em Curso

*Instituto Asiático de Jornalismo e Comunicação, Manila, Filipinas; e universidades da Malásia, Tailândia e Vietnã*

### **Indicadores de Mídia dos Direitos da Criança. Um Estudo de Caso de Países Selecionados**

A pesquisa visa a desenvolver indicadores de mídia sensíveis aos Direitos da Criança em todas as fases do processo editorial (data prevista de conclusão – 2001).

*Ferran Casas, Marta Sadurni, Carlos Rostan, Manuel de Gracia, José M. Perez Tornero, Carlos Alsinet, Cristina Figuer, Monica Gonzalez, Sergi Pascual, Instituto de Pesquisa de Qualidade de Vida, Universidade de Girona, Girona, Espanha.*

### **Mídia Audiovisual: Entre Adultos e Crianças**

O primeiro estágio do projeto é quantitativo e baseado em questionários semelhantes, aplicados separadamente a crianças e a seus pais. Estão sendo coletados dados sobre televisão, videogames, computadores, telefones celulares e algumas de suas representações. Os questionários exploram percepções, atribuições, expectativas e satisfação com relação ao uso da mídia e às conversas sobre a mídia. Além da Espanha, os dados estão sendo coletados no Brasil, Índia, Japão, Noruega e África do Sul.

*Kirsten Drotner, Centro de Estudos sobre Crianças e Jovens, Departamento de Literatura, Cultura e Mídia, Universidade SDU Odense, Dinamarca, Sonia Livingstone, London School of Economics, Londres, Reino Unido, e Dominique Pasquier, CNRS Université, Paris, França*

### **Usos Públicos e Privados da Net**

Um projeto de pesquisa comparativa, que analisa a diversidade social e simbólica existente entre jovens de 12 a 16 anos, em termos de usos da Internet (data prevista de conclusão – 2005)

*Alexander Fedorov, Instituto Pedagógico Estatal de Taganrog, Rússia*

### **A Educação para a Mídia na Era da Informação na Rússia**

Os objetivos deste projeto são, entre outros, definir o lugar e o desenvolvimento futuro da educação para a mídia na Rússia, sistematizar seus conceitos básicos, seus modelos, tarefas e princípios

metodológicos, bem como analisar seu contexto social, cultural e político (data prevista de conclusão – 2002).

*Wassilios E. Fthenakis, Hans Eirich, Kristin Gisbert, Wilfried Griebel, Pamela Oberheumer, Almut Reidelhuber e Thomaz Wörz, Staatsinstitut für Frühpädagogik, Munique, Alemanha*

**Konzeptionelle Neubestimmung com Bildungsqualität in Tageseinrichtungen für Kinder mit Blick auf den Übergang in die Grundschule**

Pesquisa internacional sobre a resiliência das crianças ao lidar com as transições e o aprendizado do uso da mídia. São extraídas conclusões relativas à educação (data prevista de conclusão – 2002).

*Bradley Greenberg, Linda Hofschire, Matthew Eastin, Jeff Davies e Ken Lachan, Michigan State University, Departamento de Telecomunicações, E. Lansing, MI, Estados Unidos*

**A Representação de Tipos Físicos na Televisão Comercial**

Análise de conteúdo de 285 programas de televisão em horário nobre, de seis emissoras, que relacionam o tipo físico ao comportamento, aos atributos individuais e às relações interpessoais (data prevista de conclusão – 2001).

*Maya Götz, Internationales Zentralinstitut für die Jugend – und Bildungfernsehen (IZI), Munique, Alemanha*

**Alles nur Seifenblasen? Bedeutung von Daily Soaps für Kinder und Jugendliche**

Entrevistas qualitativas com cerca de 400 fãs de novelas, com idades entre 10 e 15 anos, mostram que as novelas são usadas para informação e diversão, como um espelho da própria percepção da vida, mas que, às vezes, substituem sentimentos que não são vividos de outra maneira (data prevista de conclusão – 2001).

*Ismina Hassapi, Departamento de Sociologia, Universidade Panteion de Ciências Sociais e Políticas, Atenas, Grécia*

**O Uso da Mídia Eletrônica e a Interpretação das Mensagens de Mídia pelas Crianças Pequenas**

Esta tese de doutorado se utiliza de entrevistas não-focalizadas com crianças de idades entre 5 e 6 anos e entre 9 e 11 anos, e tem como



objetivos: 1) explorar o uso da mídia eletrônica, os fatores que afetam esse uso e o contexto social no qual ele acontece; e 2) investigar a interpretação das mensagens de mídia, os fatores que influenciam o processo de construção de significados e a maneira pela qual o material da mídia é transformado e usado pelas crianças em suas brincadeiras individuais e em grupo, e em suas relações sociais (data prevista de conclusão – 2002).

*Andrew Hart, Centro de Educação para a Mídia, Escola de Pós-Graduação e Pesquisa, University of Southampton, Inglaterra; e copesquisadores na Bélgica, Inglaterra, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Hungria, Irlanda, Holanda, Noruega, Rússia, Eslovênia, Espanha e Suíça*

### **Projeto EuroMídia**

Esse estudo comparativo europeu trata da situação da educação para a mídia entre crianças de 14 a 16 anos, levando em conta professores, escolas e instituições, e também as autoridades locais e nacionais (publicação prevista para 2002).

*Marcel Machill e Christina Camier, Fundação Bertelsmann, Güterloch, Alemanha*

### **Internet: Responsabilidade @ Escola**

Que instrumentos podem assegurar o uso responsável da Internet na escola? O projeto identificou modelos de boa prática em escolas alemãs, britânicas, norueguesas e norte-americanas (publicação prevista para 2001).

*Jenny Mostert, Universidade de Natal, Durban, África do Sul*

### **Masculinidades Hegemônicas nos Fliperamas, Jogos e Usuários**

Pesquisa de investigação da natureza sexuada dos fliperamas e dos jogos eletrônicos, em relação às percepções e atitudes dos usuários em relação a eles (data prevista de conclusão – 2001).

*Norma Pecora, Escola de Telecomunicações, Ohio University, Athens, Estados Unidos; John P. Murray, Kansas State University, Estados Unidos; e Ellen Wartella, University of Texas, Austin, USA*

### **Crianças e Televisão: 50 Anos de Pesquisas**

Um livro editado que consistirá na atualização de um livro anterior, de autoria de John P. Murray, *Television and Youth: 25 Years of Research*

*and Controversy*, que incluirá uma bibliografia abrangente da pesquisa sobre crianças e televisão nos Estados Unidos (data prevista de conclusão – 2001).

*Cristina Ponte, Departamento de Ciência da Comunicação, Faculdade de Ciências Sociais e Humanidades, Universidade Nova, Lisboa, Portugal*

### **Como a Mídia Impressa Cobre as Crianças e a Infância**

O projeto visa a analisar como a mídia impressa vem cobrindo as crianças e os assuntos infantis nos últimos 30 anos (1970-2000), e se essa cobertura está relacionada com as mudanças ocorridas nas redações dos jornais ou na visibilidade social da criança (data prevista de conclusão – 2002).

*Lawrence. Rosenkoetter, Sharon Rosenkoetter e Rachel Oztretich, Departamento de Ciências do Desenvolvimento Humano e da Família, Oregon State University, Corvallis, OR, USA*

### **Intervenção para Crianças e Estudos sobre a Mídia**

Uma intervenção de um ano de duração com alunos de primeira e terceira séries, que visa a mitigar os efeitos nocivos da televisão violenta. Doze turmas, em quatro escolas, receberão aproximadamente 35 aulas destinadas a reduzir a assistência de televisão violenta, aumentar a consciência dos participantes de que a televisão apresenta uma visão gravemente defeituosa da violência, e diminuir a identificação das participantes com os personagens violentos da televisão. Uma segunda condição irá suplementar um componente de educação parental, destinado a fortalecer os efeitos da intervenção em sala de aula. (data prevista de conclusão – 2002).

*Els Schelfhout, Centro de Sociologia da Mídia, Universidade Livre de Bruxelas, Bruxelas, Bélgica*

### **O Uso Educativo de Mídia Audiovisual no Contexto da Defesa da Educação para a Cidadania Responsável**

O que causa atitudes intolerantes nas crianças, e qual a melhor maneira de controlar o problema? Professores e alunos de escola primária de mais de 75 escolas participaram deste projeto, que mostra que a influência da mídia é mais forte que a da família, dos amigos e dos professores, no que diz respeito às informações e opiniões sobre outros grupos étnicos e outras nacionalidades. A educação para a mídia na escola

é veementemente recomendada como solução (tese de doutorado publicada em 2001).

*Ruth Zanker, Escola de Telecomunicações da Nova Zelândia, Christchurch Polytechnic Institute of Technology, Auckland, Nova Zelândia*

**E Agora? Estudo de Caso de uma Produção para Televisão que Examina a Oferta para Crianças de 6 a 12 Anos, na Nova Zelândia**

Um estudo de caso etnográfico sobre a produção de televisão para crianças, examinando a atuação dos produtores dentro da “política para manobras” da televisão desregulamentada, na Nova Zelândia. O estudo analisa como o global se manifesta nas decisões da produção local, bem como as implicações dos problemas de financiamento e de interesses conflitantes para a arrecadação provisória e contingente de recursos destinados à construção de uma identidade local nas crianças (tese de doutorado terminada e apresentada em 2001).

# A Conscientização Global Crescente

No decorrer da década de 90, os riscos inerentes à constante intensificação do fluxo transnacional de canais de TV a cabo, jogos eletrônicos e da Internet – bem como a crescente percepção do perigo que correm os programas e outros conteúdos da mídia infantil de origem nacional, ou do fato de que esses conteúdos sempre foram marginalizados na maioria dos países – deram origem a muitos debates sobre que mecanismos internacionais poderiam ser usados para contrabalançar os conteúdos de mídia indesejáveis e para dar apoio a uma mídia que tanto garanta a liberdade de expressão para adultos e crianças como respeite o direito das crianças de receber materiais que sejam benéficos a elas, ao mesmo tempo que as proteja de influências nocivas.

Ao mesmo tempo, vimos que as situações de mídia variam amplamente nas diferentes partes do mundo. Enquanto nos países de alta renda as crianças são chamadas de “a geração multimídia”, muitas crianças do mundo ainda não têm acesso à televisão em casa, e a carência de livros é assustadora. De que maneira a mídia poderia ser um recurso para a educação e para a participação democrática, se regiões inteiras vivem à margem da revolução das comunicações?

Mesmo que os produtores de programação infantil tenham consciência de que as crianças necessitam de atenção especial, falta a muitos dos países mais ricos a vontade política de resistir às pressões comerciais e de criar um espaço subsidiado para a mídia infantil. Em muitos países da Ásia, África e América Latina, por outro lado, os profissionais de mídia frequentemente trabalham em condições bem diferentes e muito mais difíceis. Os governos vêm-se sobrecarregados com problemas mais graves, como, por exemplo, fornecer à população abrigo, alimentação, saúde,

eletricidade e outros serviços básicos. As organizações educacionais e voluntárias, portanto, têm um papel crucial a desempenhar, prestando apoio à mídia direcionada às crianças. Em suma, há muito a ser feito no que diz respeito às crianças e à mídia no mundo. Cada país deve trabalhar não apenas em escala local, como também cooperar em escala regional. E a comunidade mundial deve assumir um interesse mais sério.

Um grande número de pessoas e organizações concluíram, portanto, que é da maior importância alçar a questão das crianças e da mídia a um plano global. Isso se torna ainda mais peremptório devido ao fato de que 36% da população mundial é formada por crianças de menos de 18 anos de idade.

Há numerosos exemplos de atividades em nível local e regional que tratam das crianças e da mídia. Algumas delas já vêm de longa data. No decorrer da década de 90, entretanto, as atividades globais que enfocam as crianças e a mídia se intensificaram, a ponto de se converter num notável movimento internacional. Esse movimento, que visa principalmente à defesa dos interesses das crianças, pode ser visto como uma resposta direta à disseminação, para além das fronteiras e da influência nacionais, da televisão por satélite, dos jogos eletrônicos, da Internet etc. A Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança representa um ponto de apoio de importância essencial para esse movimento. Às vezes, ele se configura como um contramovimento crítico, outras vezes, ele compreende esforços no sentido de estabelecer plataformas de discussão entre os profissionais de mídia, políticos, crianças, pais, professores e os diversos grupos de defesa da criança. A totalidade desse movimento aponta para uma crescente conscientização global quanto à criança e sua situação de mídia.

Nesta publicação, os exemplos seguintes demonstram que há muitas maneiras de tomar o partido das crianças, de tentar melhorar suas condições de mídia e de tentar contrabalançar a atitude resignada que tantas vezes existe frente à possibilidade de solução para os problemas encontrados na mídia. Esses exemplos se referem, entre outros, a aspectos do trabalho das Nações Unidas, da UNESCO e da UNICEF, e às diretrizes regionais sobre os conteúdos de mídia acordados por políticos, pelos regulamentadores e pelos próprios profissionais de mídia. Outros exemplos são os encontros e as declarações no sentido de promover o acesso das crianças à mídia, bem como melhores condições para a produção de programas infantis de maior diversidade e melhor qualidade. Há ainda outros exemplos, que se referem a congressos e seminários de pesquisadores sobre crianças e mídia, que trabalham para fazer com que as vozes das

crianças sejam ouvidas, bem como os encontros sobre educação para a mídia, cultura de mídia e participação das crianças na produção da mídia, que visam a promover a competência das crianças como usuários de mídia. Há também exemplos de vários tipos de associações voluntárias e organizações de nível internacional, regional e nacional, que enfocam os direitos das crianças e a mídia.

## Exemplos de Encontros Internacionais sobre a Criança e a Mídia a partir de 1990

Deve ser novamente ressaltado que alguns eventos internacionais e regionais que tratam das crianças existem já de longa data e são realizados de forma regular. Isso vale, por exemplo, para alguns dos grandes festivais de cinema e televisão para crianças, como o PRIX JEUNESSE Internacional, criado em 1964, e a cada dois anos (os anos pares), em Munique, na Alemanha; o PRIX DANUBE, criado alguns anos mais tarde, e também a cada dois anos (os anos ímpares) em Bratislava, na República Eslovaca; e o Prêmio Japão do Concurso do Programa Internacional de Educação, que teve início em 1965, e realizado anualmente em Tóquio. Isso vale também para os já tradicionais congressos bienais da IBBY (International Board on Books for the Young – Conselho Internacional de Livros para os Jovens), além dos encontros das diversas uniões e redes regionais de mídia, entre eles a European Broadcasting Union (EBU). Além desses, outros encontros internacionais relacionados a crianças e mídia são realizados por organizações de pesquisa e cultura de mídia, tais como a Media Education Research Section, pertencente à International Association for Media and Communication Research (IAMCR) e o Newspaper in Education (NiE), uma atividade gerenciada por editores de jornais ligados à WAN (World Association of Newspapers – Associação Mundial de Jornais). Todas essas – e outras – atividades periódicas não apenas exerceram uma influência da maior importância sobre o avanço da qualidade da mídia dirigida a crianças, por meio de avaliações, prêmios, intercâmbio de informações, diretrizes e cooperação entre países, como também promoveram a pesquisa sobre o tema crianças e mídia e sobre cultura de mídia.

Na lista apresentada nesta seção, esses eventos famosos e bem estabelecidos não serão mencionados. A idéia aqui, ao contrário, é apresentar, de maneira impressionista e nada abrangente, exemplos de novos tipos de encontros regionais e globais sendo realizados a partir 1990, na esperança de oferecer ao leitor uma compreensão do que temos em mente, quando falamos de “uma crescente conscientização global” sobre o tópico crianças e mídia.

Esses exemplos não estão apresentados em ordem cronológica, mas por área de enfoque. São citados, primeiramente, os eventos voltados principalmente a profissionais que trabalham com mídia para crianças. Os objetivos dessas reuniões vêm sendo o de aperfeiçoar o perfil da programação infantil e de outros conteúdos de mídia direcionados a crianças de todo o mundo, incentivar iniciativas que propiciem a diversidade e a qualidade dos programas infantis e promover a pesquisa, a cooperação, o intercâmbio e o treinamento dos profissionais voltados à programação de rádio, televisão e outros tipos de mídia direcionada às crianças.

Em seguida, são apresentados os encontros dos organismos das Nações Unidas que têm em sua agenda tópicos sobre crianças e mídia. Os objetivos têm sido, por um lado, dar apoio aos Estados em suas políticas culturais e, por outro, oferecer aos profissionais de mídia novas idéias sobre como promover e proteger os direitos das crianças. Também é mencionado aqui um seminário de especialistas cujo foco é a proteção dos menores contra os conteúdos nocivos da mídia.

Por último, mencionamos exemplos de encontros em que a maioria dos participantes era composta de pesquisadores e de educadores de mídia. Alguns dos objetivos desses eventos foram examinar a situação atual e as tendências das pesquisas sobre as complexas relações entre as crianças e a mídia, esclarecer os profissionais de mídia, os formuladores de políticas e os professores quanto ao papel desempenhado pela mídia na vida cotidiana das crianças, ouvir as crianças e apoiá-las em seu papel de usuários ativos e reflexivos da mídia.

Não há, entretanto, linhas divisórias nítidas entre esses diferentes tipos de encontros. A maior parte deles convidou representantes de todos os grupos – profissionais de mídia, formuladores de políticas, pesquisadores, educadores de mídia, organizações voluntárias e outros indivíduos interessados. A maioria deles convidou também as crianças,



aspecto esse não mencionado em conexão com as conferências em si, mas apenas comentado ao final da lista.

Por fim, a década passada assistiu também a um crescente número de encontros regionais e internacionais destinados a políticos e regulamentadores, tendo como objetivo traçar diretrizes para as legislações nacionais sobre a mídia, ou fazer recomendações para a mídia acerca da intensificação da prática de auto-regulamentação. Um outro tópico foram os conteúdos nocivos da Internet. Esse tipo de encontros tampouco consta da lista a seguir. No entanto, alguns exemplos de regulamentação e de auto-regulamentação, bem como de medidas e legislação relacionadas a elas, são mencionadas de forma breve sob o título “Regulamentação e Auto-Regulamentação”.

## **O Encontro de Bratislava**

Em novembro de 1994, em Bratislava, na Eslováquia, o Centro Internacional de Cinema para Crianças e Jovens (Centre International du Film pour l’Enfance et la Jeunesse – CIFEJ), sediado no Canadá, convidou executivos e produtores de programação infantil de emissoras de televisão da Europa Ocidental e Oriental para se reunirem e tentar encontrar maneiras de lidar com o declínio da produção nacional direcionada às crianças.

Três dias de conversas informais deram origem à Resolução de Bratislava, que, segundo os participantes, delinea os requisitos mínimos de um bom filme ou programa de televisão para crianças (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais sobre Crianças e Mídia”).

Detalhes quanto a contato com o CIFEJ:

200, 3774 Saint Denis

Montréal, QC H2W 2M1

CANADÁ

Tel.: +1 514 284 9288

Fax: +1 514 284 0168

E-mail: [cifej@odysee.net](mailto:cifej@odysee.net)

Website: <http://www.microtec.net/cifej>

## Primeira Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças

“A primeira Cúpula sobre Televisão e Crianças foi realizada em Melbourne, na Austrália, em março de 1995. Participaram desse evento-marco, sediado pela (Australian Children’s Television Foundation – ACTF – Fundação Australiana de Televisão para Crianças) 637 delegados de 71 países.

A idéia de realizar essa Cúpula Mundial partiu de uma Mesa-Redonda patrocinada pelo PRIX JEUNESSE, em maio de 1993. Naquela reunião, tornou-se claro que a programação para crianças vinha passando por mudanças, estando ameaçada por perigos de vários tipos e, para que ela pudesse sobreviver com os valores e os objetivos que os profissionais do setor crêem que devam-se aplicar a programas infantis, ela não poderia permanecer na condição de assunto meramente interno aos países.

Na Austrália, o povo vem lutando pela preservação dos programas australianos para crianças australianas, tendo conseguido convencer a sucessivos governos da importância dessa questão, a ser enfrentada com o uso de regulamentação e de vários tipos de subsídios. A ACTF, portanto, aceitou o desafio de sediar a Primeira Cúpula Mundial.” (Edgar, 1997, p.14)

Na Primeira Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças, foi proposta, por Anna Home, Diretora de Programação Infantil de Televisão da British Broadcasting Corporation, uma carta sobre televisão e crianças. Após ser discutida, a Carta sobre Televisão para Crianças foi revista e adotada em Munique, Alemanha, em maio de 1995 (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais sobre Crianças e Mídia”).

*Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças. Relatório Final.* Carlton, Austrália, Fundação Australiana de Televisão para Crianças, 1995, documenta essa primeira Cúpula Mundial, que forneceu o incentivo para diversas outras cúpulas regionais e globais sobre crianças e mídia.

Detalhes quanto a contato com a ACTF:

145 Smith Street, Fitzroy

Melbourne, VIC 3065

AUSTRÁLIA

Tel.: +61 3 9419 8800

Fax: +61 3 9419 0660

E-mail: [linfo@actf.com.au](mailto:linfo@actf.com.au)

Website: <http://www.actf.com.au>

## **A Cúpula de Países Sul-Africanos em Desenvolvimento sobre Crianças e Teledifusão**

A Fundação de Crianças e Teledifusão para a África (CBFA) foi formada em 1995, como resultado direto da primeira Cúpula sobre Crianças e Televisão, realizada na Austrália. Os delegados africanos tinham a preocupação de que a voz da África não estivesse sendo ouvida naquele fórum internacional. Sentiu-se também a necessidade de criar um ambiente no qual as questões das transmissões de televisão para crianças pudessem ser discutidas no âmbito regional.

A Cúpula de Países Sul-Africanos em Desenvolvimento sobre Crianças e Teledifusão foi realizada em 31 de maio de 1996, em Joanesburgo, África do Sul. Nesse fórum regional (a SADC mais o Quênia) as discussões se concentraram, entre outros tópicos, em como tornar mais aplicáveis à África as decisões da Carta sobre Televisão para Crianças, resultante da primeira Cúpula Mundial.

Na Cúpula Sul-Africana, foi adotada a Carta de Rádio e Televisão para Crianças (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”).

Para maiores informações,  
contactar:  
Firdoze Bulbulia, Presidente  
Fundação de Crianças e Teledifusão para a África (CBFA)  
ÁFRICA DO SUL  
Fax: +27 11 883 5665  
E-mail: moments@icon.co.za

## **A Primeira Cúpula Pan-Africana**

Seguiu-se a Primeira Cúpula Pan-Africana, realizada em Acra, Gana, de 8 a 12 de outubro de 1997. O principal acontecimento da Cúpula foi a adoção de uma Carta Africana sobre Rádio e Televisão para Crianças. Essa Carta constitui uma emenda à Carta de Rádio e Televisão para Crianças da SADC e está em conformidade com a Carta sobre Televisão para Crianças, de nível internacional, embora ampliando as questões de interesse específico do continente africano, e incluindo também o rádio. Em especial, é

dada maior ênfase às necessidades educacionais e de desenvolvimento das crianças africanas, bem como à proteção contra todos os tipos de exploração comercial (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”).

Recentemente, a Carta Africana sobre Rádio e Televisão para Crianças foi ratificada pela assembléia geral da URTNA (União das Organizações Nacionais de Rádio e Televisão da África) em 21-22 de junho de 2000, na Argélia. As leves mudanças na Carta original deveram-se ao processo africano ao qual se dedicou a URTNA. Esse processo pedia a todos os profissionais de teledifusão africanos que fizessem as alterações necessárias. A versão final da Carta foi então elaborada de acordo com essas recomendações e adotada em seguida pela Associação de Teledifusão da Commonwealth (CBA) em 13 de outubro de 2000, por ocasião de sua 23ª conferência geral, realizada na Cidade do Cabo, África do Sul. (Sobre as emendas da Carta Africana original, ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”).

Para maiores informações,  
contactar:

Firdoze Bulbulia, Presidente

Fundação de Crianças e Teledifusão para a África (CBFA)

ÁFRICA DO SUL

Fax: +27 11 883 5665

E-mail: [moments@icon.co.za](mailto:moments@icon.co.za)

### **Cúpula Regional da África Ocidental sobre Mídia para Crianças**

Uma Cúpula Regional da África Ocidental sobre Mídia para Crianças foi realizada em Abuja, Nigéria, de 24 a 27 de maio de 2000, sob a coordenação da Glorious Diamond Productions e da Fundação de Crianças e Teledifusão para a África (CBFA, Divisão da Nigéria), em colaboração com a UNICEF, visando à organização da Rede Africana de Teledifusão para Crianças (ACBN). A Cúpula enfocou, basicamente, a próxima Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças, posteriormente realizada na Grécia, em março de 2001.

Para maiores informações,  
contactar:  
Nkem Oselloka-Orakwue,  
Coordenador para a África Ocidental  
Cúpula Regional  
Glorious Diamond Productions  
Lagos  
NIGÉRIA  
Faxes: +234 1 261 2025  
ou + 234 1 246 2025

### **Cúpula Asiática sobre Direitos da Criança e Mídia**

A Cúpula Asiática sobre os Direitos da Criança e a Mídia foi realizada entre 2 e 5 de julho de 1996, em Manila, nas Filipinas. Os principais membros organizadores foram o Centro Asiático de Informação e Comunicação (AMIC), a Fundação Filipina de Televisão para Crianças (PCTVF), a União de Teledifusão Ásia-Pacífico (ABU), o Conselho para o Bem-Estar das Crianças (CWC), as Filipinas e a UNICEF.

As questões debatidas na Cúpula foram: direitos das crianças e a mídia; influências da mídia; acesso à mídia; promoção da diversidade cultural; mídia para crianças; mídia e valores; questões de representação e educação para a mídia.

Os delegados presentes à Cúpula – entre eles ministros e altos funcionários dos governos asiáticos, jornalistas, executivos da mídia, educadores e defensores dos direitos das crianças de 16 países – adotaram a Declaração Asiática dos Direitos da Criança e a Mídia (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”).

Um relatório sobre a Cúpula Asiática está disponível no AMIC.

Detalhes quanto a contato com o AMIC:  
Jurong Point, PO Box 360  
CINGAPURA 916412  
Tel.: +65 792 7570  
Fax: +65 792 7129  
E-mail: [amicline@singnet.com.sg](mailto:amicline@singnet.com.sg)  
Website: <http://www.amic.org.sg>

## **Fórum Ásia-Pacífico de Televisão sobre Crianças e Juventude**

Um Fórum Ásia-Pacífico de Televisão sobre Crianças e Juventude foi organizado pelo Sistema de Teledifusão Educativa da Coreia (EBS), a União de Teledifusão Ásia-Pacífico (ABU) e a UNICEF em Seul, Coreia do Sul, de 4 a 7 de fevereiro de 2001. O objetivo foi o de oferecer aos profissionais de televisão de toda a região uma oportunidade de discutir o papel e a responsabilidade dos críticos de televisão na promoção da conscientização sobre os direitos das crianças e dos jovens e na proteção desses direitos. O Fórum foi o primeiro encontro visando a dar continuidade à Cúpula Asiática sobre os Direitos da Criança e a Mídia, realizada em 1996.

Uma declaração oficial foi adotada no fórum, e um plano de ação foi desenvolvido (ver no website: <http://www.unicef.org/broadcast/tvforum/index.html> – a Declaração encontra-se também reproduzida aqui, sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”). Essa declaração foi apresentada à Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças, realizada na Grécia, em março de 2001, e levada aos governos ali representados na Primeira Reunião Ministerial de Consulta, realizada em Pequim, em maio de 2001. Os pontos de ação constituem idéias práticas para os noticiários de TV e para a programação infantil, recomendadas como pontos de partida para melhor servir aos interesses das crianças nos mercados locais e nacionais de televisão.

### **Contato:**

**Seção Regional de Comunicações**  
**UNICEF – Escritório Regional do Leste Asiático e Pacífico**  
**19 Phra-Atit Rd.**  
**Bangkok 10200**  
**TAILÂNDIA**  
**Tels.: +66 2 280 5931 792 7570**  
**Faxes: +66 2 280 3563 ou 280 3564**  
**E-mails: Emily Brokker**  
**(ebooker@unicef.org**  
**ou Urai Singhpaiboonporn**  
**(usinghpaiboonporn@unicef.org)**

## Segunda Cúpula Mundial sobre Televisão para Crianças

A Segunda Cúpula Mundial sobre Televisão para Crianças teve lugar de 9 a 13 de março de 1998, em Londres, e foi patrocinada conjuntamente pela BBC, pelo Canal 4, pela ITV e pela Nickelodeon do Reino Unido. Essa cúpula, presidida por Anna Home, Presidente de Programação para Crianças da BBC Television, atraiu mais de 1.300 executivos de emissoras de televisão, produtores, autores, políticos, regulamentadores, professores, pesquisadores e organizações de consumidores de 74 países.

Um grande número de comunicações, debates, seminários e *workshops* trataram da natureza da audiência infantil; dos diferentes gêneros de programas; da produção e das políticas; dos financiamentos; da publicidade comercial; da nova mídia; da globalização versus sobrevivência local e de iniciativas conjuntas. Aulas demonstrativas e avaliações de programas infantis aconteceram paralelamente. Houve também duas sessões voltadas para a pesquisa.

Um relatório abrangente e detalhado da Cúpula foi publicado com o apoio do Annenberg Public Policy Center (Centro Annenberg de Políticas Públicas), dos Estados Unidos: Anna Home e Amy B. Jordan, *A Segunda Cúpula Mundial sobre Televisão para Crianças 1998, Relatório Final*, Universidade da Pensilvânia, The Annenberg Public Policy Center. Esse relatório apresenta os pontos essenciais da Cúpula e também uma visão geral dos resultados e das opiniões de mais de 180 oradores, representando 150 diferentes países.

Contato:  
Children's Film and Television Foundation Ltd.  
Elstree Film Studios  
Borehamwood  
Hertfordshire WD5 1JG  
REINO UNIDO  
Tel.: +44 208 953 0844  
Fax: +44 208 207 0860  
E-mail: [annahome@cftf.onyxnet.co.uk](mailto:annahome@cftf.onyxnet.co.uk)

## AGORA

Desde meados da década de 90, a AGORA, organizada pelo Centro Europeu de Televisão para Crianças (E.C.T.C.), vem sendo realizada anualmente na Grécia. A AGORA vem se constituindo numa oportunidade para que os principais atores da produção e da pesquisa no campo internacional de audiovisuais para criança se reúnam para examinar as necessidades da área, programar produções e pesquisas específicas e trocar informações sobre programas. Vem sendo dada ênfase especial à promoção e ao aperfeiçoamento dos programas produzidos nos Bálcãs, nos países mediterrâneos e nos pequenos países europeus.

Após a Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças, organizada em 2001 pelo E.C.T.C. e por outros (ver abaixo) a AGORA será transformada numa Cúpula Regional sobre Mídia para Crianças, que atenderá às necessidades da região mediterrânea.

Detalhes para contato com o E.C.T.C.

20 Analipseos Street, Vrillissa

152 35 Atenas

GRÉCIA

Tel.: +30 1 7258 904

Fax: +30 1 7258 953

E-mail: [ectc@ctenet.gr](mailto:ectc@ctenet.gr)

Website: <http://www.ectc.com.gr>

### **Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças**

A Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças foi realizada de 23 a 26 de março de 2001, em Tessalônica, na Grécia, tendo sido presidida por Athina Rikaki, produzida pelo Centro Europeu de Televisão para Crianças (E.C.T.C.), sob os auspícios de diversas instituições, supervisionada pelo Instituto Audiovisual Helenístico (I.O.M.) e organizada pelo Desenvolvimento da Mídia para Crianças (CMD). Essa Cúpula teve como objetivo aumentar a qualidade da mídia e a conscientização sobre sua importância em todo o mundo, e demonstrar a relação emer-



gente entre a televisão, o rádio e a mídia noticiosa. Os cerca de 850 participantes de aproximadamente 80 países eram, em sua maioria, profissionais de mídia, mas estiveram também presentes pesquisadores, educadores de mídia, políticos, organizações voluntárias e crianças.

Quatro temas principais foram tratados, em sessões plenárias e *workshops*: “Tornando-se Global”, “Mídia para Todos”, “Novas Tecnologias” e “As Crianças Opinam”. Esse último tema foi dedicado a pesquisas de tópicos de mídia e à cultura de mídia. A Cúpula também contou, entre outras atividades, com um playground tecnológico, sessões de mundo virtual, sessões sobre cinema e animação, avaliações e um salão de exibição, com stands onde os profissionais apresentavam seus trabalhos.

Por último, a I.O.M. apresentou a “Versão Preliminar da Declaração de Tessalônica: Compromissos com o Futuro”, tratando de crianças e da mídia (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”). Até setembro de 2001, todos os interessados estão convidados a manifestar sua opinião sobre o documento, que será então finalizado por uma comissão editorial.

Detalhes para contato com o E.C.T.C.

20 Analipseos Street, Vrilissa  
152 35 Atenas (Precisa repetir esse endereço?)

GRÉCIA

Tel.: +30 1 7258 904

Fax: +30 1 7258 953

E-mail: [ectc@ctenet.gr](mailto:ectc@ctenet.gr)

Website: <http://www.ectc.com.gr>

Detalhes para contato com o I.O.M.

Vas Sofias 14

106 74 Atenas

GRÉCIA

Tel.: +30 1 7258 910

Fax: +30 1 7258 911

E-mail: [iom@hol.gr](mailto:iom@hol.gr)

## **Jornalismo 2000: os Direitos das Crianças e a Mídia**

A conferência internacional “Jornalismo 2000: os Direitos das Crianças e a Mídia”, organizada pela Federação Internacional de Jornalistas (IFJ), foi realizada em 2 de maio de 1998, em Recife, Brasil. A conferência, que enfocou o noticiário sobre crianças, foi presenciada por mais de 150 representantes de organizações jornalísticas de mais de 70 países.

Anteriormente à conferência, o projeto de Direitos da Criança da IFJ realizou um levantamento mundial dos padrões nacionais e internacionais de noticiar as questões relativas às crianças. Com base nesse levantamento e em discussões com os jornalistas representantes, e também com ONGs e organismos das Nações Unidas afetos à questão, a IFJ elaborou um conjunto de diretrizes a serem discutidas durante a conferência.

O encontro resultou na adoção do documento da IFJ *Os Direitos das Crianças e a Mídia: Diretrizes para Jornalistas* (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”) como versão preliminar para debate e elaboração entre os jornalistas do mundo – processo esse que deve prolongar-se por três anos.

Nas fases subseqüentes do Projeto Direitos das Crianças, a IFJ vem-se concentrando em discussões regionais e em atividades práticas nas áreas de formação jornalística, organização das redações e produção de materiais.

Para maiores informações,  
contactar:

Mike Jempson, Diretor do  
Projeto de Direitos da Criança, IFJ  
Diretor-Executivo, PressWise Trust  
38 Easton Business Centre, Felix Road  
Bristol BS5 0HE  
REINO UNIDO

Tel.: +44 117 941 5889

Fax: +44 117 941 5848

E-mail: [pw@presswise.org.uk](mailto:pw@presswise.org.uk)

Website: <http://www.presswise.org.uk>

## **Não-Violência, Tolerância e Televisão**

Coincidindo com o aniversário do Mahatma Ghandi, o profeta da não-violência e da tolerância, uma mesa-redonda internacional sobre “Não-Violência, Tolerância e Televisão” foi organizada em Nova Delhi, em 1º de abril de 1994, pela UNESCO, pelo Programa Internacional para o Desenvolvimento das Comunicações (IPDC) e pelo governo indiano. A mesa-redonda foi restrita a alguns profissionais de teledifusão, e teve como objetivo analisar os problemas e apresentar soluções de forma prática.

O documento *Não-Violência, Tolerância e Televisão – Relatório do Presidente do Conselho Intergovernamental do Programa Internacional para o Desenvolvimento das Comunicações*, UNESCO, 1994, resume os pontos de vista apresentados.

## **Violência nas Telas e os Direitos da Criança**

A Comissão Nacional Sueca para a UNESCO, em cooperação com a UNESCO e a UNICEF, organizou o seminário “Violência nas Telas e os Direitos da Criança”, em setembro de 1995, em Lund, Suécia, reunindo 130 participantes – do setor da mídia, de universidades, instituições governamentais, professores, associações de pais etc. – de todos os continentes, representando mais de 20 países. As discussões e as apresentações abordaram o tema a partir de diferentes ângulos. Diversos oradores reivindicaram a criação de uma clearinghouse, onde relatórios de pesquisa e outras informações pertinentes poderão ser coletadas.

Com o apoio da UNESCO e do governo sueco, foi estabelecida pela Nordicom, Universidade de Göteborg, Suécia, a Clearinghouse Internacional da UNESCO sobre Crianças e Violência nas Telas.

Um relatório compreendendo as palestras e as conclusões, que leva o mesmo título que o seminário, está disponível em língua inglesa.

Para maiores informações,  
contactar:

Kerstin Lundman

Comissão Nacional Sueca para a  
UNESCO

Fax: +46 8 411 04 70

E-mail: [kerstin.lundman@education.ministry.se](mailto:kerstin.lundman@education.ministry.se)

## **Comissão das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança**

Em 7 de outubro de 1996, a Comissão das Nações Unidas para os Direitos da Criança (o mecanismo incumbido de monitorar o andamento da aplicação dos direitos das crianças e de opinar sobre a implementação da Convenção) realizou um dia-tema sobre as crianças e a mídia. A Comissão havia convidado representantes dos organismos das Nações Unidas e das agências especializadas e outros órgãos competentes, incluindo organizações não-governamentais, representantes da mídia, organizações acadêmicas e de pesquisa e as próprias crianças, a fim de contribuir para as discussões e oferecer pareceres especializados. Três áreas principais foram examinadas durante os debates: a participação das crianças na mídia, a proteção das crianças contra as influências nocivas provenientes da mídia e o respeito pela integridade da criança nas matérias veiculadas pela mídia. A discussão resultou em doze recomendações (um sumário das discussões é reproduzido em Hammarberg, 1997).

A Comissão criou também um grupo de trabalho multisetorial que se reuniu em Paris, em 17 de abril de 1997, para examinar maneiras construtivas de assegurar a implementação dessas recomendações.

### **O Desafio de Oslo**

Em fins de 1998, o governo Norueguês e a UNICEF responderam a um pedido do grupo de trabalho criado pela Comissão das Nações Unidas para os Direitos da Criança (ver acima) para dar início a um processo mais prolongado, que daria continuidade a esse trabalho, o que quer dizer, por exemplo, identificar exemplos de boa prática na aplicação dos artigos 12, 13 e 17 da Convenção dos Direitos da Criança, visando a forjar vínculos amplos entre os muitos setores envolvidos na questão das crianças e da mídia e produzir uma lista de checagem para a Comissão das Nações Unidas para os Direitos da Criança, de modo a facilitar o exame das solicitações apresentadas por Estados-Membros, com relação a esses artigos. Em 18 e 19 de novembro de 1999, um grupo de trabalho ampliado, composto por mais de 30 profissionais da mídia, jovens, funcionários das Nações Unidas e de setores voluntários, pesquisadores e pensadores criativos de diferentes continentes, se reuniu em Oslo para realizar um *brain-storm* sobre essas questões e contribuir para um processo global visando a fazer

com que a relação entre as crianças e a mídia permaneça firmemente instalada na agenda.

O “Desafio de Oslo” foi lançado no dia seguinte, 20 de novembro de 1999 – no 10º aniversário da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança – pelo governo norueguês e pela UNICEF. Ele consiste num chamado à ação, e foi encaminhado a governos, organizações e indivíduos que trabalhem com crianças, profissionais de mídia de todos os níveis e de toda a mídia, crianças e jovens, ao setor privado, incluindo os proprietários da mídia, e também a pais, professores e pesquisadores – de modo a assegurar que os aspectos positivos do esmagador poder da mídia sobre a vida das crianças seja identificado, incentivado e apoiado, e que seu potencial nocivo seja reconhecido e controlado. Esse chamado à ação é o primeiro passo em direção ao desenvolvimento do pleno potencial da relação entre as crianças e a mídia.<sup>1</sup>

## **MAGIC – O Prosseguimento do Desafio de Oslo**

Em 2001, como resposta ao Desafio de Oslo (ver acima), a UNICEF, com o apoio do governo da noruega, lançou o projeto MAGIC – uma compilação de Ações de Mídia e de Boas Idéias com e para Crianças. Esse pacote de boas idéias, que foram testadas e experimentadas por atores do setor de mídia, por organizações que trabalham com e para crianças, e por governos e instituições acadêmicas e educacionais, vem sendo montado, e pretende-se que ele venha a servir como ferramenta de trabalho para um círculo mais amplo de pessoas e organizações. O objetivo desse pacote é incentivar e apoiar novas iniciativas que contribuam para desenvolver as relações entre as crianças e a mídia.

Juntamente com o pacote de medidas, uma rede de e-mails está sendo ampliada e revigorada, de modo a que as idéias e a informação possam ser compartilhadas, e que mais atores possam se juntar a esse prosseguimento do Desafio de Oslo.

As pessoas que desejarem ingressar nessa rede de e-mails devem enviar uma mensagem para [oc-network@bluemail.ch](mailto:oc-network@bluemail.ch) (ou enviar um fax

---

<sup>1</sup> A íntegra do documento “O Desafio de Oslo” pode ser encontrada no website da PressWise: <http://presswise.org.uk/oslo.htm>

para o número abaixo), incluindo as palavras “*OC e-mail sign-up*” na linha de assunto. As pessoas que desejarem contribuir para o pacote de recursos devem enviar uma breve descrição do(s) projeto(s) de sua organização, juntamente com todos os detalhes de contato necessários, para o mesmo endereço.

Para maiores detalhes,  
por favor, entre em contato com:  
June Kane, Líder de Equipe do Projeto  
E-mail: [junekane@bluewin.ch](mailto:junekane@bluewin.ch)  
Fax: + 41 22 329 03 10

## **O Poder da Cultura – Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento**

A Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento – a maior manifestação a favor da cultura por parte dos governos já ocorrida até hoje, realizada em Estocolmo, de 30 de março a 2 de abril de 1998 – foi concebida pela UNESCO visando a transformar em política e em práticas as idéias contidas no relatório *Nossa Diversidade Criativa*, da UNESCO, 1995. Esse relatório foi apresentado pela Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento, estabelecida pelas Nações Unidas e pela UNESCO e liderada por Javier Pérez de Cuéllar. O documento apresenta um programa de ação que tem como objetivo exercer influência sobre a agenda política internacional, engajando de forma ativa indivíduos, grupos, organizações e Estados. Um dos capítulos é dedicado às crianças e aos jovens, e um outro, aos meios de comunicação de massa.

A Conferência, que teve como anfitrião o governo da Suécia, contou com a presença de ministros e altos funcionários de quase 140 dos 186 países-membros da UNESCO, tendo também como convidados pessoas atuantes nas áreas culturais de todo o mundo, num total de 2.200 participantes.

Um Plano de Ação foi acordado, visando a servir de inspiração a todos os Estados-Membros, na formulação de suas políticas nacionais e internacionais de cultura, e ser também um instrumento para a continuidade do trabalho cultural da UNESCO.

Sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”, citamos esses objetivos políticos, fazendo menção explícita às crianças e aos jovens.

Em conexão com a conferência, um Fórum especial e dois seminários AGORA (um dos quais foi organizado pela Clearinghouse Internacional da UNESCO sobre Crianças e Violência nas Telas) foram especialmente dedicados às crianças e aos jovens.

### **Seminário de Especialistas da União Européia: Crianças e Jovens na Nova Paisagem da Mídia**

A presidência sueca da União Européia, em cooperação com a Comissão Européia, organizou um seminário de especialistas, que teve lugar em Estocolmo, em 12 e 13 de fevereiro de 2001, com o nome acima citado. O seminário reuniu mais de 200 representantes de governos e autoridades dos Estados-Membros e de países candidatos, instituições da União Européia, do setor da mídia e de organizações não-governamentais.

O tema do seminário foi a situação dos menores e da mídia, visto à luz da rápida evolução da paisagem de mídia, resultante do impacto da globalização, da digitalização, do surgimento de novos meios de comunicação e do crescimento da produção da mídia. As questões discutidas foram a proteção dos menores contra os conteúdos nocivos da Internet, dos jogos de vídeo e computador e da televisão, tratando também da propaganda comercial dirigida a crianças na televisão.<sup>2</sup>

### **Novas Direções na Educação para a Mídia**

O “Novas Direções na Educação para a Mídia”, realizado em Toulouse, França, de 2 a 6 julho de 1990, consistiu num colóquio internacional organizado pelo British Film Institute (BFI), pelo Centre de Liaison de l’Enseignement et des Moyens d’Information (CLEMI) – Centro de Ligação entre o Ensino e os Meios de Comunicação – da França, em associação com a UNESCO e com o

---

<sup>2</sup> A íntegra do documento e outros materiais do seminário estão disponíveis no website da Presidência: <http://www.eu2001.se/calendar>. Digite a data do evento, 12/02/2001, e clique na caixa “Other meetings”.

Conselho da Europa, contando com o apoio de instituições acadêmicas de Toulouse. Um total de 177 pessoas de 45 países compareceu ao colóquio – sobretudo representantes de setores consultivos e administrativos da área da educação, professores, jornalistas e profissionais de rádio e televisão.

Os temas debatidos foram, entre outros, a natureza, a localização e o apoio à educação para a mídia, o papel e a influência da mídia, o papel da mídia na educação para a mídia, o termo “cultura” (*literacy*) e a relação entre teoria e prática no que diz respeito à educação para a mídia.

O encontro de Toulouse ajudou muitos participantes a perceber que as definições estabelecidas de educação para a mídia necessitavam de revisão radical, face às transformações que ocorrem no cenário da mídia, às novas pesquisas sobre comunicação e aos diferentes contextos culturais. Definições alternativas foram propostas por participantes da África, Ásia e América Latina.

O colóquio foi documentado em *New Directions: Media Education Worldwide*, de Cary Bazalguette, Evelyne Bevort e Josiane Savino (eds.) (1992), Londres, BFI, CLEMI, UNESCO.

## **Encontros Mundiais sobre Educação para a Mídia**

Em 1995, um “Encontro Mundial sobre Educação para a Mídia” foi realizado em La Coruña, Espanha. Como um dos resultados do Conselho Mundial de Educação para a Mídia (WCME; *Consejo Mundial de Educación para los Medios*), foi criado, em 1996, um fórum internacional de pesquisadores, educadores e organizações não-governamentais comprometidos com a educação para a mídia.

Uma Comissão da WCME organizou o “Segundo Encontro Mundial sobre Educação para a Mídia” e, em cooperação com a Universidade de São Paulo, o “Congresso Internacional de Comunicação e Educação”, realizado em maio de 1998, em São Paulo, Brasil. Mais de 200 pessoas de 30 países participaram desse congresso, além de algumas centenas de professores e jornalistas brasileiros convidados. O programa de São Paulo e cerca de 150 comunicações apresentadas na conferência (em português, espanhol e inglês) estão disponíveis em CD-ROM.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Um artigo com exemplos de pesquisas e de prática, apresentado nessa conferência, é de autoria de Stigbrand, 1998.



Na Cúpula 2000, que teve lugar em Toronto, Canadá (ver abaixo), o WCME realizou seu “Terceiro Encontro Mundial sobre Educação para a Mídia” e decidiu dar continuidade a seu trabalho através de um componente on-line chamado World Network for Media Education – WNME (Rede Mundial de Educação para a Mídia). No presente momento (2001), o WNME está prestes a concluir uma parceria com o Departamento de Mídia da Escola Virtual, um projeto da European School Net (<http://www.en.eun.org/vs/media.media.html>). Quando essa parceria estiver concluída, o WNME será incluído no website.

O WCME continuará a oferecer atualizações via e-mail sobre seu trabalho com educação para a mídia. Para ser incluído na lista de e-mails e receber notícias sobre a World Network for Media Education, envie seus detalhes de contato para [medialit@sirius.com](mailto:medialit@sirius.com).

## **Kid Screen**

Criado em meados da década de 90, o Kid Screen é um seminário internacional realizado anualmente, servindo também como ponto de encontro para professores, pesquisadores e profissionais de mídia, a fim de discutir o cinema para crianças e a educação para a mídia. Esse seminário é organizado pela Associação Europeia de Cinema para Crianças (E.C.F.A.), sediada em Bruxelas, Bélgica, com o apoio do Departamento Cultural da Região da Lombardia, Itália. O tema do seminário de 1999, realizado em Como, Itália, foi a violência nas telas, e o seminário de 2000, que teve lugar em Varese, Itália, tratou da criatividade das crianças na era digital. Foi ressaltada a importância de uma caracterização nuançada e interdisciplinar das relações entre crianças e a mídia.

Os relatórios do seminário estão em língua italiana.

Para maiores informações,  
contactar:

Dra. Eva Shwarzwald, Presidente

E.C.F.A.

Milão

ITÁLIA

E-mail: [schwarzwaldeva@hotmail.com](mailto:schwarzwaldeva@hotmail.com)

## Educando para a Mídia e para a Era Digital

Em abril de 1999, a Comissão Nacional Austríaca para a UNESCO e o Ministério Federal de Educação e Assuntos Culturais da Áustria, em cooperação com a UNESCO, organizaram a conferência internacional “Educando para a Mídia e para a Era Digital”, em Viena, Áustria. Susanne Krucsay, a Ministra Federal da Educação e Assuntos Culturais da Áustria, concebeu a conferência nas seguintes linhas: as palestras deveriam esboçar a necessidade de educação para a mídia (Por quê?), apresentar boas práticas em termos de conteúdos e métodos (Como?), bem como oferecer perspectivas para um uso crítico de *toda* a mídia, tanto no presente quanto no futuro (Estratégias?).

A conferência contou com a participação de 43 convidados representando 33 países, que apresentaram trabalhos que foram publicados no relatório final.<sup>4</sup> Além do intercâmbio entre educadores de mídia (professores, profissionais de treinamento de professores, pesquisadores, profissionais de mídia etc.), o público-alvo das apresentações foram especialistas em educação de ministérios de 21 países representando as cinco grandes regiões do mundo. Cada país apresentou também uma breve descrição da situação de suas próprias escolas, em termos de educação para a mídia, que foram compilados num relatório especial.<sup>5</sup> No entanto, a conferência não enfocou apenas a educação para a mídia para o treinamento de professores e o aprendizado nas escolas primárias e secundárias, mas também na educação para a mídia para jovens e adultos fora das escolas, isto é, a educação terciária, informal e de duração ilimitada.

Os participantes aprovaram por unanimidade as “Recomendações Dirigidas à UNESCO” (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”). Em conseqüência, o Conselho Executivo e a Conferência Geral da UNESCO, em 1999, concordaram em integrar aos programas da UNESCO para 2000 e 2001 atividades relativas à educação para a mídia, tanto no campo das Comunicações quanto no Setor Educacional.

---

<sup>4</sup> *Educating for the Media and the Digital Age. International Conference, April 18-20, 1999, Vienna*. Viena, Ministério Federal de Educação e Assuntos Culturais. UNESCO, Comissão Austríaca para a UNESCO, 1999.

<sup>5</sup> *Educating for the Media and the Digital Age. International Conference, April 18-20, 1999, Vienna: Country Reports*, Viena. Ministério Federal de Educação e Assuntos Culturais, UNESCO, Comissão Austríaca para a UNESCO, 1999.

Para maiores informações,  
contactar:  
Susanne Krucsay, Coordenadora  
Ministério Federal da Educação e Assuntos Culturais  
Viena  
ÁUSTRIA  
Fax: +43 1 531 203 699  
E-mail: susannekrucsay@bmuk.gv.at

### **Cúpula 2000 em Toronto**

O que provavelmente foi o maior encontro de educação para a mídia de todos os tempos, a “Cúpula 2000: Crianças, Jovens e a Mídia – Além do Milênio”, teve lugar em Toronto, Canadá, de 13 a 17 de maio de 2000. A Cúpula 2000 foi motivada pelas preocupações sobre as questões relativas à educação de crianças para a mídia na América do Norte, e foi organizada pela The Alliance for Children and Television, do Canadá; pelo The American Center for Children and the Media, dos Estados Unidos; pela The Association for Media Literacy, de Ontário, Canadá; e pelo Projeto Jesuíta de Comunicação, do Canadá. O evento, entretanto, tornou-se uma oportunidade para que todos aqueles que criam e distribuem televisão, cinema e nova mídia para os jovens se reunissem com educadores de mídia de todas as partes do mundo. O programa da conferência consistiu de três pilares:

- Seção de mídia – com tópicos, tais como: desenvolvimento criativo, empreendimentos globais, questões sociais, transformações tecnológicas, pesquisa e educação.
- Seção de educação para a mídia – *workshops*, painéis e trabalhos sobre temas como: marketing para audiências jovens, mídia e multiculturalismo, públicos de leitores, identidade e ciberespaço, debates sobre educação para a mídia, a imagem dos jovens apresentada na televisão etc.
- Seção acadêmica – com trabalhos relacionados à mídia e à educação para a mídia.

Cerca de 1.400 participantes pertencentes à mídia, à educação para a mídia e aos setores acadêmicos, bem como representantes de 55 países diferentes, participaram de sessões plenárias e de seminários paralelos, que incluíram cerca de 250 apresentações.

Um panorama da Cúpula 2000 é apresentado no *Clipboard – A Media Education Newsletter for Canada*, vol. 14, n<sup>os</sup> 1 e 2, 2000, editado por John J. Pungente, SJ, Projeto Jesuíta de Comunicação, e presidente da Canadian Association of Media Education Organizations (CAMEO), De especial relevância, do ponto de vista dos pesquisadores, é o fato de que aproximadamente 30 trabalhos acadêmicos redigidos para a Cúpula 2000 estão disponíveis em CD-ROM.

## **Primeiro Fórum Internacional sobre Crianças e Pesquisadores de Mídia**

Durante a primeira Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças, realizada em 1995, na Austrália, foi criado o Fórum Internacional de Pesquisas sobre Crianças e a Mídia (IRFCAM), por iniciativa da Australian Broadcasting Authority. O IRFCAM é composto de mais de 500 crianças, pesquisadores de mídia e outros interessados nesse tipo de pesquisas, em todo o mundo. Os membros trocam informações, principalmente por meio de seu boletim de notícias bianual.<sup>6</sup>

A necessidade, por parte dos pesquisadores que trabalham no campo de crianças e mídia, de trocar teorias, métodos e resultados levou também a seu primeiro grande encontro internacional de todos os tempos – O Fórum Internacional de Pesquisadores sobre Crianças e Mídia, “A Juventude e a Mídia – Amanhã”. Esse Fórum foi realizado em Paris, de 21 a 25 de abril de 1997, e organizado por uma pequena rede francesa, a GRREM (Group de Recherche sur la Relation Enfants/Média – Grupo de Pesquisa sobre a Relação Crianças-Mídia). Elizabeth Auclair, presidente da GRREM, foi responsável pelo fórum, em cooperação com uma comissão científica internacional. A UNESCO incumbiu-se do patrocínio do fórum, que recebeu o apoio da France Télévision e de outras entidades, e contou com 350 participantes, não apenas pesquisadores, mas também professores, profissionais de mídia e regulamentadores de cerca de 40 países.

---

<sup>6</sup> O IRFCAM, até 2001, vem sendo gerenciado pela Australian Broadcasting Authority, P.O. Box Q500, Queen Victoria Building, Sydney, NSW 1230, AUSTRÁLIA, Tel.: +61 2 9334 7700, Fax: + 61 2 9334 7799, e-mail: research@aba.gov.au; Website: http://www.aba.gov.au

Elizabeth Auclair ressaltou a necessidade de compreender melhor – à luz das informações fornecidas por pesquisadores – o papel positivo que a mídia poderia desempenhar na vida das crianças, e como as crianças e os jovens vêm entendendo a mídia. As pesquisas apresentadas se relacionaram principalmente aos temas cotidianos: além dos efeitos da mídia?; mídia e preocupações sociais; o porquê e o futuro da pesquisa; e educação para a mídia, cultura de mídia.

Trechos das falas de abertura, um sumário dos trabalhos e argumentos, bem como perspectivas e iniciativas para o futuro encontram-se publicados de forma resumida em *Chroniques du Fórum*, nº 5, 1997. A íntegra dos Anais do Fórum contém, nos idiomas originais (inglês, francês e espanhol) todas as palestras e trabalhos, resumos de debates, um relatório final de análise e a lista dos participantes – quase 1.000 páginas comprimidas em dois disquetes, acompanhados de uma introdução escrita e de um sumário de oradores e trabalhos. Um livro encontra-se também em preparação.

Detalhes de contato com o GRREM

28 Place St. Georges

75009 Paris

FRANÇA

Fax: +33 1 4016 1422

E-mail: [grren@club.Internet.fr](mailto:grren@club.Internet.fr)

## **Segundo Fórum Internacional sobre Crianças e Pesquisadores de Mídia**

O Segundo Fórum Internacional de Crianças e Pesquisadores de Mídia, “Os Jovens e a Mídia – Amanhã. Questões e Perspectivas”, realizado de 26 a 29 de novembro de 2000, em Sydney, na Austrália, teve como anfitriã a Comissão Australiana para a UNESCO, com suporte organizacional da Australian Broadcasting Authority. O evento foi presidido por Gareth Grainger, tendo sido planejado juntamente com a comissão científica internacional criada no primeiro fórum. Esse segundo Fórum de Crianças e Pesquisadores de Mídia promoveu discussões sobre diversas questões de pesquisa e de política em todas as áreas da mídia, inclusive televisão, imprensa, rádio e a Internet. Ele propiciou também uma oportunidade para

o diálogo e a interação entre membros da comunidade de pesquisa e representantes de grupos de usuários de pesquisas, tais como regulamentadores, produtores e educadores.

O fórum foi presenciado por cerca de 300 participantes. Trabalhos e cartazes tratavam dos principais temas propostos de antemão: a produção e o consumo da mídia por jovens; globalização e socialização; política e regulamentação da mídia para jovens e, entrelaçadas com esses temas, abordagens de metodologias de pesquisa.

Os resumos e/ou trabalhos das palestras estão disponíveis no website do fórum: <http://www.sydneyforum.com>.

A realização de um terceiro fórum sobre pesquisa já está sendo discutida.

## **Uma Observação Final**

### **As manifestações por parte de crianças durante os encontros**

Como foi dito anteriormente, crianças e jovens foram convidados para a maioria desses encontros. Nas Cúpulas, por exemplo, houve eventos infantis especiais ou paralelos e, em muitos casos, as crianças produziram suas próprias cartas e listas de desejos com relação ao futuro da televisão e do rádio. Na AGORA, as crianças tiveram a oportunidade de criar seus próprios vídeos, e, lá, como também na Kid Screen, foram organizados festivais e concursos das produções de filme e vídeo realizadas pelas próprias crianças. Em alguns dos encontros da Comissão das Nações Unidas para os Direitos da Criança e do Desafio de Oslo, crianças e jovens participaram das discussões, juntamente com os adultos. O Desafio de Oslo tem também telas com fotos criadas pelas crianças. Foi realizada uma cobertura da conferência Educando para a Mídia e para a Era Digital, usando vídeos, artigos de jornal e entrevistas radiofônicas feitas por alunos de duas escolas primárias e secundárias austríacas. Em conjunção com o Segundo Fórum sobre Crianças e Pesquisadores de Mídia, uma Conferência Ásia-Pacífico sobre a Juventude e a Mídia, realizada paralelamente, incluiu uma mostra de produções de mídia de autoria de jovens, bem como apresentações e debates sobre questões relacionadas à mídia. Em diversos outros encontros acima mencionados, aconteceram apresentações feitas por crianças.

# Educação para a Mídia, Cultura de Mídia e de Comunicação

Para criarmos um melhor ambiente de mídia para as crianças (e também para os adultos) e colocarmos em prática os direitos do público, vários caminhos têm de ser simultaneamente percorridos – por exemplo, buscar conteúdos de mídia que sejam diversificados e de alta qualidade, que atendam às várias necessidades da audiência, tentar alcançar uma (auto-) regulamentação operacional da mídia e atingir níveis qualificados de educação para a mídia e de cultura de mídia.

## Diferenças Internacionais

O que vem a ser educação para a mídia e cultura de mídia? Dando uma volta pelo mundo (ver, por exemplo, os artigos<sup>1</sup> constantes do Clearinghouse Yearbook, 1999, von Feilitzen e Carlsson, 1999, mas há também uma grande quantidade de literatura nessa área), encontramos grandes diferenças, em termos de teoria e de prática. Em primeiro lugar, os conceitos usados são diferentes. Há tanto “educação para a mídia” quanto “cultura de mídia”, mas há também outros conceitos comuns, como “educação para a comunicação” (pela mídia).

Muitas vezes, significados diferentes são dados a esses conceitos. De maneira simplista (há muitas exceções) “educação para a mídia” é usado com maior frequência por aqueles que pensam principalmente em termos da escola, e em que papel a escola pode desempenhar na educação das crianças e dos jovens. Quando a expressão “cultura de mídia” (*media*

---

<sup>1</sup> Andersen, Duncan e Pungente, 1999; Buckingham, 1999a; Kumar, 1999; McMahon & Quin, 1999; de Oliveira Soares, 1999; Prinsloo, 1999; Tufte, 1999b.

*literacy*) é usada, o fenômeno em questão, geralmente, são os conhecimentos que devemos adquirir, tanto na escola quanto fora dela, e de forma contínua, incluindo também os adultos. O termo “cultura de mídia” implica que todos nós temos de ser alfabetizados em termos de mídia. Nos países em que a expressão “educação para a comunicação” é mais frequente, o sentido, em geral, é ainda mais amplo, significando, entre outras coisas, que todos devem aprender a usar a mídia, a fim de participar do processo societário que leva a uma maior democracia.

Assim, no sentido estrito da palavra, educação para a mídia e cultura de mídia significariam a educação das crianças para um maior conhecimento de como a mídia funciona. Mas, num sentido mais amplo, tais expressões significam, também, a educação dos adultos – pais, professores, políticos e os próprios profissionais de mídia – sobre tanto a mídia em si quanto sobre a mídia em relação às crianças.

Existe um grande número de definições mais precisas de educação para a mídia/cultura de mídia/educação para a comunicação, e sobre como elas devem ser postas em prática. Essas diferenças entre as definições muitas vezes resultam de experiências prévias e que formas de educação para a mídia obtiveram maior ou menor êxito, embora elas também tenham origem nas diferentes necessidades e objetivos do sistema educacional da nação, da região, da comunidade local e dos indivíduos e grupos marginalizados. *E deve ser assim*, uma vez que a educação para a mídia e a cultura de mídia devem estar ancoradas nas necessidades da comunidade local.

## **A Cultura de Mídia na Prática**

Examinando a cultura de mídia na prática – como ela é concretizada, afinal? – podemos dizer apenas que, de modo geral, ela não se tem saído muito bem, embora alguns países estejam bem na dianteira, pelo menos no que se refere à educação para a mídia nas escolas. Tampouco a cultura de mídia em sentido mais amplo, ou seja, informações aos pais e produtores sobre as crianças e a mídia, ou o processo de “alfabetizar” a todos os cidadãos em termos de mídia, vêm encontrando formas eficazes de operar.

Os fatores que impedem que exista educação para a mídia, cultura de mídia etc. também diferem entre os países e as regiões do mundo. Diversos dos autores que contribuíram para a *Clearinghouse Yearbook*, 1999,



entretanto, chamam atenção para o fato de que falta vontade e apoio político. As possíveis declarações políticas sobre a importância da educação para a mídia raramente saem do papel. Conseqüentemente, se é que existe alguma educação para a mídia, trata-se, em geral, de movimentos de base de iniciativa de pessoas entusiasmadas pela questão. Esse fato não deixa de ser vantajoso, uma vez que a educação para a mídia deve, necessariamente, ter raízes nas necessidades das crianças e da comunidade local. Por outro lado, esses movimentos têm de receber apoio e ser incorporados às políticas nacionais de mídia. Espíritos inflamados solitários podem acabar por se consumir em seu próprio fogo.

Outros fatores negativos são, entre outros, a falta de programas de qualificação de professores, a inexistência de redes de troca de informações entre os educadores para a mídia e a falta de cooperação com outros grupos e pesquisadores.

Se virmos a “educação para a mídia” como limitada à escola, temos também de nos lembrar de que muitas crianças jamais freqüentaram uma escola e, entre as que o fazem, muitas nunca chegam à 5ª série, e um número ainda maior jamais chega à escola secundária (ver sob o título “Crianças, Escola e Trabalho”).

Um outro impedimento é, por vezes, a própria mídia. Isso pode se manifestar, por exemplo, nas dificuldades de cópia e licenciamento de direitos autorais de material audiovisual – principalmente se os objetivos da educação para a mídia forem o de ensinar os alunos e as pessoas comuns a pensar de forma crítica sobre a mídia e a participar numa democracia. As experiências de, por exemplo, participação das crianças na produção de mídia, tanto dentro como fora da escola, também mostram como pode ser difícil persuadir a mídia estabelecida a levar ao ar bons programas feitos por crianças. A mídia não crê que esses programas possam ser encaixados em seus horários, não acreditam que a audiência comum se interesse por programas realizados por crianças e assim por diante.

A experiência mostra também que a educação para a mídia não terá sucesso caso ela tente fazer com que a audiência se dissocie dos “maus” conteúdos, ou seja, a educação para a mídia fracassará se ela tentar “vacinar” a audiência. Essas tentativas fracassarão porque elas depreciam os conteúdos que os usuários muitas vezes apreciam, e correm o risco de tratar com desprezo os próprios usuários. Tampouco será bem-sucedida a educação para a mídia que unicamente treine os alunos para a análise crítica dos diversos programas e de outros conteúdos, por que, para um

grande número de alunos, esse tipo de procedimento é demasiadamente abstrato. Ao contrário, a educação para a mídia que tem chances de sucesso é aquela que intercala a análise crítica com a produção realizada pelos próprios alunos, produção essa que emane simultaneamente do prazer e da motivação deles próprios. É o processo de produção em si que levará à reflexão e à crítica.

## Similaridades Internacionais

O trabalho da Clearinghouse mostra também que há semelhanças entre os pontos de vista internacionais sobre educação para a mídia. Esse fato é corroborado pelas recomendações conjuntas encaminhadas à UNESCO, formuladas por 41 educadores e pesquisadores de 33 países, convidados a se reunir em Viena, Áustria, em 1999 (ver sob o título “Exemplos de Encontros Internacionais sobre Crianças e Mídia a Partir de 1999”). Os participantes chegaram a um acordo sobre os princípios que devem ser abraçados, quer ela seja chamada de educação para a mídia, cultura de mídia, educação para a comunicação ou o que quer que seja (ver sob o título “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre Crianças e Mídia”).

Tentaremos aqui resumir esses pontos de vista internacionais:

- A educação para a mídia/cultura de mídia/educação para a comunicação deve tratar de *todos os meios de comunicação*. Em outras palavras, ela não deve valer apenas para a mídia impressa, como jornais e revistas e anúncios em papel, como muitas vezes acontece nas escolas. Tampouco deve ela dar prioridade à tecnologia da informação e aos computadores, o que vem hoje acontecendo em diversos países. Ela deve incluir também rádio, televisão, cinema, vídeo e jogos eletrônicos – todos eles meios audiovisuais. Muitas escolas voltam as costas a, por exemplo, ficção popular de televisão, apesar do fato de a televisão ser o meio ao qual as crianças, os jovens e os adultos da maioria dos países dedicam mais tempo e interesse.

- A educação para a mídia/cultura de mídia/educação para a comunicação deve capacitar as pessoas a *entender como a mídia age e opera na sociedade*. Desse modo, a educação para a mídia deve querer dizer o aprendizado de como a mídia funciona, e de como interpretar, em seus próprios contextos, as mensagens e os valores apresentados por ela. São questões importantes, por exemplo: quem são os proprietários da mídia? quais as conseqüências da globalização da mídia? quais são os objetivos implícitos das diferentes mensagens de mídia? quais são as fontes? e quais são os interesses políticos, sociais, comerciais e culturais por trás da mídia e seus conteúdos?
- A educação para a mídia/cultura de mídia/educação para a comunicação deve assegurar que as pessoas aprendam como analisar e *refletir de forma crítica* sobre as mensagens da mídia.
- Essa reflexão crítica é obtida, dentre outras maneiras, pela *produção de mídia das próprias pessoas*. Os indivíduos e os grupos devem obter ou reivindicar acesso à mídia, não apenas como receptores, mas também como produtores. Eles devem adquirir a capacidade de usá-la para se comunicar com outros, ser capazes de selecionar a mídia apropriada para criar textos, comunicar suas próprias mensagens e histórias e atingir a audiência de sua escolha.
- Isso significa que todos deverão ter não apenas o direito de informação, mas também o direito de *liberdade de expressão, de participação na sociedade e de construção de uma democracia sustentável*. Na sociedade contemporânea, a mídia é de importância central para todos esses processos. Nesse contexto, a educação para a mídia/cultura de mídia/educação para a comunicação também desempenham um papel de importância crítica em situações de conflitos políticos e sociais e em desastres naturais e ecológicos, devendo ser sensíveis a eles.
- A educação para a mídia/cultura de mídia/educação para a comunicação deve estar presente nos currículos nacionais, mas também em todos os contextos possíveis *durante todas as fases da vida* – na forma de educação terciária, informal e contínua.
- A educação para a mídia/cultura de mídia/educação para a comunicação deve ter como meta conferir poder a *todos os cidadãos*, em todas as sociedades, e também assegurar que as pessoas portadoras de necessidades especiais e os deserdados em termos econômicos e sociais tenham acesso a ela.

# Crianças, Escola e Trabalho

## Crianças que Frequentam a Escola

**Tabela 12**  
A Educação no Mundo, 1995-1999

	Índice (bruto)* de matrícula em escolas primárias 1995-1999		Porcentagem dos alunos de escola primária que chegam à 5ª série %	Índice (bruto)* de matrícula em escolas primárias 1995-1997	
	Meninos	Meninas		Meninos	Meninas
<b>Total mundial</b>	99	91	75	61	54
<b>Países industrializados</b>	104	103	99	105	107
<b>CEE/CEI e Países Bálticos</b>	100	97	-	82	82
<b>Países em desenvolvimento</b>	99	89	73	55	46
<i>Dos Quais:</i>					
<b>Países menos Desenvolvidos</b>	84	69	61	23	14

Índice (bruto) de matrícula em escolas primárias e secundárias: Número de crianças matriculadas num nível (primário ou secundário), independente de idade, dividido pela população da faixa etária que, oficialmente, corresponde àquele mesmo nível.

Para uma listagem dos sumários regionais, ver Apêndice.

Fonte: *The State of the World's Children 2001*, <http://www.unicef.org/sowc01/tabelas> (outubro de 2001)

## Crianças que Trabalham

- Cerca de 250 milhões de crianças de idades entre 5 e 14 anos trabalham nos países em desenvolvimento – 120 milhões em tempo integral, 130 milhões em tempo parcial.
- Cerca de 61% desse total, ou cerca de 153 milhões, vivem na Ásia; 32%, ou 80 milhões, vivem na África; e 7%, ou 17,5 milhões, na América Latina.
- O trabalho infantil também existe em muitos países industrializados e vem surgindo nos países do Leste Europeu e da Ásia que se encontram em transição para uma economia de mercado.
- A Organização Internacional do Trabalho (OIT) vem realizando um Programa Internacional de Eliminação do Trabalho Infantil (IPEC). Para maiores informações, ver o website da OIT (endereço abaixo).

Fonte: Website da OIT: <http://www.ilo.org> (outubro de 2001).

# A Participação das Crianças e a Democracia

De acordo com o artigo 13 da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança (ver sob o título “Direitos das Crianças”), a criança terá o direito de livre expressão, e esse direito deverá incluir, entre outros aspectos, a liberdade de dar informações e propor idéias, por qualquer meio de sua escolha.

## Uma Melhor Cultura de Mídia e a Imagem da Criança

Nos Livros Anuais da Clearinghouse de 1998 e 1999 (Carlsson e von Feilitzen, 1998; von Feilitzen e Carlsson, 1999), bem como nos Boletins Informativos da Clearinghouse, incluímos cerca de cinquenta exemplos práticos de “mídia por crianças” apresentados por professores, profissionais de uma mídia única, pesquisadores e organizações de todo o mundo. Os exemplos vêm de contextos diversos e possuem objetivos diferentes, e as crianças participam em todos os níveis do processo de produção. Esses exemplos, além disso, aplicam diferentes meios – televisão, filmes em vídeo, rádio, Internet, jornais, revistas, fotografia, livros, CDs e outros.

Tomados em conjunto, demonstram conseqüências interessantes:

- *Orgulho, poder, auto-estima*

Os exemplos mostram claramente que as crianças, por meio de sua participação criativa, adquiriram poder – que essa participação fortaleceu seu orgulho, senso de poder e auto-estima, uma vez que elas sentiram que suas vozes valiam a pena ser ouvidas, que elas faziam parte de uma comunidade e que elas haviam alcançado melhor compreensão de si mesmas e de sua própria cultura.

- *Desejo de encontrar na mídia os sonhos cotidianos e a realidade local*  
Alguns exemplos mostram – corroborando os pontos de vista explicitamente expressos pelas crianças sobre o que elas desejam ver, ouvir e ler na mídia – que muitas vezes querem encontrar seus próprios sonhos cotidianos e sua própria realidade e cultura local, social e étnica na mídia.
- *Compreensão crítica e maior competência de mídia*  
Além do mais, os exemplos dão apoio à tese de que muitos dos objetivos estabelecidos pela educação para a mídia se realizam pela participação das crianças na mídia: a participação na mídia “real” fortalece a capacidade e a curiosidade das crianças, dá a elas compreensão crítica e aumenta sua competência para lidar com ela.
- *Maior justiça social com a mídia audiovisual*  
Alguns exemplos demonstram também que a participação das crianças, principalmente na produção de mídia audiovisual, é particularmente adequada para crianças que, de modo geral, não se saem bem na escola tradicional, com sua cultura de base impressa, e é por essa razão que a produção de mídia, em si, traz maior justiça social.
- *Interesse na sociedade; passos no sentido de uma maior democracia*  
Vários exemplos demonstram também que a participação das crianças na mídia transpõe o hiato entre o uso da mídia, por um lado, e a participação das crianças em suas comunidades, por outro, fato esse que, por sua vez, teve ainda outras conseqüências: a participação na mídia foi algo de real para elas, em termos não diretamente controlados pelos adultos, de modo que a participação levou a maior conhecimento e a um maior interesse pela comunidade local, inspirando ações coletivas, e que as crianças puderam fazer uso da mídia para melhorar sua situação na comunidade. Em decorrência, maiores progressos puderam ser obtidos em direção a representações mais justas das crianças na mídia, como também a uma maior democracia.

No entanto esses exemplos mostram também que o sucesso dos projetos exige que os adultos não apenas escutem as crianças, mas também participem com elas numa parceria igualitária, uma parceria em que todos os participantes sejam especialistas.

A maior participação das crianças na mídia significaria, de modo geral, maior cultura de mídia, contrabalançando também a escassez de representações da criança nos conteúdos, dando origem assim a uma espiral positiva. As imagens insatisfatórias das crianças podem ser melhoradas por meio de medidas para concretizar os direitos das crianças à liberdade de expressão e à participação na mídia e na sociedade.

## **Crianças Fazendo Mídia**

Neste ponto, iremos resumir alguns dos muitos exemplos de crianças fazendo mídia – exemplos esses relatados à Clearinghouse no decorrer dos últimos anos (1997-2001) na forma de notícias breves, artigos e livros. O leitor será encaminhado às publicações originais para informação completa. Na seguinte lista de resumos, demos especial atenção às lições aprendidas a partir desses projetos, e o que eles significaram para as crianças que deles participaram.

## **Dia Internacional da Criança e da Teledifusão**

No segundo domingo de dezembro de 2001, o décimo Dia Internacional da Criança e da Teledifusão (ICBD) será comemorado. Ao que tudo indica, a julgar pela próxima sessão deste livro (“Exemplos de Organizações e Redes”), cerca de 2.000 profissionais de teledifusão de mais de 170 países participarão desse evento anual, que é uma iniciativa conjunta da UNICEF e do Conselho Internacional da Academia Nacional da Arte e Ciência da Televisão.

O que as crianças e os profissionais de teledifusão fizeram em 2000 – alguns exemplos retirados do <http://www.unicef.org/icdb> (agosto de 2001):

Em *Botswana*, onze crianças entrevistaram o Presidente em sua residência, e um Parlamento de Crianças discutiu a educação sobre o HIV/AIDS nas escolas primárias, debatendo as estratégias de conter o avanço da doença.

Na *China*, um grupo de crianças da escola primária produziu seu próprio quadro de televisão, para incentivá-las a se tornar mais responsáveis e independentes. As crianças foram entrevistadas por repórteres infantis sobre como elas haviam desenvolvido suas idéias para esse quadro. Outros jovens repórteres entrevistaram uma equipe de crianças que estavam investigando a segurança nas estradas, em sua cidade natal.

Na *Tailândia*, as crianças tomaram parte num *workshop* sobre direitos da criança e produção de televisão, e entrevistaram políticos tailandeses importantes sobre como eles haviam colaborado para a consecução dos objetivos da Cúpula Mundial sobre as Crianças de 1990.



Na *Ucrânia*, anteriormente ao dia, em si, os profissionais de teledifusão se reuniram para um seminário sobre programação para crianças. Como resultado, uma das grandes redes de televisão levou ao ar uma maratona de três semanas de duração sobre programas infantis.

Para outros exemplos, descritos em maior detalhe, ver Mead (1999) e também alguns dos mencionados a seguir.

## África

### A Participação das Crianças no Rádio em Burkina Faso

A Association Burkinabé pour la Survie de l'Enfance (ABSE), Associação de Burkina Faso para a Sobrevivência da Infância, é uma organização não-governamental fundada em 1991, que trabalha em prol das mulheres e das crianças de Burkina Faso. Como parte de um programa escolar visando a tornar as próprias crianças e a sociedade mais conscientes dos direitos das crianças, a ABSE apóia a produção de programas de rádio feitos por crianças e jovens, para uma audiência de jovens. Eles são produzidos por crianças entre 6 e 16 anos. François Zongo (1999), Coordenador e Gerente do Programa, descreve o empreendimento radiofônico e sua importância:

- Transmitido ao vivo, cada programa começa com um resumo da atual situação das crianças e dos jovens de Burkina Faso e de todo o mundo.
- Cada programa trata de um tema específico, com o objetivo de conscientizar os ouvintes sobre os direitos e as responsabilidades das crianças.
- Durante o programa, grupos de crianças moderam debates entre as crianças presentes no estúdio, e também com crianças que, por telefone, apresentam suas opiniões. Ligações chegam de todas as partes do país, de crianças interessadas em participar das discussões.
- O programa inclui também canções, poemas, leituras, piadas, charadas e música.

Cada transmissão conta com a presença no estúdio de mais de cem crianças, e recebe cerca de 25-30 chamadas telefônicas. Os programas vão ao ar nas quintas e sábados, nos horários mais convenientes para as crianças e jovens. Quinze estações FM transmitem o programa, que tem 90 minutos de duração.

Tais programas são importantes por oferecer um fórum para a troca de idéias, sendo um espaço em que as crianças de Burkina Faso podem se expressar livremente. Elas ali podem discutir assuntos relativos a seu desenvolvimento e a suas perspectivas, criticar medidas e políticas que representem ameaça a seu desenvolvimento ou que lancem sombras sobre seu futuro. Os programas dão às crianças a oportunidade de obter a atenção direta dos políticos e dos formuladores de políticas para os problemas enfrentados por elas. Uma enquete, realizada em 1998-99, verificou que mais de 50.000 jovens de todo o país ouviam o programa.

### **A Rádio Gune-Yi do Senegal**

Em 1997, recebemos uma mensagem de *e-mail* do editor Gordon M. Adam, sobre a Gune-Yi:

A Gune-Yi, que significa “juventude”, no idioma wolof, é uma equipe de produção que realiza um programa semanal de 50 minutos de duração, feito por crianças e para crianças. A razão de ser desses programas – levados ao ar na emissora de rádio estatal do Senegal, todos os sábados ao meio-dia, e financiados por um Plano Internacional – é o fato de que, apesar de 60% da população ser constituída de crianças, apenas 15% da programação radiofônica é voltada para elas.

O programa é gravado em aldeias de todo o país, tem como apresentadores tanto meninos quanto meninas e objetiva a educação pelo exemplo, por um processo de autodescoberta e de construção de confiança. Seu formato inclui: notícias; um convidado da semana; um bloco “O que você gostaria de saber?”; “Vovó, me conte uma história”; uma criança fazendo reportagens de sua aldeia; questões que afetam os jovens, inclusive, saúde e direitos das crianças; mensagens de jovens endereçadas a seus pais, professores e políticos; sugestões literárias; intercâmbio entre jovens do Senegal e do exterior; debates sobre temas controvertidos, como a educação das meninas e trabalho infantil; receitas; dicas do dia-a-dia; e piadas.

Há indícios de que cerca de 500.000 crianças e outros tantos adultos ouçam o programa todas as semanas. A emissora estatal se refere ao programa como um de seus projetos “de proa”. A imprensa dá incentivo, e mais apoio chega por cartas e telefonemas. A equipe de produção aponta aumento da frequência escolar das meninas, e de maior grau de autoconfiança entre elas. Alguns clubes de ouvintes se formaram espontaneamente.

A consultora sobre comunicação para o desenvolvimento, que efetuou o primeiro levantamento de monitoração da mídia, acredita que o sucesso do programa se deva a seu valor como entretenimento e à sua alta qualidade. “Não há dúvida”, conclui ela, “de que o formato e o *ethos* do Gune-Yi, de permitir que as crianças falem por si próprias, crescendo assim em autoconfiança, é um grande exemplo para outras emissoras da África e de todo o mundo.”

## Os Jovens Radialistas de Gana

A Women in Broadcasting (WIB), Mulheres na Teledifusão, é uma associação de comunicadoras e jornalistas de Gana (ver o próximo título, “Exemplos de Organizações e Redes”) que, entre outros objetivos, vem liderando a construção de um novo relacionamento entre os profissionais de rádio e as crianças. Num artigo de Sarah Akrofi-Quarcoo (1999), Presidente da WIB, encontramos, entre outras, a seguinte informação:

As crianças que participaram das atividades do Dia Internacional da Criança e da Teledifusão (ICBD), em 1995, formaram o Clube para a Sobrevivência das Crianças e Ações para o Desenvolvimento. O Clube fornece uma plataforma para que os membros possam usar a mídia eletrônica de forma mais significativa, visando à sua informação e educação, à expressão de suas opiniões em assuntos de seu interesse e também como um instrumento de construção de autoconfiança e auto-estima. A partir daí, o Clube conseguiu para o grupo um horário radiofônico de 30 minutos.

Contando com assistência especializada, o grupo produziu o *Kiddie Time*, uma revista ao vivo, levado ao ar todos os sábados. As próprias crianças formularam as idéias para o programa, redigiram e apresentaram as partes noticiosas e trabalharam como âncoras e produtores.

Dois anos mais tarde, estando já estabelecidos nessa atividade, os jovens radialistas conseguiram apoio financeiro suplementar, de modo a tornar possível a realização do Primeiro *Workshop* para Crianças sobre Técnicas de Rádio e Teledifusão. O entusiasmo demonstrado pelos jovens radialistas foi simplesmente enorme. Os participantes trabalharam além do horário programado, a fim de completar suas tarefas. Profissionais de teledifusão veteranos deram palestras sobre os vários aspectos da produção de programas de rádio e TV. Porém o mais emocionante foram os

exercícios práticos. Os participantes receberam a incumbência de entrevistar profissionais de seus respectivos campos de trabalho, o que serviu como um exercício de construção de autoconfiança. Pela primeira vez, as crianças tiveram contato direto com personalidades importantes.

*“Isso serviu como um exercício de construção de autoconfiança”*

Um outro objetivo do *workshop* foi o de criar um corpo de defensores das crianças em questões relativas a elas. O trabalho de defensoria teve início logo após o término do *workshop*. Uma Carta da Criança foi apresentada ante o Parlamento um mês depois. Foi assim criada a oportunidade de convidar o Presidente da Câmara para um programa de entrevista telefônica de uma hora de duração. Crianças de todo o país tiveram a oportunidade de questionar o Presidente.

A resposta do público foi impressionante. Dezenas de cartas chegaram, escritas por pais e alunos, solicitando inscrição no *workshop* seguinte.

### **Uma Revista Infantil na Tanzânia**

Em 1996, o Centro Kuleana para os Direitos das Crianças (ver a próxima seção, “Exemplos de Organizações e Redes”) deu início à primeira revista da Tanzânia escrita e editada pelas próprias crianças – *Mambo Leo Sauti ya Watoto* (em swahili, “A Vida Hoje, Vozes das Crianças”). A revista é publicada em 4 cartazes de tamanho A3 e pode ser descrita como uma revista-mural. Esther Obdam, do departamento de publicações da Kuleana, escreveu um artigo (1999) sobre o processo de feitura da *Mambo Leo*. Apresentamos aqui um breve resumo, enfocando as lições aprendidas:

As razões que inspiraram o projeto foram:

- informar as crianças sobre seus direitos e outros assuntos que as afetam e interessam, de um modo que seja, ao mesmo tempo, divertido e educativo; e
- oferecer às crianças um fórum no qual elas possam fazer ouvir seus pensamentos, idéias e opiniões.

Começamos com um conselho editorial composto de cinco a seis crianças, de idades entre 12 e 15 anos, mais dois adultos como facilitadores. Percebemos, contudo, que estávamos exigindo demais desse pequeno grupo de crianças, embora elas estivessem gostando da atenção que recebiam, crescendo em responsabilidade e se saindo bem na produção da revista. Como reflexo da sociedade e do sistema tanzanianos, os editores-infantis tinham também dificuldade de tomar iniciativas, preferindo esperar por “instruções”. Eles tentavam fazer “a coisa certa”, dizendo o que eles pensavam ser o que os adultos-facilitadores queriam ouvir.

A nova maneira de operar foi organizar reuniões com um número maior de crianças, para discutir com elas a revista e as questões que elas gostariam de compartilhar com outras crianças. Em seguida, um pequeno número selecionou o que iria ser impresso, a partir do material coletado no grupo maior. Essa maneira de trabalhar é mais eficaz e mais divertida. Os editores sentem com clareza a responsabilidade de montar algo de valor a partir do material à sua disposição e sentem orgulho de participar dessa tarefa.

Uma outra lição aprendida foi o quanto as crianças são parte da sociedade, e como, para que qualquer projeto que envolva crianças tenha êxito, ele deve envolver também as pessoas que as cercam. Para trabalhar com as crianças do projeto *Mambo Leo*, precisamos da permissão tanto de seus pais como de seus professores. Interagimos também com as autoridades educacionais. Isso foi necessário, a fim de apoiar as crianças e possibilitar sua participação, e também para tornar seu trabalho útil e digno de confiança. Se quisermos fazer com que as vozes das crianças sejam ouvidas, e suas opiniões conhecidas, temos de encontrar pessoas dispostas a ouvi-las.

## Ásia

### **As Vozes das Crianças na Cúpula Asiática sobre os Direitos da Criança e a Mídia**

Feny de Los Angeles-Bautista, Diretora-Executiva da Fundação Filipina de Televisão para Crianças (PCTVF), escreveu um artigo (1999) sobre a participação das crianças na mídia e na sociedade. Um dos exemplos refere-se à participação das crianças na Cúpula Asiática sobre os

Direitos das Crianças e a Mídia, realizada em Manila, Filipinas, em 1996. Apresentamos aqui trechos do artigo.

A PCTVF, na qualidade de um dos organizadores da Cúpula, tomou a iniciativa de conceber o projeto “Vozes das Crianças”. Antes da Cúpula, crianças entre 5 e 18 anos participaram de uma série de *workshops* de mídia, que consistiram numa das características fundamentais do projeto. Esses *workshops* de mídia, realizados em Manila, tinham o propósito de envolver as crianças no uso de várias formas de mídia – vídeo, rádio, imprensa e computadores – como formas de auto-expressão, reflexão sobre suas experiências cotidianas e processamento de seus próprios pensamentos sobre seus direitos. Uma outra faceta do projeto consistia na coleta e na documentação das opiniões das crianças asiáticas sobre os diferentes meios de comunicação, por meio de entrevistas filmadas. Essas entrevistas foram feitas em *workshops* do mesmo tipo – a PCTFV colaborou com produtores de dez países, pela Asian Broadcasting Union (ABU). Foram produzidos dez vídeos curtos, que foram usados durante a Cúpula e distribuídos às redes asiáticas participantes, que os levaram ao ar. Após o término da Cúpula, a concepção dos *workshops* de mídia “Vozes das Crianças” foi levada também a outros organizadores encarregados da produção de programas infantis.

Esses *workshops* de mídia que ocorreram antes da Cúpula forneceram oportunidades valiosas para que crianças de várias idades, e provenientes de meios diferentes, fossem ouvidas a respeito de suas opiniões sobre a mídia. Nem todos os adultos presentes à Cúpula levaram a sério essa experiência, mas a maioria deles ficou impressionada e pensativa ao ouvir as vozes das crianças nos vídeos.

*“O processo de atingir plena responsabilidade pelo ambiente de mídia das crianças implica a criação de parcerias com e para as crianças”*

Houve também outras maneiras de assegurar a participação ativa das crianças na Cúpula. Elas fizeram a abertura da Cúpula, alguns dos *workshops* foram concebidos basicamente para envolver as crianças, e foi delas a última palavra, quando elas apresentaram aos participantes e ao Presidente das Filipinas sua própria “Lista de Desejos” – o que gostariam de ver em seu ambiente de mídia.

A autora ressalta que ouvir os pensamentos e as idéias das crianças é de importância crítica para que fiquemos sintonizados com suas necessidades, seus problemas, suas preferências e suas razões, e para que possamos perceber o que realmente representa o interesse das crianças. O processo de atingir plena responsabilidade pelo ambiente de mídia das crianças implica a criação de parcerias com e para as crianças.

## **As Crianças e a Televisão na China**

Há na China centenas de estações locais de televisão, o que, em certo sentido, as torna mais importantes que a Emissora Central de Televisão da China (CCTV). [...] Uma vez que a área servida por elas é menor, podem atingir diretamente o público jovem, conduzi-lo com maior facilidade a uma participação em diálogos e atividades significativas. Desse modo, a conscientização das crianças sobre questões de seu interesse pode ser aprofundada, bem como sua capacidade de tomar iniciativas.

A Emissora de TV Qingdao deu o primeiro passo. No início de 1990, o canal organizou um grupo de crianças que gostavam de fotografia. Nós chamamos de “Os Jovens Jornalistas Kacha”. Ele fotografou assuntos de interesse das crianças em nossa cidade e em seus subúrbios, nas fábricas e nas vilas e, principalmente, em suas escolas. As fotografias tiradas pelas crianças são freqüentemente mostradas nos noticiários da TV Qingdao e tiveram um efeito particularmente positivo sobre o corpo social. No inverno de 1996, a TV Qingdao e o Conselho de Desenvolvimento de Televisão para Crianças de Qingdao trabalharam conjuntamente para oferecer às crianças a oportunidade de participar do Dia Internacional da Criança e da Teledifusão (ICBD). Meninos e meninas dirigiram o programa “Nossas Aspirações”, no qual eles expressaram, para a audiência, suas esperanças e suas opiniões sobre os direitos da criança e discutiram questões que afetam seu futuro. Eles também realizaram uma entrevista face a face com os líderes municipais de Qingdao. Na última parte, os locutores nos conduziram pelas atividades do ICBD de 1996, primeiramente em nossa cidade e depois num vilarejo de montanha. Esse programa teve a honra de ser indicado pela UNICEF para o Prêmio Emmy.

(Citações de um artigo de autoria de Jia Peijun, Secretário-Geral do Conselho de Desenvolvimento de Televisão para Crianças de Qingdao, 1999.)

## Uma Revista-Mural Indiana para Crianças Trabalhadoras

A revista-mural *Bhima Patrike* é parte integrante de nosso trabalho no Concerned with Working Children (CWC), Preocupados com as Crianças Trabalhadoras, uma das primeiras organizações na Índia a trabalhar exclusivamente sobre as questões do trabalho infantil (ver a próxima seção, “Exemplos de Organizações e de Redes”). O CWC vem facilitando a mobilização de crianças trabalhadoras para lutar por seus direitos como trabalhadores e como crianças, e vem também facilitando o processo de participação das crianças.

O acesso à informação é de importância crítica para que as crianças se dêem conta de seu direito à informação, e de seu direito a participar nos processos de tomada de decisões. As crianças devem também ser capacitadas a divulgar suas informações a diferentes atores sociais. A revista-mural *Bhima Patrike* tem de ser entendida nesse contexto.

A revista é escrita em linguagem simples e ilustrada de forma criativa. As crianças contribuem ativamente na forma de cartas, desenhos e relatos e também estão produzindo matérias para a *Bhima Patrike*, que se propõe a muitas responsabilidades importantes: levar às crianças informações de seu interesse; ajudá-las a interagir e a se identificar umas com as outras; registrar suas opiniões e suas reações e oferecer um espaço para sua auto-expressão. Elas estão a tal ponto capacitadas, que começam a acessar informações de muitas outras fontes.

Em razão dos fortes vínculos forjados com as crianças, a *Bhima Patrike* provou ser uma motivação da maior importância para a formação de sindicatos de crianças trabalhadoras. Por meio desses sindicatos, elas vêm reivindicando e defendendo seus direitos de forma eficaz.

*“Observamos, repetidamente, que as crianças às quais é dado maior poder costumam decidir, de forma espontânea, enfrentar as questões como uma coletividade.”*

Ao longo de nosso trabalho, as crianças trabalhadoras vêm repetidamente demonstrando possuir um alto nível de capacidade decisória. Elas, inclusive, já enfrentaram grandes reuniões públicas, entrevistas coletivas, autoridades do governo, policiais e ministros, para apresentar sugestões



específicas que trariam melhorias à vida delas. Elas já formaram comissões de inquérito e realizaram estudos aprofundados, coletando informações em primeira-mão sobre acidentes fatais para outras crianças trabalhadoras.

Observamos, repetidamente, que as crianças às quais é dado maior poder costumam, de forma espontânea, enfrentar as questões como uma coletividade. Essa força coletiva, aliada a uma forte base de informações que, por sua vez, tem como fundamento a capacidade analítica desenvolvida por meio de discussões, tornou possíveis diversas conquistas, geralmente, consideradas além da capacidade delas. A contribuição da *Bhima Patrike* foi considerável – às vezes de forma direta, às vezes indireta, mas sempre significativa.

(Resumo de trechos de um artigo de autoria de Kavitna Ratna, Diretora de Pesquisa e de N. Lakshmi, Diretora de Publicações do Concerned for Working Children, 1999.)

### **TV por Adolescentes, para Adolescentes. Pesquisa em Cingapura.**

Dois *workshops* de produção de televisão foram realizados em 1997, como parte de uma tese de mestrado apresentada à Escola de Estudos de Comunicação da Universidade Tecnológica de Nanyang, em Cingapura, e foram relatados de forma breve num artigo de autoria de Lin Ai-Leen (1999). O objetivo foi desenvolver e avaliar um modelo de produção de televisão para adolescentes, feito por adolescentes. O modelo deveria incluir um mínimo de participação de adultos, permitindo, assim, que os adolescentes encontrassem para si próprios uma voz, por esse meio.

O primeiro *workshop* durou apenas cinco dias, e o segundo, realizado com um grupo diferente de participantes, durou duas semanas. Vinte e cinco participantes, de idades entre 12 e 15 anos, foram selecionados nas escolas que tinham, em seu corpo discente, uma gama representativa do adolescente médio. Foi transmitido a eles um conhecimento técnico básico sobre produção de televisão, durante dois dias e meio. Eles trabalharam em conjunto na produção de um programa de 24 minutos, em formato de revista.

Algumas das lições aprendidas:

- Verificou-se que um contexto propício era fator crucial para o sucesso do projeto. Neste caso, os *workshops* foram realizados na universidade durante as férias escolares.

- Um elemento-chave é a confiança, um ambiente de aceitação e expectativa, construído sobre o princípio da amizade. Encontra-se resistência quando os adultos, por exemplo, não confiam nos adolescentes, quando estes têm que manipular o caro equipamento de produção.
- Uma outra palavra-chave foi “diversão”. Para ser eficaz, o aprendizado teve de se tornar divertido, com muitas oportunidades de “colocar a mão na massa”.
- Os auxiliares adultos foram instruídos a não dizer aos adolescentes o que fazer, mas apenas a dar sugestões e incentivá-los a pensar por si próprios.
- O que os adolescentes mais precisam é de tempo – tempo para aprender, tempo para errar, tempo para descobrir a si mesmos na experiência de fazer televisão e por meio dela. Eles demonstraram um total desinteresse pela urgência dos prazos, dando atenção, pelo contrário, ao aperfeiçoamento da tarefa do momento, por mais demorado que fosse.

Essa foi a primeira tentativa de fazer televisão. “O maior desafio da televisão por jovens e para jovens é garantir o fornecimento contínuo de recursos, tanto humanos quanto técnicos, a longo prazo. Tal realização não trata apenas de ensiná-los a fazer televisão, mas de ajudar um jovem a encontrar uma identidade e uma via para sua expressão. Aqueles que puderem dar tempo para se envolver e ser amigo desses jovens, essa experiência promete ser recompensadora” (p. 335).

## **Austrália**

### **Estudantes Australianos Publicam um Livro**

Em 1979, no salão de assembleia da escola, um entrevistador *freelancer*, trabalhando para a Australian Broadcasting Corporation e crítico literário do *Courier*, lançou *The Golden Shaft*, um livro de 272 páginas com receitas, remédios, história oral, comentários sociais, interpretação, poemas, contos provenientes da contribuição dos mais de 300 alunos da escola.

Todos os estudantes, independentemente de sua capacidade ou de sua série, foram incentivados a contribuir com livro. Por essa razão, a qualidade do trabalho é desigual, o que, no entanto, foi compensado pelo vasto espectro de experiência, talento e estilo de escrita. Os alunos fizeram a totalidade do trabalho, com exceção de uma ou duas contribuições da

equipe. A expressão no rosto das crianças diante de seu próprio trabalho publicado num livro *de verdade*, foi indescritível:

*“O prazer de ver meu conto no livro foi, para mim, uma emoção enorme. Eu me senti como se fosse um escritor famoso. Eu escrevi The Lost Recorder, uma história que realmente aconteceu. Espero que as pessoas gostem dela.”* (7ª série)

*“É bom demais, saber que meu poema está em 1.000 livros.”* (9ª série)

*“Fico orgulhoso de fazer parte do livro da escola. Isso me faz sentir bem, porque é uma chance em um milhão.”* (9ª série)

O que se poderia dizer ante tais comentários, entre outros tantos?

- Há um forte sentido de orgulho pelas próprias realizações, e também orgulho da própria escola.
- Há um sentido de capacidade e de valor próprios (“*meu conto está num livro de verdade*”).
- Há um reconhecimento das dificuldades em diversas frentes – escrever, editar, fazer o lay-out e vender.
- Há um grande prazer na idéia de que muitas pessoas vão ler o seu trabalho.
- Nos comentários, há um espírito de generosidade e doação. As crianças adoraram ler o trabalho dos demais e adquiriram uma noção da riqueza de talentos e de idéias existentes na escola.

*“Há um sentido de capacidade e de valor próprios”*

(Resumo de trechos de um artigo do Professor John Martin, *Connect* 2, fevereiro de 1980, citado num artigo de autoria do Editor Roger Holdsworth, 1999.)

## **Televisão de Acesso Norte, Melbourne**

Se você morasse nos subúrbios do norte de Melbourne, no final de novembro de 1999, poderia ter ligado sua televisão no canal UHF 31 e assistido a programas produzidos por alunos das escolas daquela área, ligadas ao Projeto Televisão de Acesso Norte. Você teria visto, entre outros

programas, alunos de escolas primárias realizando uma reunião do Conselho Escolar Infantil, discutindo por que era importante que os alunos participassem ativamente do processo decisório da escola, e alunos de escolas secundárias conversando sobre seu programa de ação ambiental, e de que maneira ele se vinculava ao currículo escolar.

Algo que você não teria visto, contudo, seriam os importantes e emocionantes papéis desempenhados pelos alunos na produção desses programas, e na sua transmissão para suas comunidades.

Há muitos anos, os jornais escolares/comunitários e as emissoras públicas de rádio vêm oferecendo aos alunos a oportunidade de apresentar a uma audiência mais ampla seus resultados de pesquisa, suas opiniões e suas informações. Esses projetos se caracterizaram pelo engajamento dos alunos nas suas comunidades (e não meramente na escola), levando programas a uma audiência comunitária ampla (ao contrário de ter apenas o alcance limitado permitido por, digamos, um alto-falante usado na escola) e também pelo papel gerencial e decisório desempenhado pelos alunos nessas produções de mídia (não *nos termos ditados* pelos adultos que controlam a mídia).

É bem verdade que os estudantes costumam produzir reportagens em vídeo, mas elas, em geral, são apresentadas apenas para seus colegas e para os professores. As oportunidades de mostrar esses vídeos à comunidade em geral costumam ser limitadas, uma vez que as grandes emissoras de televisão não têm interesse em levar ao ar vídeos produzidos por estudantes.

No entanto, no Projeto Televisão de Acesso Norte, a participação dos alunos foi uma faceta central, tanto do conteúdo dos programas quanto de sua produção e transmissão. Eles desempenharam uma série de papéis, nos quais foram valorizados, desafiados em posição de responsabilidade e tratados como “adultos”. Isso serviu como incentivo à auto-orientação, à autoconfiança, à pesquisa, à apresentação, ao aprendizado em grupo e a programas baseados em atividades que produziam um resultado no mundo real.

*“...esses ‘resultados no mundo real’ aperfeiçoam a escrita dos alunos, ensinam-lhes técnicas de comunicação, ampliam seu conhecimento sobre a comunidade local e lhes oferecem um entendimento crítico desse meio de comunicação.”*

Os exemplos anteriores já mostraram que esses “resultados no mundo real” aperfeiçoam a escrita dos alunos, ensinam-lhes técnicas de comunicação, ampliam seu conhecimento sobre a comunidade local e lhes oferecem um entendimento crítico desse meio de comunicação.

(Resumo de trechos de um artigo de Roger Holdsworth, *Connect 68*, 1991, citado em Holdsworth, 1999).

## O Projeto CD

O Maribyrnong Secondary College, localizado nos subúrbios a oeste de Melbourne, Austrália, é uma escola de um único campus, com mais de 400 alunos. Essa escola tem uma característica singular: 94% de seus alunos vêm de meios não-anglófonos, sendo uma proporção significativa deles refugiados de países como o Vietnã, o Chifre da África, a Bósnia e El Salvador.

A escola vem respondendo a todo um espectro das necessidades apresentadas pelos alunos, mas reconheceu que, mesmo contando com diversos tipos de apoio físico e emocional, os estudantes vistos como “de risco” têm grandes probabilidades de ter que enfrentar a perspectiva de uma educação secundária incompleta. Por essa razão, foram implementados projetos-pilotos visando a incentivar os alunos a permanecerem na escola.

Um dos programas mais significativos foi o Projeto CD, que teve início em 1995. Esse projeto identificou o apelo universal da música de rock, e usou-o para atrair o interesse e os talentos entre os alunos da escola. Foram incentivados a escrever e a gravar seu próprio material, contando com o apoio de um cantor-autor de canções.

Verificou-se uma impressionante melhora na autoconfiança dos alunos, tanto no relacionamento entre eles quanto nas performances. No final de 1995, o Projeto CD já vinha recebendo grande publicidade, graças à sua capacidade de manter no sistema escolar os estudantes “de risco”, devido a suas ligações com a indústria fonográfica e também por ele ser uma experiência “real”, que oferecia a esses jovens a oportunidade de trabalhar diretamente com aquele setor. Muitos deles hoje dão valor ao tempo, ao engajamento e à paciência necessários ao processo de produção musical. Além disso, desenvolveram maior senso de identidade, estando agora dispostos a compartilhar seus pensamentos e sentimentos por meio de diversos estilos de letra e música. Os estudantes mais jovens (com mais de 7 anos)

gostam de participar de grupos de colegas de todas as idades, que trabalham em equipe para manter vivas a tradição e a reputação de sua escola.

Um outro componente vigoroso foi a ênfase às origens multiculturais dos alunos. O projeto destina-se a ser uma celebração de sua identidade bicultural, mas ele, ao mesmo tempo, reforça a idéia de que os alunos, como todos os outros adolescentes, sofrem com os altos e baixos de crescer num ambiente em que a desintegração das famílias e o desemprego se tornaram a norma.

À medida que o CD tomava forma, ficou claro que as canções falavam de Maribyrnong e da diversidade das experiências dos jovens dos subúrbios ocidentais de Melbourne.

(Resumo de trechos de um artigo de autoria da Coordenadora do Projeto, Viv Sercombe, no *Connect 103*, 1997, citado em Holdsworth, 1999.)

## **Europa**

### **A Carta de Televisão das Crianças Austríacas**

Durante a Segunda Cúpula Mundial sobre Televisão para Crianças, realizada em Londres, em 1998, os cerca de 30 delegados infantis internacionais convidados para o encontro redigiram “A Carta das Crianças sobre os Meios Eletrônicos”, expressando sua opinião sobre a televisão para crianças e apresentando-a aos participantes adultos. A Educadora de Mídia Dra. Ingrid Geretschlaeger, que esteve presente à Cúpula, posteriormente distribuiu, entre os professores austríacos, uma versão em língua alemã. O texto a seguir contém alguns trechos do artigo (1999) que ela escreveu sobre o que aconteceu naquela oportunidade.

Alguns professores gostaram da idéia de trabalhar com a Carta, e tomaram-na como ponto de partida para um projeto de educação para a mídia. As crianças austríacas adotaram animadamente a Carta, e adaptaram-na a suas necessidades.

Por exemplo, os alunos de 9 a 10 anos de uma escola primária em St-Pölten, trabalharam por cinco semanas em sua própria Carta. Durante um evento sobre televisão para crianças, eles tiveram a oportunidade de apresentar a sua Carta e explicá-la aos responsáveis – os políticos e a mídia. As crianças sentiram-se investidas de maior poder – elas haviam tomado posição, sentiam que aquela era a sua Carta e se preocuparam com sua repercussão na mídia.

Aqui estão algumas das declarações das crianças, sobre o que elas sentiram que havia de tão especial no trabalho:

Daniela: *“Acho que as outras crianças também deveriam participar de um projeto como este. Eu gostei muito, mas durou tão pouco.”*

Andi: *“Primeiro, eu não queria ir à apresentação, mas, depois, eu quis falar das minhas opiniões para os políticos. No final, eu achei que o tempo foi curto demais, e eu tinha mais coisas a dizer.”*

Petra: *“Eu realmente acho que as outras crianças deveriam tratar dessa questão. O tempo foi curto, mas foi ótimo poder falar com as pessoas que mandam.”*

Thomas: *“Agora eu tenho coragem de falar e expressar minha opinião. Quando as crianças tiverem a oportunidade de fazer o mesmo, elas deveriam aproveitar a oportunidade. Talvez isso tenha mesmo um efeito positivo. Minha maior reivindicação foi: evitem a violência.”*

“Assim, a Carta das Crianças da Segunda Cúpula Mundial foi para nós um grande estímulo, e eu recomendo que ela seja usada em outros países, como ponto de partida para o engajamento na educação para a mídia, e também para ajudar as crianças a ter consciência de seus direitos e a aprender como defendê-los.” (p. 305f).

## **Crianças Fazem Rádio na Espanha**

A *Radio-Pupitre: Onda Escolar* (Rádio-Carteira: Onda Escolar) teve início em escala menor em 1991, por iniciativa do Prof. Antonio Navarro Martínez, crescendo, então, graças à colaboração de seus colegas de uma escola primária de Granja de Rocamora, em Alicante, Espanha. Por carta, Navarro Martínez nos contou (2001) que a emissora estudantil de rádio, que funciona na própria escola, é usada como instrumento didático. Os professores e alunos de idades entre 3 e 15 anos desenvolvem os objetivos e os conteúdos das transmissões tomando como base seus assuntos cotidianos, ou seja, as transmissões baseiam-se em suas atividades diárias de sala de aula. Quando o professor encontra um trabalho bem-elaborado e apropriado para o rádio, os alunos vão ao estúdio para gravar e mandar ao

ar o material, participando de todo o processo de produção. Dessa maneira, e visando a um fim “real”, o aprendizado se torna mais prazeroso, inclusive para as crianças que apresentam problemas. Elas são também responsáveis pelo manuseio do equipamento de rádio.

Os programas produzidos pelas crianças consistem, entre outras modalidades, em notícias lidas na imprensa, conversas, redações, entrevistas com esportistas, políticos, padres e profissionais, poemas, piadas, contos e músicas escritas pelas próprias crianças. Os conteúdos se alternam com música gravada profissionalmente, tanto a incluída na lista das 10 mais, elaborada pelos próprios alunos, quanto a de outros estilos (folk, rap, dance, house, rock, soul, boleros etc.).

Durante os últimos oito anos, a Rádio-Carteira vem transmitindo o programa diário de uma hora de duração, que vai ao ar ao meio-dia. As transmissões podem ser ouvidas por todos os que moram num raio de dez quilômetros, e já atraíram a atenção da imprensa. A partir de 1997-98, a rádio vem sendo usada também por outras escolas e em cursos e seminários para professores.

## **Animação na Escola**

### **Um Modelo para o Ensino da Mídia Desenvolvido na Suécia**

Quando Erling Ericsson, designer gráfico, animador e produtor de TV, recebeu a oferta de um trabalho na Swedish Educational Broadcasting Company, no início da década de 80, sua incumbência era a de produzir programas para uma faixa ampla de alunos, isto é, alunos a partir de 6 anos. Ele levou às escolas a idéia de deixar as crianças fazerem seus próprios filmes. O que elas pensam, viram e experimentaram? Será que nós veríamos meramente cópias do que as crianças viam visto na televisão? Num artigo escrito por Ericsson (1999), ficamos sabendo que as crianças o deixaram perplexo com a consistência que elas demonstraram ao fazer os filmes. Todas as suas histórias tinham como base as melhores tradições dramáticas e, no entanto, no que se refere ao conteúdo, eram criações das próprias crianças.

Ericsson inventou uma técnica de filmagem que poderia ser empregada pelos professores, sem a necessidade de adquirir conhecimentos especializados. Um professor de artes construiu uma caixa, um recipiente com iluminação e um suporte para câmera, o que permitiu que os alunos



trabalhassem de forma independente. Após criarem suas histórias, usando figuras e texto, eles as transformam em desenhos animados. Há várias maneiras de fazê-lo, mas recortar as figuras para depois movê-las para o foco da câmera foi a técnica mais freqüentemente adotada. Depois do preparo dos ingredientes visuais, eles são levados para a caixa e trazidos à vida. O som é acrescentado ao filme após a animação ter sido filmada.

Os resultados dos trabalhos de filmagem feitos pelas crianças foram mostrados na televisão sueca. Também ocorreu a cooperação com escolas de diversos outros países.

*“Agora sabemos que a linguagem do cinema é muito apropriada para os alunos com problemas de leitura e escrita, alunos que, de modo geral, não se adaptam muito bem à escola, mas cujos talentos muitas vezes vêm à tona, quando lhes oferecemos uma oportunidade de trabalhar num filme”.*

Ericsson conclui seu artigo dizendo que, dentre muitas outras coisas, as escolas precisam de trabalhos de filmagem como esses, uma vez que a linguagem cinematográfica oferece a todos os alunos a oportunidade de criar e de se comunicar, por meio de algo que eles próprios produziram. “Agora sabemos que a linguagem do cinema é muito apropriada para os alunos com problemas de leitura e escrita, alunos que, de modo geral, não se adaptam muito bem à escola, mas cujos talentos muitas vezes vêm à tona, quando lhes oferecemos uma oportunidade de trabalhar num filme”.

Na minha opinião, é muito importante que a escola possa oferecer a cada aluno várias maneiras de fazer justiça a si próprio, de sentir que realizou algo.

Em segundo lugar, é importante que as escolas recebam equipamentos e técnicas de diversos tipos, para que as filmagens se integrem nos currículos escolares. (p. 311)

## **Jornalismo Infantil na Rússia**

O Dr. Dmitry A. Ruschin é Chefe do Departamento Internacional da Escola de Jornalismo da Universidade Estatal de São Petesburgo. Num

artigo (2000), ele diz que a mídia impressa feita por crianças e para crianças tem uma forte tradição na Rússia. O primeiro jornal para crianças, o *Kaleidoskope*, foi fundado em 1860. No início do século XX, havia diversos pequenos jornais para crianças em várias regiões da Rússia. Durante a era soviética, existia um sistema geral de jornais para crianças. Diversas revistas para crianças foram também criadas. No período da “Perestroyka” (1985-1991), surgiram muitas oportunidades para a mídia ligada às crianças.

Após a desintegração da União Soviética, as graves crises políticas e econômicas que abalaram a sociedade causaram inúmeros problemas também para a mídia. No entanto, no final da década de 90, muitas instituições educacionais, classes escolares, hospedarias para a juventude, organizações de crianças e jovens, autoridades, empresas e pessoas físicas deram início a suas próprias publicações.

Um jornal para crianças que sobreviveu a todas as crises foi o *Leninskiye Iskry* (As Fagulhas de Lênin). Um evento especial teve lugar no dia 31 de agosto de 1924, quando o primeiro número foi publicado em Leningrado. O jornal consistia em artigos escritos por “detkors”, correspondentes infantis, embora escritores e poetas russos famosos também nele publicassem seus trabalhos. Em 1992, após o colapso da União Soviética, o jornal foi rebatizado como *Pyat Uglov* (Cinco Cantos), após um debate realizado entre seus jovens leitores. Em setembro de 1999, seu 75º aniversário foi festivamente celebrado. O jornal, ao longo de toda a sua existência, deu partida a uma série de empreendimentos, como grandes eventos esportivos, refeitórios para crianças, concursos para talentos jovens, tours históricos, etc. Apesar de anteriormente ter sido firmemente controlado pelo Partido Comunista, o jornal sempre foi interessante e extremamente útil para várias gerações de jovens.

No Centro de Meios de Comunicação de Massa da Faculdade de Jornalismo da Universidade Estatal de São Petesburgo existem tanto cursos preparatórios quanto uma “Maliy fakultet zhurnalistiky” (Pequena Faculdade de Jornalismo) para jornalistas muito jovens e futuros candidatos. A Faculdade publica um jornal chamado *Dvazhdya dva* (Dois vezes dois), trazendo matérias de autoria desses jovens. Em março de 2000, o escritório da UNICEF, em Moscou, e o escritório finlandês, com o apoio do Centro Social e Informativo dos Jovens, organizou, em São Petesburgo, uma entrevista coletiva para jornalistas menores de 18 anos.

## A Produção de um Audiocassete por Crianças do País de Gales

Um projeto de pesquisa foi conduzido, em 1996-97, no País de Gales, e nas fronteiras inglesas, por Nigel Thomas e Claire O’Kane, da Universidade de Gales Swansea, Reino Unido, sobre crianças de idades entre 8 e 12 anos que se encontram sob os cuidados das autoridades locais, e sobre a participação dessas crianças nas decisões que afetam sua vida. Uma enquete realizada com todas essas 255 crianças foi seguida de um estudo detalhado de 47 delas, que foram entrevistadas individualmente e em grupo.

*“Usar microfone e gravador é um primeiro passo simples e eficaz para ingressar no mundo da mídia e das técnicas de comunicação. As crianças gostam de aprender a usar essa tecnologia simples.”*

Uma das iniciativas que resultaram dessa pesquisa foi a produção de um audiocassete, realizada por dez crianças que se auto-elegeram para participar das gravações, e que escolheram para si próprias o nome “Vozes com Volume”. Usar microfone e gravador é um primeiro passo simples e eficaz para ingressar no mundo da mídia e das técnicas de comunicação. As crianças gostam de aprender a usar essa tecnologia simples.

Foi esse grupo que leu o material da confidencial e delicada transcrição das entrevistas das 47 crianças, selecionou trechos, decidiu quem leria quais partes e ajudou a organizar as citações numa série de subtítulos para o audiocassete.

O resultado de seus esforços nos oferece uma percepção de como é a vida das crianças que vivem longe de casa. A seqüência de jovens vozes conta como as crianças vêem sua situação, e até que ponto elas acreditam ter suficiente voz ativa nas decisões que as afetam. Fica muito claro, nessas gravações, que as crianças são mais capazes de falar sobre seus pontos de vista e seus sentimentos do que geralmente se acredita, e que querem influir nas decisões relativas a elas. Algumas crianças são totalmente excluídas dessas decisões. Elas desejam ser ouvidas, querem saber o que está acontecendo e querem ter tempo para pensar sobre situações que irão afetá-las. Sua prioridade número um não é (como muitos adultos poderiam pensar) conseguir o que elas querem. O som dessa mistura de vozes causa um impacto que a palavra escrita jamais poderia alcançar.

(Resumo de trechos de um artigo de autoria de Sarah MacNeill, Unlimited Productions, 1998).

## América Latina

### Redes de Crianças no Brasil

No Brasil, muitos debates sobre os direitos das crianças já aconteceram em todos os níveis do governo e da sociedade civil. Um dos resultados disso foi o desenvolvimento, ao longo da última década, de projetos direcionados não apenas à oferta de serviços básicos às crianças, mas também a assegurar que todos os direitos das crianças sejam respeitados, inclusive o direito à informação e o direito a participar das decisões que lhes afetem. Enquanto muitos países dão um reconhecimento simbólico à participação das crianças e dos jovens, o Brasil abriga dezenas de projetos cujos principais atores são as crianças e os adolescentes.

Um exemplo é a “Fundação Casa Grande”, que funciona numa casa antiga restaurada, na cidade de Nova Olinda. Ali, crianças de todas as idades, algumas delas de apenas três anos (!) trabalham em conjunto na produção de vídeos, boletins de notícias, revistas e programas de rádio para crianças e jovens. A Casa Grande criou uma “escola de comunicação” para crianças, ajudando esses jovens a participar de forma ativa em suas famílias e comunidades. Dentre os produtos da Casa Grande há um boletim semanal, chamado *O Despertar da Juventude*, um programa diário de rádio e programas especiais para a televisão. As crianças e jovens também recebem informações sobre história e cultura local e sobre o Brasil. Além disso, a Casa Grande vem trabalhando com um grupo de jovens da cidade moçambicana de Quelimane. O primeiro assunto que os jovens decidiram tratar, em ambos os países, foi o da AIDS.

Um outro exemplo é um grupo de crianças brasileiras que trabalham na cidade de Manaus, no Amazonas, num projeto de nome “Uga-Uga”. Nele, os jovens participam de *workshops* e debates sobre educação, sexualidade, família, emprego e outros assuntos de seu próprio interesse. Eles produzem também um boletim de notícias distribuído para 15.000 alunos da rede escolar pública amazonense. No final da década de 90, a experiência tornou-se tão enriquecedora que o “Uga-Uga” foi transformado numa agência de notícias gerenciada pelos próprios jovens, com o apoio de jornalistas locais. Esse projeto pertence a uma rede nacional coordenada pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância – ANDI<sup>1</sup>, uma das poucas agências no mundo que se

---

<sup>1</sup> Sobre a ANDI, ver na próxima seção, “Exemplos de Organizações e Redes”.

concentra na geração e na ampliação da cobertura das questões da criança e do adolescente nos meios de comunicação de massa.

(Trechos de um artigo de Paula Claycomb, Diretora de Comunicações da UNICEF Brasil, 2000).

## **A Participação das Crianças na TV Cultura, Brasil**

Transcrevemos aqui trechos de um artigo de Beth Carmona (1999), ex-Diretora de Programação do canal público de televisão, a TV Cultura, do Brasil.

“Entretanto, foi por intermédio do Dia Internacional da Criança e da Teledifusão [...] que nós, da TV Cultura, conseguimos pôr em prática a participação das crianças na mídia num sentido mais amplo, durante os três anos nos quais fui responsável pela programação para esse dia. A proposta apresentada foi a criação de uma enorme rede mundial, que dedicaria algumas horas de programação à causa das crianças, num dia específico de dezembro. Adotamos essa proposta literalmente, dedicando mais de treze horas de programação a temas relativos aos jovens. Os produtores tomaram grande cuidado com suas apresentações, levantando pontos para o debate e a participação dos jovens. Documentários de diversas partes do mundo mostraram como vivem as crianças em outras realidades sociais e culturais. Nossa equipe de produção de esportes preparou algumas atividades maravilhosas sobre o uso do esporte no tratamento de crianças deficientes. Houve programas musicais, nos quais canções brasileiras foram ressuscitadas. E o departamento de jornalismo, na série *Nunca Fui Criança*, apresentou reportagens sobre trabalho infantil, exploração sexual de crianças e subnutrição no Brasil. Temos também documentários sobre o tema *A televisão e a família*. Na edição de 1997, realizamos um debate no qual crianças de diferentes classes sociais entrevistaram o Ministro da Educação. Como resultado de nossas produções para esse Dia Internacional, fomos, em 1995 e 1996, indicados para o Emmy Internacional e colocados entre os três melhores, entre um contingente de mais de duas mil emissoras de TV participantes. E, em 1997, nós recebemos o Prêmio Emmy Internacional.

Não há dúvida de que estive engajada numa experiência tanto notável quanto inesquecível. Porém o mais importante é que hoje existe uma geração Rá-Tim-Bum<sup>2</sup>, que se orienta pelos conceitos introduzidos pela TV Cultura.”

---

<sup>2</sup> Uma série de programas para crianças de idade pré-escolar, de alta qualidade e grande sucesso, produzida pela TV Cultura e pelo SESI, Brasil.

## América do Norte

### A Aventura das Histórias em Vídeo Feitas por Adolescentes

Connie John, anteriormente Diretora-Executiva da CIFEJ (Centro Internacional de Cinema para Crianças e Jovens), do Canadá, descreve num artigo (1999) um projeto internacional de vídeos para adolescentes. Reproduzimos alguns trechos:

- Numa aldeia tribal, no alto das montanhas das Filipinas, uma adolescente reconstrói uma história de estupro e assassinato ocorrida muitos antes, em sua aldeia.
- Em Poznań, uma adolescente polonesa vivendo num lar comunitário, longe dos problemas de alcoolismo de sua família, escreve e filma uma hilariante história de Drácula.
- Um menino vendedor de rua, em Lima, Peru, usa seus amigos como elenco e equipe técnica, para descrever a atração de juntar-se aos Piranhas, uma gangue urbana que domina a vida nas ruas daquela cidade.
- No extremo norte do Canadá, um menino Inuit documenta sua caça a focas, brandindo uma espingarda e saboreando a carne crua e sangrenta de sua presa.
- Em Moçambique, um menino-soldado aposentado conta sua experiência, e compartilha sua ambição de ganhar a vida dançando como Michael Jackson.

Essas são algumas das 45 histórias filmadas em vídeos de 3 minutos, feitos por adolescentes de cinco países diferentes, em 1994-95. As *Teen Video Stories*, de iniciativa do CIFEJ, foram estruturadas de maneira a dar voz às crianças em situação de risco.

Algumas das lições aprendidas foram:

- O analfabetismo não representou uma barreira ao êxito. Aliás, deu-se exatamente o oposto.
- A abordagem independente foi um acréscimo de incomensurável importância, tanto para engajamento das crianças no projeto quanto para o senso de ser proprietário do produto final.
- Embora o primeiro reflexo fosse imitar os vídeos de rock, os vídeos resultantes abarcavam todos os gêneros, da animação à comédia, do documentário ao jornalismo investigativo.

- O projeto fez com que esses jovens adquirissem cultura de mídia. Os participantes afirmaram que nunca mais eles poderiam assistir imagens visuais com a mesma ingenuidade de seus dias pré-*Teen Video Stories*. Uma atitude crítica havia nascido, a partir do conhecimento sobre o processo.
- Após a experiência, professores, pais e assistentes sociais detectaram uma autoconfiança, uma curiosidade e uma iniciativa que não existiam antes nesses jovens que, muitas vezes, eram tímidos e reservados.

*“Um menino-soldado aposentado conta sua experiência, e compartilha sua ambição de ganhar a vida dançando como Michael Jackson”*

Em cada um dos países, uma emissora local mostrou os vídeos produzidos pelas crianças daquele país. Um guia, o *Ação*, descreve todos os aspectos do projeto – os exercícios, os orçamentos, as listas e descrições de cada *workshop*, para que outros possam replicar o projeto. Esse guia, mais dois vídeos sobre o projeto, um deles tendo ganhado diversos prêmios, podem ser obtidos pelo CIFEJ (para detalhes de contato, ver “O Encontro de Bratislava”, na seção anterior “Exemplos de Encontros Internacionais sobre as Crianças e a Mídia desde 1990”).

## **Educação para a Mídia e Adolescentes de Risco no Canadá**

O Programa de Educação para Carreira Alternativa (ACE) ajuda estudantes de risco, com idades entre 16 e 19 anos, que lutam contra os métodos educativos convencionais, a adquirir uma certa medida de senso de sucesso e, conseqüentemente, querer permanecer na escola. O Dr. Lee Rother, Presidente da Associação para a Educação para a Mídia de Quebec, no Canadá, desenvolveu o Programa ACE a partir de um programa tradicional dirigido por professores, transformando-o num ambiente de aprendizado centrado no aluno e com tecnologia multimídia. Os textos a seguir contêm trechos resumidos de um artigo escrito por ele (2001).

Os currículos da ACE incluem aprender sobre os meios de comunicação de massa e as tecnologias associadas a eles, ler/analisar e estudar textos de cultura popular, fazer com que os alunos escrevam/produzam seus próprios textos de mídia e estabelecer conexões entre as Artes da Língua Inglesa e a Educação para a Mídia. Com textos de mídia, quero dizer textos impres-

tos, tais como jornais, revistas e anúncios, e também textos não-impresos, como vídeos e comerciais de televisão e rádio.

Os níveis de leitura de muitos alunos do ACE situam-se entre a 5ª e a 7ª séries, o que os coloca bem abaixo da 9ª série, o nível normal para estudantes de 16 anos. Num extremo, há alunos da ACE que lêem e escrevem dentro do nível de pré-escola. As conseqüências de suas experiências negativas, na escola e em casa, fizeram com que muitos deles se “desligassem” da escola.

De 1991 a 1997, investiguei os tipos de comportamento de alfabetização demonstrados pelos alunos do ACE após o término dos Currículos de Educação para a Mídia que desenvolvi com eles e para eles. Os resultados de minha investigação demonstraram que os alunos do ACE:

- lêem textos de mídia com considerável sofisticação. Eles não apenas tornaram-se capazes de ler/analisar os aspectos literais e denotativos dos textos, como conseguiram também interpretar no nível conotativo;
- eram capazes de interpretar as ideologias contidas num texto e relacioná-las a suas próprias experiências;
- adquiriram e empregaram aspectos específicos das linguagens e dos conceitos de mídia em seus escritos e produções;
- tornaram-se mais dispostos a executar as redações escolares esperadas deles, usando os textos de mídia como fonte para elas;
- demonstraram uma postura crítica e reflexiva, revelando percepção aguçada sobre si próprios como indivíduos e como aprendizes.

Cheguei à conclusão de que os alunos do ACE são alfabetizados, e que as práticas tradicionais de educação para a alfabetização impediram que eles se dessem conta desse fato. Eu agora acredito também que o conceito de alfabetização usado nas escolas, que usa textos impressos descontextualizados como a única fonte de dados para determinar o grau de alfabetização dos alunos, reflete um modelo desatualizado e inadequado de alfabetização. Esses tipos de conceitos sobre alfabetização tem conseqüências desastrosas para os estudantes “de risco”.

## **O Correio das Crianças de todo o Mundo**

O Correio das Crianças (*Children's Express*) é citado na próxima seção, “Exemplos de Organizações e Redes”. Iremos aqui resumir algumas das experiências de seu importante trabalho, relatadas por Rowena



Young (1997), na época, Diretora do Escritório Londrino do Children's Express.

Imagine um clube de jovens cujo foco é o jornalismo, e não o futebol. Um lugar onde é dada às crianças a oportunidade de tratar de questões como: por que o suicídio é a maior causa de morte entre jovens, e por que há quem morra pelo Ecstasy.

O Children's Express (CE) começou no quarto dos fundos de uma casa da cidade de Nova York, em 1975. Ali morava um advogado da Wall Street e homem de negócios aposentado, que acreditava que o que as crianças pensavam e diziam *era importante*. Primeiro, ele criou uma revista. Mas o que começou como uma publicação "de crianças para crianças" logo evoluiu para tornar-se um serviço de notícias que fornecia colunas de jornal, artigos, programas de rádio e televisão para todo os Estados Unidos. Há hoje diversos escritórios do CE nos Estados Unidos e no Reino Unido.

Os repórteres e editores do CE pesquisam e redigem matérias sobre os assuntos de sua escolha. Eles também aceitam encomendas de jornais e revistas. A organização opera como agência de notícias, colocando matérias em jornais e revistas. A demanda por seus trabalhos vem aumentando. O CE já participou também de transmissões de rádio e televisão, ganhou prêmios, publicou livros e realizou simpósios sobre os jovens e a mídia.

Os objetivo do CE é oferecer aos jovens o poder e os meios de se manifestarem publicamente sobre questões de importância vital que os afetem. As crianças mais novas, de idades entre 8 e 13 anos, são os repórteres, tendo sido treinadas pelas crianças mais velhas, de idades entre 14 e 18 anos, que também têm a responsabilidade de editar e supervisionar as atividades editoriais. Cada aspecto do processo é gravado em fita de áudio. Significa não apenas que o programa do CE está aberto a todos, independentemente de capacidade acadêmica, mas também que ele garante a precisão e incentiva a alfabetização, a organização e a boa escrita. Em especial, ele reforça diversos aspectos do currículo nacional. O programa, além disso, eleva a autoconfiança das crianças, desenvolve sua curiosidade e ensina-lhes responsabilidade e cidadania. Por meio do CE, as crianças conhecem adultos que normalmente jamais conheceriam, descobrem que as coisas nem sempre são o que parecem, e percebem que se elas não assumirem a responsabilidade, ninguém assumirá. Aprendem a divisar o ponto de vista das outras pessoas e a serem persistentes e assíduas. Também ficam sabendo que muitas pessoas estão em pior situação do que elas.

*“O programa, além disso, aumenta a autoconfiança das crianças, desenvolve sua curiosidade e ensina-lhes responsabilidade e cidadania.”*

## **A Internet**

Um grande número de websites, de comunidades da web, de clubes da web, de jogos etc., foram montados na Internet para crianças e jovens, mas, geralmente, foram concebidos por adultos. A participação das crianças em geral é limitada e de natureza controlada. Além do mais, as múltiplas oportunidades de educação, comunicação e criatividade vêm sendo eclipsadas pelos sites comerciais, que recebem promoção muito mais maciça, muitos deles sendo vinculados a shows de TV, filmes, brinquedos e outros produtos de consumo (Montgomery, 2001). Há também, na Net, projetos especiais de mídia para as crianças – revistas, jornais, rádio, filmes em vídeo etc. No entanto, embora haja exceções, diversos dos projetos que visam a uma real e ativa participação das crianças muitas vezes não conseguem se manter (McNeill, 1999; Sundin, 1999).

Talvez o fator de maior importância, no que se refere à participação das crianças na Internet, até hoje – para as crianças que podem acessá-la – sejam as oportunidades oferecidas pelos grupos de bate-papo e os websites criados por e para crianças, com a finalidade de permitir que elas se comuniquem umas com as outras por escrito e, em certa medida, expressem para os adultos suas opiniões sobre questões que lhes afetam e à sociedade.

Concluiremos esta lista citando algumas dessas contribuições:

*“[...] As mídias de massa realmente exercem um grande impacto, mas, muitas vezes, essa mídia não promove de forma honesta e exata as vozes e as opiniões dos jovens. Mas isso pode mudar. Quando você participar ativamente na promoção de sua voz e sua cultura por meio da mídia de massa, as imagens da juventude serão mais honestas porque ninguém pode falar ou dar opiniões sobre a juventude melhor que ela mesma. A juventude também pode participar da mídia para fazer mudanças na sociedade, porque a mídia realmente tem poder, e sabendo usar esse poder de forma eficiente, a juventude se torna mais*

*poderosa. É isso que estamos fazendo no Vietnã. Nós estamos promovendo os direitos da criança e outras questões relativas aos jovens na rádio nacional. E é totalmente diferente quando nós expressamos nossas próprias opiniões e levamos ao mundo nossas próprias imagens do que quando deixamos o mundo falar por nós e desenhar nossa imagem. [...] Amor + Paz + Sorriso”.*

(Ha Lan Anh, 15 anos, Grupo de Jovens Jornalistas Vozes do Vietnã, Vietnã, 15 de dezembro de 2000.)

*“Decididamente, os jovens não são bem-representados pela mídia [...] Muitas vezes se diz que as crianças de hoje são os líderes de amanhã, os médicos, os cientistas, os inventores etc. Agora é a hora de essas crianças receberem a oportunidade de terem peso e influência na sociedade – e não daqui a dez ou vinte anos!”*

(Louisa, 17 anos, Reino Unido, 14 de abril de 2001.)

*“É bom saber que os jovens de hoje estão se dando conta dos efeitos de como eles são mostrados na mídia. O desafio para os jovens e para as autoridades competentes é conhecer os preconceitos e as opiniões equivocadas e corrigir os erros ou exageros, sem aceitá-los passivamente como eles aparecem. Temos que conversar sobre essas questões, fazer barulho e começar a dialogar agora!”*

(Jonathan Emberson, 14 anos, Fiji, 1º de julho de 2001.)

Fonte: <http://www.unicef.org/voy>

# Exemplos de Organizações e Redes

## A Cultura de Mídia e a Participação das Crianças

Em 2000, a Clearinghouse publicou um catálogo de *organizações e redes* de todo o mundo que, de uma maneira ou de outra, *trata de crianças e da mídia*. Mais de 240 organizações de quase 60 países constam dessa lista, que está disponível em forma impressa e no website da Clearinghouse. Aqui, selecionamos algumas dessas organizações, associações, redes etc., a título de ilustração, dando preferência às organizações e redes que trabalham com cultura de mídia e/ou participação das crianças na mídia. Além disso, omitimos a maioria das organizações e redes já mencionadas (ver, por exemplo, sob o título “Exemplos de Encontros Internacionais sobre as Crianças e a Mídia desde 1990). A única razão para essa seleção ter sido tão limitada foi a falta de espaço. Para um quadro mais abrangente, recomendamos a consulta à lista completa. Entretanto, até mesmo a lista original está incompleta, e esperamos, futuramente, continuar trabalhando no seu desenvolvimento. Pedimos aos leitores que não hesitem em nos comunicar a existência de outras organizações de seu conhecimento que não constem da lista. Agradeceríamos também quaisquer comentários, atualizações e correções a essa lista.

### **Internacional**

#### **UNICEF: Dia Internacional da Teledifusão para Crianças (ICBD)**

Em 1992, a UNICEF, em cooperação com o Conselho Internacional da Academia Nacional de Artes e Ciências da Televisão, lançou o evento

anual do Dia Internacional da Teledifusão para Crianças (ICBD), celebrado no segundo domingo de dezembro. Quatro anos mais tarde, 2.000 profissionais de teledifusão participaram do evento. Um número crescente desses profissionais vem dedicando um dia, ou uma semana inteira às crianças, e muitos deles ensinaram-nas a produzirem seus próprios programas e a realizarem documentários sobre as violações dos direitos das crianças. Um Prêmio Internacional Emmy é concedido ao profissional de televisão, cuja participação for considerada a mais notável.

Website: <http://www.unicef.org/icdb>

### **UNICEF: As Vozes da Juventude (VOY)**

O website As Vozes da Juventude (VOY) foi criado em 1995, como parte das celebrações do 50º aniversário da UNICEF. Por meio do “The Voices of Youth”, os jovens podem participar de discussões on-line sobre questões a eles concernentes, seu futuro, e sobre como o mundo pode se transformar num lugar em que os direitos de todas as crianças sejam respeitados – e também sobre a mídia. As idéias são compartilhadas com todos – jovens e adultos – que se conectem ao VOY. Há três fóruns distintos: “The Meeting-Place” (O Local de Encontro) é um espaço no qual se pede às crianças e aos jovens que dêem suas opiniões sobre questões globais da atualidade, especialmente quanto aos aspectos que afetem as crianças de todo o mundo; “The Learning Place” (O Local de Aprendizado) consiste numa série de projetos interativos globais, executados por escolas ou grupos que participam voluntariamente – grupos de jovens de diferentes localidades do mundo trabalham conjuntamente em atividades comuns; e “The Teacher’s Place” (O Local do Professor) é um fórum de discussão para professores, orientadores, planejadores educacionais e para pessoas que trabalham em agências de desenvolvimento, como as Comissões e Escritórios Nacionais da UNICEF, sobre o uso de redes eletrônicas para projetos educacionais globais.

Website: <http://www.unicef.org/voy>

## **Associação Internacional de Mídia e de Pesquisas sobre Comunicação (IAMCR) – Setor de Pesquisas sobre Educação para a Mídia**

A Associação Internacional de Mídia e de Pesquisas sobre Comunicação (IAMCR) é a maior organização profissional de escala internacional no campo da pesquisa das comunicações. Criada em 1957, a Associação tem hoje mais de 2.300 filiados em cerca de 70 países. Os objetivos específicos da IAMCR são: oferecer um fórum onde os pesquisadores, os profissionais e os formuladores de políticas da área das comunicações possam se encontrar e discutir seus trabalhos; incentivar o interesse pela pesquisa sobre as comunicações; divulgar informações sobre os resultados, métodos e necessidades das pesquisas; incentivar as pesquisas e o intercâmbio de informações sobre as práticas e as condições que atuam como impedimentos à comunicação ou às pesquisas sobre ela; contribuir, por meio da pesquisa e da divulgação dos resultados, para o treinamento de jornalistas e de outros profissionais de mídia. Boa parte das atividades da IAMCR são realizadas por diversas seções e grupos de trabalho, que se reúnem nos congressos científicos da IAMCR, realizados anualmente. Uma dessas seções trata da Pesquisa sobre a Educação para a Mídia. Para maiores informações, entrar em contato com seu Presidente.

Dr. Keval J. Kumar,  
Presidente da Seção de Pesquisa sobre Educação para a Mídia  
4 Chintamani Apts.,  
Kale Path  
Bhandakar Road  
Pune 411004  
ÍNDIA  
Tel.: + 91 20 565 1018  
Fax: +91 20 565 1018  
E-mails: kevalkumar@hotmail.com;  
kjkumar@vsnl.com  
Website da IAMCR: <http://www.unicef.org/voy>

## Unda – OCIC

A Unda – Associação Católica Internacional de Rádio e Televisão, fundada em 1928, coordena e representa uma rede de mais de 150 organizações católicas nacionais e internacionais e de indivíduos que trabalham em rádio e televisão, oferecendo a eles um fórum de colaboração profissional. Os objetivos da organização são assegurar a existência de um espírito humanitário e cristão nas atividades do rádio, da televisão e das mídias correlatas, promover o treinamento e a educação para a mídia e efetuar transmissões de conteúdo religioso de alcance eficaz. Conscientes dos desafios enfrentados pelas crianças, jovens e adultos numa sociedade multimídia, a Unda lançou em 1977 seu programa de Educação para a Mídia. O OCIC – Organização Católica de Cinema e Audiovisuais – foi também fundada em 1928, e consiste de 140 associações-membros que operam em todo o mundo. A organização trabalha para prestar apoio à produção e à distribuição de filmes e vídeos educativos e religiosos. Ela também oferece assistência em termos de redação de scripts, traduções e de uso das novas tecnologias de comunicação. As duas organizações – a UNDA e a OCIC, serão fundidas em janeiro de 2002, para formar uma nova associação de nome SIGNUS.

### UNDA

15 Rue du Saphir

1030 Bruxelas

BÉLGICA

Tel.: + 32 2 734 97 08

Fax: +32 2 734 70 18

E-mail: [sg@unda.org](mailto:sg@unda.org)

Website: <http://www.unda.org>

### OCIC

15 Rue du Saphir

1030 Bruxelas

BÉLGICA

Tel.: + 32 2 734 4294

Fax: +32 2 734 3207

E-mail: [sg@ocic.org](mailto:sg@ocic.org)

Website: <http://www.ocic.org>

## **Rede Internacional de Crianças (Childnet International)**

A Childnet International é uma organização sem fins lucrativos, criada em 1995, com o objetivo de transformar a Internet num lugar positivo para as crianças, onde seus interesses sejam promovidos e protegidos. A Childnet acredita nas oportunidades que a Internet oferece às crianças e verificou – em primeira mão, por meio do programa Prêmios Childnet e da lista Launchsite – como esse meio permite que as crianças criem, se conectem e descubram. Os Prêmios Childnet são para as crianças e para os que trabalham com elas, e que estejam desenvolvendo sites de Internet de alta qualidade e outras atividades que beneficiem diretamente as crianças. A Childnet também trabalha com muitos outros atores, para assegurar que as crianças sejam protegidas contra os perigos da Internet, que podem ser agrupados em três grandes categorias: Conteúdo, Contatos e Comercialismo. No website da Childnet, pode-se ler sobre as pesquisas realizadas (ver o programa Netaware), o trabalho de conscientização do público (ver Chat Danger e Net Benefit) e também sobre o trabalho estratégico do INHOPE, executado por hotlines de toda a Europa, visando a aperfeiçoar os métodos de denúncia e as medidas a serem tomadas contra a pornografia na Internet.

Nigel Williams, Diretor  
Studio 14  
Brockley Cross Business Centre  
96 Endwell Road  
Londres  
SE4 2PD  
REINO UNIDO  
Tel.: +44 020 7639 6967  
Fax: +44 020 7639 7027  
E-mail: [info@childnet-int.org](mailto:info@childnet-int.org)  
Website: <http://www.childnet-int.org>

## **Jovens Parceiros da Mídia (Young Media Partners)**

Sediada em Genebra, Suíça, e contando com escritórios em muitos países, uma organização internacional sem fins lucrativos de jovens repórteres, a Young Media Partners, foi criada em 1997, para fazer com que jovens (de 15



a 25 anos) participem em todos os aspectos da mídia. Em meio impresso e em mídia eletrônica, eles criam matérias sobre assuntos de interesse para os jovens em suas comunidades locais e no mundo em geral. Liderados por profissionais de mídia, eles fazem a cobertura dos acontecimentos e conferências internacionais. Programas Intensivos de Verão são também organizados.

Young Media Partners  
Palais des Nations,  
Salle de Presse 1  
1211 Genebra  
SUIÇA  
Tel.: +41 22 839 2850  
Fax: +41 22 840 1025  
Fax: + 1 310 754 6000 (escritório de Los Angeles)  
E-mail: youngmedia@hotmail.com

## O Jornal na Educação (NiE)

O Jornal na Educação (NiE) é uma atividade administrada por editores de jornais filiados à WAN (Associação Mundial de Jornais), que incentiva a cultura de ler jornais, de forma a promover a capacidade de leitura analítica e o reconhecimento do papel dos jornais numa sociedade democrática. A NiE, atualmente, existe em mais de 30 países. Mesmo que ocorram variações naturais de país para país, a aspiração comum é a de colocar os jornais na pedagogia de mídia. A WAN organiza cooperação internacional através de, entre outras formas, seu website e das conferências internacionais do NiE.

WAN  
25 Rue d'Astorg  
75008 Paris  
FRANÇA  
Tel.: +33 1 47 42 85 00 Fax: +33 1 47 42 49 48  
E-mail WAN: contact-us@wan.asso.fr  
E-mails NiE na WAN: mcmane@wan.asso.fr,  
akalinine@wan.asso.fr  
Website: <http://www.fiej.org>

## África

### Fundação de Crianças e Teledifusão para a África (CBFA)

Formada em 1995, em resultado da Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças, realizada na Austrália, onde os delegados africanos concluíram que a voz na África não estava se fazendo ouvir, a Fundação de Crianças e Teledifusão para a África (CBFA) criou um grupo de lobby, visando a reunir os países africanos a fim de debater as questões de teledifusão para crianças – internamente e também em fóruns internacionais, como aquela Cúpula. Desde então, a CBFA vem participando da preparação de muitos eventos internacionais sobre crianças e mídia. Além disso, foi de importância essencial a atividade de ensinar às crianças os conhecimentos básicos de produção de televisão e de vídeo, para que elas venham a se tornar capazes de contar suas próprias histórias. As crianças também participaram e apresentaram seus trabalhos em eventos internacionais.

Firdize Bulbulia, Presidente

CBFA Secretariat

c/o 72 Keurboom Street

Atholl 2196

ÁFRICA DO SUL

Tel.: +27 11 884 0366

Fax: +27 11 883 5665

E-mail: moments@icon.co.za

### As Mulheres na Teledifusão (WIB), Gana

A Women in Broadcasting (WIB) é uma associação de jornalistas e comunicadoras que trabalham em programas de rádio e televisão e nas produções de instituições tanto públicas quanto privadas. Criada em 1995, a associação oferece uma plataforma a partir da qual os membros possam, de forma coordenada, atingir mulheres e crianças pelo rádio, televisão e projetos especializados. A WIB trabalha visando a: a) usar o rádio e a televisão para elevar o status e a auto-estima das mulheres e meninas, principalmente as das áreas rurais; b) melhorar o perfil negativo das mulheres mostrado pela mídia e

patrocinar o progresso profissional e intelectual das mulheres no setor de rádio e televisão; e c) aumentar o acesso das mulheres e crianças ao uso do rádio e da televisão. A cada ano, a WIB organiza programas de aperfeiçoamento profissional para integrantes das várias disciplinas da teledifusão.

Sarah Akrofi-Quarcoo, Presidente  
Cantonments, Acra  
GANA  
Tels.: +233 21 223012 / 229387  
Fax: +233 21 221149  
E-mail: gbcradio@ghana.com  
Website: <http://www.ghanamedia.com/wib/index.html>

### **Centro Kuleana para os Direitos das Crianças, Tanzânia**

O Kuleana começou, em 1992, como uma organização de apoio a crianças de rua, mas cresceu a ponto de se tornar a maior organização de direitos da criança da Tanzânia, trabalhando nas áreas de defensoria, desenvolvimento de políticas, conscientização da comunidade, pesquisa e treinamento. Ênfase especial na criança de sexo feminino. A base do trabalho do Kuleana é lidar diretamente com as crianças, melhorar sua vida presente e suas perspectivas de futuro. A organização opera também o maior centro para crianças de rua da Tanzânia. O departamento de publicações produz material para maior conscientização sobre os direitos das crianças e sobre o trabalho do Kuleana, como livretos de bolso, informativos, revista em forma de cartaz produzida pelas crianças, artigos de mídia e programas de rádio. Uma singular biblioteca de recursos é também mantida, com informações sobre o desenvolvimento da criança, os direitos da criança, juventude, saúde sexual etc.

Rakesh R. Rajani, Diretor  
P.O.Box 27  
Mwanza  
TANZÂNIA  
Tel.: +255 68 500 911 Fax: +255 68 500 486  
E-mail: kuleana@raha.org

## Ásia

### Televisão Jovem Ásia (YATV)

Visando a uma audiência de jovens entre 18 e 25 anos, a YATV transmite de diversos locais da Ásia e de suas regiões adjacentes e também do resto do mundo. O trabalho é executado por repórteres da mesma faixa etária. A YATV é uma tentativa de oferecer aos jovens asiáticos uma voz que lhes seja própria, e de permitir-lhes saber mais sobre seus vizinhos, bem como receber informações do exterior a partir de uma perspectiva asiática. Lançada em outubro de 1995, a YATV partiu de uma iniciativa da World View International Foundation, uma ONG internacional com 300 membros em 52 países, militando no treinamento e no desenvolvimento para as comunicações e em projetos de comunicação.

YATV

8 Kinross Avenue

Colombo 4

SRI LANKA

Tel.: +94 1 596286

Fax: +94 1 501740

E-mail: [yatv@youngasiatv.com](mailto:yatv@youngasiatv.com)

Website: <http://www.lanka.netyatv/>

### Centro de Pesquisas sobre a Mídia e as Crianças, China

Em 1997, o Instituto de Jornalismo e Comunicações da Academia Chinesa de Ciências Sociais (CASS) criou o Centro de Pesquisas sobre a Mídia e as Crianças. O Centro é uma ONG sem fins lucrativos, que se propõe a três tarefas: desenvolver pesquisas sobre a mídia e as crianças; promover o desenvolvimento da mídia para crianças; e dar partida à educação para a mídia para crianças. No presente momento, não há educação para a mídia na China, e o Centro vem, com base em atividades de pesquisa, trabalhando no desenvolvimento de conteúdos de educação para a mídia passíveis de serem aceitos pelas crianças chinesas.

Bu Wei, Diretor  
Chinese Academy of Social Sciences,  
Journalism and Communication Institute  
P.O.Box 2011  
Beijing 100026  
CHINA  
Tel.: +86 10 842 51952  
Fax: +86 10 650 22868  
E-mail:  
buwei@public3.bta.net.cn

### **Preocupados com as Crianças Trabalhadoras (CWC)**

A CWC é uma agência de desenvolvimento secular, democrática, nacional e privada, que, desde 1980, vem militando no campo do trabalho infantil. O objetivo de seus fundadores foi o de desenvolver um programa que tivesse um impacto sustentável sobre a questão. Para tal, a CWC trabalha com os governos locais, com as comunidades e com as próprias crianças trabalhadoras, visando a implementar soluções viáveis, abrangentes, sustentáveis e apropriadas, em parceria com todos os principais atores, de modo que as crianças não tenham que trabalhar. Ela confere poder às crianças trabalhadoras, para que elas mesmas sejam sua linha de defesa e participem, de maneira informada, de todas as decisões relativas a elas próprias. Entre outras atividades, as crianças produzem seu próprio jornal-mural.

Concerned for Working Children  
303/2 L B Shastri Nagar  
Vimanapura Post  
Bangalore, Karnataka  
560 017  
ÍNDIA  
Tel.: +91 80 523 4611 Fax: +91 80 523 4258  
E-mails: cwc@pobox.com ou  
contact@workingchild.org  
Website: <http://www.workingchild.org>

## **Centro de Recursos para a Educação para a Mídia e para a Pesquisa, Índia**

O Centro de Recursos para a Educação para a Mídia e Pesquisa de Mídia foi criado em fins de 1992, como um serviço público direcionado aos professores e pesquisadores de comunicação, principalmente aqueles interessados em promover a educação para a mídia dentro e fora das salas-de-aula convencionais. O Centro possui biblioteca de livros e vídeos, unidade de documentação que inclui trabalhos de pesquisa apresentados em conferências nacionais e internacionais e cópias de artigos de pesquisas extraídos de revistas especializadas em comunicação, bem como serviço bibliográfico sobre a mídia indiana. O Centro executa projetos internacionais, em colaboração com instituições e acadêmicos do exterior.

Keval Joe Kumar, Diretor

4 Chintamani Apts,

Kale Path

Bhandakar Road

Pune, 411004

ÍNDIA

Tel.: +91 20 565 1018

Fax: +91 20 565 1018

E-mails: kevalkumar@hotmail.com

ou kjkumar@vsnl.com

## **Tej-Prasarini, Índia**

O Tej-Prasarini, ou “O Que Espalha Luz” é um projeto de publicações multimídia da Sociedade Educacional Dom Bosco, da província de Mumbai (Bombaim). Seu objetivo é promover a educação da juventude com a criação de recursos concebidos para os jovens e para os que participam de sua educação. O Tej-Prasarini oferece cursos e material educativo a professores, jovens líderes, estudantes e pais. Seu website contém uma lista dos seus produtos, bem como menções a outros serviços criados para promover a causa. Um exemplo do trabalho realizado pelo Tej-Prasarini é

o website: <http://www.mediaedindia.com>. Inaugurado em 2000, o website contém um esboço do que é a educação para a mídia e de como ela pode ser implementada, apresentando uma lista dos tópicos básicos para as sessões de educação para a mídia. Ajuda ainda as pessoas a formarem redes de construção de recursos para a promoção da causa, listando links de sites de educação para a mídia da Índia e de todo o mundo.

Peter Gonsalves  
Contact Person Tej-Prasarini  
Don Bosco Communications  
Matunga  
Mumbai 400 019  
ÍNDIA  
Tel.: +91 22 415 4106  
E-mail: [tej@vsnl.com](mailto:tej@vsnl.com)  
Website: <http://www.tejonline.com>

### **Fórum de Televisão e Mídia para os Cidadãos (FCT), Japão**

O Fórum de Televisão e Mídia para os Cidadãos (FCT) foi fundado em 1977. A princípio, O FCT era o Fórum de Televisão Infantil, mas, à medida que os interesses de seus filiados iam-se expandindo, de modo a abarcar questões de gênero, dos idosos, dos deficientes e dos estrangeiros, o FCT foi rebatizado, em 1992, como Fórum de Televisão para Cidadãos. Mais tarde, foi acrescentado o “e Mídia”, demonstrando seu interesse pela mídia como um todo. O FCT luta para promover a idéia de que a mídia não deveria estar nas mãos apenas de grupos econômicos do setor, mas que todos os cidadãos deveriam ter acesso a ela e ser capazes de exercer influência sobre ela. Os objetivos e as atividades são executados numa abordagem de “cultura crítica de mídia” e baseiam-se no conceito de que as pessoas têm o direito de se comunicar. Uma das principais atividades do FCT é a publicação do boletim *Gazette*, com três números anuais, informando sobre levantamentos empíricos sobre o estado da mídia. Outra atividade importante é a organização de fóruns locais e internacionais, muitos deles direcionados a crianças, nos quais quais-

quer pessoas podem participar dos *workshops* de cultura de mídia ou discutir temas correntes relativos à mídia.

Toshiko Miyasaki, Presidente  
2-1-28 Tachibana-cyo  
Toyonaka City, Osaka  
JAPÃO  
Tel.: +81 6 841 5570  
Fax: +81 6 841 5570  
E-mails: tomiaz@media.teu.ac.jp  
ou tomiaz@attglobal.net

### **Instituto Nacional de Pesquisas de Política Educacional (NIER)**

Criado em 1949, como órgão do Ministério da Educação, Ciência, Esporte e Cultura, o Instituto Nacional de Pesquisas de Política Educacional (NIER) é um instituto de pesquisas governamental, que atua sob a supervisão daquele ministério. Seus principais objetivos são a execução de pesquisas aplicadas e de base e a elaboração de estudos sobre educação. Além disso, o NIER oferece diversos serviços relativos à pesquisa educacional, como a coleta e divulgação de informações pertinentes a esse tópico, presta auxílio a outras instituições educacionais e coopera com organizações estrangeiras que tratam da questão. O NIER também organiza *workshops* e seminários para educadores. Em 1998, o NIER lançou um projeto de pesquisa sobre o tema “Estudo Amplo da Cultura de Mídia na Sociedade de Educação Contínua”. Seu objetivo é identificar estratégias políticas para a promoção da cultura de mídia para todos os japoneses, e propor programas teóricos e práticos a serem implementados nas escolas, universidades e serviços de educação informal (inclusive a educação de adultos).

Kenji Tomioka, Diretor-Geral  
Simomeguro 6-5-22  
Meguro, Tóquio, 153-8681  
JAPÃO  
Tel.: +81 6 03 5721 5150  
Website: <http://www.nier.go.jp>



## **Sociedade para a Proteção dos Direitos da Criança (SPARC), Paquistão**

A Sociedade para a Proteção dos Direitos da Criança (SPARC) é uma organização não-governamental voluntária, registrada e sem fins lucrativos, que trabalha pelos direitos da criança, e atua como grupo de defensoria da criança. A organização trabalha para dar partida e incentivar atividades que prometam desenvolver o bem-estar e os interesses das crianças de qualquer parte do mundo, por exemplo, insistindo para que os governos façam todo o possível para implementar os direitos contidos na Convenção dos Direitos da Criança. A SPARC busca alcançar um relacionamento contínuo com as crianças, para que elas venham a desempenhar papel mais ativo na sociedade. Além disso, a SPARC tenta influenciar os meios de comunicação de massa no sentido da divulgação de material benéfico às crianças, bem como protegê-las de material nocivo. A organização defende o direito de cada criança a expressar suas opiniões, obter informações e divulgar suas idéias ou informações, independentemente de fronteiras. Esses objetivos serão atingidos através de metas temporais e de medidas concretas.

Anees Jilliani, Masroor Jilliani e Samra Fayazuddin, Diretores

Nº 14, 4th floor, Sardar Begum

Plaza 109-West

Blue Area

Islamabad

PAQUISTÃO

Tel.: +92 51 227 9255

Fax: +92 51 227 9256

E-mail: [sparc@isb.sdnpk.org](mailto:sparc@isb.sdnpk.org)

Website: <http://www.sparc.org.pk>

## **Conselho da Juventude Palestina (PYC)**

Em 1999, o Conselho da Juventude Palestina (PYC) deu início a um projeto de participação dos jovens, contando com financiamentos do governo do Japão e do Programa de Desenvolvimento das Nações Unidas. O projeto

visa a avaliar as necessidades dos jovens palestinos com idades entre 16 e 26 anos, com base numa abordagem participativa, de modo a se aproximar desses jovens e dar voz a suas preocupações, reivindicações, esperanças e aspirações. Uma de suas seções é inteiramente dedicada à mídia e ao desenvolvimento de abordagens apropriadas à mídia direcionada a jovens, na Palestina. A partir de 2000, o PYC vem levando ao ar um programa semanal para jovens, o *Fórum da Juventude*. Um grupo de jovens é treinado para produzir um programa, e um tema de especial interesse para crianças e jovens é selecionado para cada edição. Violência, educação, desemprego, democracia, trabalho voluntário e direitos humanos foram alguns dos temas debatidos. Em 2001, o PYC irá lançar um website em árabe e em inglês, sobre a juventude da Palestina. Um outro projeto em elaboração é a realização de um curso de treinamento amplo em mídia, de 30 horas de duração, voltado para jovens.

Montasir Hamdan,  
Diretor da Seção de Mídia  
P.O. Box 56  
Bir Zeit  
PALESTINA  
Fax: +970 2 2401 840  
E-mail: pyc@palnet.com

### **Fundação Filipina de Televisão para Crianças, (PCTVF)**

A Fundação Filipina de Televisão para Crianças (PCTVF) é uma organização independente e sem fins lucrativos, voltada à intensificação de diversas formas de meios de comunicação de massa – televisão, rádio, imprensa, produção de vídeos – direcionadas à educação. A organização também ingressou no campo de projetos multimídia e exposições, como parte de um projeto contínuo de alcançar uma audiência ampla de crianças e adultos. A PCTVF foi pioneira da televisão e do rádio educativos no âmbito do setor de teledifusão comercial. Ela toma como base um currículo resultante de pesquisas e de processos de desenvolvimento, que visam a assegurar o uso de conteúdos e formatos apropriados a cada faixa etária. A PCTVF obteve grande êxito na realização de projetos e programas que traduzem seu compromisso de intensificar, de maneira responsável, as diferentes formas de meios de comunicação de massa, de modo a beneficiar o mais precioso dos recursos da nação – suas

crianças. A PCTVF publicou recentemente, para a UNICEF, a *Caixa de Ferramentas para a Mídia da Convenção sobre os Direitos da Criança*, para ser usada por profissionais de mídia e por outras pessoas interessadas em crianças. A *Caixa de Ferramentas* consiste de cinco livretos e um videocassete.

Feny de los Angeles Bautista, Diretora-Executiva  
12 Saint John Street  
Cubao, Quezon City  
FILIPINAS  
Tel.: +63 2 724 2634  
Fax: 63 2 724 2829  
E-mail: [pctvf@philonline.com.ph](mailto:pctvf@philonline.com.ph)  
Website: <http://www.philonline.com/~pctvf/pctvf.html>

## **Austrália/Nova Zelândia**

### **Professores Australianos de Mídia (ATOM)**

A Professores Australianos de Mídia (ATOM) é uma organização profissional independente e sem fins lucrativos, que reúne educadores de mídia e representantes desse setor industrial. A ATOM Publications produz uma série de jornais e de livros, como o *Metro*, *Australian Screen Education*, *The Moving Image*, *The Reel Resource*, que oferecem artigos críticos, culturais, teóricos e técnicos, bem como kits educacionais e guias para estudo. Os Prêmios ATOM de cinema, televisão e multimídia homenageiam os talentos dos estudantes e promovem a indústria da cultura cinematográfica educativa. A cerimônia de entrega desses prêmios acontece em Melbourne e conta com a presença de profissionais do setor, de educadores de mídia e também de estudantes secundários e terciários. O foco é voltado aos aspectos educativos dos filmes.

Sue Turnbull, Presidente  
Locked Bag 9, Collins Street  
East Melbourne, VIC 8003  
AUSTRÁLIA  
Tel.: +61 3 9651 1310 Fax: +61 3 9651 11311  
E-mail: [atomvic@netSPACE.net.au](mailto:atomvic@netSPACE.net.au)  
Website: <http://www.cinEMedia.net/>  
ATOM

## **Conselho das Organizações Australianas de Educação para a Mídia (CAMEO)**

Os objetivos do Conselho das Organizações Australianas de Educação para a Mídia (CAMEO) visam a oferecer um fórum para o livre intercâmbio de idéias entre as organizações de educação para a mídia dos estados e territórios da Austrália e da Nova Zelândia; promover a educação para a mídia junto aos governos, estudantes, professores e ao público em geral; promover a comunicação entre a educação primária, secundária e terciária, órgãos industriais, profissionais e artísticos e todos os níveis do governo; dar publicidade à educação para a mídia; pesquisar e divulgar os resultados dessas pesquisas sobre currículos e equipamentos, para uso de seus associados; distribuir com periodicidade regular informações de interesse das associações a ele filiadas; incentivar, por intermédio das associações filiadas, os estudantes que demonstram potencial para a mídia e ajudar no desenvolvimento desse potencial; patrocinar e promover a criação de associações de educadores de mídia nos estados e nos territórios da Austrália e da Nova Zelândia onde nenhuma exista; estabelecer elos com outras associações nacionais ou internacionais com fins semelhantes.

Julie Davis, Presidente

4/69 Hardey Road

Belmont, WA 6104

NOVA ZELÂNDIA

E-mail: [mediaed@iinet.net.au](mailto:mediaed@iinet.net.au)

Website: <http://www.pa.ash.org.au/tefa/cameo.html>

## **Jovem Mídia da Austrália (YMA)**

A YMA é uma organização nacional, de base comunitária, voltada para informação, pesquisa, treinamento e defesa, e trabalha na área de crianças, jovens e mídia de massa. A organização, como vem fazendo nos últimos 40 anos, continuará a envidar esforços no sentido de:

- Estimular e manter o interesse do público na oferta de cinema e programas de televisão de qualidade adequada para crianças e jovens.

- Promover o estudo crítico e as atividades criativas em educação para o cinema nas escolas primárias e secundárias, bem como nas instituições de treinamento de professores.
- Desenvolver uma opinião pública informada, a fim de incentivar as ações comunitárias e exercer influência sobre a legislação relativa a qualquer um dos aspectos do cinema para crianças. A YMA produz um boletim informativo, o *Small Screen*.

Barbara Biggins, Presidente  
P.O. BOX 7130  
Hutt Street  
Adelaide, SA 5000  
AUSTRÁLIA  
Tel.: +61 8 8232 1577  
Fax: +61 8 8232 1571  
E-mail: [info@youngmedia.org.au](mailto:info@youngmedia.org.au)  
Website: <http://www.youngmedia.org.au>

### **Associação Nacional de Educadores para Mídia (NAME) Nova Zelândia**

A Associação Nacional de Educadores de Mídia (NAME) foi originalmente criada em 1981, com o nome de Associação de Professores de Cinema e Televisão. Ao longo dos anos, o foco de interesse gradualmente mudou, e, em 1991, a associação adotou seu novo nome. A disciplina Estudos de Mídia é ensinada em mais de um terço das escolas secundárias da Nova Zelândia, e muitos dos professores são ainda autodidatas. A NAME trabalha no sentido de catalisar boa parte do desenvolvimento e da expansão dos estudos de mídia nas escolas neozelandesas. Seus associados, de forma regular, organizam e fornecem pessoal para o treinamento e o desenvolvimento de profissionais e para a realização de seminários. A associação é administrada a partir de Auckland, possuindo comitês regionais em diversas regiões. Uma revista é publicada para os associados, contendo notícias, informação sobre o desenvolvimento de currículos, e informações sobre a mídia em geral, além de idéias para atividades de sala de aula.

Gordon Lawrence,  
Presidente Nacional  
a/c Kohlia Teachers Centre  
Private Bag, 46, Newmarket  
Auckland  
NOVA ZELÂNDIA  
Tel.: +64 9 534 7159  
Fax: +64 9 534 2365  
E-mail: [gordon\\_lawrence@compuserve.com](mailto:gordon_lawrence@compuserve.com)  
Website: <http://www.pakuranga.school.nz/NAME>

## Europa

### **Associação Européia para a Educação em Mídia Audiovisual (EAAME)**

O objetivo da Associação Européia para Educação em Mídia Audiovisual (EAAME) é desenvolver a identidade da educação na mídia audiovisual e promover a idéia de cultura audiovisual entre o público em geral. A EAAME é a maior rede européia para profissionais de educação para a mídia audiovisual e para a cultura de mídia. Um índice de especialistas europeus em educação para a mídia audiovisual, contando com 600 referências, está disponível no website.

Didier Schretter, Presidente  
Avenue Maréchal Foch 54  
1030 Bruxelas  
BÉLGICA  
Tel.: + 32 2 241 2003  
Fax: +32 2 241 2003  
E-mail: [didier.schretter@ping.be](mailto:didier.schretter@ping.be)  
Website: <http://www.datanet.be/aeema>

## **Aliança para a Competência na Mídia (AfMK), Áustria**

A AfMK é a associação nacional para educadores de mídia da Áustria, criada para ser um fórum e um grupo de lobby em favor da necessidade de apoiar os esforços no sentido de promover a competência na mídia e conscientizar sobre a educação para a mídia em escolas de todos os níveis, e também como educação contínua. Além de educadores e professores, a AfMK congrega profissionais de mídia e de outros setores que apoiem a iniciativa de enfrentar de forma responsável as necessidades de uma sociedade informatizada. A AfMK oferece um boletim informativo em meio impresso e eletrônico e dá apoio a projetos especiais.

Dra. Ingrid Geretschlaeger,

Presidente

Palais Eschenbach

Eschenbachgasse

1010 Viena

ÁUSTRIA

Tel.: +43 1 587 3633

E-mail: [afmk@telering.co.at](mailto:afmk@telering.co.at)

Website: <http://www.afmk.at>

## **Centro de Ligação entre o Ensino e a Mídia de Informação (CLEMI), França**

A missão do CLEMI é promover, principalmente através de atividades de treinamento, o uso múltiplo da mídia noticiosa no ensino, com o fim de incentivar um melhor entendimento do mundo pelos alunos e, simultaneamente, desenvolver sua compreensão crítica. O CLEMI é um ponto de encontro para professores, alunos, pais, executivos do Ministério da Educação e profissionais de mídia, oferecendo a oportunidade de compartilhar idéias, experiências e planos. O treinamento é uma das atividades básicas do CLEMI. Os cursos mobilizam jornalistas, técnicos, pesquisadores e acadêmicos. *Workshops* educativos, visitas a empresas jornalísticas e conferências são organizados. O CLEMI é também um centro de coleta de documentação de material relacionado à mídia (produzido para e/ou por crianças) da França e do exterior. Ele possui a maior coleção de

jornais escolares, com mais de 10.000 títulos franceses e de outros países, alguns deles datados de 1926.

Evelyne Bevort, Contato  
Ministère de l'Éducation Nationale, de la Recherche et de la Technologie  
391 bis, rue de Vaugirard  
750 15 Paris  
FRANÇA  
Tel.: +33 1 5368 7100  
Fax: +33 1 4250 1682  
E-mail: [clemi@clemi.org](mailto:clemi@clemi.org)  
Website: <http://www.clemi.org>

### **Associação para a Educação de Mídia e Cultura de Comunicação da Alemanha (GMK)**

A GMK foi fundada em 1984, como organização guarda-chuva para um amplo espectro de profissionais e especialistas engajados, tanto no trabalho prático quanto no acadêmico, nas áreas da educação, da cultura e da mídia. Na qualidade da principal organização de cultura de mídia e educação para a mídia na Alemanha, a GMK funciona como plataforma para debate, cooperação e novas iniciativas. Tem como objetivo dar apoio à cultura de mídia e de comunicação, contribuindo de maneira responsável. Nesse particular, as novas tecnologias de comunicação e informação, como por exemplo, o multimídia, bem como a natureza cada vez mais internacional do mercado de mídia, representam desafios particularmente importantes.

Prof. Dr. Dieter Wiedemann, Presidente  
Körnerstrasse 3  
33602 Bielefeld  
Tel.: +49 521 6 7788  
Fax: +49 521 6 7727  
E-mail: [gmk@medienpaed.de](mailto:gmk@medienpaed.de)  
Website: <http://www.gmk.medienpaed.de>



## **Instituto para a Juventude, o Cinema e a Televisão (JFF), Alemanha**

Em 1976, dois antigos institutos de pesquisa no campo da juventude e do cinema uniram forças, transformando-se no Instituto para a Juventude, o Cinema e a Televisão (JFF). O instituto trabalha em escala nacional e é financiado principalmente por verbas estatais. Um de seus principais objetivos é vincular os resultados das pesquisas científicas à prática da educação para a mídia. O trabalho centra-se na televisão, no cinema, nos vídeos e na tecnologia de computadores. Os novos avanços são tratados e pesquisados à luz de suas conseqüências e de seu significado para os jovens. O JFF também trata de questões relativas à regulamentação da mídia e à proteção das crianças contra a exposição excessiva à mídia. É publicado material relativo a um amplo espectro de tópicos.

Dr. Bernd Schorb, Presidente do Conselho

Pfälzer-Wald-Strasse 64

81539 Munique

ALEMANHA

Tel.: +49 89 689890

Fax: +49 89 68989 111

E-mail: [jff@jff.de](mailto:jff@jff.de)

Website: <http://www.jff.de>

## **Associação Húngara de Imagem em Movimento e Educação**

Após vários anos de preparativos, o “Programa da Imagem em Movimento” foi aceito como apoio à implementação da nova disciplina “Cultura da Imagem em Movimento e Educação para a Mídia” no novo Currículo Nacional. A nova disciplina teve início em 1998/99, sendo dirigida a alunos entre 12 e 18 anos. Seu objetivo é melhorar a capacidade de leitura e escrita em linguagem visual, como meio para a compreensão da mídia e do mundo das imagens. A associação fornece programas de treinamento de professores de diferentes níveis e oferece serviços de consultoria de ensino.

Hungarian Moving Image and Education Association  
a/c Judith Béneyi  
József A. U. 18. III./15  
1212 Budapeste  
HUNGRIA  
Tel.: +36 30 200 9111  
E-mail: benyeij@matavnet.hu  
Website: <http://www.c3.hu/~mediaokt/angol.html>

### **Jovens Cineastas Irlandeses (Young Irish Filmmakers)**

Sediado em Kilkenny City, Irlanda, o Young Irish Filmmakers oferece treinamento prático em filmagem e produção a jovens entre 8 e 18 anos, propiciando-lhes a oportunidade de realizar, de maneira profissional, suas próprias produções cinematográficas, feitas por jovens e para jovens. A partir de 1991, foram produzidos diversos filmes mostrados em festivais. Um dos objetivos da Young Irish Filmmakers é colocar os jovens no centro do processo de produção de cinema, de modo que eles se tornem usuários engajados e críticos, e não só consumidores passivos da mídia. A organização pretende também incentivar o trabalho de equipe, ajudar os jovens a correr riscos criativos, a formar suas próprias opiniões e a assumir responsabilidade por seu próprio aprendizado e por suas próprias idéias.

John Boorman, Presidente  
St. Joseph's Studio  
Waterford Road  
Kilkenny  
IRLANDA  
Tel/Fax: +353 56 64677  
E-mail: yifm@iol.ie  
Website: <http://www.iol.ie/~briann/bri1.html>

### **Associação Russa de Educação para a Mídia**

A Associação Russa de Educação para a Mídia foi fundada em 1988, hoje conta com cerca de 300 membros. Os associados são professores de ensino secundário e universitário, de cinema e educação para a mídia, em

diferentes cidades da Rússia (Moscou, São Petesburgo, Tver, Kurgan, Voronezh, Taganrog, Samara etc.). Tem como objetivo incentivar o pensamento independente, crítico e criativo dos alunos sobre textos de mídia, bem como desenvolver sua percepção estética e sua análise das artes da mídia. Entre outras atividades, a associação organiza uma escola de verão para crianças, voltada à educação para a mídia, programas especiais de educação para a mídia, em diferentes níveis educacionais, e conferências sobre educação para a mídia. Mantém também um website sobre educação para a mídia.

Dr. Genady Polichko,  
Presidente da Associação Russa de Educação para a Mídia  
Ul. K. Tsekin 19-134  
Moscou 125130  
RÚSSIA

Tel.: +7 89017370647

Prof. Dr. Alexander Fedorov, Chefe da Sessão do Sul da Rússia,  
Associação Russa de Educação para a Mídia

Kusesnechna 257-177

Taganrog 347939

RÚSSIA

Fax: +7 8634 338035

E-mail: fedro@pbox.ttn.ru

Website: mediaeducation.boom.ru

## **Agência de Notícias Ynpres, Rússia**

Desde 1990, as crianças e adolescentes de todas as partes da Rússia possuem sua própria agência de notícias e informação, chamada Ynpres. Aberta a todos os interessados, a agência oferece a oportunidade da prática do jornalismo. Os integrantes relatam a seus pares notícias sobre a juventude, fatos, direitos das crianças etc. em seu próprio jornal, o *Ynosheskaya Gazeta*, e na revista literária *Nedoros!* Cerca de dez colaboradores adultos, em sua maioria jornalistas profissionais, ajudam a jovem equipe de cerca de 50 crianças a ganhar experiência e a resolver os problemas financeiros ou organizacionais. A Ynpres é uma organização pública, financiada por órgãos do governo e por outras entidades. Ela também trabalha em cooperação com outras agências, como por exemplo, a UNICEF da Rússia e a Faculdade de

Jornalismo da Universidade Estatal de Moscou. Outros projetos são exposições, concertos, um festival anual, onde crianças fazem apresentações, e uma reunião regular dos representantes de diversos serviços de imprensa jovem da Rússia e do exterior. O projeto mais recente é a montagem de um website, onde os jovens possam encontrar informações sociais de seu interesse e links para jornais infantis, bem como discutir e apresentar perguntas aos membros do governo russo.

Irene Ivanova,  
Editora-Consultora  
Novaja Ploshchad 6 K. 21  
Moscou 103 012  
RÚSSIA  
Tel.: +7 95 206 8486 Fax: +7 95 206 8486  
Website: <http://www.glasnet.ru/~ynpress/eng/index.html>

### **Grupo Comunicar – Coletivo Andaluz de Educação em Meios de Comunicação, Espanha**

Tendo iniciado suas atividades em 1986 e fundado formalmente em 1992, o Grupo Comunicar é um fórum para a educação nos meios de comunicação, uma associação sem fins lucrativos para professores, acadêmicos e inovadores da Andaluzia, Espanha. O objetivo da associação é tornar dinâmico, crítico e pluralista o uso e o ensino dos meios de comunicação na escola. A associação organiza cursos, seminários e conferências. Dentre suas publicações, a de periodicidade mais regular é a revista científica internacional *Comunicar*, publicada semestralmente e abrangendo pesquisas sobre educação e comunicação, tanto da Espanha quanto da América Latina.

José Ignacio Aguadez Gómez  
Presidente  
Sede Central, Apdo. Correos 527  
21080 Huleva  
ESPANHA  
Tel/Fax: +34 959 248 380  
E-mail: [comunica@teleline.es](mailto:comunica@teleline.es)  
Website: <http://www.comunicar.es.org>

## **Associação das Crianças e da Mídia BMK-NIMECO, Suécia**

A BMK-NIMECO (O Conhecimento da Mídia de Crianças) é uma associação voluntária, mas também, e antes de mais nada, um método, cujo objetivo é introduzir o estudo prático e teórico da mídia, usando a própria mídia. A metodologia BMK-NIMECO) é endereçada igualmente a crianças em idade pré-escolar e escolar, jovens e adultos, sob a forma de atividades curriculares e não-curriculares – do jardim de infância à educação superior, incluindo o treinamento de professores. O objetivo pedagógico do método, criado em inícios da década de 80, é propor idéias e inspiração para que as pessoas dêem partida a um processo de conscientização que as permita ler e entender as representações da realidade na mídia. Esse método serviu como base para projetos audiovisuais em vários países.

Barn Media Kunskap AB

a/c Graviz and Pozo

Carl Malmstens väg 8

170 73 Solna

SUÉCIA

Tel.: +46 8 852 602

Fax: +46 8 852 602

E-mail: [bmk-nimeco@mbox200.swipnet.se](mailto:bmk-nimeco@mbox200.swipnet.se)

## **Instituto Britânico de Cinema (BFI)**

O BFI foi fundado na década de 30. Hoje sua equipe de 450 profissionais trabalha numa imensa gama de serviços, voltados tanto para o público em geral quanto para organizações interessadas em cinema e televisão. Entre outras atividades, o BFI desenvolve programas para o ensino e o aprendizado de cinema e televisão em todos os níveis da educação formal e informal. A Unidade de Desenvolvimento de Projetos Educacionais do Instituto organiza cursos, conferências e eventos em todo o Reino Unido, além de produzir recursos para o estudo independente e gerenciar cursos a distância para o treinamento de professores, reconhecidos como de nível de mestrado. O Instituto, além disso, realiza

pesquisas, tanto isoladamente quanto em parcerias, e publicou uma série de relatórios e de material didático. Faz lobby para a intensificação dos estudos sobre a imagem em movimento nos currículos escolares e contribui para a formulação da política nacional de educação em cinema.

BFI  
21 Stephen Street  
Londres W1T 1LN  
REINO UNIDO  
Tel.: +44 20 7255 1444  
Website: <http://www.bfi.org.uk>

### **Unidade de Cinema Infantil, Reino Unido**

A Unidade de Cinema Infantil é uma associação beneficente educacional que treina crianças de idades entre 10 e 16 anos, em todos os aspectos da produção de cinema, dando-lhes a oportunidade de fazer filmes e vídeos de nível profissional. Além de realizar *workshops* semanais e produzir vídeos para empresas, a unidade já produziu uma série de filmes para televisão e ganhou prêmios em muitos festivais internacionais.

Children's Film Unit  
South Way  
Leavesden  
Herts WD2 7LZ  
REINO UNIDO  
Tel.: +44 1923 354656  
E-mail: [cfu@btinternet.com](mailto:cfu@btinternet.com)  
Website: <http://www.btinternet.com/~cfu/>

### **PressWise Trust, Reino Unido**

O PressWise Trust – uma associação beneficente, originalmente lançada em 1993, o que, a partir de 1997, ingressou num projeto conjunto com a Federação Internacional de Jornalistas (IFJ), visando ampliar a

consciência sobre as questões da criança – oferece consultoria, orientação e treinamento sobre assuntos da mídia, principalmente para os que são afetados por coberturas de imprensa imprecisas, intrusivas ou sensacionalistas. O Fundo oferece aconselhamento sobre tópicos publicados na imprensa ou divulgados pela mídia audiovisual. O Fundo PressWise oferece também treinamento em tópicos de mídia para jornalistas, pessoas que trabalham em serviços voluntários e para pessoas comuns, realiza pesquisas e publica material sobre todos os aspectos da imprensa e da mídia audiovisual. Os *workshops* recentes, destinados a jornalistas da imprensa, da televisão e do rádio, centraram-se nas reportagens sobre crianças vítimas de guerras e outras formas de abuso físico e psicológico. Quaisquer indivíduos e organizações podem filiar-se ao PressWise. O website do PressWise contém, entre outros itens, códigos de ética jornalística de todo o mundo, listados por país e por tópico (por exemplo, crianças, gênero, violência etc.). Também está disponível no website *The Media and Children's Rights. A Practical Introduction for Media Professionals* (A Mídia e os Direitos das Crianças. Uma Introdução Prática para Profissionais de Mídia) (1999), um livreto concebido pela PressWise para a UNICEF. Essa publicação contém idéias e desafios para os profissionais de mídia e outros, com o objetivo de gerar uma cobertura responsável sobre as crianças e sobre o impacto dos comportamentos e das decisões de adultos sobre sua vida, bem como incentivar os profissionais de mídia a pensar nas melhores maneiras de proteger os direitos das crianças e ajudá-las a desempenhar um papel nos meios de comunicação de massa.

Mike Jempson, Diretor  
38 Easton Business Centre  
Felix Road  
Bristol, BS5 0HE  
REINO UNIDO  
Tel.: + 44 117 941 5889  
Fax: + 44 117 941 5848  
E-mail: [pw@presswise.org.uk](mailto:pw@presswise.org.uk)  
Website: <http://www.presswise.org.uk>

## **América Latina**

### **Centro de Coordenação de Jornalismo, Comunicação e Educação, Argentina**

Desde fins da década de 80, o Centro de Coordenação de Jornalismo, Comunicação e Educação vem realizando um projeto no qual as crianças de Buenos Aires tiveram a oportunidade de participar de produção de mídia em sala-de-aula. O projeto, que tem o apoio do Conselho de Educação local e da UNESCO, entre outras entidades, é uma iniciativa conjunta de profissionais das áreas do jornalismo, da comunicação e da educação. Mais de 200 escolas – a metade delas situada em áreas economicamente pobres – participaram do projeto, permitindo, assim, que 50.000 crianças praticassem a arte de fazer vídeos, jornais, jornais-murais e programas de rádio. O objetivo principal do projeto é promover nas crianças a capacidade de pensamento independente e investigação, em especial quanto ao sistema de valores sociais promovidos pela mídia comercial. Uma outra força-motriz é a necessidade de familiarizar as crianças com os diferentes tipos de mídia.

Centro de Coordinación de Periodismo, Comunicación y Educación  
Bartolomé Mitre 1249  
Piso 5 Of.  
Buenos Aires  
ARGENTINA  
Fax: + 54 552 2206

### **Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI), Brasil**

Os principais objetivos da Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI) é contribuir para a formação de uma nova abordagem jornalística que enfocaria e investigaria – sempre sob a perspectiva dos direitos da criança – a situação das crianças brasileiras e dos jovens em situação de risco. A ANDI mantém diálogo contínuo com as principais organizações de mídia do Brasil, oferecendo-lhes sugestões pertinentes para matérias jornalísticas, denunciando casos de violência e abuso e dando publicidade a experiências



sociais bem-sucedidas. A ANDI, além disso, oferece outros serviços à mídia, pesquisando eventos e personalidades importantes e realizando levantamentos amplos em prol dos direitos das crianças e dos adolescentes.

Geraldinho Vieira,  
Diretor-Executivo  
SDS Ed. Conic bl. A sala 101  
CEP 70391-900  
Brasília - DF  
BRASIL  
Tel.: + 55 61 322 6508  
Fax: + 55 61 322 4973  
E-mail: [andi@uol.com.br](mailto:andi@uol.com.br)  
Website: <http://www.andi.org.br>

### **Comitê para a Democratização da Informática (CDI), Brasil**

O Comitê para a Democratização da Tecnologia da Informática (CDI) é uma organização não-governamental sem fins lucrativos criada em 1995 com o objetivo de levar a tecnologia da informação aos grupos menos privilegiados, o que é feito através de suas Escolas de Tecnologia, Informática e Cidadania. O CDI desenvolve programas educacionais e vocacionais, com o fim de integrar pessoas das comunidades de baixa-renda, principalmente crianças e jovens, através da tecnologia informática, reduzindo, assim, os níveis de exclusão social aos quais eles estão submetidos. O CDI oferece às escolas assistência técnica gratuita, treinamento de professores, metodologia e desenvolvimento de currículos para diferentes grupos sociais, software e computadores.

Comitê para a Democratização da Informática (CDI)  
Rua Alice, 150, Laranjeiras  
22241-020  
Rio de Janeiro – RJ  
Tel/Fax: + 55 21 2557 8440  
E-mail: [cdi@cdi.org.br](mailto:cdi@cdi.org.br)  
Website: <http://www.cdi.org.br>

## **Centro de Investigación Cultural e Artística (CENECA), Chile**

Desde 1982, o CENECA (Centro de Investigación Cultural e Artística) vem desenvolvendo um programa educacional amplo para os telespectadores, a fim de incentivar o uso mais democrático e participativo da televisão por pais, professores e crianças. Os dois principais objetivos do programa educativo do CENECA são: fornecer aos diferentes grupos sociais a capacidade de criar suas próprias interpretações das mensagens da televisão e fortalecer a expressão cultural entre os diferentes grupos sociais, para que eles possam exercer influência sobre a programação de televisão, de forma que suas necessidades sejam melhor atendidas. O programa do CENECA compõe-se, entre outros itens, de atividades e material educativo, treinamento, avaliação e monitoramento, difusão da metodologia entre as organizações locais e regionais da América Latina, bem como pesquisa.

José Luis Olivares Reyes, Coordinador  
del Programa de Recepción Activa de TV

CENECA

Providencia 1308, Piso 6-A

Santiago

CHILE

Tel.: + 56 2 325 0626/ 2350627

Fax: +56 2 269 3901/ 235 6303

E-mails: [olivari@entel.chile.net](mailto:olivari@entel.chile.net)

[ceneca@entel.chile.net](mailto:ceneca@entel.chile.net)

Website: [http://www.idrc.ca/](http://www.idrc.ca/nayudamma/chiletv88e.html)

[nayudamma/chiletv88e.html](http://www.idrc.ca/nayudamma/chiletv88e.html)

## **Universo Audiovisual da Criança Latino-americana (Red UNIAL), Cuba**

Criado em 1988, o Universo Audiovisual da Criança Latino-americana (Red UNIAL) é uma rede de voluntários de diversas instituições de toda a América Latina e Europa. Seu objetivo é desenvolver um projeto educacional audiovisual que respeite a criatividade, a liberdade e a liberdade de expressão das crianças e dos jovens. Suas atividades abrangem pesquisa,

treinamento, produção, divulgação e intercâmbio entre profissionais. O objetivo das atividades de treinamento é formar um grupo de trabalho interdisciplinar cuja incumbência seria a de elaborar um programa de treinamento em comunicação e educação para educadores e assistentes sociais, bem como organizar *workshops* e seminários sobre os aspectos psicológicos, pedagógicos, sociológicos e técnicos, entre outros, da educação visual. Com base em pesquisas sobre o uso e a recepção da mídia por crianças e jovens, a rede organiza, anualmente, um seminário visando o intercâmbio de informações entre profissionais, enfocando as características dos programas criados para crianças e jovens, bem como o impacto das novas tecnologias de comunicação e informação na educação para a comunicação.

Pablo Ramos  
Calle23 N° 1155 e/10 y 12  
Vedado, c.p. 10400  
La Habana  
CUBA  
Tel.: + 53 7 30 9067  
Fax:+ 53 7 33 3078  
E-mail: unial@icaic.inf.cu  
Website: <http://www.cinecubano.com/nino.htm>

### **Centros Comunitários de Aprendizagem (CECODAP), Venezuela**

Os Centros Comunitários de Aprendizagem (CECODAP) são uma organização civil sem fins lucrativos, que se dedica a uma perspectiva social e educacional. Eles agem como centros de formação e produção metodológica, mobilizando e gerando opiniões sobre o progresso e a defesa dos direitos das crianças e dos adolescentes. Não se identificam com qualquer partido político e sua atuação é inspirada nos valores cristãos. Entre outras atividades, os CECODAP realizam, de forma regular, enquetes de opiniões entre crianças e jovens de 9 a 17 anos, que são publicadas em *Voces para el Cambio. Opinión de Niñ@s y Adolescentes*. Algumas dessas pesquisas trataram das opiniões das crianças sobre a mídia.

**CECODAP**  
Qta. El Papagayo, Av. Orinoco  
Bello Monte (Norte), Chacaíto 63171  
Caracas 1067  
VENEZUELA  
Tel.: + 58 2 951 4079  
Fax:+ 58 2 951 5841  
E-mail: [derechamos@cecodap.org.ve](mailto:derechamos@cecodap.org.ve)  
Website: <http://www.cecodap.org.ve>

## **América do Norte**

### **Associação Canadense de Organizações de Educação para a Mídia (CAMEO)**

Fundada em 1992, a Associação Canadense de Organizações de Educação para a Mídia (CAMEO) é uma associação de grupos de cultura de mídia de todo aquele país. O objetivo da CAMEO é defender, promover e desenvolver, no Canadá, a cultura de mídia, através das organizações filiadas a ela. O website da CAMEO oferece detalhes para contatos com diversas organizações de educação para a mídia/conscientização sobre a mídia do Canadá.

**John J. Pungente, SJ,**  
Presidente  
#1804 - 77 St. Claire Avenue East  
Toronto, Ontário M4T 1M5  
CANADÁ  
Tel.: + 1 416 920 3286  
Fax:+ 1 416 920-8254  
E-mail: [pungente@epas.utoronto.ca](mailto:pungente@epas.utoronto.ca)  
Website: <http://www.interact.uoregon.edu/MediaLit/CAMEO/index.html>

## **Associação para a Cultura de Mídia (AML), Ontário, Canadá**

A Associação para a Cultura de Mídia (AML), fundada em 1978, é formada por professores, bibliotecários, consultores, pais, trabalhadores culturais e profissionais de mídia interessados no impacto dos meios de comunicação de massa sobre a criação da cultura contemporânea. A AML foi a primeira organização ampla para os professores de cultura de mídia do Canadá e hoje oferece uma rede mundial para esses professores. A associação publica o boletim informativo *Mediacy*, com periodicidade quadrimestral, e organiza *workshops* e conferências. Antologias de currículos e outros tipos de material de apoio também são publicados. Além disso, a AML faz lobby e estabelece contatos com o governo, conselhos escolares e com o setor da mídia sobre questões de interesse comum. Uma das iniciativas mais recentes é um recurso online, *The Media Literacy Review* (MLR), da qual o número primavera/verão de 2001 é sobre produção de mídia por crianças.

a/c Adrienne Pereira  
2204-1 Aberfoyle Crescent  
Etobicoke, ON M8X 2X8  
CANADÁ

Tel.: + 1 416 696 7144

E-mail: [aml@interlog.com](mailto:aml@interlog.com)

Website: <http://www.interact.uoregon/MediaLit/FA/MLAML>

The Media Literacy Review Web  
Website: [http://interact.uoregon.edu/  
MediaLit/MLR/home/index.html](http://interact.uoregon.edu/MediaLit/MLR/home/index.html)

## **Projeto Jesuíta de Comunicação (JCP), Canadá**

O principal trabalho do Projeto Jesuíta de Comunicação (JCP) é incentivar, promover e desenvolver a educação para a mídia em escolas de todo o Canadá. O trabalho é executado via oferta de uma série de recursos e serviços para professores, pais, grupos de igreja, conselhos escolares, estudantes e outros grupos interessados. Oferece *workshops* e palestras

sobre muitos tópicos de mídia, bem como um serviço de consultoria para escolas, igrejas e outras agências sociais de todo o mundo. Um acervo de mais de 2.500 livros e periódicos sobre mídia, bem como material sobre programas de educação para a mídia de todo o mundo, é mantido e colocado à disposição dos pesquisadores.

John J. Pungente, SJ,  
Presidente  
#1804 - 77 St. Claire Avenue East  
Toronto, Ontário M4T 1M5  
CANADÁ  
Tel.: + 1 416 920 3286  
Fax: + 1 416 920-8254  
E-mail: [pungente@epas.utoronto.ca](mailto:pungente@epas.utoronto.ca)  
Website: <http://www.interact.uoregon.edu/MediaLit/JCP/index.html>

### **Rede de Conscientização sobre a Mídia, Canadá**

A Rede de Conscientização sobre a Mídia é uma organização canadense sem fins lucrativos, dedicada à educação para a mídia e às questões relativas à mídia que afetem as crianças e os jovens. A Rede tem como objetivo incentivar o pensamento crítico sobre as informações e o entretenimento provenientes da mídia, bem como sobre as novas tecnologias de comunicação, e também incentivar o debate público sobre o poder da mídia sobre a vida das crianças e dos jovens. O trabalho baseia-se na premissa de que, para ser funcionalmente alfabetizado no mundo de hoje, os jovens necessitam de capacidade de pensamento crítico, de modo a “ler” todas as mensagens que os informam, divertem e lhes oferecem produtos para a venda, a cada dia. Promove a conscientização sobre a mídia nas escolas, lares e comunidades canadenses, através de um site na Internet. O website também oferece apoio prático, sendo um lugar onde educadores, pais, estudantes e os trabalhadores comunitários podem compartilhar recursos. Um acréscimo recente a esse website foi o “Making Your Voice Heard: A Media Toolkit for Youth” (Fazendo Ouvir a Sua Voz: Uma Caixa de Ferramentas de Mídia

para Jovens), que ajuda os adolescentes a entrar em contato e exercer influência sobre a mídia e, entre outras coisas, contestar as representações negativas presentes nos conteúdos de mídia.

Anne Taylor e Jan D'Arcy  
Diretoras  
1500 Merivale Road, Third Floor  
Ottawa, ON, K2E 6Z5  
CANADÁ  
Tel.: + 1 613 224 7721  
Fax: + 1 613 224 1958  
E-mail: [info@media-awareness.ca](mailto:info@media-awareness.ca)  
Website: <http://www.media-awareness.ca>

## **Correio das Crianças**

Fundado em 1975, o Correio das Crianças (CE) é uma organização de jornalismo e liderança, sem fins lucrativos e de âmbito internacional. Ele consiste de um serviço de notícias redigidas e editadas por crianças de idades entre 8 e 18 anos, destinadas à imprensa, a transmissões de rádio e televisão e mídia on-line para adultos, possuindo uma reputação de jornalismo sério. O CE dá às crianças a oportunidade de fazer ouvir sua voz por todo o mundo, por intermédio de:

- Patrocínio de experiências que confirmam poder, em que crianças e adolescentes de diversos meios sociais se reúnem para encontrar e projetar suas vozes, e descobrir a importância de suas próprias opiniões e percepções, bem como das de outros de seus jovens pares.
- Transformação das vozes das crianças numa força poderosa, investindo-as de real responsabilidade.
- Divulgação das vozes, experiências e preocupações da juventude, de modo a educar e informar a sociedade. A sede mundial do CE localiza-se em Washington, DC, e opera escritórios em Nova York, NY, Washington, DC, e Marquette, MI. O escritório britânico foi fundado em 1995, e funciona em Birmingham, Londres, Newcastle e Sheffield. Estão em curso, atualmente, planos de expansão para o Japão, a Alemanha, a África do Sul e o Vietnã.

Eric Graham, Presidente e Presidente do Conselho Executivo da  
Children's Express Foundation  
P.O. Box 34436  
Washington, DC 20043-4436  
ESTADOS UNIDOS  
Tel.: + 1 202 737 7377  
Fax:+ 1 202 737 0193  
E-mail: info@cenews.org  
Website: <http://www.cenews.org>

### **Centro de Educação para a Mídia (CME), Estados Unidos**

O Centro de Educação para a Mídia (CME) é uma organização nacional sem fins lucrativos, dedicada a criar cultura de mídia eletrônica de qualidade para crianças e jovens, para suas famílias e para a comunidade. O CME, por intermédio de seus serviços de pesquisa, defensoria, educação pública e atividades de imprensa, patrocina uma política de telecomunicações formulada com vistas ao interesse público. Fundado em 1991 para dar continuidade ao trabalho da Action for Children's Television (Ação para a Televisão para Crianças), o principal alvo do CME são as crianças. Em 1992, o CME liderou uma Campanha Nacional de TV para Crianças, reunindo mais de 80 grupos de defesa da criança, de educação e de pais. A iniciativa resultou, em 1996, numa decisão da Comissão Federal de Comunicações, exigindo que as emissoras de televisão levassem ao ar no mínimo três horas semanais de programas infantis educativos. O CME publicou relatórios de pesquisas, manuais e informativos. O *CME news* apresenta a última palavra em matéria de pesquisas sobre crianças e mídia, sobre tendências do setor e sobre política.

Kathryn Montgomery, Presidente  
2120 L Street, NW, Siute 200  
Washington, DC 20037  
ESTADOS UNIDOS  
Tel.: + 1 202 331 7833  
Fax:+ 1 202 331 7841  
E-mail: [cme@cme.org](mailto:cme@cme.org)  
Website: <http://www.cme.org>



## **Centro para Cultura de Mídia (CML), Estados Unidos**

O Centro para Cultura de Mídia (CML) foi formado em 1989, como associação sem fins lucrativos. O Centro dedica-se a uma nova visão da cultura e da alfabetização para o século XXI: a capacidade de crianças e adultos se comunicarem de forma competente através de todas as formas de mídia, impressa e eletrônica, bem como de acessar, entender, analisar e avaliar as poderosas imagens, palavras e sons que constituem a cultura da mídia de massa dos dias de hoje. É feito através de uma organização nacional de amigos da cultura de mídia, que inclui educadores, líderes comunitários, profissionais de saúde pública, pais, representantes do governo e outros interessados, e desenvolve materiais educativos de cultura de mídia e realiza *workshops*.

Elizabeth Toman, Presidente  
3101 Ocean Park Blvd., Suite.200  
Santa Monica, CA 90405  
ESTADOS UNIDOS  
Tel.: + 1 310 581 0260  
Fax:+ 1 310 581 0270  
E-mail: [cml@medialit.org](mailto:cml@medialit.org)  
Website: <http://www.medialit.org>

## **As Crianças e as Notícias/Cobrindo o Ritmo da Juventude, Estados Unidos**

Na Escola de Jornalismo da Universidade de Colúmbia, Estados Unidos, é oferecido a estudantes de pós-graduação um curso especializado na cobertura das questões de jovens e crianças. O seminário *Covering the Youth Beat* (Cobrindo o Ritmo da Juventude) adota perspectiva crítica sobre como os jornalistas cobrem as questões envolvendo jovens e crianças, de que maneira eles poderiam melhorar essa cobertura e por que é tão importante que eles o façam. O website da Youth Beat foi concebido para publicar o trabalho dos estudantes e também para oferecer recursos de reportagem e um fórum de debate para todos os jornalistas militantes que façam cobertura de crianças e famílias.

LynNell Hancock, Professora  
The Graduate School of Journalism  
at Columbia University  
2950 Broadway  
New York, NY 10027-7004  
ESTADOS UNIDOS  
Tel.: + 1 212 854 4150  
Fax:+ 1 212 854 7837  
E-mail: lh50@columbia.edu  
Website: <http://www.jrn.columbia.edu/children/>

### **Projeto de Cultura de Mídia do Novo México (NMMLP), Estados Unidos**

O Projeto de Cultura de Mídia do Novo México (NMMLP), criado em 1993, é voltado para “educar as pessoas a quererem uma mídia melhor”. O projeto vem trabalhando em bases comunitárias, o que significa que o trabalho é centrado na demanda, que a cultura de mídia tem de ser desejada. Para tal, o NMMLP fornece CD-ROMS, vídeos e currículos sobre cultura de mídia, para serem usados nas escolas. São oferecidos também apresentações, seminários e *workshops*. O trabalho do NMMLP conta com o apoio do Departamento de Educação do Estado do Novo México, do Departamento de Saúde do Novo México, da Fundação McCune e de outras fontes públicas e privadas.

Bob McCannon, Diretor,  
6400 Wyoming Blvd. NE  
Albuquerque, NM 87109  
ESTADOS UNIDOS  
Tel.: + 1 505 828 3129  
E-mail: [mccannon@aa.edu](mailto:mccannon@aa.edu)  
Website: <http://www.nmmlp.org>

### **Jovem Agência de Notícias sobre o Meio Ambiente/Internacional**

A Jovem Agência de Notícias sobre o Meio Ambiente foi oficialmente inaugurada em 2001, no Dia Mundial do Meio Ambiente, 5 de junho, com

um concurso mensal para escolher, para publicação, artigos escritos por pessoas de idade inferior a 19 anos. Reportagens sobre ações ambientalistas bem sucedidas de todas as partes do mundo serão publicadas e distribuídas em todos os países pelo Environmental News Service (ENS) (<http://ens-news.com>), o noticioso diário internacional sobre o meio ambiente, mostrado no website HORIZON Solutions (<http://www.solutions-site.org>). As reportagens publicadas serão traduzidas para diversas línguas. Os jovens repórteres podem enviar um artigo, juntamente com um breve currículo pessoal, à redação do ENS. Ver o endereço de e-mail na margem da página. Somente envios através de e-mail serão aceitos. Mais detalhes sobre o concurso podem ser encontrados no site HORIZON Solutions e no website do ENS.

Sunny Lewis, Editor-em-Chefe  
Environmental News Service  
Tel.: + 1 702 8890247  
E-mails: [news@ens-news.com](mailto:news@ens-news.com)

ou

Janine Selendy, Presidente e Presidente do Conselho da  
HORIZON Communications  
Tel.: + 1 203 4326266  
E-mail: [jselendy@aol.com](mailto:jselendy@aol.com)  
Websites: ver no texto

# A Influência da Violência na Mídia

**por Cecilia von Fellitzen**

O que dizem as pesquisas sobre as influências da violência mostrada na mídia? No presente contexto, a violência na mídia significa, basicamente, representações de violência física visível e manifesta (ou ameaças disso acontecer) nas imagens em movimento, isto é, assassinatos, tiroteios, lutas etc. É principalmente nesse aspecto que as pesquisas vêm-se concentrando, e ele é o mais freqüentemente mencionado nos debates públicos. Sabemos menos a respeito das influências de outras formas de opressão psíquica e estrutural e de relações de poder, também representadas na produção da mídia. Além disso, a pesquisa trata das representações de violência nos programas de entretenimento, na ficção e nos dramas com freqüência muito maior que nos noticiários e em outros conteúdos factuais.

Muitos vêm como contraditórias as conclusões às quais chegaram as pesquisas sobre a violência na mídia. Talvez se deva ao fato de essas pessoas esperarem uma resposta simples, em termos de sim/não, à pergunta de se a violência mostrada na mídia leva a um aumento da violência na sociedade. As pesquisas, entretanto, mostram que a situação é muito mais complexa. Essa suposta contradição talvez se deva também ao fato de que as diferentes pesquisas adotam perspectivas e pontos de partida diferentes, elucidando assim aspectos diferentes do problema. Nenhum estudo, além disso, consegue cobrir “toda a realidade”. E, também, pessoas diferentes retiram impressões diferentes da violência na mídia – a violência na mídia tem influências diversas. No entanto, as

pesquisas e suas conclusões complementam-se umas às outras, como as peças de um quebra-cabeças.<sup>1</sup>

## Internet e Jogos de Vídeo e Computador

A título de introdução, deve ser ressaltado que, no que se refere aos novos meios interativos e digitais – a Internet e os jogos de vídeo e computador –, os estudos sobre a influência das representações violentas são demasiadamente poucos para que se possa tirar conclusões seguras.

Os estudos sobre a violência na *Internet*, até agora, examinaram apenas a disseminação e a disponibilidade de violência extrema, pornografia violenta, propaganda odienta e conteúdos dessa natureza. Alguns estudos apontam o fato de que, mesmo que esses conteúdos representem apenas uma pequena parcela de tudo o que pode ser encontrado na Internet, eles vêm aumentando com o correr do tempo. Outros estudos, provenientes de outros países, trataram das preocupações da população ou dos pais, e de seu desejo de proteger as crianças contra esses conteúdos. Alguns estudos tentaram determinar o número de crianças e de jovens que, sem querer, depararam-se com esses fenômenos indesejáveis ao navegar na Internet, receberam solicitações ou convites para atividades impróprias ou que receberam ameaças pela Internet. Segundo uma dessas investigações, de 25 a 50% de todas as crianças de 10 a 17 anos que navegam regularmente já foram vítimas de episódios dessa natureza, e cerca de um quarto daqueles que deram queixa desses incidentes disseram ter ficado muito ou extremamente perturbados ou amedrontados por eles (Finkelhorn, Mitchell e Wolak, 2000).

A maioria das pesquisas sobre *jogos eletrônicos* foi executada a partir de meados da década de 90 e apenas algumas poucas delas enfocaram a influência dos elementos violentos. Não é possível generalizar de forma simplista as conclusões sobre a influência da violência contida em filmes e

---

<sup>1</sup> Devido ao caráter de resumo desta seção e à grande quantidade de pesquisas existentes na área, as referências a investigações específicas serão feitas apenas em uns poucos casos. O leitor interessado pode consultar resenhas mais detalhadas ou os estudos originais, muitos dos quais se encontram publicados ou documentados nos livros anuais, nos boletins informativos, nas bibliografias e na base de dados da literatura especializada da Clearinghouse. Visite o website da Clearinghouse: <http://www.nordicom.gu.se/unesco.html>

televisão, de modo a abranger a dos jogos eletrônicos, uma vez que esses jogos apresentam mais características de interatividade e brincadeira, implicando talvez uma identificação de outra natureza. Além do mais, os estudos sobre a influência exercida pela violência em jogos digitais usaram apenas um número limitado de métodos, e um número extremamente pequeno deles tratava da influência de longo prazo. Deve também ser ressaltado que as primeiras pesquisas realizadas nesse campo dificilmente poderiam ser generalizadas para os jogos de hoje, uma vez que eles vêm mudando rapidamente, contando agora com uma tecnologia muito mais avançada e com elementos de violência (e de outros tipos) que se vêm tornando cada vez mais realísticos.

De acordo com essas pesquisas, o que se pode concluir a respeito da relação entre jogos eletrônicos e agressão é que as crianças pequenas, após jogarem esses jogos, brincam de forma mais agressiva, embora esses poucos estudos tenham empregado um único tipo de método. Entre os poucos estudos que tratam da influência dos jogos eletrônicos mais recentes e mais violentos sobre as crianças mais velhas e os jovens, há alguns, principalmente americanos e japoneses, que indicam que esses jogos podem conduzir a um maior nível de agressividade. Por outro lado, há outros estudos que não corroboram ou que contradizem essa conclusão.

### **Exemplos de Resultados de Pesquisas sobre a Violência nos Meios interativos**

#### ***Violência na Internet***

Durante um mês, em 1997, quatro estudantes procuraram conteúdos violentos na Internet – em websites, em novos grupos e em grupos de bate-papo. Eles concluíram que, de modo geral, é possível dividir os conteúdos violentos naqueles que são dirigidos a um grupo amplo de usuários da Internet e naqueles que têm como alvo subculturas fechadas. Conseqüentemente, em algum momento da busca, todos os navegadores experimentais fatalmente irão deparar-se com: pornografia pesada, representações de violência extrema, racismo e jogos violentos. No entanto, para obter acesso a pornografia extremamente violenta, inclusive pornografia com crianças e seitas violentas (cultos

glorificando as armas e o sexo), são necessários alguns passos específicos. Aqueles que buscam de forma sistemática e proposital também acabarão por encontrar esses conteúdos, mas geralmente mediante pagamento e obtenção de algum tipo de *software* especial e/ou prova concreta de interesse correspondente (em geral, contribuindo com material) (Groebel e Smit 1997).

### ***Pornografia Violenta na Internet***

Em 1997, uma pesquisa norueguesa foi realizada (Bjørnebekk e Evjen 2000), tendo como um de seus objetivos mapear a disseminação e a acessibilidade da pornografia violenta na Internet. Os pesquisadores dedicaram cinco meses a uma busca, focalizando principalmente grupos de notícias internacionais que, direta ou indiretamente, indicam conteúdos em que o sexo se vincula a atividades pervertidas ou extremas. A pornografia violenta encontrada, geralmente, estava codificada, exigindo pagamento ou algum tipo de prova de atividades correspondentes. Mas, com algum treino, esse material era facilmente encontrável. Havia guias e “robôs” disponíveis para auxiliar o usuário e, caso não se conseguisse acesso gratuito a conteúdos violentos, o pagamento exigido era em geral bastante modesto.

Foram classificadas cerca de 6.000 ilustrações extremamente violentas, com grandes probabilidades de se enquadrarem nos códigos penais. Fotografias e desenhos foram as formas mais comumente encontradas. A maior parte das representações eram apresentadas como acontecimentos “reais” ou como documentários. Vídeos, “realidade virtual” e “entretenimento ao vivo” interativo eram reservados para usuários possuidores de *softwares* especiais.

O conteúdo dessas figuras poderia ser dividido em onze grupos: abuso da genitália de pessoa algemada; tortura de pessoa amarrada; estrangulamento; estupro; pornografia infantil; necrofilia e bestialidade; assassinato e desmembramento de corpos; acidentes relacionados a guerras; pornografia animal; defecação e micção; e bebês e embriões mortos e mutilados.

Em 1968, os pesquisadores revisitaram esses sites e realizaram uma segunda análise dos novos grupos. Eles haviam se tornado mais acessíveis, não sendo mais necessário decodificar as figuras, que se transformavam diretamente na tela, quando o download era feito. No entanto, as legendas usadas para caracterizar os subgrupos de pornografia violenta muitas vezes haviam mudado, tornando-se mais neutras (para evitar chamar a atenção do público). O número de ilustrações de pornografia violenta havia aumentado de forma impressionante, e o mesmo acontecera com os filmes de vídeo. Uma outra mudança marcante foi o aumento de grupos comerciais anunciando produtos e serviços diversos (a categoria tortura, por exemplo, tinha um novo subgrupo, que apresentava uma variedade de produtos para tortura). Além do mais, as ilustrações produzidas por meio de programas de modelagem em 3D haviam aumentado, possibilitando a criação de figuras e animação apenas com modelos virtuais, sem o uso de modelos reais.

### ***A Violência nos Jogos Eletrônicos***

De todos os jogos de vídeo e computador publicados na Dinamarca, em 1998, 53% continham algum grau de violência (3%, raramente, 34%, ocasionalmente e 17%, freqüentemente). O gênero “ação”, do qual os “atiradores de primeira pessoa” e os jogos de luta são os subgêneros mais populares, era o maior gênero único. Os “jogos de ação”, os “jogos de estratégia”, os “simuladores” e os “jogos de representação de papéis” (RPG) eram os gêneros que mais freqüentemente continham violência, constituindo cerca de 60% de todos os títulos publicados. Pode-se considerar que 5% de todos os jogos claramente continham quantidades consideráveis de violência (Schierbeck e Carstens 1999). (Para maiores detalhes, ver a seção especial sob o título “Jogos Eletrônicos”, no início deste volume).



## Cinema e Televisão

Ao contrário dos estudos sobre jogos de vídeo e computador, as pesquisas sobre cinema e televisão vêm sendo realizadas desde fins da década de 20 e, apenas nos Estados Unidos, existem de três a quatro mil estudos sobre a influência dos conteúdos violentos presentes nesses meios. Desse modo, é possível embasar as conclusões sobre a influência do cinema e da televisão em um grande número de estudos que, embora usando diferentes teorias e métodos, apresentam conclusões que apontam na mesma direção.

Neste ponto, deve-se ressaltar, como já foi feito anteriormente neste livro, que nem todos os países já realizaram pesquisas sobre crianças e mídia. Pesquisas dessa natureza existem apenas nos países mais ricos, como a Austrália e a Nova Zelândia, a Europa (principalmente a Europa Ocidental e Setentrional), o Japão e também na América do Norte, enquanto em outros países elas são mais esporádicas ou simplesmente inexistentes. O conhecimento que temos sobre as influências da violência na mídia, portanto, originam-se exclusivamente em alguns poucos países que possuem situações de mídia bastante específicas – e as conclusões das pesquisas não podem ser automaticamente generalizadas para além de suas fronteiras. Na maioria dos países, há uma grande necessidade de pesquisas sobre crianças e a mídia, face às transformações ocorridas na paisagem da mídia, tanto local quanto global. Tais pesquisas deveriam ser conduzidas nos termos da própria cultura e dos próprios valores sociais desses países, e também por meio de investigações comparativas de caráter mais internacional.

Tradicionalmente, as pesquisas sobre a violência no cinema e na televisão se concentraram em seus efeitos sobre a *agressividade* e os *comportamentos violentos* das crianças e dos jovens.

Devemos observar aqui que as definições de agressão nem sempre foram explícitas. Originalmente, agressão significa “ataque”. Alguns tipos de agressividade, portanto, podem ser vistos como construtivos, como atacar os males sociais ou defender a si próprio contra a opressão. As pesquisas, como também o debate público sobre a mídia tratam da agressividade destrutiva, como, por exemplo, pessoas atacando ou oprimindo outras, de forma a manter ou a fortalecer sua posição de superioridade, fato esse que nunca foi colocado de forma suficientemente clara. Além disso, os pesquisadores tratam principalmente da agressão física, o que significa que eles mais freqüentemente encontram violência entre meninos e entre jovens da classe trabalhadora. Meninas e pessoas de classe média ou alta tendem a expres-

sar sua agressividade de outras formas, como, por exemplo, verbalmente ou através de competição, conquistas ou auto-afirmação em detrimento de outros, manifestações essas que as mensurações realizadas pelas pesquisas levam em consideração mais raramente.

É possível afirmar que os estudos tradicionais sobre os efeitos da violência contida no cinema e na televisão sobre a agressividade e o comportamento violento de crianças e jovens geraram os seguintes resultados:

### **Exemplos de Resultados de Pesquisas sobre a Violência na Televisão e no Cinema**

Nos Estados Unidos, o *Estudo Nacional sobre Violência na Televisão*, de três anos de duração (Wilson et al. 1996, Wilson et al. 1997, Federman et al. 1998), inclui, entre vários outros aspectos, um estudo repetido da maior e mais representativa amostragem de conteúdo televisivo já estudada. A cada ano, foram selecionados, por períodos de nove meses, programas de 23 canais de televisão (emissoras, televisão a cabo e canais independentes), nos horários entre 6 da manhã e 11 da noite, de modo a criar uma composição de programação semanal. Ao longo dos três anos, uma média de 60% de todos os programas mostrados na televisão americana continham violência. O estudo focalizou especialmente o contexto no qual ocorre a violência, isto é, as principais características das imagens violentas, que, segundo pesquisas anteriores, ou aumentam ou diminuem o risco de efeitos nocivos sobre os espectadores, as crianças principalmente.

As análises mostraram que boa parte da violência na televisão é glamurizada e desinfetada. Quase 40% de todas as interações violentas mostradas na televisão haviam sido de iniciativa dos personagens “bons”, que têm possibilidade de serem vistos como modelos de comportamento atraentes. Quase três quartos dessas cenas violentas não sugeriam qualquer remorso ou crítica e nunca eram punidas. Em 40% dos programas violentos, os “vilões” jamais recebiam punição. As conseqüências negativas de longo prazo da violência eram mostradas em apenas 15% dos programas violentos. Os que continham um tema fortemente antiviolência continuavam extremamente

raros, equivalendo a uma média de 4% de todos os programas violentos. Os pesquisadores concluíram que esses padrões ensinam às crianças que a violência é desejável, necessária e indolor.

O estudo examinou também as representações de violência que apresentam um alto risco de vir a contribuir para a agressão. Uma representação de alto risco inclui todos os seguintes elementos: 1) um executor que tenha características atraentes; 2) violência que parece ser justificada; 3) violência que não é punida; 4) conseqüências mínimas para a vítima; 5) violência que parece realística ao espectador. Embora os pesquisadores ressaltem que muitos fatores contribuam para a agressão e a violência, as conclusões da análise foram de que a maneira como a violência é mostrada na televisão continua a representar um grave risco para as crianças.

### ***A Violência em Filmes Animados para Todos***

Um estudo analisou tanto a quantidade quanto o tipo de violência contida em 74 filmes de animação que receberam a classificação G (para audiência em geral, isto é, também para crianças muito pequenas) lançados nos cinemas entre 1937 e 1999, gravados em inglês e disponíveis em videocassete, nos Estados Unidos. O filme mais antigo é *Branca de Neve e os Sete Anões*, e o mais recente é *O Rei e Eu*. Todos eles contêm algum grau de violência. Embora esses conteúdos violentos variem amplamente, houve, ao longo do tempo, um aumento estatisticamente significativo – em média, o total de violência quase que dobrou durante aquele período (Yokota e Thompson 2000).

### ***A Violência na Televisão Sueca***

Os elementos violentos em seis canais de televisão suecos, durante uma semana de 1997, representaram 7% do tempo total de transmissão. Mais de 40% das seqüências violentas consistiam de representações de violência grave (ferimentos graves e assassinatos).

Verificou-se uma diferença óbvia entre os canais não-comerciais públicos nacionais e os canais comerciais por satélite – estes últimos contendo muito mais violência. Representações violentas foram encontradas principalmente em três categorias de programas: ficção (60% do tempo de violência), noticiários e programas factuais (quase 10%) e programas infantis (quase 20%). Os programas ficcionais continham uma quantidade consideravelmente maior de representações de violência grave que quaisquer outros programas. De todas as seqüências violentas apresentadas em programas de ficção, 75% haviam sido produzidas nos Estados Unidos. Na ficção, as representações violentas consistiam, em sua maior parte, de atos violentos, ao passo que nos noticiários e em outros programas factuais, as representações violentas mostravam mais as conseqüências da violência. Uma análise comparativa dos noticiários ao longo do tempo mostrou que elementos de violência eram mostrados com maior freqüência nos noticiários dos anos 90 que nos de fins da década de 70, e o mesmo acontecia com imagens em close-up de atos violentos e de vítimas da violência (Conström 1999).

### *A Violência na Televisão Portuguesa*

As representações de violência na televisão portuguesa foram analisadas em 1997, por meio de uma amostra representativa de 438 horas de programação, nos quatro canais terrestres nacionais (RTP1, RTP2, SIC e TV1). Pelo menos um ato violento foi encontrado em 85% de todos os programas de entretenimento/ficção. A freqüência de atos violentos foi particularmente alta em filmes e desenhos animados, e a duração dessa violência era relativamente maior nos programas infantis de entretenimento/ficção que nos de adultos. A violência muitas vezes estava também presente nos programas informativos. Os pesquisadores verificaram que o percentual de programas contendo violência física intencional e o percentual das interações de violência dita justificável eram mais altos em Portugal que nos Estados Unidos (as comparações foram feitas usando o *National Television Violence Study*) (Vala, Lima e Jerónimo 1999).

### ***A Violência na Ficção da Televisão Húngara***

A introdução de um sistema duplo de mídia na Hungria, em 1997, marcada pelo surgimento de novos canais comerciais de televisão, foi acompanhada de um crescimento explosivo da oferta de programação, sobretudo no campo da ficção. Em 1998, foi feita uma análise de conteúdo de todos os programas de ficção não-musical transmitidos durante as manhãs e nos horários nobres, em duas emissoras públicas e em três canais comerciais (Szilády 1999).

Dentre os filmes mostrados na televisão, 77% continham violência, o mesmo acontecendo com 71% dos desenhos animados e 60% das séries dramáticas e cômicas. O gênero de programas mais violentos, em termos do tempo dedicado a representações violentas, número de seqüências mostrando atos violentos e número de atos violentos, era o dos desenhos animados. Por exemplo, os filmes de animação apresentavam uma média de 26 atos violentos por hora, comparados com 10, para os filmes, e 11, para as séries dramáticas.

As conseqüências da violência, tais como dor e ferimentos físicos ou danos psicológicos, capazes de gerar simpatia pela vítima por parte do espectador, raramente eram mostradas ou, em alguns casos, eram trivializadas ou apresentadas de forma pouco realista. Em 54% do total das seqüências contendo violência, as vítimas ou objetos dela não foram mostrados sofrendo ferimentos ou aflições psicológicas. Em mais de 90% de todas as seqüências, o agressor não recebeu punição durante a seqüência na qual o ato ocorreu.

Em termos da duração da violência nos programas de ficção, a violência mostrada nos canais comerciais correspondia a aproximadamente o dobro da veiculada pelos canais públicos.

### ***A Violência nos Programas para Crianças na Televisão Argentina***

No decorrer de 1994, foi realizado um projeto de pesquisa quantitativa, a fim de determinar o número de cenas violentas mostradas nos programas infantis da Argentina. Foram estudadas 534 transmissões de 47 programas para crianças, em cinco canais abertos e dois canais a cabo. O projeto mostrou um total de 4.703 cenas violentas

durante as 242 horas observadas no estudo. Desse modo, uma média de duas horas diárias em frente à televisão significaria que, ao final de um ano, as crianças teriam assistido a cerca de 14.200 cenas violentas, apenas nos programas infantis (Albornoz 1997).

## **Imitação**

Há uma quantidade considerável de pesquisas empíricas demonstrando que as representações de atos violentos podem levar à *imitação*, principalmente entre crianças pequenas. Muitas pessoas que lidam com crianças pequenas notam também que elas muitas vezes copiam o que vêem na televisão ou no cinema. Porém, mesmo que os conteúdos de mídia frequentemente levem as crianças pequenas, principalmente, a dizer, fazer ou atuar algo que elas viram (ou ouvirem, ou leram), esses impulsos, em geral, são de curta duração e diminuem à medida que a criança cresce. E mesmo que a imitação muitas vezes tenha uma função de escolha de modelos, ou seja, que ela se constitua num processo através do qual se aprendem coisas (a imitação e as brincadeiras são fatores fundamentais no processo de socialização, as crianças imitam os adultos para aprender como se comportar), não significa que as crianças já tenham internalizado ou incorporado concepções, normas e valores retirados da mídia que levem a atos agressivos *intencionais*.

Muitas vezes, a imitação também ajuda na elaboração de nossas próprias impressões. Às vezes as crianças menores precisam se livrar, pela linguagem corporal, de impressões fortes causadas pela mídia. É necessário, portanto, examinar quais são os aspectos indesejáveis da imitação e quais podem ser importantes para a criança em sua vida cotidiana e em seu contexto cultural.

Também os jovens e os adultos podem copiar “dicas” e instruções sobre maneiras de cometer violência, cujas informações podem ser usadas em situações de crise, caso eles venham a sentir necessidade desse conhecimento. Essas dicas ou instruções não têm de ser de utilidade imediata, podendo ser estocadas como idéias ou “esquemas” de como agir numa situação violenta. As pesquisas, contudo, não mostram que os meios de comunicação sejam a única causa da necessidade de conhecimentos desse tipo, ou das situações de crise onde essa necessidade possa vir a ser sentida.

### *Exemplos de Imitação Mostrados nas Pesquisas*

- Estudos egípcios recentes tentaram analisar de que forma a violência na televisão afeta a imitação por parte das crianças. Alguns dos resultados apontaram que os filmes de animação estrangeiros são responsáveis pela disseminação de imitação agressiva entre as crianças egípcias, e que os meninos costumam ser mais afetados que as meninas pela violência na televisão (El-Simary 1999).
- Em razão da crescente preocupação por parte do público, foi realizado, em 1994, um estudo de campo focalizado nos efeitos dos programas da Federação Mundial de Luta-Livre (WWF) sobre as crianças israelenses. Os resultados sugerem que, em 1993-94, as lutas da WWF eram um fenômeno nítido e perturbador em muitas escolas primárias israelenses. A violência que acompanhava as lutas da WWF era peculiar, e nitidamente distinguível das demais formas de violência escolar. As lutas aconteciam dentro de um ringue improvisado, frente a uma platéia de torcedores entusiastas e encenavam acordos pré-planejados, que incluíam identificação de personagens e táticas específicas de luta. Os entrevistados (crianças e diretores de escolas primárias) compartilhavam a opinião de que o fenômeno fazia aumentar a violência escolar e o número de ferimentos, num grau jamais antes visto e nunca repetido após o declínio dessas lutas.

Esse estudo forneceu indícios de que, mesmo em condições sociais favoráveis, comportamentos imitativos de fato acontecem como reações postergadas, até mesmo com crianças mais velhas (neste caso, de 8 a 12 anos), em grau maior do que o verificado em estudos experimentais. Esses dados mostraram também que assistir aos programas da WWF transforma e aumenta os comportamentos violentos principalmente entre crianças rotuladas como violentas, mas também entre algumas crianças que não apresentavam tendências violentas. Uma possível interpretação de por que isso valeria para algumas crianças não violentas e não para outras surgiu no decorrer de discussões com as crianças, que diziam confundir os aspectos fantasiosos e reais dessas séries. Essa confusão já foi mencionada na literatura especializada, como um fator que pode propiciar os comportamentos imitativos (Lemish 1998).

## Agressão

Os muitos estudos enfocando a *agressão* resultante da exposição a cenas violentas na mídia não corroboram a idéia de que a violência na mídia seja a causa decisiva de violência (e de crimes violentos) na sociedade. Por outro lado, a maioria dos estudos não chega à conclusão de que a violência na mídia seja de somenos importância.

Como já foi dito anteriormente, os conteúdos de mídia raramente têm uma influência *direta e exclusiva* sobre nossos atos. O que retiramos da mídia, sem dúvida alguma (o que é afirmado nos estudos) são impressões *mentais* – concepções, sentimentos etc. Mas elas, por sua vez, se misturam a todas as outras concepções, normas, valores, sentimentos e experiências que já havíamos adquirido e continuamos adquirindo a partir de nossa prática e da família, da escola, de nossos pares etc. Em geral, nossas próprias experiências, bem como as impressões que recebemos de outras pessoas, têm importância maior que as que obtemos da mídia. É essa mistura de impressões adquiridas que faz aumentar ou diminuir nossa disposição a agir de uma determinada forma.

A maioria dos estudos sobre a violência e a agressão na mídia dos Estados Unidos, bem como estudos de outros países, mostram que a violência na mídia – dessa maneira indireta e como reforço, em conjunção com outras impressões mais significativas, tanto no curto quanto no longo prazo – *contribui* para um aumento da agressividade em determinados indivíduos, em determinadas circunstâncias. Os estudos longitudinais realizados ao longo das últimas décadas, nos quais os mesmos indivíduos foram acompanhados por vários anos, indicam, em suma, que o fato de assistir mídia violenta explica de 5 a 10% do aumento da agressividade das crianças e jovens no decorrer do tempo. ao passo que 90-95% dessa agressividade é devida a outros fatores. Esses fatores incluem a personalidade da criança e agressões anteriores; circunstâncias inseguras, confusas ou opressivas na família, na escola ou no grupo de pares; origem sociocultural; condições sociais desfavoráveis etc. Estão também aqui incluídos fatores como desemprego de jovens, álcool e drogas, acesso a armas, segregação étnica, redução do controle por parte dos adultos e uma sociedade voltada para o consumo, que incentiva roubos e outros crimes econômicos, cuja violência se transforma num meio.

Muitos dos participantes desses debates públicos estão “insatisfeitos” com essas conclusões, desejando transformar a mídia no bode-expiatório



único. Já outros as subestimam, como se elas tivessem o significado oposto: de que a violência na mídia não teria grande importância. Mas 5 a 10% seriam um resultado descartável? A conjugação de muitos diferentes fatores é um fato que vale para a maioria dos campos da vida.

Alguns estudos apontam também para uma relação recíproca entre assistir violência na mídia e agressão – um efeito circular ou espiral. Isso significa que crianças e jovens que já sejam por natureza agressivos tanto são atraídos pela violência na mídia quanto esta vem a reforçar sua violência.

Simultaneamente, as pesquisas dão apoio à idéia de que as crianças que têm boas relações com seus pais, pares etc., e que não vivem num meio violento, ou numa sociedade violenta, que têm um ambiente social que lhes ofereça segurança, como a escola, ou que não sejam frustrados ou agressivos por alguma outra razão terão maiores probabilidades de não virem a se tornar mais agressivos em razão de exposição à violência na mídia.

## Diferentes Tipos de Violência

Conforme citado anteriormente, entretanto, é de importância essencial que cada país realize suas próprias pesquisas – as conclusões não podem ser generalizadas de maneira apressada.

Por exemplo, as pesquisas japonesas não concluíram que a violência na televisão leve à violência na prática, apesar de lá a violência na mídia ser intensa. Uma das razões para essa discrepância talvez seja a diferença entre as culturas, e uma outra talvez seja o fato de que a violência, na televisão japonesa, seja mostrada de formas diferentes do que ocorre na mídia ocidental (Kodaira, 1998).

Pesquisas realizadas nos Estados Unidos (Wilson et al. 1997b) mostram que dentre as representações de violência que maiores probabilidades têm de contribuir para a agressividade estão

- um agressor atraente
- violência mostrada como justificável (ou seja, quando o espectador julga que ela tem razão de ser, como, por exemplo, quando o herói comete violência, ao acertar contas com o vilão)
- uso de armas
- violência intensa e explícita
- violência mostrada de forma realística
- violência que é glorificada ou premiada, ao invés de ser punida

- violência cujas conseqüência dolorosas ou nocivas não sejam mostradas
- violência mostrada de forma humorística

Análises comparativas de conteúdo, efetuadas tanto nos Estados Unidos quanto no Japão, já mostraram que na violência da mídia japonesa os heróis costumam ser submetidos a mais violência que os vilões, ou seja, a violência mostrada nem sempre é vista como justificada pelo espectador. Da mesma forma, a violência na mídia japonesa não fica livre de punição com tanta freqüência, e o sofrimento da vítima – as conseqüências da violência – é mostrado mais amiúde, por vezes chegando mesmo a ser glorificado.

Deve-se acrescentar aqui, entretanto, que alguns exemplos de pesquisas japonesas mais recentes sobre jogos eletrônicos violentos indicam um aumento da agressividade em alguns jogadores (Sakamoto 2000).

Um estudo britânico esclarece que alguns dos tipos de violência acima mencionados, presentes na mídia ocidental, como, por exemplo, a que parece justificada, não são vivenciados como violentos por espectadores adultos, que não vêem essas cenas como violentas por elas se enquadrarem naquilo que é visto como usual. Para a audiência adulta, o que constitui violência são atos que quebram códigos de comportamento reconhecidos, como, por exemplo, o que aparece como “injusto” ou “não-merecido” (Morrison et al. 1999).

A maneira pela qual a violência na mídia é vivenciada, contudo, não é exatamente a mesma coisa que a influência exercida por essa violência. Como já mencionado, o que aumenta a probabilidade de agressão entre alguns espectadores é a violência mostrada como “justa” ou “justificável”. A violência na mídia que é apresentada como “injusta” pode, ao contrário, causar mal-estar ou dissociação.

## **Medo**

Embora, para a maioria das crianças, jovens ou adultos, a violência na mídia não contribua para o surgimento de agressão, nem ofereça sugestões úteis sobre como a violência pode ser cometida, ela exerce outros tipos de influência decisivos e que devem ser conhecidos.

Uma dessas influências é o *medo*. Muitas crianças e jovens gostam de sentir um pouco de medo – o medo de tipo excitante – quando assistem

a programas e filmes de ficção. E alguns jovens conscientemente procuram filmes de terror exatamente para sentir terror. No entanto, diversos estudos mostram que a violência nos filmes e na televisão pode gerar um medo maior que o desejado. Assassinatos, tiroteios, brigas, facadas, ambientes assustadores, máscaras, escuridão, sons horripilantes etc. podem ter um efeito surpreendentemente aterrorizante. Esse medo pode ser reforçado se, entre outros fatores, a pessoa se identifica com a vítima da violência, se ela acha que a violência não é justificada, se a violência é explícita, ou se ela é sentida como realística. A maioria das crianças e dos jovens dizem que, algumas ou muitas vezes, eles se sentiram amedrontados ou aterrorizados pela violência mostrada em filmes, e não raramente por um período prolongado.

É essencial ressaltar, neste contexto, que muitos pais e adultos não levam a sério esse medo – embora todo medo deva ser trabalhado. Um medo repetidamente sentido que não seja tratado, guardado interiormente, mais cedo ou mais tarde se manifestará de algum modo, e não raramente como incerteza, ansiedade, depressão – ou agressão.

A violência nos noticiários e nos programas factuais também pode ser amedrontadora. Todos nós, vez por outra, nos sentimos amedrontados por representações de violência real. O medo é um dom biológico, algo de positivo, um meio de sobrevivência, para protegermos a nós mesmos e para reagirmos aos perigos e aos males da sociedade. Mas, se nosso medo se tornar forte a ponto de bloquear nossa tendência a agir, ele será indesejável.

Pesquisas realizadas em alguns países mostram que, *com maior frequência*, as crianças mencionam a violência mostrada nos filmes e nos programas de ficção. Isso se relaciona, entre outros fatores, ao fato de que nosso medo aumenta, caso a violência esteja associada a nossa própria experiência, oferecendo assim possibilidades de identificação. Para as crianças, os noticiários não oferecem tantas possibilidades de identificação quanto a ficção. Muito do que é mostrado nos noticiários e em outros materiais factuais situa-se a uma grande distância geográfica, cultural e psicológica da vida cotidiana da criança. Mas *nos casos em que* a criança se identifica ou vivencia uma situação violenta mostrada nos noticiários ou programas documentais, *quando* ocorre a elas que essa coisa poderia acontecer também “aqui e a mim”, então a violência real mostrada pela televisão se torna ainda *mais* amedrontadora. Desse modo, embora a violência dos programas de entretenimento provoque medo com maior frequência, as imagens de violência real, quando provocam medo, assustam de modo

mais *intenso*. A razão para tal é que não é possível ignorar as representações de violência real, nem convencer a si próprio que se trata apenas de faz-de-conta, como é possível com a violência fictícia.

### ***Mais Resultados de Pesquisas sobre o Medo nas Crianças***

- “[...] Através de uma série de experimentos e levantamentos com crianças e também com pais, nos Estados Unidos, e por meio do exame de relatórios retrospectivos feitos por adultos sobre suas experiências de infância, descobri que medos intensos e desestruturantes são gerados pela televisão e pelo cinema com uma frequência muito maior do que a maioria das pessoas se dá conta.” Para mencionar apenas um entre muitos exemplos: “[...] quando perguntamos a universitários de primeiro ano se eles já haviam tido uma reação prolongada de medo a um programa de televisão ou a um filme, encontramos uma resposta esmagadoramente positiva. [...] 93 entre 103 estudantes [...] escolheram a resposta “sim”, e muitos deles apresentaram definições explícitas e emotivas do terror produzido por algum filme ou programa de televisão. Quase a metade desses estudantes disse que o que eles haviam visto havia interferido no apetite ou sono. Mais de três quartos deles disseram que suas reações haviam durado por uma semana ou mais, e um quarto disse que ainda sentia os efeitos residuais do medo causado pelo programa ou filme, apesar de já se ter passado, em média, uma década.” (Cantor, 1997, p. 1)
- Que tipos de imagens ou acontecimentos de mídia causam medo às crianças de diferentes idades? De um ponto de vista cognitivo e desenvolvimentalista, uma possível generalização seria: para as crianças em idade pré-escolar (“pré-operacionais”), de 2 a 7 anos, aproximadamente, a aparência de algo é um determinante importante de se esse algo causará medo. As crianças dessa faixa etária ficam particularmente amedrontadas por imagens de animais perigosos e agressivos, por criaturas “repulsivas”, por imagens explícitas de ferimentos ou deformidades físicas, por monstros e por transformações de caráter, como, por exemplo, quando uma pessoa normal se transforma num vampiro em frente a seus

olhos. Uma vez que as crianças pequenas não possuem total competência em relação à distinção entre fantasia e realidade, o fato de algo ser obviamente fantástico ou impossível não o torna menos amedrontador.

As crianças mais velhas, já na escola primária (“operacionais concretas”), com idades entre 8 e 12 anos, começam a levar em conta os motivos, a raciocinar de forma mais abstrata e a entender a diferença entre fantasia e situações que realmente podem acontecer. Elas têm maiores probabilidades de terem medo de histórias reais (como as mostradas nos noticiários da televisão e na programação factual) e por ficção que as faça perceber sua própria vulnerabilidade (Cantor, 1997).

- Um pequeno levantamento informal sobre as reações das crianças à violência na televisão foi realizado em 1995, na África do Sul. A principal pergunta foi: “Há produções a que você assiste que o façam se sentir infeliz ou desconfortável?” Na grande maioria dos 128 formulários devolvidos (válidos, em geral, para crianças de menos de 8 anos) foram mencionadas as seguintes coisas: “gente sendo morta”, ou “gente sendo ferida”, ou “sangue”, ou “gente levando tiros”. No que se refere aos programas infantis, especificamente, havia crianças que gostavam de programas que continham alguma violência, como *Power Rangers*, *X-Men*, *Spiderman* e *Biker Mice from Mars*. No entanto, muitas outras crianças desgostavam desses desenhos animados violentos – para 48% delas, sentimentos de infelicidade ou desconforto eram suscitados por programas feitos para crianças (Ramsdeen, 1997).
- As crianças mais novas podem também ter medo de programas ou filmes infantis que, aos adultos, parecem mais “idílicos”, como, por exemplo, quando os personagens infantis do programa/filme sofrem algum tipo de ameaça por parte dos adultos, ou vêm-se expostos a algum perigo, ou quando animais são maltratados ou encontram-se em perigo. A razão é que esses programas oferecem oportunidades de identificação fácil. No entanto, aquilo que vai causar medo é de difícil compreensão ou previsão pelos adultos, uma vez que esse medo pode ser altamente individual, e que as crianças pequenas nem sempre conseguem verbalizar a razão de algo ser amedrontador para elas (von Feilitzen, 1993).

## Concepções sobre a Violência Real

Há também indícios de que a violência na mídia cause *concepções equivocadas sobre a violência real*. No entanto, as pesquisas sobre esse tipo de influência são mais escassas.

Alguns estudos indicam, por exemplo, que as crianças, depois de assistirem a filmes de ação, passam a acreditar que os corpos são mais fortes do que eles realmente são, e que elas não conseguem prever ou entender a possível gravidade das conseqüências de chutes e socos.

Outros resultados indicam que um excesso de exposição à televisão possa provocar no público idéias exageradas sobre a quantidade e o tipo da violência existente na sociedade.<sup>2</sup> A violência na mídia, portanto, pode reforçar a idéia de que, no mundo lá fora, há mais pessoas violentas e mais violência do que na verdade acontece. Essas concepções equivocadas, por sua vez, dão origem, no espectador, ao medo de que episódios violentos venham a ocorrer com ele próprio – ao andar de metrô, caminhar em parques etc. – e também à visão pessimista de que não se pode confiar nas pessoas.

Não apenas a violência fictícia, mas também a presente nos noticiários, pode influenciar as concepções sobre a violência real. Há também exemplos de pesquisas demonstrando como as idéias equivocadas sobre a violência existente na sociedade – e enfatizada pela mídia – levaram a audiência a pânico moral e a reivindicações de mais lei e ordem.

### *As Concepções que as Crianças Australianas Têm sobre a Polícia*

Foi pedido a crianças australianas, de idades entre 6 e 12 anos, que calculassem com que freqüência os policiais têm que praticar as atividades tão amiúde mostradas na televisão (perseguições em alta velocidade, prisões agressivas) e as atividade que raramente aparecem (patrulhas de rotina, casos de manutenção da ordem). Pediu-se à metade dessas crianças que calculassem com que freqüência essas atividades ocorrem na polícia real e perguntou-se à outra metade com que freqüência elas acontecem na polícia da televisão.

As crianças do grupo da televisão demonstraram um conhecimento relativamente preciso das atividades freqüente ou infreqüentemente

<sup>2</sup> Essas investigações foram de iniciativa de George Gerner e de seus colegas americanos, e foram repetidas em vários outros países – às vezes, mas nem sempre, com os mesmos resultados.

mostradas nos programas policiais. As crianças do grupo da vida real, contudo, tendiam a superestimar a frequência de algumas atividades e a subestimar a de outras – e essas imprecisões iam na direção imposta pelos conteúdos da televisão. Entre as atividades vistas como muito comuns para a polícia (real) estavam comportamentos agressivos, tais como perseguições espetaculares e buscas violentas. Em outras palavras, esses jovens espectadores parecem estar construindo sua própria compreensão social usando como referência sua fonte de informações de acesso mais imediato: a televisão. Uma qualificação importante, contudo, é que as crianças eram menos influenciadas pela televisão quando se tratava de estimar a frequência com que acontecem as atividades policiais que elas têm oportunidade de observar diretamente (como patrulhas de rotina).” (Low e Durkin, 1997, citado em Durkin e Low, 1998, p. 116f).

## Concepções – Medo – Dicas sobre Violência

Diversas teorias diferentes já foram apresentadas, a respeito de como a agressão humana *em geral* acontece. As pesquisas sobre a *imitação* e a *agressão* como consequência da violência mostrada na mídia muitas vezes emanou de vários tipos de teorias do aprendizado social (por exemplo, de que aprendemos atitudes e comportamentos com a violência na mídia através de observação; ou que a violência na mídia ativa pensamentos, normas, valores e atos do mesmo teor de agressividade já existentes dentro de nós; ou que ela contribui para esquemas cognitivos de como podemos e devemos agir numa situação violenta (ver, por exemplo, Wartella, Olivarez e Jennings 1998)). Alguns pesquisadores são também de opinião que a probabilidade desse aprendizado vir a ocorrer aumenta caso estejamos nos sentindo frustrados.

Além do mais, é provável que, entre uma minoria de indivíduos, sejam exatamente as *concepções equivocadas sobre a violência na vida real, o medo de se deparar com ela, a sensação de sentir-se ameaçado no próprio ambiente e idéias sobre como se pode cometer violência* – todos eles, portanto, fenômenos para os quais a violência na mídia de fato contribui – que, em situações de crise, podem abrir caminho à *agressão destrutiva*.

## Hábito

Um outro tipo de influência tratado por alguns estudos é o hábito emocional e cognitivo, ou seja, um grau menor de excitação, de medo e de inibição, como reação à violência. Alguns estudos realizados nos Estados Unidos indicam que a violência da mídia pode nos tornar mais dessensibilizados ou despreocupados com a violência real. Estudos executados na Europa e na Austrália, por exemplo, não chegaram às mesmas conclusões, mas, nessas regiões, as investigações sobre esse tipo de influência são bastante raras. No entanto, os estudos mostram com clareza que nós nos tornamos acostumados à violência na mídia. Os próprios jovens o afirmam. Um excesso de exposição leva, conseqüentemente, a um menor medo dessa violência, de maneira a que o patamar de tolerância seja elevado. Com isso, algumas pessoas passam a buscar na mídia outros tipos mais fortes de excitação e de violência. E como os canais competem por audiência, eles passam a produzir filmes e programas ainda mais violentos.

## Ações Construtivas

É muito provável que certos tipos de violência na mídia tenham também influências positivas. Quando dramatizada e mostrada de forma realística pela mídia, *deve*, por exemplo, oferecer uma percepção das causas e das conseqüências reais da violência e do poder na sociedade, contribuindo assim para a formação de *concepções realistas, normas e valores democráticos e ações construtivas*. Como já mencionado, há também situações nas quais o *medo* – e até mesmo a *agressão* – pode representar algo de construtivo, por exemplo, se ele nos ajuda a evitar perigos reais ou a nos dissociar dos abusos de poder e a lutar contra eles. No entanto, não foram encontradas pesquisas enfocando essa questão.

### ***Os Jovens e a Recepção da Violência Mostrada em Filmes de Ação e de Terror***

Um estudo quantitativo dinamarquês enfocou a recepção, por parte de jovens de 15 a 17 anos, de filmes em vídeo, principalmente de ação e de terror, vistos em grupo. A principal questão dirigia-se ao



fenômeno popularmente conhecido como as “noites de vídeo”, ou “madrugadas de vídeo”, quando jovens se reúnem regularmente nos fins de semana para uma maratona noturna de vídeos.

“Por exemplo, uma menina falou sobre assistir a vídeos de terror e de suspense num grupo misto, lembrando como os integrantes do grupo pareciam estar constantemente construindo excitações, para depois liberar a tensão através do riso. Durante a projeção do filme, eles todos pareciam ouvir barulhos vindos da cozinha, e pediam aos outros para ir ver se havia alguém lá. Fingindo medo, eles pareciam intensificar o terror que acontecia na tela, ao mesmo tempo em que usavam a tela como uma espécie de trilha sonora e de cenário para suas próprias vozes amedrontadas. Mas alguém sempre concordava em ir verificar e, é claro, voltava com a informação de que não havia ninguém na cozinha. Então todos desatavam em riso, até que, mais uma vez, um ruído inocente era ouvido por alguém de audição mais sensível, que fazia questão de dizer aos outros que coisas estranhas estavam acontecendo. E assim por diante. Assim, tensão e alívio, controle e falta de controle, riso e medo eram repetidamente encenados, e as emoções eram investigadas e testadas. Nessas audições comunitárias, portanto, os vídeos eram apoios importantes, embora sendo, principalmente, um meio para um outro fim, ou seja, o de se divertir.” (Jerslev, 1998, p. 8)

## **Excitação**

Por outro lado, há pesquisas que não partem da perspectiva da influência – como as até aqui mencionadas, que perguntam o que a violência na mídia provoca nos indivíduos –, mas que, ao contrário, tomam como ponto de partida a perspectiva da criança, do jovem ou do adulto. Formulada em termos simples, a pergunta seria: o que as crianças, os jovens etc. estão fazendo com a violência mostrada na mídia? Essas pesquisas baseiam-se no fato de que pessoas diferentes em geral vivenciam excitação, violência, horror e poder – e outros conteúdos veiculados pela mídia – de forma totalmente diferente, têm necessidade deles em graus diferentes e conferem a eles significados diferentes. É importante entender a fascinação sen-

tida por muitos (mas certamente que não por todos) pelas representações de violência. Muitas das imagens mostradas hoje, além disso, têm raízes em mitos históricos, em contos folclóricos e em tragédias da antiguidade.

Daremos alguns exemplos das conclusões dessas pesquisas empíricas. Diversos estudos mostram que, para algumas pessoas, a violência mostrada na mídia significa exatamente *excitação* (ou um pequeno medo, ou “medo prazeroso” – excitação e medo são extremos da mesma dimensão). Violência, ódio e morte e, igualmente, poder, glória e dinheiro – como também o amor – são fenômenos de importância essencial para os seres humanos, sendo muitas vezes, portanto, fontes de excitação. Eles, em si, freqüentemente contêm um forte valor dramático, algo que exerce apelo sobre as preferências e as necessidades das diferentes platéias. A razão para assistir a filmes de ação violenta ou de terror pode ser, simplesmente, o fato de que a vida do dia-a-dia é tediosa, e que uma certa dose de estimulação é necessária. Além disso, algumas pessoas têm maior tendência a buscar estimulação que outras. Para algumas delas, a excitação pode servir para redirecionar ou acalmar seu próprio mal-estar e, em alguma medida, aliviar sentimentos de insatisfação ou de impotência.

### **Busca de Identidade e Sentimento de Participação no Grupo**

Os signos e símbolos da cultura popular muitas vezes são também fatores importantes da prática cotidiana e dos processos de aprendizagem de crianças e jovens – nas brincadeiras e na formação da identidade, no desenvolvimento de estilos de vida, na participação num grupo e na ação social. A violência na mídia também pode, de maneiras diferentes, desempenhar um papel na *busca de identidade* e no *sentimento de pertencer a um grupo*.

Entre outros resultados, entrevistas com jovens de 15 e 16 anos mostraram que assistir a determinados gêneros de violência e de terror pode ser uma forma de medir a própria força, um teste de masculinidade dentro de uma gangue, bem como uma das várias expressões de um estilo de vida que une o grupo, e também uma ação de protesto contracultural de um mundo adulto que, do ponto de vista dos jovens, é opressivo ou indiferente. Isso provavelmente vale para os jovens cujas identidades não são fortalecidas na escola e cujas notas baixas são um sinal de desperdício de competência e de criatividade (Roe, 1983).

O interesse dos jovens do sexo masculino por jogos de vídeo e de computador já foi interpretado de maneira semelhante. Eles vivem numa situação social subordinada e desprovida de poder. Jogar jogos eletrônicos violentos significa um exercício de resistência, de expressão da própria masculinidade, de geração de poder e de obtenção de controle – num nível simbólico. Conforme já abordado neste livro, estudos estatísticos recentes mostram também que o que os jogadores vêem como mais fascinante não é a violência em si, mas o desafio, ou seja, aprender a dominar e a avançar no jogo, lidando com situações difíceis, resolvendo problemas e competindo. São também essenciais a excitação e a imersão no jogo. Já foi demonstrado, entretanto, que a violência presente é também um fator de motivação, principalmente para os meninos.

Outros exemplos do significado da violência na mídia para a busca de identidade e para o sentimento de pertencer a um grupo são os seguintes: já ficou demonstrado que assistir a filmes de terror, por exemplo, se encaixa na socialização dos papéis de gênero. Os jovens têm a oportunidade de mostrar que não têm medo – algo que se espera dos homens –, enquanto as meninas podem expressar seu medo, se apoiar nos meninos em busca de proteção e admirar sua bravura – algo que é esperado das mulheres (Zilman et al. 1986). E, entre os adolescentes de sexo masculino, os intérpretes competentes dos filmes de ação – aqueles que conhecem as convenções e as estruturas narrativas dos filmes – mantêm e criam, por meio de comentários feitos on-line, enquanto assistem, sua posição e suas relações dentro do grupo (Arendt Rasmussen 1989).

## **Elaboração de Problemas, Compreensão, Conhecimento**

Muitos estudos mostram que pessoas com histórico de agressividade apresentam tendência a serem atraídas pela violência na mídia. Pode também valer para algumas crianças que sofreram violência em casa, em guerras ou em outros contextos. Uma das diversas explicações possíveis é que algumas pessoas usam as representações da mídia na tentativa de elaborar e entender sua situação, bem como os fatores que contribuíram para o ambiente agressivo ou para o fato de elas sentirem angústia, serem oprimidas, frustradas ou agressivas.

Os motivos para o uso da violência da mídia podem ser mais ou menos inconscientes. Pesquisas argentinas sugerem que crianças que passam

por conflitos familiares ou por outros conflitos sociais ou pessoais procuram e assimilam elementos violentos retirados da televisão como compensação para esses conflitos e para o que é subjetivamente sentido como uma insuficiência própria. Pode significar que essas crianças sintam uma espécie de alívio temporário – embora elas não tenham assim solucionado seus conflitos a longo prazo. É também provável que assistir a programas violentos na mídia sirva como reforço para sua agressividade (Merlo Flores, 2000).

Essas pesquisas também não corroboram a idéia de que a *catarse* (termo grego significando purificação) seja uma influência decisiva da violência na mídia, no sentido de que as pessoas se sintam livres de sua agressividade de antes por meio de experiências simbólicas e vicárias à violência na mídia.

Os motivos para assistir a programas violentos podem também ser mais conscientes e intencionais. Dois estudos escandinavos sobre menores infratores mostram que esses jovens, sendo dependentes de sua participação no grupo e de seu estilo de vida, procuram gêneros violentos específicos e assistem repetidamente a esses programas ou filmes (Bjørnebekk, 1988, Uddén, 1998). Não se trata de que esses filmes ou programas tornem esses jovens violentos – como já foi dito antes, outros fatores são mais decisivos como causas da agressão e da criminalidade –, mas suas circunstâncias de vida provocam o desejo de *aprender atos específicos* para saber lidar com possíveis situações de violência, como, por exemplo, a de virem a ser ameaçados por uma outra gangue. Para eles, portanto, trata-se de uma questão de sobrevivência e de desenvolvimento de competência, da mesma forma como outras pessoas lêem livros como trabalho ou para relaxar, ouvindo música suave, após um dia estressante. Esses dois estudos trazem também exemplos de como as pessoas podem obter instruções a partir das imagens violentas mostradas na mídia (ver sob o subtítulo “Imitação”, nesta seção).

## **Resumo das Influências da Violência na Mídia**

Olhando além das relações causais simples e diretas entre a violência mostrada na mídia e a agressão, entenderemos que todos nós retiramos impressões dessa violência e somos por ela influenciados – mas de maneiras diferentes, dependendo de nossos motivos, intenções, desejos e condições de vida. A partir dos exemplos anteriores de influências indesejáveis – imitação, medo, concepções equivocadas e hábito – entendemos também que todos nós, de um modo ou de outro, somos negativamente influenciados pela violência mostrada na mídia.

É óbvio que as pesquisas sobre a violência na mídia não apenas trataram de diferentes tipos de influência – elas também derivam de perspectivas teóricas diferentes. Como outras pesquisas no âmbito das ciências sociais e das humanidades, essas perspectivas têm origem também na questão filosófica básica do livre-arbítrio dos seres humanos. Até que ponto somos produtos de nosso ambiente – de nossos pais, da escola, de nossos pares, da mídia, da religião, da cultura e da estrutura social – e até que ponto fazemos escolhas e agimos de forma independente? Embora a maioria das pessoas concorde que a verdade se situe em algum ponto entre esses dois extremos, alguns de nós colocam mais ênfase na perspectiva estrutural e outros, na perspectiva da agência. O mesmo acontece com os pesquisadores. Alguns deles, portanto, explicam de que maneira nós somos *influenciados* pela violência da mídia (em conjunção com os demais fatores do ambiente). Outros, por sua vez, enfocam as maneiras como nós (com base em diferentes motivos e interesses) *escolhemos, usamos e interpretamos* a violência da mídia, a fim de nos orientarmos em nosso ambiente e tentarmos melhorar nossa situação.

Essas perspectivas, entretanto, não são contraditórias. Elas apenas se localizam em diferentes pontos do mapa teórico. E tampouco são contraditórias as conclusões desses estudos. As mesmas pessoas podem apreciar e construir significados a partir da violência da mídia e, simultaneamente, obter dela impressões menos desejáveis. O fato de que tanto somos influenciados por nosso ambiente quanto tentamos exercer influência sobre ele vale para a maioria dos contextos.

## **Outros Conteúdos de Mídia**

Há ainda outras perspectivas nas pesquisas sobre a violência na mídia. Alguns pesquisadores perguntaram-se se é necessariamente a violência contida nos programas e filmes que contribui para a agressividade.

A teoria da “estimulação emocional”, corroborada por estudos empíricos realizados com adultos, aponta para a possibilidade de que qualquer conteúdo de mídia, que seja excitante ou que inspire sentimentos fortes, serve como reforço para o estado de espírito no qual o espectador se encontra ao assimilar esse conteúdo (agressão, depressão, disposição erótica e assim por diante). O fato pode significar, a curto prazo, a intensificação das ações correspondentes àquele estado de espírito (Tannenbaum, 1980).

Uma outra suposição que conta com corroboração empírica é que assistir durante muito tempo a programas de ritmo muito rápido contribui para comportamentos inquietos e agressivos (hiperatividade) nas crianças pequenas (Singer e Singer, 1983).

Uma terceira hipótese é de que grandes parcelas do total da produção de entretenimento, e também as propagandas, contribuem para o aumento das expectativas de um estilo de vida mais glamuroso – expectativas essas que não podem realizar-se para todos os grupos, devido à sua situação social de relativa privação. O resultado pode ser a frustração, que por sua vez pode causar agressão. Essa possível influência da mídia é reforçada pelo desenvolvimento social que tem por base expectativas sempre crescentes, ou seja, um desenvolvimento que enfatiza o aumento da produção, do consumo, das conquistas e da competição individual, apesar do fato de que os diferentes grupos possuem diferentes possibilidades econômicas, sociais e culturais de atingir esses objetivos.

## **A Cultura em Geral**

Uma outra perspectiva no âmbito das pesquisas sobre a violência na mídia não parte nem da influência das representações explícitas de violência física nem do indivíduo como agente, focalizando, ao contrário, a cultura e a produção da mídia como um todo. Esses estudos tratam, entre outros fatores, dos valores e dos mitos, das relações de poder e domínio e dos diferentes tipos de violência estrutural, latente ou psíquica presentes na cultura, como também das representações e das conseqüências dessas manifestações culturais.

Para tomar um entre muitos exemplos, como foi descrito na seção “A Imagem da Criança”, os resultados de análises de conteúdo realizadas em todo o mundo mostram que determinados grupos da população – crianças, idosos, mulheres, minorias étnicas e pessoas que trabalham em ocupações de baixa remuneração – são pouco representadas na produção da mídia, ao passo que outros grupos – os homens, as classes média e alta e a população majoritária – são representados em excesso. Uma interpretação comum para esse fato é que os grupos sub-representados, que, além disso, são geralmente apresentados de modos estereotipados e preconceituosos, têm status inferior na sociedade e na cultura em geral, das quais a mídia representa uma parcela cada vez maior, refletindo, assim, a hierarquia de

poder vigente na sociedade. O fato de as crianças serem grandemente sub-representadas na produção da mídia pode assim ser visto como o exercício de uma forma de violência simbólica ou de opressão cultural contra as crianças.

Um outro exemplo dessa perspectiva cultural de pesquisa são as análises de conteúdo internacionais e comparativas, que mostram que as representações violentas, e também as normas e valores, são diferentes nas diferentes culturas (ver a violência nas mídias americana e japonesa, sob o título “Diferentes Tipos de Violência”, na presente seção deste livro).

## **Economia Política**

No entanto, não apenas a violência cultural ou simbólica tem diferentes significados em países e épocas diferentes, e as diferentes formas de glorificar ou condenar a violência variam nas diferentes culturas, mas elas dependem também da economia, da tecnologia, da política e dos grupos de poder na sociedade. Ainda uma outra perspectiva da pesquisa sobre a violência na mídia enfoca precisamente esse aspecto, ou seja, como a violência na mídia e os valores e as relações de poder expressos na cultura devem-se à situação, às políticas, à tecnologia e aos interesses econômicos dos proprietários das instituições de mídia que, por sua vez, estão intimamente integradas nas estruturas econômicas, políticas e de poder da sociedade. Os fatores político-econômicos da sociedade e da mídia, portanto, são vistos como apanágio do que é mostrado e não é mostrado na produção da mídia – e, por extensão, também da influência dos conteúdos da mídia, inclusive a violência. As análises empíricas mostram que as políticas externas e o comércio exterior nacionais, bem como a ancoragem do setor de mídia em outras empresas que produzem armamentos, tecnologia espacial, telecomunicações, automóveis, comida etc. exercem influência sobre aquilo que nós podemos ver, ouvir e ler. As empresas que anunciam e patrocinam a mídia também afetam aquilo que é transmitido, uma vez que elas incentivam conteúdos que atraíam grandes audiências. Cada vez com maior frequência, as séries produzidas são acompanhadas de brinquedos, roupas e outras quinquilharias, e o mesmo pode ser encontrado na televisão, no cinema, nos jogos de computador etc. A indústria do entretenimento, que inclui a violência mostrada na mídia, possui uma importante função econômica para a sociedade.

Com o número cada vez maior de canais de televisão, de jogos eletrônicos, de sites na Internet etc., vem crescendo a quantidade de elementos violentos no total da produção da mídia. Isso deve-se não apenas ao fato de estar havendo um acúmulo de representações violentas com o surgimento de novos meios, mas também ao desenvolvimento tecnológico, à competição interna, à mídia e à sua globalização e privatização. Uma grande parcela do mercado da mídia é dominada por uns poucos conglomerados transnacionais, que mostram os mesmos conteúdos a audiências cada vez maiores, em todo o mundo. Com os conteúdos cruzando livremente as fronteiras, diminuem as possibilidades de regulamentação pelos países. Além do mais, os produtos da mídia vêm-se tornando cada vez mais acessíveis, em virtude do crescente número de equipamentos nas residências e da convergência da mídia digital (por exemplo, o fato de que jogos, jornais, revistas, livros, rádio, música, filmes e televisão, cada vez mais, agora também existem na Internet).

Simultaneamente, as pesquisas mostram que as pessoas, em média, preferem assistir a programas que não contenham violência. E, como já demonstrado, não é verdade que as crianças e os jovens prefiram programas e filmes violentos, e também o que fascina os jovens nos jogos de vídeo e computador não é a violência em si. Os estudos mostram também que as pessoas, em geral, preferem assistir a programas ficcionais nacionais ou seja, novelas e outros tipos de ficção produzidos em seu próprio país, ou em sua própria língua. No entanto, na maioria dos países, essa alternativa são poucas, ou simplesmente não existem, uma vez que elas são de produção cara e não se pagam pela venda a outros países, como acontece, por exemplo, nos Estados Unidos, que dominam as exportações mundiais.

Conseqüentemente, a popularidade junto aos espectadores/usuários de mídia não é a principal força propulsora da violência na mídia, mas sim as forças econômicas globais, o marketing, inclusive. Os produtos da mídia que têm de ser vendidos ao maior número de culturas possível necessitam de um ingrediente dramático que não requer adaptação, mas que “fala através da ação”, em qualquer língua. Esse ingrediente, muitas vezes, é a violência (Gerbner, 1997).



# Regulamentação e Auto-Regulamentação

Cada país tem as suas próprias regulamentações explícitas ou implícitas com relação à mídia e seus conteúdos. Por um lado, a mídia possui políticas e diretrizes próprias e, por outro, o Estado por vezes intervém através de legislação ou recomendações, ou por meio de apoio financeiro, como, por exemplo, para o incentivo à produção de qualidade. Por mais desejável que isso fosse, não existe um Livro contendo todas as regulamentações e práticas formalmente adotadas em todo o mundo e, mesmo no âmbito interno aos países, são raras as coletâneas de regulamentações da mídia. Não há, tampouco, um Livro onde se possa consultar a totalidade das regulamentações e códigos de conduta nacionais que façam menção especial aos conteúdos da mídia para crianças, algo que, por sinal, inexistente em muitos países. Em alguns países específicos e regiões limitadas do mundo, providências foram ou estão sendo tomadas no sentido de documentar a prática geral. Essa tarefa é difícil, inclusive devido à rápida transformação por que vem passando a paisagem da mídia, o que significa que diversas regulamentações e práticas vêm sendo revistas e que novas soluções vêm sendo testadas em muitos locais.<sup>1</sup>

Ao que tudo indica, os meios de comunicação mais regulamentados são o cinema, o rádio e a televisão nacionais. A proteção às crianças contra conteúdos nocivos de mídia, na maioria das vezes, trata de violência gratuita, sexo/pornografia ou obscenidade, incitação a ódio/discriminação/violência e linguagem chula. As medidas mais comuns relativas aos meios

---

<sup>1</sup> O PressWise Trust fez uma coletânea dos códigos de ética jornalísticos de mais de 60 países de todo o mundo, incluindo códigos internacionais e regionais. Ver <http://www.presswise.org.uk>

audiovisuais são, além das proibições diretas: classificação por idade e limites de idade, avaliação e classificação de conteúdos (em alguns países, em combinação com os chips-V), horários-limite, recomendações orais ou escritas aos consumidores, advertências acústicas ou visuais (por exemplo, em videocassetes e jogos eletrônicos) (Forslund, 1998). Em alguns países foram firmados acordos entre a mídia e o Estado, estipulando um mínimo de programação para crianças, ou algum tipo específico de programação infantil. Uma vez que um dos principais princípios de direitos humanos é que a liberdade de expressão tem de ser assegurada, verifica-se, em muitos países, tanto a necessidade quanto um crescente interesse pela educação para a mídia ou pela cultura de mídia entre crianças, pais e professores – na verdade, entre todas as partes interessadas.<sup>2</sup>

No entanto, o que queremos ressaltar aqui é que, durante a década de 90, a multiplicação dos canais de televisão e o crescente fluxo global de canais de televisão por satélite, jogos eletrônicos e da Internet fizeram surgir também, e de forma igualmente intensa, debates sobre a regulamentação e a auto-regulamentação da mídia.

No nível nacional, por exemplo, alguns países vêm trabalhando para introduzir um sistema conjunto de rotulação para toda a mídia audiovisual e digital. Alguns países já elaboraram legislação sobre a Internet.<sup>3</sup> O mais comum são os sistemas de avaliação de conteúdo, usados em combinação com aparelhos bloqueadores, o que permite aos pais escolher os tipos de websites onde seus filhos navegam. Além disso, muitos websites oferecem guias da Internet, orientando os pais e outras pessoas sobre a segurança na Internet. Há também organizações que vêm trabalhando para aperfeiçoar os ainda rudimentares sistemas de auto-rotulação e de softwares de filtragem já existentes, e também para oferecer sistemas que sejam aceitáveis em todos os países, que não sejam específicos de uma única cultura,

---

<sup>2</sup> No Japão, por exemplo, o interesse pela cultura de mídia cresceu de forma impressionante nos últimos anos, não apenas nos setores educacionais, mas também nos administrativos, na mídia e entre o público em geral. Uma das razões importantes para tal foi o debate japonês sobre a possível adoção dos chips-V, que não teve a concordância dos setores acima mencionados.

<sup>3</sup> Fora alguns países que restringem o acesso geral à Internet, a Austrália, por exemplo, vem exigindo que os provedores de serviços da Internet removam materiais ofensivos ou ilegais de seus sites, e que bloqueiem o acesso a sites estrangeiros da mesma natureza, enquanto os EUA vêm exigindo verificação de idade ou medidas similares para o material distribuído comercialmente nos websites, que seja considerado nocivo a menores, e vem também regulamentando a coleta e o uso de informações pessoais de crianças e sobre elas.

ou seja, que permitam aos pais de diferentes culturas escolher bloqueadores de conteúdo feitos sob medida para suas necessidades.

No nível internacional e regional, as providências já tomadas, no mais das vezes, visam a criar um ambiente de mídia seguro através de: controle por parte dos pais, desenvolvimento de sistemas de filtragem e avaliação, conscientização do público e auto-regulamentação por parte do setor de mídia. No entanto, no tocante aos conteúdos *proibidos* na maioria dos países, como, por exemplo, a pornografia infantil, as medidas tomadas foram mais vigorosas (ação policial, nova legislação, linhas disque-denúncia para uso público, organizações de mobilização mundial, Planos de Ação etc.).

No que se refere à Internet, uma série de encontros internacionais foram realizados, inclusive entre organizações supranacionais, representantes de governos, especialistas, o setor da Internet, organizações não-governamentais e provedores de linhas de denúncia. No que diz respeito à televisão e a outros meios, esses encontros, em geral, foram de iniciativa de organizações, redes e pesquisadores que trabalham com crianças e mídia, e também da própria mídia. Os acordos internacionais e regionais sobre a mídia, ou sobre as crianças e a mídia em geral, têm, no mais das vezes, o caráter de declarações, cartas, diretrizes etc.

De modo semelhante ao que fizemos com relação à lista de “Exemplos de Encontros Internacionais sobre as Crianças e a Mídia Desde 1990”, a próxima seção deste livro apresenta as principais “Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre as Crianças e a Mídia”.

## **As Pesquisas no Campo das Medidas Legais e da Regulamentação**

A partir de inícios da década de 90, o mundo vem assistindo também à realização de uma quantidade significativa de pesquisas relacionadas ao campo das medidas legais e da regulamentação – pesquisas essas tanto encomendadas pelos governos e pelo setor da mídia quanto de iniciativa independente. Essas pesquisas, entre outros aspectos, tratam de:

- políticas nacionais de televisão para crianças e o impacto da regulamentação sobre os programas infantis (relatórios provenientes, por exemplo, da Ásia, Austrália, Alemanha, Reino Unido e Estados Unidos);
- análises de conteúdo da violência na televisão ou no cinema (por exemplo, Argentina, Egito, Alemanha, Hungria, Índia, Portugal, Rússia, Suécia, Reino Unido e Estados Unidos);

- análise de conteúdo da violência em jogos de computador (por exemplo, Dinamarca);
- disseminação e acessibilidade de pornografia infantil, pedofilia, racismo, discursos de ódio e violência na Internet (por exemplo, Irlanda, Reino Unido, Holanda e Noruega);
- como as crianças e os jovens usam a Internet, e se eles, de forma não-intencional, se depararam com material perturbador (por exemplo, Estados Unidos);
- percepção, por parte da audiência, de violência, sexo e de outros conteúdos possivelmente nocivos na televisão e/ou na Internet (por exemplo, Austrália, Áustria, Canadá, Dinamarca, Chile, Europa, Alemanha, Nova Zelândia, Cingapura, Reino Unido e Estados Unidos);
- as atitudes de adultos e crianças com relação aos padrões de programação, classificações de programas de televisão, sobre os chips-V e sobre a idéia de filtrar os conteúdos da Internet, bem como suas opiniões sobre os sistemas de classificação/rotulação e os aparelhos bloqueadores (por exemplo, Austrália, Europa, Alemanha, Nova Zelândia, Eslováquia, Reino Unido e Estados Unidos);
- uma grande quantidade de estudos realizados em todo o mundo, perguntando às crianças e aos pais sobre o quanto os pais conseguem controlar a televisão que seus filhos assistem, e sobre suas opiniões sobre as atividades de assistir televisão, jogar jogos eletrônicos e usar a Internet em casa;
- uma série de estudos sobre crianças e propaganda comercial (sobre sumários recentes, ver, por exemplo, Jarlbro, 2001, Tufte, 1999).

A violência e a pornografia mostradas na mídia e percebidas como contextualmente inadequadas parecem ser questões que suscitam grande preocupação entre as audiências de muitos países. Nos países onde foram aplicados questionários de pesquisa sobre essa questão, a maioria dos entrevistados expressaram também a opinião de que há uma crescente e perturbadora tendência a conteúdos de mídia mais problemáticos (por exemplo, Silva e Sousa, 2000, Walterman e Machill, 2000). Segundo alguns poucos estudos, pelo menos, parece haver, entre as audiências das novas mídias, uma tendência a ampliar a definição de o que vem a ser a violência na mídia – por exemplo, de modo a incluir aí o racismo e a pornografia infantil. A julgar pelas investigações que conhecemos, há também um desejo explícito de alterar essa situação (von Feilitzen e Carlsson, 2000).

Como é natural, as opiniões sobre quais tipos de conteúdos de mídia são problemáticos dependem da cultura em questão. A cultura como um todo, o sistema de mídia, a produção de mídia disponível e de que forma ela é regulamentada, o desejo das audiências de usar diferentes programas, jogos, websites etc., e também as experiências anteriores com a mídia tradicional, e não apenas com a nova mídia e com o que ela oferece, são alguns dos fatores que afetam a maneira como os conteúdos de mídia são percebidos. O que de modo geral fica claro, no entanto, é que a maneira como as audiências percebem a mídia e se relacionam com ela é de importância crucial, e deverá ser levada em conta no momento em que cada país decidir pôr em prática a regulamentação e/ou auto-regulamentação em escala nacional e internacional.

### **Observações Finais**

Como já mencionado anteriormente, muitos caminhos têm de ser simultaneamente trilhados na tentativa de criar um melhor ambiente de mídia para as crianças e de pôr em prática seus direitos: seu direito ao acesso à informação, principalmente informação de boa qualidade; seu direito à liberdade de expressão; seu direito a participar da mídia e seu direito de serem protegidas de conteúdos nocivos. Além do mais, esse trabalho, como um todo, é uma responsabilidade que os profissionais de mídia, os formuladores de políticas, os pais, os professores e as organizações e redes que tratam das crianças e da mídia têm em comum.

Como foi esperançosamente mostrado através do panorama das crianças e da mídia apresentado nesta publicação, os direitos das crianças relativos à mídia poderiam ser concretizados através da (auto) regulamentação da mídia, do apoio visando a conteúdos de mídia diversificados e de alta qualidade, de uma maior cultura de mídia em meio a pais, professores, profissionais de mídia e políticos, incluindo conhecimentos sobre as relações entre as crianças e a mídia e, por último, mas igualmente importante, através da elevação da cultura de mídia e da participação das crianças.

Alterar a situação de mídia das crianças significa também que as circunstâncias de seus *ambientes pessoais* e *sociais* devem ser melhoradas. Em primeiro lugar, o risco de influências de mídia indesejáveis diminuiu muito para as crianças que estão crescendo num ambiente seguro, que mantêm boas relações com seus pais, com a escola e com seus pares. Em

segundo lugar, é necessário que se permita às crianças e aos jovens participar de forma ativa na criação do futuro da sociedade. Declarações de que nós, os adultos, precisamos ouvir as vozes das crianças e dar atenção a elas permanecerão como palavras vazias, a não ser que sejam dadas às crianças maiores oportunidades de exercer influência sobre suas próprias condições. Se as crianças e os jovens passarem a participar de atividades que sejam tanto significativas para eles quanto importantes para o processo decisório da sociedade, eles então, automaticamente, estarão mais protegidos e melhor representados e ouvidos na mídia.

# Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre as Crianças e a Mídia

- Convenção Européia sobre Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa
- As Diretrizes “Televisão sem Fronteiras”, da União Européia
- As Diretrizes da *European Broadcasting Union* para Programas que Tratem da Representação da Violência
- A Resolução de Bratislava
- A Carta da Televisão para Crianças
- A Carta de Rádio e Televisão para Crianças dos Países Sul-Africanos em Desenvolvimento
- A Declaração Asiática dos Direitos da Criança e a Mídia
- A Carta Africana sobre Rádio e Televisão para Crianças
- Plano de Ação da UNESCO sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento
- Os Direitos da Criança e a Mídia: Diretrizes para Jornalistas
- Recomendações da União Européia sobre a Proteção dos Menores e da Dignidade Humana nos Serviços Audiovisuais e de Informação
- Plano de Ação da União Européia para a Promoção do Uso mais Seguro da Internet
- Declaração e Plano de Ação sobre o Abuso Sexual de Crianças, Pornografia Infantil e Pedofilia na Internet
- Recomendações Encaminhadas à UNESCO sobre Educação para a Mídia
- Declaração do Fórum Ásia-Pacífico de Televisão sobre Crianças e Jovens
- Versão Preliminar da Declaração de Tessalônica: Compromissos com O Futuro

*O Conselho da Europa, criado na esteira da Segunda Guerra Mundial, em 5 de maio de 1949, está sediado em Estrasburgo, na França. O principal papel dessa organização é o de fortalecer a democracia, os direitos humanos e o estado de direito em todos os seus 43 Estados-membros (2001). Diversos de seus acordos e convenções aplicam-se à cultura e à mídia. Em sua Convenção Européia de Televisão Transfronteiras, ETS nº 132, as responsabilidades das emissoras são tratadas no artigo 7º.*

## **Convenção Européia sobre Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa**

### **Artigo 7º – Responsabilidades das emissoras**

1. Todos os serviços de programas, no que se refere tanto a sua apresentação quanto a seu conteúdo, deverão respeitar a dignidade do ser humano e os direitos fundamentais dos demais.

Particularmente, eles não deverão:

- a. ser indecentes ou, principalmente, conter pornografia;
  - b. dar proeminência indevida à violência, ou incitar um possível ódio racial.
2. Todos os itens dos serviços de programas que possam vir a afetar o desenvolvimento físico, mental ou moral das crianças e dos adolescentes não deverão constar de programações que, devido aos horários de transmissão e recepção, tenham probabilidades de serem vistas por eles.
3. A emissora deverá assegurar que os noticiários apresentem os fatos e acontecimentos de forma justa e incentivem a livre formação de opiniões.

*5 de maio de 1989*

*A União Européia adotou, em 1989, as Diretrizes “Televisão sem Fronteiras”, que veio a sofrer emendas em 1997 (97/36/CE). As Diretrizes estabelecem a estrutura legal para a livre movimentação de serviços de transmissão televisiva nos Estados-membros da União, que hoje atingem a quinze. Para esse fim, elas estipulam a coordenação pela Comunidade das legislações nacionais em diversas áreas, inclusive a da proteção dos menores. expressa no artigo 22 dessas Diretrizes.*



## **As Diretrizes “Televisão sem Fronteiras” da União Européia**

### ***Artigo 22***

1. Os Estados-membros deverão tomar as medidas apropriadas para assegurar que as transmissões de programas de televisão pelas emissoras sob sua jurisdição não contenham programas que possam vir a afetar de forma grave o desenvolvimento físico, mental ou moral de menores, principalmente programas que contenham pornografia ou violência gratuita.
2. As medidas mencionadas no parágrafo 1º deverão ser estendidas também a outros programas que apresentem o risco de prejuízo do desenvolvimento físico, mental ou moral dos menores, salvo quando haja garantias, devido à escolha dos horários de transmissão ou a quaisquer outras medidas técnicas, que os menores residentes na área de recepção não terão grandes probabilidades de assistir.
3. Ademais, no caso de esses programas serem transmitidos de forma não-codificada, os Estados-membros deverão assegurar que eles sejam precedidos por uma advertência sonora, ou que sejam identificados pela presença de um símbolo visual mostrado durante todo o seu tempo de duração.

### ***Artigo 22a***

Os Estados-membros deverão assegurar que as transmissões não contenham incitamento a ódio por motivo de raça, sexo, religião ou nacionalidade.

### ***Artigo 22a***

1. A Comissão deverá conferir particular importância à aplicação deste capítulo, no relatório tratado no artigo 26.
2. A Comissão, deverá, no prazo de um ano a contar da data de publicação destas Diretrizes, e conjuntamente com as autoridades competentes dos Estados-membros, realizar uma investigação quanto às possíveis vantagens e desvantagens da adoção de medidas suplementares, visando a facilitar o controle exercido pelos pais ou guardiões sobre os programas vistos pelos menores. Esse estudo deverá levar em conta, entre outros fatores, a conveniência de:

- exigir que os novos aparelhos de televisão venham equipados com um dispositivo técnico que permita aos pais ou guardiões a filtragem de programas específicos;
- estabelecer sistemas apropriados de avaliação;
- incentivo de políticas de audiência familiar e outras medidas educativas ou conscientizadoras;
- levar em conta a experiência acumulada nesse campo na Europa e em outras partes do mundo, bem como as opiniões das partes interessadas, tais como emissoras de televisão, produtores, educadores, especialistas em mídia e associações afetas à questão.

*Adotadas em 3 de outubro de 1989 e emendadas em 30 de junho de 1997*

*A European Broadcasting Union (União Européia de Teledifusão) é a maior associação profissional de emissoras de teledifusão de todo o mundo, com 70 membros atuantes na Europa, no Norte da África, e no Oriente Médio, contando com 47 membros associados em 29 países de outras regiões do globo.*

## **As Diretrizes da União Européia de Teledifusão para Programas que Tratam da Representação da Violência**

### **1. HORÁRIOS-LIMITE**

Os realizadores de programas e os responsáveis pelos horários de programação deverão levar em conta a hora de transmissão dos programas, ao considerar questões de conteúdo. Cenas de violência podem tornar um programa inadequado para transmissão no início da noite, por ele não ser próprio para crianças.

A fim de evitar equívocos a esse respeito por parte do público espectador em geral e dos pais em particular, deve haver um horário-limite claramente explicitado, bem como um horário-limite apropriado, durante o início da noite, antes do qual todos os programas deverão ser próprios para audiências compostas de uma grande proporção de crianças. Os pais têm de aceitar o fato de que a responsabilidade sobre o que é visto

por seus filhos após esse horário-limite recai, em grande medida, sobre eles próprios.

## **2. NOTICIÁRIOS E PROGRAMAS FACTUAIS**

Os noticiários e os programas informativos têm, necessariamente, de tratar diariamente de conflitos sociais que podem conter violência. As audiências não devem e não podem ser protegidas dessa ocorrência cotidiana. A violência real é aceitável nos noticiários, na medida em que as emissoras têm o dever de mostrar a violência factual que acontece no mundo, embora a negatividade de tais atos deva ser enfatizada.

É esperado e desejável que as notícias por vezes choquem os espectadores. No tocante a algumas matérias noticiosas, um senso de choque faz parte da plena compreensão humana daquilo que ocorreu, mas deve-se tomar cuidado para nunca causar desconforto gratuito, pecando pelo excesso. Quanto maior for a frequência com que os espectadores sejam levados a um estado de choque, mais será necessário para chocá-los.

O que choca uma pessoa pode, para outra, ser notícia ou arte. Assim, qualquer decisão nesse campo deverá visar a um meio-termo entre o atual consenso da sociedade quanto ao que seja aceitável e o dever da emissora de refletir a realidade tal qual ela a vê.

Em particular, a dignidade humana da vítima, bem como as das demais pessoas afetadas, não deverá ser ofendida, e seus direitos individuais deverão ser respeitados. A violência mostrada nos programas factuais não deverá ser tão proeminente nem tão usual a ponto de tornar-se inócua. O público não pode ser protegido da violência que ocorre cotidianamente no mundo, mas esta deverá ser mostrada com a maior sensibilidade possível.

O grau de violência nos programas de notícias deverá limitar-se ao essencial para que a integridade do programa seja mantida, cuidados devem ser tomados na escolha do material, dependendo da hora do dia em que os boletins forem transmitidos.

## **3. PROGRAMAS DE FICÇÃO E ENTRETENIMENTO**

A ficção, na televisão, deverá refletir de forma fiel as questões importantes, e a violência faz parte tanto da natureza quanto da sociedade. O teatro,

na televisão, implica a colaboração de capacidades e talentos criativos diversos. Em qualquer trabalho cooperativo deve haver uma opinião editorial.

Uma vez que o conflito e a violência a ele associada são, até um certo ponto, características humanas inatas, muitas vezes eles aparecem como o componente central dos programas de ficção e entretenimento. O que é de importância crucial é que as razões para a existência da violência sejam mostradas de maneira plausível no tratamento dado a elas, e a violência nunca deverá ser usada de forma puramente gratuita, como mero entretenimento ou como uma forma de maximizar a audiência.

A violência gratuita tem de ser proibida. Quanto mais intensa a violência maior deverá ser o distanciamento da realidade. O que se deve ter como objetivo é o mínimo de violência possível, sem que haja comprometimento desnecessário do conteúdo dramático.

Os efeitos das representações de violência dependem muito da forma com que elas são apresentadas e do contexto dramático. Especial cuidado deverá, portanto, ser tomado com as apresentações realísticas, com as quais o espectador possa se identificar com maior facilidade. Os detalhes da violência e dos comportamentos agressivos que convidam a imitação devem ser evitados.

Representações que trivializem, ou que cheguem mesmo a glorificar o uso da violência, seja ela física ou psicológica, e que apresentem a violência como um meio de superação de conflitos deverão também ser evitadas a todo o custo. É importante que, além das causas da violência, suas conseqüências destrutivas sejam também mostradas, e que o uso da violência como maneira de resolver conflitos seja apresentado de forma crítica. Nem toda a violência é física. A violência não-física pode também ser perturbadora e chocante, especialmente para crianças. Essa é uma área importante, e cuidados especiais devem ser tomados, como também o é a representação de violência sádica.

Os horários dos programas de ficção e entretenimento que contenham violência são importantes, e deverão ser feitas as advertências apropriadas.

#### **4. PROGRAMAS COMPRADOS**

Os programas comprados deverão se submeter à política editorial normal.

A violência ocorrida em lugares distantes pode ter um efeito relativamente menos chocante, perturbador ou passível de imitações perigosas.

As emissoras, contudo, estão comprometidas com o exercício de um controle vigilante. Os programas comprados deverão ser abandonados caso eles sejam de impossível adaptação, ou de serem editados de maneira a obedecer às diretrizes.

As emissoras deverão assegurar para si próprias o direito de editar programas comprados que contenham violência explícita, antes de levá-los ao ar.

Descrições corretas, contidas nos materiais promocionais, são de importância essencial.

## **5. PROGRAMAS PARA CRIANÇAS E JOVENS**

As crianças e os jovens podem ser particularmente sensíveis à violência e à brutalidade. De modo geral, as regras válidas para a totalidade do público deverão ser aplicadas de maneira muito mais estrita nos horários em que a audiência seja formada principalmente de crianças e adolescentes.

Os programas voltados para as crianças deverão tratar com cautela especial as representações de violência tanto física quanto não-física. Cuidados especiais deverão ser tomados, e horários, cuidadosamente elaborados.

Em termos da escolha dos programas, deve-se dar preferência aos que propõem uma atitude positiva frente à vida, aos valores humanos e à não-violência.

As crianças pequenas não entendem plenamente as sutilezas do bem e do mal, e estão dispostas a prontamente tomar partido. A violência como meio fácil de resolver conflitos deverá ser evitada. Deve-se tomar cuidado com a violência doméstica, tanto física quanto verbal. Sempre ter em mente o perigo da imitação.

Quando se apresentam conteúdos que contenham conflitos e violência, deve-se levar em conta que as crianças pequenas não são tão capazes quanto os adultos de perceber os programas de televisão na sua totalidade, que elas se prendem de maneira muito mais forte ao apelo visual de superfície, e só gradualmente se tornarão capazes de diferenciar entre os aspectos centrais e os periféricos. As crianças se identificam emocionalmente com os personagens muito mais facilmente que os adultos, e as reações correspondentes de medo são mais fortes e duradouras.

As mesmas regras se aplicam à fantasia e à ficção realística. Cuidados devem ser tomados para não causar ansiedade e tensão desnecessárias e para não incitar comportamentos violentos.

Nos noticiários, deverá ser dada atenção ao impacto provável, principalmente sobre as crianças que assistem sozinhas, na cobertura da violência e de suas conseqüências.

Os realizadores dos programas devem entender com clareza que as atitudes e valores morais surgem apenas de forma gradual ao longo de toda a infância e, por essa razão, as crianças e os jovens são bem mais fáceis de se impressionar que os adultos.

Os programas, portanto, deverão ter o cuidado de não prejudicar o desenvolvimento moral dos menores.

## **6. TRAILERS E ADVERTÊNCIAS**

Pode ser feita a exigência de que os programas com cenas violentas sejam precedidos de advertência detalhada, mas o uso excessivo das advertências pode torná-las inócuas. Não deverão ser usadas para se eximir da responsabilidade sobre os programas apresentados.

Deve-se usar de prudência com relação aos materiais promocionais, e sempre ter em mente o horário da transmissão dos trailers.

Os trailers deverão mostrar de forma honesta o tipo do programa anunciado.

A violência como meio de promoção de programas não deverá ser permitida. Cenas violentas arbitrariamente retiradas de seu contexto podem chocar os espectadores de maneira indevida.

Talvez seja legítimo informar aos espectadores se o filme ou programa anunciado no trailer contém cenas violentas, mas há uma diferença sutil entre uma descrição precisa e um convite sensacionalista.

## **7. PROPAGANDA COMERCIAL**

As propagandas não deverão fazer uso de violência como meio de vender um produto, ou como incitação a comportamentos violentos. Uma vez que as crianças até uma certa idade são bem menos capazes que os adultos de reconhecer as intenções da propaganda comercial, e de julgá-la de forma crítica, elas, portanto, são muito mais vulneráveis a influências. A propaganda não deverá explorar as fragilidades dos jovens consumidores, pelo medo ou violência.

*A Resolução de Bratislava foi adotada pela assembléia, por ocasião de uma reunião de produtores, profissionais de televisão e cinema e outras pessoas interessadas na produção para crianças e no intercâmbio das experiências do Oriente e do Ocidente. Mais de 70 participantes vieram de 30 países. A reunião foi convocada pela CIFEJ (Centro Internacional para Cinema para Crianças e Jovens), organizada pela Bienal de Animação e realizada em Bratislava, na Eslováquia, em novembro de 1994.*

## **A Resolução de Bratislava**

Em breve, a humanidade estará ingressando no Terceiro Milênio. O cinema estará celebrando seu centésimo aniversário. A televisão é um pouco mais jovem.

Ao atingirmos a encruzilhada do ano 2000, a importância do cinema para crianças continua a crescer, assim como a necessidade que as crianças têm de verem esses filmes. Disso, podemos ter certeza.

Nós, povos do Norte e do Sul, do Oriente e do Ocidente, vivemos e viveremos num mundo dinâmico e em constante mutação. A humanidade alcançará novos píncaros de conhecimento e de conquistas. As crianças, que são nossa esperança para o futuro, têm o direito de se beneficiar desses avanços.

Como especialistas em cinema e televisão para crianças, temos conhecimento de que o crescente impacto do cinema, da televisão e de outros meios de comunicação sobre nossas crianças exige medidas e cuidados mais específicos, para atingir maior qualidade de vida para os jovens.

Filmes e televisão infantis de boa qualidade podem e devem trazer valores humanos positivos e fundamentais, que, por sua vez, darão auxílio e apoio ao desenvolvimento, nos jovens, de uma consciência pessoal, acrescentando novas dimensões a seu comportamento social básico e ao conhecimento que têm do mundo.

Filmes e televisão infantis de boa qualidade podem e devem incentivar o processo de pensamento criativo, de decidir e agir em plena liberdade, para que as crianças possam construir sua personalidade e seu futuro.

Filmes e televisão infantis de boa qualidade podem e devem mostrar e ressaltar os valores básicos de cada pessoa e de cada nação, segundo suas tradições, as fundações sociais e culturais sobre as quais foram construídas e a identidade nacional de cada país. Ao mesmo tempo essas

nações devem compartilhar esses valores com as demais, numa vasta colheita de espiritualidade humana.

Filmes e televisão infantis de boa qualidade podem também cruzar fronteiras, desempenhando um papel da maior importância na construção do mundo de amanhã e ajudando a definir o lugar onde nossas crianças irão viver.

Por todas essas razões, acreditamos que os governos, os parlamentos, os órgãos e organizações nacionais e internacionais de todo o mundo têm que reconhecer, por meio de apoio à produção e à distribuição de filmes para crianças, seu dever para com o futuro de cada país e do mundo.

Há várias maneiras de atingir tais objetivos:

- estimular o crescimento da produção de cinema e televisão para crianças em escala nacional, levantando e investindo mais verbas nessas atividades;
- montar sistema de apoio para distribuição melhor e mais ampla dos filmes infantis cujo valor artístico e educativo seja mais importante que seus aspectos comerciais;
- incentivar em larga escala a produção voltada para crianças, nas escolas e em outras instituições e atividades educacionais;
- incentivar a disseminação das avaliações de qualidade das produções para crianças em todas as áreas sociais;
- financiar a educação e o treinamento de especialistas – roteiristas, diretores e outros – na produção para crianças;
- incentivar e financiar as pesquisas científicas sobre as reações das crianças à mídia, e sobre de que forma elas usam a mídia para seus propósitos específicos;
- auxiliar as organizações profissionais nacionais e internacionais que tratam de questões relativas a cinema e televisão para crianças a realizar e desenvolver suas atividades.

Estamos certos de que os governos, os parlamentos e os órgãos e organizações nacionais e internacionais têm consciência de que dar apoio à produção de cinema e televisão para crianças irá servir aos interesses de todos os povos de todos os países, e contribuir para a construção de um mundo melhor, onde gostaríamos de estar vivendo às vésperas do Terceiro Milênio. Nunca se esqueçam de que qualquer coisa que for feita agora pelas crianças, por menor que seja, representa investimento no futuro.

*Novembro de 1994*



*A Carta da Televisão para Crianças foi apresentada por Anna Home, Diretora de Programação Infantil da BBC Television, na Primeira Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças, realizada em Melbourne, na Austrália, em março de 1995. A Carta foi revista e adotada em Munique, em maio de 1995.*

*Uma sessão da Segunda Cúpula Mundial, realizada em Londres, Reino Unido, em março de 1998, foi dedicada ao avanço da Carta. Para maiores informações sobre esse avanço, ver Anna Home e Amy B. Jordan (1998), A Segunda Cúpula Mundial sobre Televisão para Crianças, 1998, Relatório Final. Universidade da Pensilvânia, The Annenberg Public Policy Center.*

## **A Carta sobre Televisão para Crianças**

1. As crianças deverão contar com programas de alta qualidade feitos especificamente para elas, e que não as explorem. Além de diverti-las, deverão permitir que as crianças se desenvolvam física, mental e socialmente até o seu potencial máximo.

2. As crianças deverão ouvir, ver e expressar a si próprias, a sua cultura, a seu idioma e a suas experiências de vida por meio de programas de televisão que afirmem seu senso de si mesmas, de sua comunidade e de seu lugar.

3. Os programas infantis deverão propiciar a consciência e o apreço por outras culturas, e paralelamente por seu próprio meio cultural.

4. Os programas infantis deverão ser diversificados em termos de gênero e conteúdo, sem entretanto conter cenas gratuitas de violência e de sexo.

5. Os programas infantis deverão ser levados ao ar em blocos regulares, nos horários em que as crianças possam assistir a eles, e/ou distribuídos através de outros meios e tecnologias de acesso amplo.

6. Verbas suficientes deverão estar disponíveis, para que esses programas tenham o melhor padrão de qualidade possível.

7. Os governos e as organizações de produção, distribuição e financiamento deverão reconhecer tanto a importância quanto a vulnerabilidade da televisão para as crianças indígenas, e tomar medidas no sentido de protegê-las.

*29 de maio de 1995*

*A Carta de Rádio e Televisão para Crianças dos Países Sul-Africanos em Desenvolvimento foi adotada pela assembléia da Cúpula sobre Crianças e Teledifusão dos Países Sul-Africanos em Desenvolvimento, realizada em Joanesburgo, África do Sul, em maio de 1996. A idéia para esse fórum regional (os países sul-africanos mais o Quênia) surgiu a partir dos debates sobre como tornar mais aplicável à África a Carta da Televisão para Crianças resultante da Primeira Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças, e como se preparar para futuros encontros de natureza mais ampla.*

### **A Carta sobre Rádio e Televisão para Crianças dos Países Sul-Africanos em Desenvolvimento**

Nós, os povos dos Países Sul-Africanos em Desenvolvimento, de Angola, Quênia, Lesoto, Malavi, Maurício, Moçambique, Namíbia, África do Sul, Swazilândia e Zâmbia afirmamos e aceitamos a Carta da Televisão para Crianças, adotada internacionalmente em Munique em 29 de maio de 1995.

Sem prejuízo da Carta Internacional adotamos, também, em concordância com o que é colocado na Carta, nossa Carta de Rádio e Televisão para Crianças dos Países Sul-Africanos em Desenvolvimento, que leva em consideração as necessidades e os desejos das crianças de nossa região.

Os programas deverão ser de alta qualidade, feitos especificamente para elas, e que não as explorem. Além de diverti-las, deverão permitir que as crianças se desenvolvam física, mental e socialmente até o seu potencial máximo. Ao mesmo tempo em que endossamos o direito das crianças à liberdade de expressão, pensamento, consciência e religião, e de serem protegidas contra a exploração econômica, afirmamos que as crianças deverão ter acesso a programas e à produção de programas por meio de centros de acesso à tecnologia multimídia.

As crianças deverão ouvir, ver e expressar a si próprias, a sua cultura, a seu idioma e a suas experiências de vida através dos meios eletrônicos que afirmem seu senso de si mesmas, de sua comunidade e de seu lugar.

Como parte do direito das crianças à educação e ao desenvolvimento, os programas infantis deverão propiciar a consciência e o apreço por outras culturas, e paralelamente pelo seu próprio meio cultural.

Para facilitar a consecução desse objetivo, deverão ser realizadas, em caráter permanente, pesquisas sobre a audiência infantil, incluindo suas necessidades e desejos que, sendo questões prioritárias, deverão ser implementados.

Os programas infantis deverão ser diversificados em termos de gênero e conteúdo sem, entretanto, conter cenas gratuitas de violência e de sexo.

Os programas infantis deverão ser levados ao ar em blocos regulares, nos horários em que as crianças possam assistir a eles, e/ou distribuídos através de outros meios e tecnologias de acesso amplo.

Recursos suficientes, tanto técnicos e financeiros quanto de outra natureza, deverão estar disponíveis para a realização desses programas com o mais alto padrão de qualidade possível e, para alcançar essa qualidade, códigos e padrões para o rádio e a televisão para crianças deverão ser formulados e desenvolvidos por grupos de diversos tipos.

Em conformidade com a política das Nações Unidas de cooperação entre os Estados da comunidade internacional e, em especial, entre os países sul-africanos em desenvolvimento, a Carta de Rádio e Televisão para Crianças reconhece todos os convênios, convenções, tratados, cartas e acordos internacionais adotados por todas as organizações internacionais, inclusive a ONU e a OAU que digam respeito às crianças, mas com especial menção à Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança.

*junho de 1996*

*A Cúpula Asiática sobre os Direitos da Criança e a Mídia foi realizada em Manila, Filipinas, em julho de 1996. Os delegados presentes – entre os quais, ministros e altos funcionários dos governos asiáticos, jornalistas, executivos da mídia e defensores dos direitos das crianças de 16 países – adotaram a Declaração Asiática dos Direitos da Criança e a Mídia.*

### **Declaração Asiática dos Direitos da Criança e a Mídia**

Nós, os Ministros da Informação, da Educação, do Bem-Estar e do Desenvolvimento Social de 27 países da Ásia, autoridades representando os diversos governos, executivos, pesquisadores, praticantes e profissionais de diversas áreas da mídia, organizações não-governamentais, grupos

de defesa e indivíduos interessados, reunimo-nos em Manila para a Cúpula Asiática sobre os Direitos da Criança e a Mídia:

**reafirmando** nosso compromisso de assegurar a implementação da Convenção sobre os Direitos da Criança (CDC), tal como ratificada por nossos países;

**admitindo** a responsabilidade e o poder de todas as formas de mídia de informar, divertir, educar e influenciar, bem como seu papel no desenvolvimento; e

**reconhecendo** seu potencial com relação às crianças e às mudanças sociais;

AQUI RESOLVEMOS, PORTANTO, QUE TODA A MÍDIA VOLTADA PARA CRIANÇAS OU DELAS TRATANDO DEVERÁ:

proteger e respeitar as diversas tradições culturais das sociedades asiáticas;

ser acessível a **todas** as crianças;

prestar apoio à criança do sexo feminino e se contrapor à discriminação generalizada exercida contra ela;

prestar apoio às crianças portadoras de necessidades especiais, às crianças em situações particularmente difíceis, às crianças das comunidades indígenas e às crianças em situações de conflitos armados;

RESOLVEMOS TAMBÉM QUE A MÍDIA SOBRE CRIANÇAS DEVERÁ

adotar políticas consistentes com os princípios de não-discriminação e com os interesses da criança;

e elevar a conscientização e mobilizar todos os setores da sociedade para assegurar a sobrevivência, o desenvolvimento, a proteção e a participação de todas as crianças;

tratar de todas as formas de exploração e abuso econômico, comercial e sexual das crianças da região, assegurando que essas medidas não representem uma violação de seus direitos, principalmente do seu direito à privacidade;

proteger as crianças contra materiais que glorifiquem a violência, o sexo, o horror e o conflito; e

promover valores positivos e não perpetuar a discriminação e os estereótipos.

**RESOLVEMOS, ADEMAIS, QUE TODA A MÍDIA PARA CRIANÇAS DEVERÁ:**

ser de alta qualidade, feita especificamente para elas, não devendo explorá-las;

dar apoio a seu desenvolvimento físico, mental, social, moral e espiritual;

permitir que ouçam, vejam e expressem a si próprias, a sua cultura, a seu idioma e suas experiências de vida através da mídia que afirme seu senso de si mesmas e de sua comunidade e que, simultaneamente, propicie o conhecimento e o apreço por outras culturas;

seja diversificada em termos de gênero e conteúdo sem, entretanto, conter cenas gratuitas de violência e de sexo; e

seja acessível às crianças nos momentos em que elas necessitem e possam fazer uso dela.

**RESOLVEMOS, FINALMENTE, QUE OS GOVERNOS, A MÍDIA, AS ORGANIZAÇÕES NÃO-GOVERNAMENTAIS, O SETOR PRIVADO E OUTROS ÓRGÃOS E INSTITUIÇÕES LOCAIS E REGIONAIS DEVERÃO:**

oferecer educação para a mídia para todas as crianças e famílias, de modo a desenvolver sua compreensão crítica de todas as formas de mídia;

dar às crianças a oportunidade de criar mídia e de se expressar sobre todo um espectro de questões relacionadas com suas necessidades e interesses;

oferecer verbas e recursos suficientes para assegurar o acesso a materiais de qualidade para e sobre crianças, bem como para possibilitar a produção desses materiais, e também para a formação de praticantes de mídia, para que eles possam desempenhar seu papel como agentes de desenvolvimento;

promover a cooperação regional e internacional pelo intercâmbio de pesquisas, técnicas, materiais e programas, bem como a formação de redes entre os governos, as organizações não-governamentais, as organizações de mídia, as instituições educacionais, os grupos de defesa e outros organismos;

oferecer incentivos à excelência por meio de premiações em escala nacional e regional;

fornecer mecanismos de monitoramento coordenado e incentivar a auto-regulamentação em nível regional e nacional, de forma a assegurar a implementação desta Declaração; e

convocar, o quanto antes, reuniões amplas, multissetoriais e nacionais, a fim de desenvolver planos de ação, que deverão incluir diretrizes profissionais compatíveis com esta Declaração.

*Adotada em 5 de julho de 1996  
Cúpula Asiática sobre os Direitos da Criança e a Mídia*

*A Primeira Cúpula Pan-Africana sobre Rádio e Televisão para Crianças foi realizada em Acra, Gana, de 8 a 12 de outubro de 1997. Seu resultado mais importante foi uma Carta Africana sobre Rádio e Televisão para Crianças, adotada pelos delegados em 11 de outubro de 1997. A Carta – uma versão emendada da Carta de Rádio e Televisão para Crianças dos Países Sul-Africanos em Desenvolvimento (junho de 1996) – está em conformidade com a Carta da Televisão para Crianças adotada internacionalmente (maio de 1995), mas elabora as questões pertinentes*

*ao continente africano, incluindo também o rádio. Em especial, é dada maior ênfase nas necessidades educacionais e de desenvolvimento das crianças africanas, bem como sua proteção contra quaisquer formas de exploração comercial.*

*A Carta Africana de Rádio e Televisão para Crianças foi ratificada durante a Assembléia Geral da URTNA (União das Organizações Nacionais de Rádio e Televisão da África, em 21-22 de junho de 2000, na Argélia. As pequenas modificações (em itálico, no texto abaixo) feitas na Carta original devem-se ao processo africano no qual a URTNA se encontra engajada. Esse processo determinou que todos os profissionais de teledifusão africanos sugerissem as emendas julgadas necessárias. A versão final da Carta foi então elaborada de acordo com essas recomendações e adotada pela Commonwealth Broadcasting Association (CBA), em 13 de outubro de 2000, em sua 23ª Conferência Geral, realizada na Cidade do Cabo, na África do Sul.*

## **Carta Africana sobre Rádio e Televisão para Crianças**

### ***Preâmbulo***

Nós, os Profissionais de Teledifusão da Commonwealth, reunidos no âmbito da Commonwealth Broadcasting Association (CBA), na Cidade do Cabo, África do Sul, neste 13 de outubro de 2000, por ocasião da XXIII Conferência Geral da Commonwealth Broadcasting Association,

Considerando que a Carta Internacional de Televisão para Crianças foi adotada em Munique, Alemanha, em 29 de maio de 1995, tendo sido aceita internacionalmente;

Conscientes do fato de que a Carta deva ser complementada por uma Carta, que leve em conta os interesses específicos e as peculiaridades da África;

Sabendo que os delegados presentes à Cúpula Africana de Rádio e Televisão para Crianças, reunida em Acra, Gana, de 8 a 12 de outubro de 1997, afirmaram e aceitaram essas posições;

Aceitando o fato de algumas das organizações integrantes da CBA terem apresentado contribuições necessárias à versão preliminar da Carta, como proposta, estando prontas para defendê-las em todas as ocasiões, aqui ratificam a Carta Africana de Radio e Televisão para Crianças, cujas estipulações são como se segue:

### **Artigo 1º**

As crianças deverão contar com programas de alta qualidade, feitos especificamente para elas, e que não as explorem em quaisquer dos estágios do processo de produção. *Deve-se permitir às crianças apresentarem suas opiniões nos estágios iniciais da produção dos programas produzidos para elas.* Além de diverti-las, deverão permitir que as crianças se desenvolvam física, mental e socialmente até o seu potencial máximo.

### **Artigo 2º**

Embora reconhecendo que o rádio e a televisão para crianças são financiados por uma série de mecanismos, inclusive a propaganda comercial, os patrocínios e o merchandising, as crianças deverão ser protegidas da exploração comercial. *Sempre que as crianças participem como artistas, elas deverão ser adequadamente remuneradas, e de maneira a não prejudicar seu processo de aprendizagem nem o desenvolvimento da carreira escolhida por elas.*

### **Artigo 3º**

Ao mesmo tempo em que endossamos o direito das crianças à liberdade de expressão, pensamento, consciência e religião, e de serem protegidas contra a exploração econômica, afirmamos que deverão ter acesso equitativo a programas e, *na medida do possível*, à produção de programas.

### **Artigo 4º**

As crianças deverão ouvir, ver e expressar a si próprias, a sua cultura, a seu idioma e a suas experiências de vida através dos meios eletrônicos que afirmem seu senso de si mesmas, de sua comunidade e de seu lugar.



### **Artigo 5º**

Os programas infantis deverão criar oportunidades de aprendizado e de capacitação, de modo a promover e apoiar o direito da criança à educação e ao desenvolvimento. Deverão propiciar a consciência e o apreço por outras culturas, paralelamente ao meio cultural da própria criança. Para facilitar a consecução desse objetivo, deverão ser realizadas, em caráter permanente, pesquisas sobre a audiência infantil, incluindo as necessidades e os desejos das crianças.

### **Artigo 6º**

Os programas infantis deverão ser diversificados em termos de gênero e conteúdo, sem entretanto conter cenas gratuitas de violência e de sexo através de quaisquer meios auditivos ou visuais. *Os programas não deverão conter elementos ou cenas que tolerem ou incentivem o uso abusivo de drogas.*

### **Artigo 7º**

Os programas infantis deverão ser levados ao ar em blocos regulares, nos horários em que as crianças possam vê-los, e/ou distribuídos através de outros meios e tecnologias de acesso amplo.

### **Artigo 8º**

Recursos suficientes, tanto técnicos e financeiros quanto de outra natureza, deverão estar disponíveis para a realização dos programas com o mais alto padrão de qualidade possível e, para alcançar essa qualidade, códigos e padrões para o rádio e a televisão para crianças deverão ser formulados e desenvolvidos por grupos de diversos tipos.

### **Artigo 9º**

Em conformidade com a política das Nações Unidas de cooperação entre os Estados da comunidade internacional, a Carta Africana de Rádio e Televisão

para Crianças reconhece todos os convênios, convenções, tratados, cartas e acordos internacionais adotados por todas as organizações internacionais, inclusive a OAU e a ONU, que digam respeito às crianças, mas com especial menção à Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança.

### **Artigo 10**

A Commonwealth Broadcasting Association (CBA) assume a responsabilidade de promover os ideais incorporados no espírito da Carta, incentivando os profissionais de rádio e televisão filiados à CBA a implementá-la em todos os seus aspectos.

*13 de outubro de 2000  
Cidade do Cabo, África do Sul*

*O Poder da Cultura – A Conferência Intergovernamental sobre Política Cultural para o Desenvolvimento, realizada em Estocolmo, em março e abril de 1998 foi concebida pela UNESCO para transformar em política e prática as idéias do relatório Nossa Diversidade Criativa. Esse relatório foi apresentado em 1995 pela Comissão Mundial para a Cultura e o Desenvolvimento, criada pelas Nações Unidas e pela UNESCO, e liderada por Javier Pérez de Cuellar.*

A conferência, cujo anfitrião foi o governo da Suécia, contou com a presença de ministros e autoridades de quase 140 dos 186 países membros da UNESCO e convidados militantes nas áreas culturais de todo o mundo – num total de 2.200 participantes. Foi adotado um Plano de Ação que servirá de inspiração às políticas culturais nacionais e internacionais dos Estados-membros e que visa a ser uma ferramenta para o prosseguimento do trabalho cultural da UNESCO.

### **O Plano de Ação da UNESCO sobre as Políticas Culturais para o Desenvolvimento**

**O Plano de Ação é do maior interesse para as crianças e jovens, uma vez que ele declara, em seu preâmbulo, que**

As políticas culturais deverão promover a criatividade em todas as suas formas, facilitando o acesso às práticas e às experiências culturais a todos os cidadãos, independentemente de sua nacionalidade, raça, sexo, idade e incapacidade física ou mental, e enriquecer seu senso de identidade cultural e do sentimento de pertencer a essa cultura de cada indivíduo e de cada comunidade, e sustentá-los na sua busca por um futuro seguro e digno.

**A seguir, citamos as metas políticas contidas no Plano de Ação recomendado aos Estados-membros as quais fazem menção explícita às crianças e aos jovens, ou à violência na mídia.**

- 2.9. Passar em revista todas as políticas, programas e instituições culturais, a fim de assegurar principalmente o respeito aos direitos da criança, bem como aos dos grupos vulneráveis, portadores de necessidades especiais em termos de educação e cultura; levar em conta as necessidades e as aspirações dos jovens – cujas novas práticas culturais, em especial, deverão receber apoio – e também dos idosos que, com demasiada frequência, são deixados à margem da vida cultural.
- 4.2. Examinar a possibilidade de usar as rádios e televisões públicas para oferecer espaço aos serviços comunitários e lingüísticos direcionados às minorias, principalmente no nível local e visando à promoção da não-violência.
- 4.4. Adotar medidas para promover a educação e o treinamento de crianças no uso das novas tecnologias de mídia e combater a violência e a intolerância, contribuindo em especial para as atividades dos centros e instituições especializadas no intercâmbio de informações sobre crianças e violência nas telas.
- 4.6. Promover também uma educação que propicie o domínio e o uso criativo das novas tecnologias de informação entre as gerações mais jovens, como usuários e produtores de mensagens e conteúdos, e dar prioridade à educação nos valores cívicos e ao treinamento de professores de novas tecnologias.

*2 de abril de 1998*

**A íntegra do Plano de Ação sobre as Políticas Culturais para o Desenvolvimento encontra-se publicada na *Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o***

***Desenvolvimento. Relatório Final. Estocolmo, Suécia, 30 de março a 2 de abril de 1998. UNESCO, Paris, 1998, e pode também ser consultado no website: <http://www.unesco-sweden.org>***

*A Conferência Internacional Jornalismo 2000: Os Direitos da Criança e a Mídia, organizada pela Federação Internacional de Jornalistas (IFJ), foi realizada em maio de 1998, no Recife, Brasil. A conferência contou com a presença de mais de 150 representantes de organizações jornalísticas de mais de 70 países.*

*Antes da conferência, o projeto de Direitos da Criança da IFJ realizou um levantamento mundial dos padrões nacionais e internacionais para as matérias jornalísticas tratando de questões de crianças. Com base nesse levantamento, e em discussões com jornalistas representantes, ONGs e organismos da ONU afetos à questão, a IFJ preparou um conjunto de diretrizes, que foi discutido também durante a Conferência. Esse encontro resultou na adoção do Os Direitos da Criança e a Mídia: Diretrizes para Jornalistas, da IFJ, como uma minuta para debate e desenvolvimento entre os jornalistas do mundo – processo esse que, segundo se espera, deve levar três anos.*

## **Os Direitos da Criança e a Mídia: Diretrizes para Jornalistas**

### ***Preâmbulo***

O jornalismo informado, sensível e profissional é um elemento-chave de qualquer estratégia de mídia que pretenda aperfeiçoar a qualidade das reportagens que tratam dos direitos humanos e da sociedade. O desafio cotidiano para os jornalistas e as organizações de mídia é sentido de forma particularmente aguda na cobertura de questões das crianças e de seus direitos.

Embora apenas em data recente os direitos humanos das crianças tenham sido definidos no âmbito do direito internacional, a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança já conquistou um apoio tão generalizado que ela, em breve, virá a ser a primeira lei universal da humanidade.

Para cumprir sua tarefa de bem informar o público, os jornalistas deverão ter plena consciência da necessidade de proteger as crianças e de fortalecer seus direitos sem prejudicar de modo algum a liberdade de expressão nem interferir na independência jornalística. Os jornalistas, além do mais, deverão ser treinados para se pautar nos mais altos padrões éticos.

As seguintes diretrizes foram elaboradas pela Federação Internacional de Jornalistas, com base num amplo levantamento dos códigos e padrões de conduta já em vigor em todo o mundo.

O propósito desta minuta é despertar a consciência da mídia para os direitos das crianças e incentivar o debate entre os profissionais da mídia sobre o valor de uma abordagem comum, que virá a reforçar os padrões jornalísticos e contribuir para a proteção e o fortalecimento dos direitos das crianças.

### *Diretrizes e Princípios para as Reportagens sobre Questões que Envolvam Crianças*

Todos os jornalistas e profissionais de mídia têm o dever de manter os mais altos padrões éticos e profissionais, e deverão promover, internamente ao setor, a divulgação mais ampla possível das informações sobre a Convenção Internacional sobre os Direitos da Criança e de suas implicações para o exercício de um jornalismo independente.

As organizações de mídia deverão encarar a violação dos direitos das crianças e as questões relacionadas à segurança, à privacidade, à sua educação, saúde e bem-estar social, bem como todas as formas de exploração, como questões importantes, a serem investigadas e trazidas ao debate público. As crianças têm direito absoluto à privacidade, sendo as únicas exceções as explicitamente definidas nestas Diretrizes.

As atividades jornalísticas que toquem a vida ou o bem-estar das crianças deverão sempre ser executadas levando em conta a situação vulnerável das crianças.

Os jornalistas e as organizações de mídia deverão envidar todos os esforços no sentido de manter os mais elevados padrões de conduta ética, ao fazer reportagens sobre questões relativas a crianças, devendo em particular:

1. **buscar** padrões de excelência em termos de precisão e sensibilidade, ao tratar de assuntos que envolvam crianças;

2. **evitar** levar ao ar ou publicar imagens que invadam o espaço de mídia das crianças com informações que sejam nocivas a elas;
3. **evitar** o uso de estereótipos e de apresentações sensacionalistas para promover matérias jornalísticas envolvendo crianças;
4. **avaliar** cuidadosamente as conseqüências de quaisquer matérias relativas a crianças e minimizar o dano que possa vir a ser causado a elas;
5. **evitar** identificar crianças, seja visualmente ou de qualquer outra forma, salvo se essa identificação for claramente de interesse público;
6. **oferecer** às crianças, sempre que possível, o direito de acesso à mídia, para que elas manifestem suas opiniões sem indução de qualquer natureza;
7. **assegurar** a verificação independente de informações prestadas por crianças e tomar especial cuidado para que essa verificação não ponha em risco as crianças que prestaram as informações;
8. **evitar** o uso de imagens sexualizadas de crianças;
9. **usar** métodos justos, abertos e diretos para obter fotografias e, sempre que possível, obtê-las com o conhecimento e a permissão das crianças, ou de um guardião adulto responsável;
10. **verificar** as credenciais de qualquer organização que afirme falar em nome das crianças ou representar seus interesses;
11. **não efetuar** pagamento a crianças por material relativo ao bem-estar delas; nem a pais ou guardiões de crianças, salvo se isso for claramente do interesse delas.

Os jornalistas deverão submeter a exame crítico os relatórios apresentados pelos governos, bem como suas afirmações a respeito da implementação da Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos da Criança nos seus respectivos países.

A atenção e a cobertura à situação das crianças não deverá ser esporádica e condicionada a acontecimentos pontuais devendo, ao contrário, acompanhar os processos que tendam a levar, ou que estejam levando à ocorrência desses acontecimentos.

*2 de maio de 1998*

*As Recomendações da União Européia sobre a Proteção dos Menores e da Dignidade Humana nos Serviços Audiovisuais e de Informação foram adotadas pelo Conselho da União Européia em 28 de maio, tendo sido formalmente ratificadas em 24 de setembro de 1998.*

*As Recomendações, que se constituem num instrumento legal, visam a fornecer diretrizes para as legislações nacionais, cobrindo todos os tipos de mídia eletrônica.*

## **As Recomendações da União Européia sobre a Proteção dos Menores e da Dignidade Humana nos Serviços Audiovisuais e de Informação**

Em resumo, as Recomendações determinam que:

- pede-se que a televisão experimente novos métodos de controle parental (tais como códigos pessoais, softwares de filtragem ou chips de controle), embora a responsabilidade das emissoras, neste particular, seja reconhecida;
- os provedores de serviços de Internet on-line são solicitados a desenvolver códigos de boa conduta, de modo a melhor aplicar e esclarecer a atual legislação. As Recomendações encaixam-se nas atuais regulamentações nacionais e européias.

As Recomendações oferecem diretrizes para o desenvolvimento de auto-regulamentações nacionais relativas à proteção dos menores e da dignidade humana. A auto-regulamentação baseia-se em três elementos-chaves: em primeiro lugar, a participação de todas as partes interessadas (governo, setor de mídia, provedores de acesso e de serviços, associações de usuários) na produção de códigos de conduta; em segundo lugar, a implementação dos códigos de conduta pelo setor; e, em terceiro lugar, a avaliação das medidas tomadas.

As Recomendações estão estreitamente vinculadas ao Plano de Ação da União Européia para a Promoção de um Uso Mais Seguro da Internet.

A íntegra das Recomendações encontra-se publicada no *Diário Oficial das Comunidades Européias* L 270 de 07.10.1998, p. 48, e pode ser acessado no website <http://europa.eu.int>. Nós aqui reproduzimos as recomendações nele contidas:

### **O CONSELHO DA UNIÃO EUROPÉIA**

- I. RECOMENDA que os Estados-membros promovam um clima de confiança, que irá propiciar o desenvolvimento dos serviços audiovisuais de informação, através de:

- 1) promover, como mecanismo suplementar de regulamentação, a criação, em base voluntária, de mecanismos nacionais para a proteção dos menores e da dignidade humana nos serviços de audiovisuais e de informação, por meio de:
  - incentivo, em conformidade com as tradições e práticas nacionais, da participação das partes interessadas (usuários, consumidores, empresas e autoridades públicas) na definição, implementação e avaliação das medidas tomadas em cada país com relação às áreas abrangidas por estas recomendações;
  - criação de mecanismos nacionais de auto-regulamentação por parte dos operadores de serviços on-line, levando em conta os princípios indicativos e a metodologia descrita no Anexo;
  - cooperação, no âmbito da Comunidade, visando o desenvolvimento de metodologias de avaliação comparáveis entre si;
- 2) incentivar as emissoras a efetuar, em suas respectivas jurisdições e em base voluntária, pesquisas e experimentação de novos meios de proteger os menores e informar aos espectadores, como medida suplementar aos mecanismos de regulamentação, tanto nacionais quanto da Comunidade, que regem as transmissões;
- 3) adotar medidas eficazes, sempre que apropriado ou praticável, para reduzir os obstáculos potenciais ao desenvolvimento do setor de serviços on-line e, ao mesmo tempo, dar continuidade à luta contra os conteúdos ofensivos à dignidade humana e proibidos por lei, por meio de:
  - encaminhamento das queixas e das informações necessárias sobre supostos conteúdos proibidos por lei às autoridades nacionais competentes;
  - cooperação transnacional entre as estruturas de encaminhamento de queixas, de modo a fortalecer a eficácia das medidas tomadas em nível nacional;
- 4) promover, de modo a incentivar a arrancada do desenvolvimento tecnológico, cumulativamente e de forma coerente com as medidas legais e de outros tipos já existentes relativas aos serviços de teledifusão, e em estreita cooperação com as partes competentes:
  - medidas que permitam aos menores fazer uso responsável dos serviços audiovisuais e de informação oferecidos on-line, principalmente pela maior conscientização dos pais, educadores e professores sobre o potencial desses novos serviços, bem como das maneiras que podem torná-los seguros para os menores;



- medidas visando a facilitar, sempre que apropriado e necessário, a identificação de conteúdos e de serviços de qualidade destinados a menores, bem como o acesso a eles, inclusive através da oferta de meios de acesso localizados em estabelecimentos educacionais e em locais públicos.

## II. RECOMENDA que o setor de mídia e as partes interessadas:

1. cooperem, de conformidade com as tradições e práticas nacionais, com as autoridades competentes, na montagem das estruturas de representação de todas as partes interessadas em nível nacional, a fim de, entre outros objetivos, facilitar a participação na coordenação de nível europeu e internacional, nas áreas cobertas por estas recomendações;
2. cooperem na elaboração de códigos de conduta visando à proteção dos menores e da dignidade humana relativos ao fornecimento de serviços on-line para, entre outros objetivos, criar ambiente favorável ao desenvolvimento de serviços de notícias, levando em consideração os princípios e a metodologia descritos no Anexo;
3. desenvolvam e testem, no que se refere aos serviços de teledifusão, e em base voluntária, novos meios de proteger os menores e informar aos espectadores, de modo a incentivar as inovações e, ao mesmo tempo, aumentar o nível dessa proteção;
4. desenvolver medidas positivas em benefício dos menores, incluindo iniciativas que lhes facilitem acesso mais amplo aos serviços audiovisuais e de informação, evitando, simultaneamente, os conteúdos nocivos;
5. colaborar no processo de acompanhamento e avaliação regulares das iniciativas tomadas em nível nacional para a aplicação destas recomendações.

## III. CONVIDA a Comissão a:

- 1) facilitar, sempre que apropriado e por meio dos instrumentos financeiros já estabelecidos na Comunidade, a formação de redes ligando os órgãos responsáveis pela definição e implementação dos mecanismos nacionais de auto-regulamentação e o intercâmbio de experiências e de boas práticas, principalmente no que concerne aos diversos campos abrangidos por estas recomendações;

- 2) incentivar a cooperação e a troca de experiências e de boas práticas entre as estruturas de auto-regulamentação e de encaminhamento de queixas, visando a propiciar um clima de confiança, através do combate à circulação de conteúdos ofensivos à dignidade humana e proibidos por lei nos serviços audiovisuais e de informação on-line;
- 3) promover, juntamente com os Estados-membros, a cooperação internacional nas diversas áreas abrangidas por estas recomendações, especialmente pelo intercâmbio de experiências e de boas práticas entre os operadores e outras partes interessadas na Comunidade e seus parceiros de outras regiões do mundo;
- 4) desenvolver, em cooperação com as autoridades nacionais competentes, uma metodologia para a avaliação das medidas tomadas de conformidade com estas recomendações, dando particular atenção à avaliação do valor adicionado do processo de cooperação no nível da Comunidade e apresentar, dois anos após a adoção destas recomendações, relatório de avaliação de seus efeitos, a ser apresentado ao Parlamento e ao Conselho Europeu.

*Bruxelas, 24 de setembro de 1998*

O título completo é RECOMENDAÇÕES DO CONSELHO de 24 de setembro de 1998, sobre o desenvolvimento da competitividade dos serviços audiovisuais e informativos europeus, através da promoção de mecanismos nacionais que visem a atingir um nível comparável e eficaz de proteção dos menores e da dignidade humana (98/560/EC).

*Em 21 de dezembro de 1998, o Conselho da União Européia aprovou, em segunda leitura, um Plano de Ação para a promoção de uso mais seguro da Internet, através do combate aos conteúdos nocivos e proibidos por lei nas redes globais. Esta é a adoção final de uma proposta da Comissão Européia de uma série de iniciativas vigentes entre 1º de janeiro de 1999 e 31 de dezembro de 2002. As iniciativas, formuladas em estreita cooperação com o setor de mídia, com os Estados-membros e com os usuários, incluem uma rede de linhas disque-denúncia, apoio para a auto-regulamentação, desenvolvimento de medidas técnicas e iniciativas de conscientização.*

## **Plano de Ação da União Européia para a Promoção do Uso mais Seguro da Internet**

Uma vez que o Plano de Ação é longo – sua íntegra pode ser encontrada na Decisão Nº 276/1999/EC do Parlamento e do Conselho Europeus de 25 de janeiro de 1999 – nós aqui reproduzimos versão resumida do Plano de Ação, elaborado para divulgação na imprensa:

A Internet vem revolucionando uma série de setores econômicos, e vem-se tornando um elemento poderoso nos campos social, educacional e cultural. Nunca antes quantidades tão vastas de informação e de serviços estiveram disponíveis aos cidadãos. Novas formas de comunicação estão se desenvolvendo, e a participação em grupos de interesse tornou-se possível a todos.

O objetivo do Plano de Ação é assegurar a implementação das várias iniciativas da União Européia sobre como lidar com os conteúdos indesejáveis da Internet. A proposta consiste num plano financeiro visando a apoiar as iniciativas não-regulamentadoras de promoção de maior segurança no uso da Internet. É importante ressaltar que a grande maioria dos conteúdos da Internet não coloca problemas de qualquer tipo. No entanto, como a Internet pode ser usada para a distribuição de materiais ilegais e nocivos, essas questões têm que ser tratadas, para que os consumidores e empresas européias possam tirar pleno partido das oportunidades oferecidas pela sociedade da Informação. Mais particularmente, pais e professores preocupam-se com a facilidade do acesso a conteúdos que possam representar risco para as crianças.

O Plano de Ação tem como objetivo específico as medidas para as quais seja necessário o apoio financeiro da Comunidade, e foi redigido em cooperação com os usuários, o setor da Internet e os governos dos Estados-membros, tendo como base um consenso no âmbito da União. O Plano tem como objetivos:

- incentivar os atores (setor de mídia, usuários) a desenvolver e implementar sistemas apropriados de auto-regulamentação;
- fortalecer o desenrolar do processo, dando apoio a manifestações e incentivando a aplicação de soluções técnicas;
- alertar e informar os pais e professores, principalmente através de suas respectivas associações;

- patrocinar a cooperação e o intercâmbio de experiências de práticas bem-sucedidas;
- coordenar a ação de todos os atores envolvidos por toda a Europa;
- assegurar a compatibilidade entre a abordagem adotada na Europa e nas demais regiões;

O Plano de Ação apresenta uma série de medidas relativas a quatro linhas de ação:

### ***1. Criação de um ambiente seguro (através da auto-regulamentação do setor)***

Reconhecendo o importante trabalho já realizado pela Internet Européia neste particular, a Comissão dará continuidade às iniciativas já tomadas quanto a linhas disque-denúncia e incentivará outras iniciativas de auto-regulamentação e Códigos de Conduta. As linhas disque-denúncia mostraram ser um instrumento importante para a coleta de informações sobre conteúdos proibidos por lei. As informações assim recolhidas serão de importância vital para evitar que se permita que conteúdos atualmente proibidos por lei possam florescer nas redes internacionais. A natureza global da Internet, contudo, exige que essas iniciativas sejam pan-européias e até mesmo internacionais. Serão tomadas providências para a criação de redes de linhas disque-denúncia e para aperfeiçoar os vínculos com as instâncias de execução da lei. A implementação dos Códigos de Conduta receberá apoio com base nas Recomendações de 24 de setembro de 1998 sobre a proteção de menores e da dignidade humana. Em conexão com os Códigos de Conduta, será criado um sistema de rotulação visível da classificação de qualidade.

### ***2. Desenvolvimento de um sistema de filtragem e de avaliação***

Diversos modos de filtragem e avaliação serão exaustivamente examinados num contexto europeu, com o fim de colocar à disposição dos usuários uma gama de diferentes ferramentas para que eles protejam a si

próprios e a suas famílias contra materiais indesejáveis. Essa linha de ação estará focalizada na validação dos sistemas de avaliação em relação aos provedores de conteúdo europeus, na integração dessa avaliação aos processos de criação de conteúdos, nas vantagens dessas soluções técnicas e na oferta de sistemas de avaliação por terceiros. Aqui também, para que as soluções tenham eficácia, providências serão tomadas para facilitar acordos internacionais sobre os sistemas de avaliação.

### ***3. Incentivo a ações de conscientização***

Em estreita conexão com as demais linhas de ação, esta linha irá preparar o terreno para iniciativas de conscientização, a serem realizadas pelos Estados-membros. Essas ações deverão identificar os órgãos multiplicadores, os canais mais adequados, a mídia e os conteúdos que possibilitem atingir a audiência-alvo, preparar o material básico e adaptá-lo às especificidades lingüísticas e culturais. O incentivo às iniciativas de conscientização de escala mais ampla será feito por solicitação de propostas de ações de monitoramento a serem realizadas pelos Estados-membros.

### ***4. Ações de apoio***

Na medida em que nenhuma ação isolada será suficiente para ampliar as possibilidades oferecidas aos usuários para sua autoproteção e para atingir os objetivos deste Plano, outras providências serão tomadas com o objetivo de avaliar o impacto das medidas adotadas pela Comunidade, estimar suas implicações legais e atuar de forma coordenada com iniciativas internacionais da mesma natureza.

### ***Atuação coordenada com outras iniciativas***

As medidas a serem tomadas deverão ser compatíveis com as Recomendações de 24 de setembro do Conselho e com a promoção de diretrizes comuns para a implementação de nível nacional de um mecanismo de autorregulamentação visando a proteção dos menores e da dignidade humana nos serviços audiovisuais e informativos oferecidos on-line.

O Plano de Ação será implementado após serem ouvidos o setor da Internet, os usuários e os Estados-membros. Será dado prosseguimento aos contatos com entidades multinacionais, de forma a compatibilizar as ações internacionais. O uso das redes existentes estabelecidas por outros programas será incentivado, a fim de divulgar as informações sobre soluções técnicas, jurídicas e de outra natureza.

*21 de dezembro de 1998*

*Em 19 de janeiro de 1999, cerca de 300 especialistas em questões infantis e proteção às crianças, especialistas em Internet e provedores de serviços, profissionais de mídia, agências de execução da lei e representantes de governos se reuniram na Sede da UNESCO, em Paris, a fim de examinar maneiras de combater a pedofilia e a pornografia infantil na Internet. Levando em conta o trabalho já realizado, o encontro de especialistas elaborou um Plano de Ação e emitiu a seguinte declaração anexa:*

## **Declaração e Plano de Ação sobre o Abuso Sexual de Crianças, Pornografia Infantil e Pedofilia na Internet**

*Promulgada no Encontro de Especialistas, UNESCO*

### **DECLARAÇÃO**

A Internet oferece um mundo novo para crianças curiosas. Ela fornece diversão e oportunidades de educação, informação e comunicação. A Internet é uma ferramenta que abre uma janela de oportunidade, embora esteja disponível a uma pequena minoria das crianças do mundo. Hoje, apenas 5% das crianças têm acesso à Internet, e a maioria delas vive nas regiões desenvolvidas. Esse hiato de informação entre os países possuidores e os despossuídos têm que ser fechado.

À medida que cresce o uso da Internet, crescem também os riscos de as crianças serem expostas a material impróprio, principalmente às atividades criminosas de pedófilos e de pessoas que se dedicam à pornografia infantil. Embora os benefícios da Internet superem em muito suas

desvantagens potenciais, esses perigos não podem ser ignorados. Se deixados sem resposta, eles virão a representar ameaça às crianças e converter-se-ão num motivo de resistência ao uso futuro da Internet.

Acreditamos que esse uso futuro venha a ser determinado pela próxima geração, que nasceu numa sociedade digital e que está começando a pensar, trabalhar, brincar e aprender de maneiras fundamentalmente diferentes das de seus pais. No atual período de transição, contudo, o uso e o desenvolvimento das tecnologias digitais deve levar em conta os atuais valores sociais, culturais e democráticos.

Acima de tudo, precisamos saber mais sobre o material atualmente disponível, sua acessibilidade, seu conteúdo e o número de pessoas que o consome. Até hoje, não se sabe o bastante sobre a escala ou a amplitude das atividades pedófilas na rede, nem sobre suas conseqüências e seu impacto sobre os jovens.

A proteção das crianças na Internet não é uma questão de censura. A criação de um ambiente on-line seguro para as crianças deve preservar e reforçar as liberdades fundamentais, tais como a liberdade de expressão, de informação e o direito à privacidade, ao mesmo tempo que assegura seu direito a estarem protegidas contra material nocivo ou proibido por lei.

A luta contra a pedofilia e a pornografia infantil na Internet exige coalizão das forças que lidam com crianças, do setor de mídia, dos formuladores de políticas, dos educadores e dos pais, de modo a assegurar que os usuários tenham conhecimento dos perigos potenciais e que existam, à sua disposição, os meios necessários para combater essa ameaça.

A ação contra os conteúdos ilegais necessita da cooperação do setor, na restrição da circulação e na montagem de um sistema plenamente operacional de auto-regulamentação, visando a um alto nível de proteção, que deve caminhar lado a lado com uma firme ação policial. Os conteúdos nocivos deverão ser tratados diferentemente daquilo que é explicitamente proibido por lei.

Nesse espírito, identificamos as medidas concretas necessárias ao incentivo de um ambiente favorável ao desenvolvimento de uma Internet amigável para com as crianças. O Plano de Ação a seguir exige uma abordagem estratégica, que seja tanto global quanto inclusiva, e que traga consigo o compromisso de todos os atores, particularmente o dos governos, de modo a assegurar a criação de uma estrutura de coordenação, de recursos financeiros e de apoio político. Solicitamos ao Diretor-Geral que leve este documento e Plano de Ação à atenção dos Estados-membros da UNESCO, às Comissões nacionais e à Conferência Geral.

*Paris, 19 de janeiro de 1999*

## PLANO DE AÇÃO

### INTRODUÇÃO

Embora o Plano de Ação seja endereçado principalmente à UNESCO, ele contém elementos que deverão ser adotados por todos os atores que participem da luta contra a pedofilia na Internet. Os governos, os organismos internacionais, as ONGs, o setor de mídia, os educadores, pais, autoridades policiais e a mídia têm, todos eles, um papel a desempenhar, mas deve-se envidar todos os esforços para que as vozes das crianças sejam também ouvidas na elaboração das estratégias para fazer da Internet um lugar seguro. O papel da UNESCO, nesse esforço conjunto, deverá ser, basicamente, o de catalisador.

### PESQUISA, CONSCIENTIZAÇÃO E PREVENÇÃO

Dentro de sua área de competência, cabe à UNESCO um papel e uma responsabilidade específicos nessa ação. Em particular, deverá ser criada uma *clearinghouse* para o intercâmbio de informações e para a promoção da cooperação entre os diversos grupos envolvidos com os direitos da criança.

Os programas educacionais, culturais e de comunicação da UNESCO deverão encampar as questões levantadas neste encontro, devendo, em particular:

- patrocinar e desenvolver iniciativas objetivando o uso de meios técnicos para combater os materiais nocivos, principalmente através do uso de filtros e de sistemas de autotagging;
- promover os atuais instrumentos de seleção, que informam às crianças e aos adultos como protegerem a si próprios;
- patrocinar campanhas informativas visando conscientizar o público do mal sofrido pelas crianças que foram sujeitas a abusos sexuais, e identificar esse abuso como um abuso de poder.

Além disso, a UNESCO deverá:

- formular e apoiar, de forma sistemática, programas de pesquisa, em parceria com instituições de pesquisa, de modo a obter visão mais clara, ampla e atualizada dos problemas da pedofilia na Internet;



- divulgar informações entre pesquisadores e promover o intercâmbio de informações juntamente com organizações voltadas para questões infantis e proteção das crianças, provedores de serviços de Internet, webmasters, a polícia e as instituições judiciárias, os profissionais de mídia, os cidadãos e os grupos cívicos, bem como outros grupos de clientes;
- encomendar a elaboração de um glossário abrangente dos termos relativos à Internet e a seu funcionamento, de modo que os usuários e os especialistas possam chegar a um consenso sobre esse valioso serviço de informação e formação de redes;
- apoiar e incentivar as “linhas disque-denúncia” nacionais, bem como a criação de redes de disque-denúncia, ou de uma “torre de vigia eletrônica” internacional, que ofereça a possibilidade de auxílio imediato às crianças;
- desenvolver a educação para a mídia e para a Internet e estratégias de informação e conscientização, visando sensibilizar crianças, pais, professores, instituições educacionais, assistentes sociais, os meios de comunicação de massa e os políticos;
- propiciar a participação das associações de mães/pais nessa estratégia de comunicação e criar uma rede mundial de cidadãos e personalidades estratégicas, instituições e empresas do setor, mobilizada contra a pedofilia na Internet;
- desenvolver estratégia comum de longo prazo e um clima cultural amigável para as crianças seja criado, e a idéia de uma sociedade civil virtual seja promovida.

## LEGISLAÇÃO E REGULAMENTAÇÃO

O papel da UNESCO com relação à legislação e às regulamentações deverá ser desenvolvido de acordo com a seguinte estrutura:

- 1. Regulamentação direcionada**, a ser usada por aqueles que se opõem à pornografia infantil, incluindo o apoio à legislação de combate à pornografia infantil, abrangendo a posse de material.
- 2. Auto-regulamentação**, a ser encarada como uma resposta do setor de mídia, e um corpo de diretrizes éticas, de modo a incentivar maior participação do setor.

**3. Co-regulamentação**, implica que a regulamentação, com o apoio dos governos, de ONGs, do setor de mídia e da sociedade civil, deverá também ser possível.

A UNESCO, em cooperação com outros órgãos, deverá criar uma Força-Tarefa ou uma Comissão de Especialistas, reunindo as experiências de todos os setores preocupados com o abuso sexual e a pornografia e com a proteção das crianças na Internet. Esse órgão voltado para a ação deverá examinar os seguintes itens:

### **Prevenção**

- Promover a conscientização sobre a proteção on-line das crianças junto a todos os atores interessados, incluindo principalmente as instâncias legislativas e as autoridades policiais.

### **Coleta de informações**

- Coletar todos os tipos de informações jurídicas relativas à pornografia on-line, incluindo

### **Divulgação de informações**

- Divulgar amplamente e tornar públicas através da Internet as informações coletadas sobre as questões jurídicas relativas à pornografia infantil on-line, fazendo uso de observatórios ou *clearinghouses* internacionais.

### **Análise**

- Realizar estudos sobre as questões jurídicas relacionadas à pornografia on-line.

### **Auto-Regulamentação**

- Estudar a eficácia da auto-regulamentação.
- Promover iniciativas, de parte do setor de mídia e do setor privado, visando desenvolver códigos de ética sobre a pornografia infantil on-line, trabalhando paralelamente com especialistas em questões jurídicas de todo o mundo.
- Estudar o papel dos provedores de serviços de Internet com relação a como as redes pedófilas são utilizadas.
- Promover o diálogo entre todos os atores afetos à questão, governos e provedores de serviços de Internet, de modo a equilibrar as iniciativas de leis de software.

## **Legislação**

- Promover a harmonização, bem como a cooperação internacional entre os juristas e a polícia.
- Estudar, entre outras questões jurídicas, a conveniência e a factibilidade de uma estrutura legislativa internacional visando proteger o uso da Internet pelas crianças, sob os auspícios da UNESCO.

## **Cooperação internacional e ação policial**

- Promover padrões adequados para as ações policiais e a cooperação em escala internacional, em coordenação com os provedores de serviços de Internet.
- Estabelecer alguns princípios ou padrões internacionais.

*Paris, 19 de janeiro de 1999*

*De conformidade com as Recomendações da Conferência de Viena (ver abaixo), o Conselho Executivo e a Conferência Geral da UNESCO de 1999 aprovaram a incorporação a seus programas para 2001 e 2002 de atividades relativas à Educação para a Mídia, tanto no campo do setor das comunicações quanto no setor educacional.*

## **RECOMENDAÇÕES encaminhadas à Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, UNESCO, adotadas na Conferência de Viena “Educando para a Mídia e a Era Digital” 18-20 de abril de 1999**

### ***Estrutura Geral e Organização***

A Vigésima Nona Conferência Geral da UNESCO, ao adotar a Minuta de Resolução 61, aprovou que, em seu programa para 1998-99, deverá ser assegurado o apoio à educação para a mídia e à criação de espaço de mídia para os jovens, por intermédio de diferentes modalidades e ações. Essas ações baseiam-se numa série de diferentes eventos e documentos da UNESCO e de seus Estados-membros, principalmente a “Declaração de Grünewald sobre a Educação para a Mídia” (1982) e o “Novos Rumos na Educação para a Mídia”, do Colóquio de Toulouse (1990).

Após os trabalhos preparatórios realizados em 1998, a Comissão Nacional Austríaca para a UNESCO e o Ministério Federal de Educação e Assuntos Culturais da Áustria, em cooperação com a UNESCO, organizaram a conferência internacional “Educando para a Mídia e para a Era Digital” (Viena, Áustria, 18-20 de abril de 1999).

Quarenta e um convidados representando 33 países estiveram presentes à conferência. Com base nas recomendações da Conferência, foi programada a preparação de novas ações a terem lugar nos Estados-membros da UNESCO, através do programa da UNESCO de educação para a mídia e de criação de um espaço de mídia para os jovens.

### *Presidência e Comissão de Relatoria*

A Conferência confirmou as seguintes indicações:

Presidente: Susanne KRUCSAY (Áustria)  
Vice-presidentes: Alexandra POLITOSTATHI (Grécia)  
John PUNGENTE (Canadá)  
Relator-Geral: Didier SCHRETTTER (Bélgica)  
Relator-Adjunto: Kenneth NOYAU (Maurício)

As presidências de três grupos de trabalho foram designadas e aprovadas pela conferência:

Presidências: Cary BALZAGUETTE (Reino Unido)  
Kenneth NOYAU (Maurício)  
Jeanne PRINSLOO (África do Sul)

A UNESCO foi representada por Peter GONDA e Carlos A. ARNALDO. A Comissão Nacional Austríaca da UNESCO foi representada pelo Dr. Harald GARDOS.

Todo o encontro foi registrado por cobertura contínua, jornalística e em vídeo, feita por alunos de uma escola secundária austríaca situada nas redondezas, e por entrevistas radiofônicas realizadas por alunos de uma outra escola primária austríaca.

Após a apresentação e a discussão dos documentos da conferência, três grupos de trabalho foram formados, para recolher, junto aos participantes, possíveis formulações políticas ou sugestões relativas a providências a serem recomendadas à UNESCO sobre o tema da Conferência, a Educação para a mídia e para a era digital. Na manhã seguinte, um grupo de trabalho especificamente designado tentou elaborar uma lista de políticas e um conjunto de recomendações, com base nessas formulações e ações. Esse grupo foi composto por Cary Balzaguette, Susanne Krucsay, Kenneth Noyau, Jeanne Prinsloo e Didier Schretter. Os membros do secretariado da UNESCO participaram como observadores.

### *Definição geral, princípios e formulações políticas*

Educação para a Mídia:

- trata de todos os meios de comunicação, incluindo a palavra escrita e as artes gráficas, o som e as imagens paradas e em movimento, apresentados por qualquer tipo de tecnologia;
- permite às pessoas entender os meios de comunicação usados em sua sociedade, a forma como eles operam, bem como adquirir a capacidade de fazer uso desses meios para se comunicarem umas com as outras;
- faz com que as pessoas aprendam a:
  - analisar, refletir de forma crítica sobre textos de mídia e criá-los;
  - identificar as fontes dos textos de mídia, seus interesses políticos, sociais, comerciais e/ou culturais e seus contextos;
  - interpretar as mensagens e os valores oferecidos pela mídia;
  - selecionar meios apropriados para comunicar suas próprias mensagens ou histórias e para fazer com que elas atinjam a audiência desejada;
  - obter ou reivindicar acesso à mídia, tanto para recepção quanto para transmissão.

A Educação para a Mídia é parte integrante do direito básico de todos os cidadãos, em todos os países do mundo, à liberdade de expressão e do direito à informação, sendo um dos instrumentos da criação e da sustentação de uma democracia. Reconhecendo as disparidades de natureza e de grau de desenvolvimento da Educação para a Mídia nos diversos países, os participantes da Conferência “Educando para a Mídia e para a Era

Digital” recomendam que a Educação para a Mídia seja introduzida, onde possível, nos currículos nacionais, bem como na educação terciária e na educação de extensão informal e contínua:

- a Educação para a Mídia trata de uma ampla gama de textos de todas as mídias (impressa, sonora e de imagem parada e em movimento), que oferecem às pessoas experiências culturais ricas e diversificadas;
- em países que estejam se encaminhando à introdução de novas tecnologias, a Educação para a Mídia pode auxiliar os cidadãos a reconhecer o potencial da mídia para representar correta ou erroneamente suas culturas e suas tradições;
- em situações onde o acesso a tecnologias eletrônicas e digitais é limitado ou inexistente, a Educação para a Mídia pode tomar como base os textos de mídia existentes naquele contexto;
- a Educação para a Mídia deverá ter como objetivo conferir poder a todos os cidadãos de todas as sociedades, e a assegurar que as pessoas portadoras de necessidades especiais e as pessoas em situação de desvantagem social e econômica tenham acesso a ela;
- a Educação para a Mídia tem também um papel de importância crítica a desempenhar em situações de conflitos sociais e políticos, guerras, desastres naturais e catástrofes ecológicas etc., devendo ser sensível a esses temas.

**À luz dessas definições gerais e dessas formulações políticas, os participantes da Conferência de Viena recomendam que**

1ª UNESCO facilite diversas formas de pesquisas de nível local e internacional, com o objetivo de tratar dos diferentes aspectos da Educação para a Mídia, inclusive:

- projetos exploratórios em locais que desejem introduzir ou desenvolver programas de Educação para a Mídia;
- estudos comparativos internacionais;
- avaliação rigorosa, de modo a fornecer provas da eficácia dos programas de Educação para a Mídia;

2ª UNESCO facilite as avaliações interculturais de métodos e programas de treinamento de professores, tanto básicos quanto de prática em sala-de-aula, e garanta o intercâmbio e a utilização dessas experiências.

3ª UNESCO desenvolva diretrizes apropriadas, com base em princípios éticos, direcionadas ao patrocínio das iniciativas e programas de Educação para a Mídia pelo setor privado, a fim de garantir que a integridade educacional dos currículos, pedagogias e recursos não seja comprometida.

4ª UNESCO facilite as parcerias e os aspectos financeiros, a fim de cumprir as recomendações da Conferência de Viena e prestar auxílio na concepção de um plano de ação.

5ª UNESCO divulgue de forma mais ampla as convenções de direitos autorais existentes e incentive o desenvolvimento de instrumentos de direitos autorais em nível nacional e regional, que levem plenamente em conta as necessidades da Educação para a Mídia e que garantam que o direito de copiar meios audiovisuais e digitais para fins educativos não seja menor que o relativo aos materiais impressos.

6ª UNESCO crie uma *Clearinghouse* internacional de Educação para a Mídia para possibilitar e coordenar todas essas ações.

Essa *Clearinghouse* deverá colaborar com as redes e organizações nacionais e internacionais atualmente em operação que tratem de Educação para a Mídia. Ela deverá dar ênfase à cooperação entre todos os especialistas e organizações que tratem, de maneira formal ou informal, de Educação para a Mídia, devendo também:

- compartilhar estratégias, divulgar materiais de Educação para a Mídia e promover e dar ênfase à conscientização sobre Educação para a Mídia;
- ser um observatório permanente para o desenvolvimento da Educação para a Mídia;
- dar especial atenção a uma divulgação ampla, de modo a incentivar o desenvolvimento igualitário da Educação para a Mídia em todos os países e em todos os idiomas.

Essa *Clearinghouse* deverá ser criada o quanto antes, de modo a atender às recomendações adotadas durante a Conferência de Viena.

**Os participantes recomendam que a UNESCO, com a máxima urgência, reveja seu programa de Educação para a Mídia e aloque os recursos necessários à implementação destas Recomendações.**

**A UNESCO e todos os participantes da Conferência de Viena deverão envidar o máximo esforço no sentido de transmitir e divulgar estas recomendações aos representantes nacionais da UNESCO e a outras instituições interessadas.**

Aprovado por unanimidade pelos participantes da Conferência de Viena, em sessão plenária.

*Viena, 20 de abril de 1999*

*O Fórum Ásia-Pacífico de Televisão sobre Crianças e Jovens, realizado em Seul, República da Coreia, em fevereiro de 2000, reuniu mais de 120 profissionais de televisão de alto nível para discutir o importante papel da mídia na promoção e na proteção dos direitos das crianças. Representantes das emissoras públicas e privadas, das redes de televisão por satélite e a cabo e de associações regionais de televisão apresentaram e discutiram idéias inovadoras para a programação, bem como campanhas de defesa.*

*O Fórum foi o primeiro encontro da região a dar prosseguimento à Cúpula Asiática sobre os Direitos da Criança e a Mídia, realizada em Manila, em 1996. A Declaração foi apresentada à Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças, realizada na Grécia, em março de 2001, tendo sido apresentada aos governos na Quinta Consulta Ministerial, realizada em Pequim, em maio de 2001.*

## **Declaração do Fórum Ásia-Pacífico de Televisão sobre Crianças e Jovens**

Nós, um grupo de cerca de 100 integrantes da comunidade televisiva, nos reunimos em Seul, República da Coreia, de 5 a 7 de fevereiro de 2001, para o Fórum Ásia-Pacífico de Televisão sobre Crianças e Jovens. Damos especiais boas-vindas à primeira participação de diversas nações insulares do Pacífico num encontro sobre televisão e esperamos que, futuramente, essa participação seja ainda mais intensa. Durante os três dias deste Fórum sobre Televisão, enfocamos diversos temas relacionados com a produção



de noticiários de alta qualidade e pertinência e de programas educativos e de entretenimento para e sobre crianças e jovens.

Temos pleno conhecimento de que, nos termos da internacionalmente aceita Carta da Televisão para Crianças (Adendo I), que foi reafirmada no âmbito desta região pela Declaração Asiática dos Direitos da Criança (Adendo II), o setor de televisão comprometeu-se a produzir programas para e sobre crianças que respeitem e reafirmem os direitos consagrados na Convenção sobre os Direitos da Criança.

Como afirmado na Carta da Televisão, reconhecemos e aceitamos nossa “obrigação de divertir, informar, engajar e esclarecer” as crianças e os jovens, em conformidade com os princípios da Convenção sobre os Direitos da Criança.

Tendo em vista o Movimento Global pelas Crianças e a Sessão Especial das Nações Unidas sobre as Crianças, programada para setembro de 2001, que irá lançar as bases de uma nova agenda de desenvolvimento para as crianças, reconhecemos que ainda há muito trabalho a ser realizado para promover e proteger de maneira plena os direitos das crianças e dos jovens, e para cumprir nossas obrigações para com eles.

Nós, portanto, aqui convocamos a União de Teledifusão Ásia-Pacífico (ABU) e a Associação Asiática de Televisão por Satélite e a Cabo (CASBAA), as emissoras filiadas a elas e todas as organizações regionais e nacionais de teledifusão a:

1. Adotar a Carta da Televisão e a Declaração Asiática da Mídia como os padrões empregados pelas emissoras para medir e avaliar sua atuação com relação à oferta de programação televisiva de alta qualidade e interesse para as crianças e jovens, sobre eles e feita por eles.
2. Criar mecanismos, em parceria com as associações regionais de televisão, visando a divulgar informações sobre “boas práticas”, que servirão para promover a produção de programação de alta qualidade e interesse para as crianças e jovens, sobre eles e feita por eles. Isso pode ser feito pelo fornecimento de espaço em websites, em boletins informativos ou nas reuniões anuais, para discutir as melhores práticas de programação para crianças e jovens, e para explorar novas maneiras de esses programas serem de auxílio na promoção dos direitos das crianças.
3. Reconhecer os excepcionais esforços envidados pelas emissoras da região Ásia-Pacífico no sentido de promover e reafirmar os direitos das crianças e dos jovens, estabelecendo uma premiação anual especial,

conferida pela ABU-CASBAA-UNICEF, nas áreas de programas noticiosos, educativos e de entretenimento.

4. Trabalhar no sentido de criar um fundo regional/nacional de televisão, com o apoio do setor privado, como parte de sua contribuição ao Movimento Global pelas Crianças, fundo esse a ser usado para propiciar o desenvolvimento de capacidade de produção de programas inovadores e enriquecedores para as crianças e jovens, sobre eles e feita por eles.
5. Apoiar os esforços no sentido de propiciar a produção de programas de alta qualidade e interesse para crianças e jovens, tais como o Grupo de Trabalho para as Crianças, da ABU.
6. Solicitar e incentivar as emissoras públicas/governamentais a alocarem mais recursos e mais tempo de transmissão para programas de alta qualidade e interesse para as crianças e jovens, sobre eles e feita por eles, incluindo programas educacionais e de entretenimento.
7. Incentivar a formação de parcerias mais fortes entre as emissoras da região e as organizações de desenvolvimento, visando a promoção, a divulgação e o progresso do Movimento Global pelas Crianças, resultante da Sessão Especial das Nações Unidas sobre as Crianças, da nova agenda de desenvolvimento para as crianças e de todos os demais esforços visando assegurar e proteger os direitos das crianças e dos jovens à sobrevivência, à proteção, ao desenvolvimento, à participação e a um ambiente saudável e sustentável.
8. Usar a ocasião do Dia Internacional da Televisão para Crianças para promover e divulgar o Movimento Global pelas Crianças e a nova agenda de desenvolvimento, incentivando a participação regular das crianças e dos jovens na produção de programas de televisão para crianças, sobre crianças e feitos pelas próprias crianças.

*7 de fevereiro de 2001, Seul, República da Coreia*

*A Versão Preliminar da Declaração de Tessalônica: Compromissos para com O Futuro foi apresentada pelo Instituto Audiovisual Helenístico (I.O.M.) durante a sessão de encerramento da Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças, produzida pelo Centro Europeu de Televisão para Crianças (E.C.T.C.) e realizada em Tessalônica, Grécia, de 23 a 26 de março de 2001. A Versão Preliminar da Declaração ficará aberta a opiniões e sugestões até 28 de setembro de 2001, após o que um grupo editorial encarregar-se-á da elaboração da versão final.*

## **Versão Preliminar da Declaração de Tessalônica: COMPROMISSOS PARA COM O FUTURO**

Os participantes da Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças, organizações internacionais, governamentais e não-governamentais, formuladores de políticas, integrantes do setor audiovisual representando todos os setores da mídia, pesquisadores e crianças, reafirmam que o direito a se comunicar, participar e estar informado é um dos *direitos humanos* essenciais das crianças, refletido na Convenção sobre os Direitos da Criança.

O respeito pela dignidade humana e o direito à participação democrática das crianças na mídia exigem políticas integradas nos níveis global, nacional, regional e local. De modo a assegurar os direitos das crianças, os processos de comunicação deverão ser pluralistas e multiculturais, devendo garantir a liberdade e a diversidade de opinião e expressão.

Considerando:

1. As atuais convenções, cartas, declarações e recomendações regionais, nacionais e internacionais sobre regulamentação que tratam das questões de crianças e meios audiovisuais, em especial a Carta Internacional da Mídia para Crianças;
2. A importância de engajar a mídia como parceira em ações visando concretizar os direitos das crianças, bem como a responsabilidade social da mídia num mundo interdependente e globalizado, principalmente no que tange às necessidades educacionais, de promoção de capacidades para a vida e de transposição das disparidades digitais;
3. As crescentes manifestações de preocupação quanto ao impacto sobre as crianças de programas de mídia que contenham violência, consumismo, sexo e estereótipos étnicos;
4. A necessidade de preservar a diversidade cultural num mundo em processo de rápida globalização;
5. A urgente necessidade de ações coordenadas entre os atores da mídia, tendo em vista a rápida evolução da tecnologia.

### **Concordamos em trabalhar para:**

- incentivar e dar apoio à *produção de conteúdo local de boa qualidade*, a ser distribuída por todos os meios, de modo a atingir a todos os níveis

- educacionais, visando à comunicação e à cooperação entre estudantes, escolas e diferentes sistemas educacionais. As sinergias sistemáticas entre “central e regional” e “local e global”, dentro de um quadro positivo para a preservação e a promoção dos idiomas e das práticas culturais;
- adoção de regulamentações convergentes e monitoramento de sua aplicação através de *observatórios focalizados nas crianças e na mídia*, nas propagandas e conteúdos negativos da Internet, com referência específica ao ambiente de mídia local, com foco especial na proteção contra a violência, a pornografia, a pedofilia e o racismo;
  - a participação do setor de audiovisuais em *seminários para profissionais*, no âmbito de uma estratégia internacional e intercultural (*os treinadores voadores*), para que os avanços estruturais levem a uma mídia audiovisual de boa qualidade para crianças;
  - reconhecer e promover as *pesquisas sobre as crianças e a mídia*, de modo a formular políticas e contribuir para estratégias de programação específicas;
  - dar a mais alta prioridade à questão “*as crianças e a mídia*” na agenda das organizações internacionais, nacionais e regionais voltadas aos interesses das crianças.

Com base no acima citado, os participantes concordam em empreender ações dentro do espírito de uma “*responsabilidade compartilhada*” entre

- *país*
- *governos e organizações internacionais*
- *sociedade civil*
- *setor de mídia*
- *instituições educacionais e de pesquisa*

*Tessalônica, 26 de março de 2001.*

# Apêndice

# Lista de Países dos Sumários Regionais

As médias apresentadas na tabela 2 foram calculadas usando os dados dos países abaixo agrupados.

## **Países industrializados**

Alemanha, Andorra, Austrália, Áustria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Eslovênia, Espanha, Estados Unidos, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Irlanda, Islândia, Israel, Itália, Japão, Liechtenstein, Luxemburgo, Malta, Mônaco, Noruega, Nova Zelândia, Portugal, Reino Unido, San Marino, Santa Sé, Suécia, Suíça.

## **Estados CEE/CEI e países bálticos**

Albânia, Armênia, Azerbaijão, Belarus, Bósnia-Herzegovina, Bulgária, Cazaquistão, Croácia, Eslováquia, Estônia, Federação Russa, Geórgia, Hungria, Iugoslávia, Letônia, Lituânia, Macedônia TFYR, Moldávia, Quirgistão, República da Polônia, República Tcheca, Romênia, Tajiquistão, Turcomenistão, Turquia, Ucrânia, Uzbequistão.

## **Países em desenvolvimento**

Afeganistão, África do Sul, Angola, Antigua e Barbuda, Arábia Saudita, Argélia, Argentina, Armênia, Azerbaijão, Bahamas, Bahrain,

Barbados, Belize, Benin, Bangladesh, Bolívia, Botswana, Brasil, Brunei Darussalam, Burkina Faso, Burundi, Butão, Cabo Verde, Camarões, Camboja, Catar, Cazaquistão, Cingapura, Colômbia, Comoros, Congo, Congo, Rep. Dem. do, Coreia, Rep. da, Coreia, Rep. Dem. da, Costa do Marfim, Costa Rica, Cuba, Chade, Chile, China, Chipre, Dibuti, Dominica, Egito, El Salvador, Emirados Árabes Unidos, Equador, Eritreia, Etiópia, Fiji, Filipinas, Gabão, Gâmbia, Gana, Geórgia, Grenada, Guatemala, Guiana, Guiné Equatorial, Guiné, Guiné-Bissau, Haiti, Honduras, Iêmen, Ilhas Cook, Ilhas Marshall, Ilhas Salomão, Índia, Indonésia, Irã, Iraque, Israel, Jamaica, Jordão, Kiribati, Kuwait, Laos, Rep. Democ. Popular do, Lesoto, Líbano, Libéria, Líbia, Madagascar, Malavi, Maldivas, Mali, Marrocos, Maurício, Mauritânia, México, Mianmar, Micronésia, Fed. dos Estados da,

Moçambique, Mongólia, Namíbia, Nauru, Nepal, Nicarágua, Níger, Nigéria, Niue, Nova Guiné-Papua, Omã, Palau, Panamá, Paquistão, Paraguai, Peru, Quênia, Quirgistão, República Centro-Africana, República Dominicana, Ruanda, Saint Kitts e Nevis, Samoa, Santa Lúcia, São Tomé e Príncipe, São Vicente/Grenadinas, Saudi-Arábia, Seicheles, Senegal, Serra Leoa, Síria, Somália, Sri Lanka, Suazilândia, Sudão, Suriname, Tailândia, Tadjiquistão, Tanzânia, Togo, Trinidad-Tobago, Tunísia, Turcomenistão, Turquia, Tuvalu, Uganda, Uruguai, Uzbequistão, Vanuatu, Venezuela, Vietnã, Zâmbia, Zimbábue.

## **Países menos desenvolvidos**

Afeganistão, Angola, Bangladesh, Benin, Burkina Faso, Burundi, Butão, Cabo Verde, Cambodia, Comoros, Congo, Rep. Dem., Chade, Dibuti, Eritreia, Etiópia, Gâmbia, Guiné Equatorial, Guiné, Guiné-Bissau, Haiti, Iêmen, Ilhas Salomão, Kiribati, Laos, Rep. Dem. Popular do, Lesoto, Libéria, Madagascar, Malavi, Maldivas, Mali, Mauritânia, Mianmar, Moçambique, Nepal, Níger, República Centro-Africana, Ruanda, Samoa, São Tomé e Príncipe, Serra Leoa, Somália, Sudão, Tanzânia, Togo, Tuvalu, Uganda, Vanuatu, Zâmbia.

*Fonte: The State of the World's Children 2001, <http://www.unicef.org/sowc01/tables> (outubro 2001).*

# A Mídia no Mundo

	Linhas telefônicas fixas por 100 hab.	Assinaturas de telefone celular por 100 hab.	Jornais diários (circulação) por 1000 hab.	Aparelhos de rádio por 1000 hab.	Aparelhos de televisão por 100 hab.	Computadores pessoais por 100 hab.	Usuários de Internet por 10.000 hab.	Consumo de eletricidade kWh por habitante
	1999	1999	1999	1997	1998	1999	1999	1997
<b>ÁFRICA</b>								
Argélia	5,20	0,23	38	242	6,75	0,58	6,50	731
Angola	0,77	0,13	11 *	54	12,40	0,10	8,01	162
Benin	0,66	0,11	2,2	110	9,07	0,15	16,84	48
Botswana	7,51	7,51	27	154	2,69	3,13	75,12	..
Burkina Faso	0,41	0,04	1,3 *	34	0,61	0,10	3,44	27
Burundi	0,29	0,01	3,2	69	0,97	..	3,05	24
Camarões	0,66	..	6,7	163	8,11	0,27	13,61	198
Cabo Verde	11,21	1,93	-	183	4,55	..	119,65	103
<b>República</b>								
Centro-Africana	0,28	0,02	1,8	83	0,54	0,14	2,82	30
Chade	0,12	-	0,2	236	0,18	0,13	1,34	13
Comoros	0,95	-	..	141	0,40	0,30	11,84	27
Congo	0,79	0,12	..	126	0,82	0,35	1,75	206
Rep. Dem. do Congo	0,04	0,02	2,7 *	376	4,27	..	0,10	90
Costa do Marfim	1,51	1,77	17	161	7,00	0,55	13,77	196
Dibuti	1,27	0,04	..	84	7,26	0,95	15,90	303
Egito	6,02	0,69	38 *	317	12,71	1,12	29,75	848
Guiné Equatorial	1,29	0,07	4,9 *	428	10,71	0,23	11,32	48
Eritreia	0,74	-	..	100	1,40	..	1,34	..
Etiópia	0,32	0,01	1,5	202	0,51	0,07	1,15	22
Gabão	3,17	0,74	30	183	13,56	1,00	41,78	1106
Gâmbia	2,30	0,42	1,7	165	0,35	0,39	31,55	65
Gana	0,81	0,36	14	236	11,48	0,25	10,16	344
Guiné	0,59	0,28	-	49	4,10	0,38	6,41	74
Guiné-Bissau	0,70	-	5,4	43	-	..	12,64	47
Quênia	0,99	0,05	9,4	108	2,10	0,42	11,84	154
Lesoto	0,97	0,48	7,6 *	52	2,41	..	4,74	..
Libéria	0,24	-	16 *	329	2,14	..	1,02	..
<b>Jamahiria Árabe</b>								
Libia	9,07	0,36	14 *	259	14,30	..	12,79	3512
Madagascar	0,32	0,08	4,6	209	4,56	0,19	5,16	24
Malavi	0,35	0,10	..	258	0,23	0,09	9,40	87
Mali	0,25	0,04	1,2 *	55	1,13	0,10	9,12	37
Mauritânia	0,67	..	0,5 *	146	9,12	0,62	7,70	62
Maurício	22,36	8,88	76	371	22,79	9,57	478,39	1128
Marrocos	6,61	0,42	27	247	15,99	1,08	17,94	528
Moçambique	0,40	0,06	2,7	40	0,39	0,26	7,78	64
Namíbia	6,38	1,77	19	143	3,17	2,95	35,41	..
Níger	0,18	0,01	0,2	70	2,64	0,04	2,88	38
Nigéria	0,38	0,02	27 *	226	6,71	0,64	9,18	143
Ruanda	0,16	0,15	..	101	-	..	1,38	29
<b>São Tomé e Príncipe</b>								
Príncipe	2,67	-	..	272	22,70	..	34,75	109
Senegal	1,80	0,80	5,3	141	4,08	1,52	32,47	135
Seicheles	24,79	4,98	46	560	19,04	13,05	652,49	1973
Serra Leoa	0,38	-	4,7	253	2,63	..	4,24	55
Somália	0,15	-	1,2 *	53	1,27	..	0,21	..



	Linhas telefônicas fixas por 100 hab. 1999	Assinaturas de telefone celular por 100 hab. 1999	Jornais diários (circulação) por 1000 hab. 1999	Aparelhos de rádio por 1000 hab. 1997	Aparelhos de televisão por 100 hab. 1998	Computadores pessoais por 100 hab. 1999	Usuários de Internet por 10.000 hab. 1999	Consumo de eletricidade kWh por habitante 1997
África do Sul	13,77	13,21	34	355	12,46	6,01	456,14	4185
Sudão	0,87	0,05	27 *	272	14,14	0,24	1,73	48
Suazilândia	3,12	1,12	27 *	168	10,66	..	30,62	..
Tanzânia	0,38	0,12	3,9 *	280	2,06	0,18	7,62	56
Togo	0,85	0,38	3,6 *	219	2,05	0,78	22,16	97
Tunísia	8,99	0,58	31	224	19,82	1,53	31,71	912
Uganda	0,27	0,27	2,1	130	2,62	0,26	11,82	34
Zâmbia	0,88	0,06	14	120	13,67	0,72	16,71	736
Zimbábwe	1,89	0,48	19	102	2,94	1,30	17,35	975
ÁSIA								
Afganistão	0,14	-	5,6	132	1,20	..	..	..
Armênia	15,72	0,20	..	239	21,69	0,57	85,10	1696
Azerbaijão	9,48	2,34	..	23	25,43	..	10,39	2330
Bahrain	24,87	20,07	117	580	41,94	10,53	526,32	8647
Bangladesh	0,30	0,06	9,3	50	0,71	0,10	2,36	105
Butão	1,80	-	-	19	1,92	0,46	7,61	213
Brunei	24,68	15,60	69	302	63,85	6,22	777,18	5536
Camboja	0,25	0,81	1,7	128	12,34	0,12	3,65	20
China	8,59	3,41	..	335	27,18	1,22	70,25	922
Chipre	54,47	19,04	111	406	16,66	16,70	1027,64	3553
Geórgia	11,55	1,10	-	590	47,20	..	36,66	1438
Hong Kong, China (SAR)								
Índia	56,20	57,71	786 *	684	43,13	29,05	2519,02	5569
Indonésia	2,20	0,12	..	120	6,91	0,33	20,04	482
Indonésia	2,91	1,06	23	155	13,57	0,91	19,12	413
Irã	12,53	0,73	26	263	15,66	5,24	14,97	1512
Iraque	3,10	-	20	229	8,25	..	..	1414
Israel	45,89	45,89	288 *	524	32,18	24,59	1639,03	5804
Japão	49,40	44,94	578	956	70,70	28,69	1446,58	8252
Jordão	8,34	1,15	42	271	4,33	1,39	123,42	1024
Kasaquistão	10,82	0,30	-	395	23,41	..	43,03	3585
Rep. Dem. Popular da Coreia								
Rep. da Coreia	4,71	-	199 *	146	4,81	..	..	..
Kuwait	44,14	50,44	..	1039	34,58	18,29	1467,96	5437
Quirgistão	24,02	15,82	377	678	49,14	12,13	527,20	15718
Quirgistão	7,62	0,06	15	113	4,37	..	21,42	2360
Rep. Dem. Popular do Laos								
Laos	0,65	0,12	3,7	145	0,41	0,23	3,78	98
Líbano	19,43	19,56	141 *	907	35,21	4,64	618,07	2336
Malásia	20,31	10,11	163	434	16,61	6,87	687,13	2795
Maldivas	7,97	0,98	19	129	3,86	1,80	71,83	251
Mongólia	3,95	1,53	27	142	6,30	0,65	11,45	1220
Mianmar	0,55	0,03	10	96	0,72	0,11	0,11	96
Nepal	0,91	-	11 *	38	0,37	0,26	14,97	57
Omã	8,96	4,92	28	607	59,54	2,64	203,21	4192
Paquistão	2,22	0,20	..	94	8,79	0,43	5,95	410
Filipinas	3,44	2,38	82	161	10,77	1,69	67,16	557
Catar	26,29	14,26	161	450	80,84	13,58	763,76	12070
Saudi-Arábia	14,26	3,11	59	321	26,01	5,74	143,55	5492
Cingapura	57,70	47,50	324	744	34,77	52,72	2945,92	7642
Sri Lanka	2,84	0,94	29	211	9,25	0,56	34,87	282
Rep. Árabe Síria	10,17	0,03	20	278	6,84	1,46	12,72	1222
Taiwan	54,42	52,14	..	..	34,20	18,07	2051,24	..
Tajiquistão	3,68	0,01	21 *	143	28,49	..	3,28	2380
Tailândia	8,35	3,25	64	234	23,61	2,27	131,46	1644
Turquia	26,47	11,73	110	178	28,63	3,23	219,95	1694
Turcomenistão	8,22	0,07	-	289	20,07	..	4,56	1595
Emirados Arabes Unidos								
Unidos	40,67	34,71	170	355	29,41	12,51	1668,26	8917
Uzbequistão	6,68	0,17	3,3	465	27,28	..	3,13	2024
Vietnã	2,58	0,24	4,0	107	17,96	0,89	12,71	252
Iêmen	1,67	0,15	15 *	64	27,33	0,17	5,72	152
OCEANIA								
Austrália	52,12	34,38	296 *	1391	63,89	47,06	3172,72	9986
Ilhas Cook	..	..	105	711	..	..	..	..

	Linhas telefônicas fixas por 100 hab	Assinaturas de telefone celular por 100 hab.	Jornais diários (circulação) por 1000 hab.	Aparelhos de rádio por 1000 hab.	Aparelhos de televisão por 100 hab.	Computadores pessoais por 100 hab.	Usuários de Internet por 10.000 hab	Consumo de eletricidade kWh por habitante
	1999	1999	1999	1997	1998	1999	1999	1997
Fiji	9,76	1,02	51	636	9,68	5,00	93,02	693
Kribati	3,44	0,03	-	212	2,22	..	121,65	..
Ilhas Marshall	6,24	0,57	-	..	-	4,82	80,34	..
Micronésia	7,99	..	..	..	2,07	..	172,41	..
Nova Zelândia	49,03	23,01	216	997	50,12	32,65	1828,40	9630
Palau	..	..	..	..	..	..	..	..
Nova Guiné Papua	1,14	..	15	91	2,38	..	4,25	399
Ilhas Salomão	1,89	0,17	..	141	1,44	..	69,72	79
Tonga	7,90	..	7 *	619	5,07	..	101,76	..
Tuvalu	..	..	-	384	..	..	..	..
Vanuatu	2,84	0,12	-	350	1,32	..	161,36	169

#### EUROPA

Albânia	3,65	0,29	37	259	16,08	0,52	6,49	1878
Andorra	44,12	18,82	60 *	227	40,00	..	665,66	..
Áustria	47,24	51,88	296 *	751	49,56	25,68	1039,51	6925
Belarus	26,12	0,23	..	292	31,36	..	9,73	3254
Bélgica	50,02	31,45	161	797	51,04	31,52	1379,02	8118
Bósnia-Herzegovina	9,58	1,37	..	267	4,06	..	9,12	..
Bulgária	34,22	4,23	254	537	36,56	2,66	241,57	4677
Cróacia	36,49	6,59	115	337	26,70	6,70	446,72	3040
República Tcheca	37,09	18,95	254	803	44,66	10,72	682,12	6156
Dinamarca	68,28	49,87	311	1145	56,87	41,40	2822,96	7825
Estônia	35,28	26,77	174	698	48,01	13,49	1383,53	5697
Ilhas Faeroe	54,38	14,75	145	582	32,27	..	672,65	..
Finlândia	55,29	66,70	455	1498	64,03	36,01	3227,44	14944
França	57,91	36,40	218 *	946	60,14	22,08	961,18	7693
Alemanha	58,78	28,56	311	948	58,01	29,69	1934,83	6630
Grécia	52,81	31,06	..	475	46,57	6,02	705,84	4836
Groelândia	44,56	15,88	18 *	483	37,52	..	..	..
Hungria	40,24	15,95	186	690	43,74	7,35	587,66	3697
Islândia	67,79	61,98	535 *	950	35,59	35,90	5385,63	20387
Irlanda	47,77	37,79	149	697	45,59	32,39	1198,36	5652
Itália	46,22	52,83	104	880	48,33	19,18	871,95	5045
Letônia	30,01	11,25	247	715	59,28	8,20	430,43	2569
Lituânia	31,37	8,97	93	513	37,63	5,94	278,28	3267
Luxemburgo	72,44	48,70	328	683	61,92	39,61	1747,44	15506
Macedônia - TFYR	23,42	2,47	21	206	25,21	..	149,17	3381
Malta	51,23	9,71	127	669	49,74	18,13	388,54	3976
Moldávia	12,68	0,41	60	736	29,69	0,80	34,25	1651
Holanda	60,64	43,54	306	980	54,34	35,97	1893,10	6358
Noruega	71,20	61,75	590	917	57,90	44,99	4499,10	26214
Polónia	25,99	10,21	113	522	41,40	6,20	542,07	3633
Portugal	42,39	46,81	75	306	52,29	9,32	701,44	3760
Romênia	16,71	6,25	..	319	22,56	2,68	267,84	2544
Rússia	19,71	0,92	105	417	41,98	3,74	183,43	5516
Esllováquia	30,76	17,06	184	581	40,18	7,43	1300,71	5375
Eslôvênia	37,98	8,11	199	403	35,27	25,14	1257,02	5749
Espanha	41,81	31,20	99	331	50,61	12,18	717,88	4724
Suécia	66,46	57,83	445	932	53,12	45,14	4137,03	16616
Suíça	69,87	41,99	331	979	53,55	46,19	2464,76	7697
Ucrânia	19,07	0,23	54	882	49,04	1,58	39,48	3483
Reino Unido	55,69	40,76	331	1443	64,22	30,64	2127,88	6152
Iugoslávia	21,44	5,69	106	296	25,53	2,07	75,21	..

#### AMÉRICA LATINA E CARIBE

Antiga e Barbuda	48,86	11,38	91	542	45,18	..	535,48	1500
Argentina	20,11	12,12	123 *	681	28,88	4,92	246,06	2192
Bahamas	36,90	5,28	99	739	89,62	..	497,77	4859
Barbados	42,18	4,48	199	888	28,34	7,80	222,82	2539
Belize	15,57	2,63	-	591	18,01	10,63	510,03	857
Bolívia	6,17	5,16	55 *	675	11,53	1,23	42,99	435
Brasil	14,87	8,95	40	434	31,63	3,63	208,35	2129
Chile	20,70	15,05	98 *	354	23,25	6,66	416,15	2276
Colômbia	16,04	7,54	46 *	524	21,68	3,37	144,36	1163

	Linhas telefônicas fixas por 100 hab. 1999	Assinaturas de telefone celular por 100 hab. 1999	Jornais diários (circulação) por 1000 hab. 1999	Aparelhos de rádio por 1000 hab. 1997	Aparelhos de televisão por 100 hab. 1998	Computadores pessoais por 100 hab. 1999	Usuários de Internet por 10.000 hab. 1999	Consumo de eletricidade kWh por habitante 1997
Costa Rica	20,41	3,64	88	261	38,68	4,45	381,38	1525
Cuba	3,89	0,05	118 *	352	23,93	0,72	44,80	1273
Dominica	27,88	0,86	-	647	17,50	6,54	261,44	535
República Dominicana	9,28	3,11	52 *	178	8,45	..	29,89	906
Equador	9,10	3,09	70 *	348	29,32	2,01	16,11	801
El Salvador	7,61	6,22	48	465	24,98	1,62	65,00	604
Grenada	31,51	2,15	-	615	32,45	11,78	214,16	1161
Guatemala	5,46	3,17	33 *	79	12,58	0,99	58,61	384
Guiana	7,49	0,17	50	498	5,92	2,45	35,07	479
Harti	0,87	0,31	2,5	53	0,49	..	7,42	81
Honduras	4,42	1,24	55 *	410	8,96	0,95	31,67	544
Jamaica	19,91	5,64	63 *	483	32,32	4,30	234,35	2486
México	11,22	7,83	97	329	26,09	4,42	256,76	1827
Montserrat	..	..	-	626	..	..	..	..
Nicarágua	2,97	1,40	30 *	265	19,01	0,81	40,50	442
Panamá	16,45	8,61	62	299	18,70	3,20	160,04	1630
Paraguai	5,54	8,13	43	182	10,09	1,12	37,32	972
Peru	6,69	3,92	84 *	273	14,36	1,98	158,54	737
São Kitts e Nevis	51,76	1,81	-	701	24,39	15,00	516,10	2308
Santa Lúcia	26,57	1,25	-	746	21,08	14,00	196,99	777
São Vicente	18,79	0,67	-	690	16,19	10,00	176,73	714
Suriname	17,05	4,21	122	728	21,74	..	240,68	3947
Tinidade Tobago	21,38	3,00	123	533	33,15	5,43	232,77	3793
Turks e Ilhas Caicos	..	..	-	504	..	..	..	..
Uruguai	27,07	9,54	293 *	603	24,19	9,96	905,49	2145
Venezuela	10,91	14,34	206 *	472	18,50	4,22	168,73	3299
Ilhas Virgens (RU)	..	..	-	470	..	..	..	..
Ilhas Virgens (EUA)	54,82	21,13	437	1119	63,21	..	1003,22	..

#### AMÉRICA DO

##### NORTE

Canadá	63,50	22,96	158	1067	71,49	36,08	3607,59	17549
Estados Unidos	66,10	31,15	212	2116	84,73	51,05	3982,36	13284

\* Dados estimados

.. Dados não-disponíveis

- Dados não-disponíveis ou imprecisos demais para serem usados

(.) Dados correspondentes a menos da metade da unidade usada

Fontes: *Unesco Statistical Yearbook '99: Challenges to the Network. Internet for Development 1999;*  
*Human Development Report 2000*

# Classificação dos Países por Renda

## **Com Base nas Classificações do Banco Mundial (válidas até 1º de julho de 2001)**

As médias apresentadas na tabela 2 foram calculadas usando os dados dos países abaixo agrupados.

### **Países de alta renda (PNB per capita superior a 9.266 dólares em 1999)**

Alemanha, Austrália, Áustria, Bahamas, Bélgica, Brunei, Canadá, Catar, Cingapura, Chipre, Darussalam, Dinamarca, Emirados Árabes Unidos, Eslovênia, Espanha, Estados Unidos, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hong Kong China (SAR), Irlanda, Islândia, Israel, Itália, Japão, Kuwait, Luxemburgo, Noruega, Nova Zelândia, Portugal, Reino Unido, Suécia, Suíça.

### **Países de média renda (PNB per capita superior entre 756 e 9.266 dólares em 1999)**

África do Sul, Albânia, Argélia, Argentina, Bahrain, Barbados, Belarus, Belize, Bolívia, Botswana, Brasil, Bulgária, Cabo Verde, Cazaquistão, Colômbia, Coreia (Rep. da), Costa Rica, Croácia, Chile, China, Dibuti, Egito, El Salvador, Equador, Eslováquia, Estônia, Federação Russa, Fiji, Filipinas, Gabão, Guatemala, Guiana, Guiné Equatorial, Honduras, Hungria, Irã (Rep. Islâmica do), Jamahiria Árabe Líbia, Jamaica,

Jordão, Letônia, Líbano, Lituânia, Macedônia (TFYR), Malásia, Maldivas, Malta, Marrocos, Maurício, México, Namíbia, Nova Guiné Papua, Omã, Panamá, Paraguai, Peru, Polônia, República Árabe Síria, República Dominicana, República Tcheca, Romênia, Samoa (Ocidental), Saudi-Arábia, Sri Lanka, Suazilândia, Suriname, Tailândia, Trinidad-Tobago, Tunísia, Turquia, Uruguai, Venezuela.

### **Países de baixa renda (PNB per capita inferior a 755 dólares em 1999)**

Angola, Armênia, Azerbaijão, Bangladesh, Benin, Burkina Faso, Burundi, Butão, Camarões, Cambodia, Comoros, Congo (Rep. Dem. do), Congo, Costa do Marfim, Chade, Eritréia, Etiópia, Gâmbia, Gana, Geórgia, Guiné, Guiné-Bissau, Haiti, Iêmen, Índia, Indonésia, Lesoto, Madagascar, Malavi, Mali, Mauritânia, Mianmar, Moçambique, Moldávia (Rep. da), Mongólia, Nepal, Nicarágua, Níger, Nigéria, Paquistão, Quênia, Quirgistão, República Centro-Africana, República Democrática Popular do Laos, Ruanda, Senegal, Serra Leoa, Sudão, Tadjiquistão, Tanzânia (U. Rep. da), Togo, Turcomenistão, Ucrânia, Uganda, Uzbequistão, Vietnã, Zâmbia, Zimbabwe.

*Fonte: Human Development Report 2001, <http://www.undp.org> (Setembro 2001).*

## Referências

Observem, por favor, que outras referências à literatura especializada e a projetos estão listadas sobre o título “Recepção e Influências da Mídia”.

ADAM, G. M. *Message from Gordon M. Adam, Deputy Editor of Crosslines Global Report, The Independent Newsjournal on Humanitary Action, Development and Work Trends to Creative-Radio Mailing List*. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <[radio@xlines.tiac.net](mailto:radio@xlines.tiac.net)> em 15 mai. 1997.

ADVERTISING EDUCATION FORUM, out. 2000. *Pan-European Study on Parental Perceptions of Influences in Children's Lives, 2000*. Disponível em: <<http://www.aeforum.org>>. Acesso em: out. 2001.

AGRAWAL, B. C. Children's Media Use in India: a Current Scenario. *News from ICCVOS*, v. 4, n. 1, p. 3-4, 2000.

AKROFI-QUARCOO, S. Young Broadcasters in Ghana. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 337-340.

ALBORNOZ, L. A. Violence in Children's TV Programming in Argentina. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 1, n. 3, p. 10, 1997.

ANDERSEN, N.; DUNCAN, B.; PUNGENTE, J. J. Media Education in Canada: the Second Spring. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON,

U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 139-161.

ANGELES-BAUTISTA, F. de los The Media and Our Children: The Promise of Participation. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 267-276.

ARENDT RASMUSSEN, T. Actionfilm og drengeskultur [Filmes de Ação e a Cultura dos Garotos]. In: HØBJJERG, L. (ed.) *Reception af levende billeder*. København: Akademisk Forlag, 1989. p. 221-234.

BEM SLAMA, R. *La jeunesse tunisienne aujourd'hui: données de base*. Tunis: Club UNESCO ALECSO de Tunis (CUAT), 2000. v.1

BENSALAH, M. Image and Violence: A Questionable Relationship. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 2, n. 2-3, p. 14-15. 1998

BJØRNEBEKK, R. T. Violence Against the Eye. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 2, n. 2-3, p. 5, 1998.

\_\_\_\_\_; EVJEN, T. A. Violent Pornography on the Internet: A Study on Accessibility and Prevalence. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000. p. 185-206.

BLUMBER, J. G.; BILTEREYST, D. *The Integrity and Erosion of Public Television for Children: A Pan-European Survey*. Washington, D.C.: Center for Media Education, Broadcasting Standards Commission, The European Institute for the Media, The European Broadcasting Union, 1997.

BUCKINGHAM, D. *Children's Television in Britain*. Londres: British Film Institute, 1999.

- \_\_\_\_\_. The Place of Production. Media Education and Youth Media Production in the UK. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999b. p. 219-228.
- BULBULIA, N. An Overview of Children's Broadcasting in South Africa. In: CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (eds.) *Children and Media Violence*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998. p. 231-237.
- CANTOR, J. Children's Fright Responses to Television and Films. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 1. n. 3, p. 1-2, 1997.
- CARLSSON, U. Foreword. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000. p. 9-12.
- CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (eds.). *Children and Media Violence*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998.
- CARMONA, B. Children's Participation in Brazilian Television. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 287-291.
- CASAS, F. Perception of Video Games among Spanish Children and Parents. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000. p. 123-125.
- CHALLENGES TO THE NETWORK: Internet for Development. Geneva: International Telecommunication Union (ITU), 1999.



CHILDREN NOW: Tuned In or Tuned Out? America's Children Speak Out on the News Media, 1994. Disponível em: <<http://www.childrennow.org/media>>. Acesso em: 2001.

\_\_\_\_\_: A Different World. Children's Perceptions of Race and Class in Media, 1998. Disponível em: <<http://www.childrennow.org/media>>. Acesso em: out. 2001.

CHILDREN'S EXPRESS, U.K: Kids These Days.... A Seminar Researched and Presented by Young Journalists from Children's Express. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 121-136.

CHRISTOFFERSON, J. *Monstermassakern* [O Massacre dos Monstros]. Estocolm: Ministry of Culture, Council of Media Violence. 1999. Disponível em: <<http://sou.gov.se/valdsskildring>>. Acesso em: out. 2001.

CLAYCOMB, P. Networks of Children's Participation in Brazil. *News from ICCVOS*, v. 4, n. 2, p. 17-18, 2000.

CRONSTRÖM, J. *Gränslöst. Om TV, våld och ansvar* [Without Limits. On Television, Violence and Responsibility]. Estocolmo: Våldsskildringsrådet, 1999.

CURRIE, C. et al. *Health and Health Behaviour among Young People: Health Behaviour in School-aged Children, a WHO Cross-National Study*. International Report. World Health Organization, 2000.

DROTNER, K. *Growing Up with Disney*. SDU Odense University, Centre for Child and Youth Media Studies, no prelo.

EDGAR, P. The First World Summit on Television and Children, *News on Children and Violence on the Screen*, v. 1, . 1-2, p. 14, 1997.

ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN. Santiago do Chile: Departamento de Pesquisas do Conselho Nacional de Televisão e da Diretoria de Estudos Sociológicos da Universidade Católica, 1999.

- ERICSSON, E. Animation at School. A Model for Media Teaching at Comprehensive School Level. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 307-311.
- EL-SIMARY, H. Views on Regulation of TV Violence in Egypt, *News from ICCVOS*, v. 3, n. 2-3, p. 15-16, 1999.
- EVJEN, T. A.; BJØRNEBEKK, R. T. What Is the Internet? Basic Technology from the User's Perspective. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000, p. 163-167.
- FEDERMAN, J. et al. *National Television Violence Study*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1998. v.3.
- FEDOROV, A. Media Education in Russia: Past and Present, *News from ICCVOS*, v. 4, n. 2, p. 7, 2000.
- VON FEILITZEN, C. The Functions Served by the Media: Report on a Swedish Study. In: BROWN, R. (ed.). *Children and Television*. London: Collier MacMillan, 1976. p. 90-115.
- \_\_\_\_\_. Skrämmande: om barn och Medierädsla [Frightening: On Children and Media Fear], *Ung film*, v.11, n. 42, p. 5-11, 1993.
- \_\_\_\_\_. Media Violence: Research Perspectives in the 1980s. In: HAMELINK, C. J.; LINNÉ, O. (eds.) *Mass Communication Research: On Problem and Policies. The art of Asking the Right Question, In Honor of James D. Halloran*. Norwood: Ablex Publishing Corporation, 1994. p. 147-170.
- \_\_\_\_\_. The Second World Summit on Television for Children. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 2, n. 1, p. 8, 1998.

\_\_\_\_\_. Children's Amount of TV Viewing. Statistics from Ten Countries. In: \_\_\_\_\_; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 69-73.

\_\_\_\_\_. *Children on Television*. Estocolmo: Universidade de Estocolmo, Departamento de Jornalismo, Mídia e Comunicação, no prelo.

\_\_\_\_\_; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_ (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000.

\_\_\_\_\_; HAMMARBERG, T. *Toppmötet: om TVs och barns rättigheter* [The World Summit: on the Rights of Television and Children]. Estocolmo: Kulturdepartementet, Våldsskildringsrådet, 1996. p. 16.

FILIPSON, L.; ABRAHAMSSON, A. *Barnbarometern 2000/2001, 3-8-åringars kultur: och medievanor* [The Children's Barometer 2000/2001, 3-8 Year-olds: Cultural and Media Habits]. Estocolmo: Mediamätning i Skandinavien, 2001.

FINKELHOR, D.; MITCHELL, K. J.; WOLAK, J. *Online Victimization: A Report on the Nation's Youth by the Crimes Against Children Research Center*. National Center for Missing e Exploited Children, Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention, U.S. Department of Justice. 2000. Disponível em: <<http://www.unh.edu/ccrc> (agosto de 2001)>.

FORSSLUND, T. Regulations and Measures Concerning Visual media and Child Protection: An Overview of Europe, North America, Australia

- and Japan. In: CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (eds.) *Children and Media Violence*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998. p. 333-354.
- GERBNER, G. Violence in TV Drama. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 1, n. 3, p. 6-7, 1997.
- \_\_\_\_\_. The Image of Children in Prime Time Television. Casting and Fate. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 77-78.
- GERETSCHLAEGER, I. The Australian Children's Charter on Television. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 303-306.
- GILANI, M. M. Children and Media in Pakistan. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 87-94.
- GOONASEKERA, A. Children's Voice in the Media: A Study of Children's Television programmes in Asia. In: CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (eds.) *Children and Media Violence*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998. p. 203-213.
- \_\_\_\_\_. Introduction. In: \_\_\_\_\_ et al. *Growing Up With TV: Asian Children's Experience*. Cingapura: Asian Media Information and Communication Centre (AMIC), 2000. p. 1-11.
- GROEBEL, J. Media Access and Media Use Among 12 Year-olds in the World. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University,

The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 61-67.

\_\_\_\_\_ ; SMIT, L. *Gewalt im Internet*: Report für die Enquete-Kommission 'Zukunft der medien' des Deutschen Bundestages. Universidade de Utrecht, Departamento de Psicologia de Mídia, 1997.

GÖTZ, M. Children Are Enchanted, Parents Concerned. *TelevIZion*, v.12, n. 2, p. 50-59, Special English Issue, 1999.

HAMMARBERG, T. The Media and the Convention on the Rights of the Child. *News on Children and Violence on the Screen*. v.1, n. 1-2, p. 5-7, 1997 .

HOLDSWORTH, R. Australian Students Making Media. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media*: Image, Education, Participation. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 381-387.

HOLM SØRENSEN, Birgitte. *Chat and Identity*: Playing with the Forms of Chat. Copenhagen: The Royal School of Educational Studies, Department of Aesthetic and Media Education, no prelo.

\_\_\_\_\_ ; JESSEN, C. It Isn't Real. Children, Computer Games, Violence and Reality. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape*: Games, Pornography, Perceptions. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000, p. 119-122.

HUMAN DEVELOPMENT REPORT, 2000. Disponível em: <<http://www.undp.org>>. Acesso em: out. 2001.

\_\_\_\_\_, 2001. Disponível em: < <http://www.undp.org>>. Acesso em: out. 2001.

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION. Disponível em: <<http://www.ilo.org>>. Acesso em: out. 2001.

- INTERNET I NORDEN, EUROPA OCH VÄRLDEN. EN MEDIESTATISTISK ÖVERSIKT [Internet in the Nordic Countries, Europe and the World]. Göteborgs Universitet, Nordicom-Sverige, *MedieNotiser*, n. 2, 2000.
- JAHANGIR, A. Speech at the World Summit on Television and Children, March 12-17, 1995. Melbourne, Australia. In: VON FEILITZEN, C.; HAMMARBERG, T. *Toppmötet: om TV:s och barns rättigheter* [The Summit: on the Rights of Television and Children]. Stockholm: Kulturdepartementet, Vårdsskildringsrådet, n. 16, 1995.
- JARLBRO, G. *Children and Advertising: The Players, The Arguments and The Research during the Period, 1994-2000*. Estocolmo: Swedish Consumer Agency, 2001.
- JEMPSON, M. Some Thoughts on Developing Childfriendly Media. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999, \* p. 103-119.
- JERSLEV, A. Youth and Reception of Violence in Action and Horror Films. *News on Children and Violence in the Screen*, v.2, n. 2-3, p. 7-8, 1998.
- JOHANSSON, B. *Kom och ät! Jag ska bara dö först... Datorn i barns vandag* [Come and Eat! I'll Only Die First... The Computer in Children's Everyday Lives]. Göteborgs universitet, Etnologiska institutionen, 2000.
- JOHN, C. There Are Our Stories: The Teen Video Story Adventure. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 293-297.
- JOHNSSON-SMARAGDI, U. Media Styles Among the Young. In: LIVINGSTONE, S.; BOVILL, M. (eds.) *Children and Their Changing Media Environment: A European Comparative Study*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2001. p. 113-139.

\_\_\_\_\_ : JÖNSSON, A. *From a Homogenous to a Heterogenous Media World*: Access and Use of Media among Teenagers over Three Decades, 2000. Disponível em: <<http://www.sydneyforum.com>>. Acesso em: out. 2001.

KING, S. R. Mania for 'Pocket Monsters' yields billions for Nintendo. *New York Times*, Woodard , p. A1, 26 Apr. 1999.

KLINE, S. Killing Time? A Canadian Meditation on Video Game Culture. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape*: Games, Pornography, Perceptions. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000. p. 35-39.

KODAIRA, S. I. A Review of Research on Media Violence in Japan. In: CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (eds.) *Children and Media Violence*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998. p. 81-105.

\_\_\_\_\_. Discussion on Services for Children in the Digital Age from the Standpoint of a Public Service Broadcaster. In: PUBLIC SERVICE BROADCASTING BEYOND 2000: Serving the Public in a Digital Age. Canada: The Banff Centre, June 9-11, 2000.

KUMAR, K. J. The Changing Media Scenario in India: Implications for Media Education. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media*: Image, Education. Participation. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 243-264.

LAMB, R. *The Bigger Picture*: Audio-visual Survey and Recommendations. New York: UNICEF, 1997.

LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE TELEVISION ABIERTA: Características, Calidad y Potencial Educativo. Santiago: Consejo Nacional de Television, Departamento de Estudios e Ministerio de Educacion, 1998.

- LARSSON, M. Polish-Swedish Seminar 1996: Media Violence on Polish Agenda 1997. *News on Children and Violence on the Screen*, v.1, n. 1-2, p. 18-19, 1997.
- LEMISH, D. Fighting Against Television Violence: An Israeli Case Study. In: CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (eds.) *Children and Media Violence*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998. p. 125-138.
- LIN, A. TV By Teens, For Teens. Developing and Evaluating a Production Model. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 331-335.
- LINNÉ, O. What Do We Know About European Research on Violence in the Media? In: CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (eds.) *Children and Media Violence*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998. p. 139-154.
- LIVINGSTONE, S.; BOVILL, M. (eds.) *Children and Their Changing Media Environmen*:. A European Comparative Study. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- LIVINGSTONE, S.; HOLDEN, C. J.; BOVILL, M. Children's Changing Media Environment. Overview of a European Comparative Study. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 39-63.
- LOW, J.; DURKIN, K. Children's Television Knowledge as a Source of Learning about Law-enforcement. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998. p. 107-124.



- LYKKE CHRISTENSEN, C. *The Conception of Childhood in Danish Children Television Programmes*. Copenhagen: University of Copenhagen, Department of Film e Media Studies, no prelo.
- MCCRUM, S.; HUGHES, L. *Interviewing Children: A Guide for Journalists and Others*. London: Save the Children U.K., 1998. Resumo disponível em: <<http://www.crin.org>>. Acesso em: out. 2001.
- MCMAHON, B.; QUIN, R. Australian Children and the Media: Education, Participation and Enjoyment. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 189-203.
- MCNEILL, S. Voices with Volume. Children's Production of na Audio Cassette. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 2, n. 2-3, p. 26, 1998.
- \_\_\_\_\_. Moving Towards Participation on the Internet: New Radio Initiatives for Children and Young People. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 347-353.
- MEAD, F. The Convention Goes Live. UNICEF's International Children's Day of Broadcasting and Voices of Youth. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 277-286.
- MERLO FLORES, T. *El Impacto Social de la Imagen*. Buenos Aires: Ediciones de la Universidad Católica Argentina, UNIVERSITAS S.R.L, 2000.
- MONTGOMERY, K. C. Digital Kids. The New On-Line Children's Consumer Culture. In: SINGER, D. G.; SINGER, J. L. (eds.)

- Handbook of Children and the Media*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001. p. 635-650.
- MORDUCHOWICZ, R. *Le rapport des enfants des secteurs populaires aux media*. Paris: Université Paris 8, 1999.
- MORRISON, D. E. et al *Defining Violence: The Search for Understanding*. University of Luton Press, 1999.
- NAVARRO MARTÍNEZ, A. Informação por meio de cartas. *News from ICCVOS*, v. 5, n. 1, p. 13, 2001.
- NIKKEN, P. Standards for Children's Television Programs. TV Professionals More Liberal about TV Violence than Kids and Mothers. *News from ICCVOS*, v.4, n. 2, p. 14-15, 2000a.
- \_\_\_\_\_. Boys, Girls and Violent Video Games: The Views of Dutch Children. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000b. p. 93-102.
- NORDICOM-SVERIGES MEDIEBAROMETER, 2000 [The Media Barometer, 2000]. Göteborgs universitet, Nordicom-Sverige, *MedieNotiser*, n. 1, 2000.
- NUA INTERNET SURVEYS. Disponível em: <http://www.nua.ie>. Acesso em: out. 2001.
- OBDAM, E. Mambo Leo, Sauti ya Watoto: A Children's Magazine in Tanzania. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 377-380.
- DE OLIVEIRA SOARES, I. Against Violence: Sensorial Experiences Involving Light and Sight. Media Education and Educational Technology from a Latin American Point of View. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image,*

Education, Participation. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 229-242.

PADGAONKAR, L. (eds.) *The Killing Screen. Violence on Television and Its Impact on Children. A Public Hearing*. Nova Delhi: UNESCO, 1999.

PASQUIER, D. *La culture des sentiments: L'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1999.

PECORA, N. O. *The Business of Children's Entertainment*. New York: The Guildford Press, 1998.

PEIJUN, L. Children and Television in China. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 299-301.

PETROV, P. New Media and Young People in Sweden. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000. p. 103-117.

PONTE, C. *Televisão para Criança: O Direito à Diferença*. Lisboa: Escola Superior de Educação João de Deus, 1998.

PRINSLOO, J. South African Media Education in the Late Twentieth Century: Rising Phoenix or Dying Swan? In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 163-188.

RAMSDEN, N. What Makes You Unhappy when You Watch Television? A Survey Carried out among Children in South Africa. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 1, n. 3, p. 3-4, 1997.

- RAO, L. Advocates of a New Consumer Society: Children in Television Advertising. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 95-102.
- RATNA, K.; LAKSHMI, N. Bhima Patrike: An Indian Wall Magazine for Working Children. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 369-376.
- REYES, J. L. O. Adult Education: For Better Children's Television. *News on Children and Violence on the Screen*, v.2, n. 2-3, 1998. p. 25.
- ROBERTS, D. F. et al. *Kids e Media @ The New Millenium: A Comprehensive National Analysis of Children's Media Use*. Menlo Park, CA, The Henry J. Kaiser Family Foundation (KFF), 1999. Disponível em: <<http://www.kff.org>> Acesso em: out. 2001.
- ROE, K. *The Influence of Video Technology in Adolescence*. Lund University, Department of Sociology, 1983. (Mediapanel; 27).
- ROTHER, L. Media Education and At-risk Adolescents in Canada. *News from ICCVOS*, v. 5, n. 1, p. 12, 2001.
- RUSCHIN, D. A. Children's Journalism in Russia. *News from ICCVOS*, v. 4, n. 2, p. 8, 2000.
- RUTENBERG, J. Violence Finds a Niche in Children's Cartoons. *New York Times*, Jan. 28, 2001.
- RYDIN, I. Children's TV Programs on the Global Market. *News from ICCVOS*, v. 4, n.1, p.17-23, 2000a.
- \_\_\_\_\_. *Barnens roster: Program för barn i Sveriges radio och television 1925-1999* [The Children's Voices. Programmes for Children in Swedish Radio and Television 1925-1999]. Estocolmo: Stiftelsen Etermedierna i Sverige, 2000b.

- SADOZAI, Q. Exploiting Children through Print Media in Pakistan. *News from ICCVOS*, v. 4, n. 1, p. 24, 2000.
- SAKAMOTO, A. Video Games and Violence. Controversy and Research in Japan. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000. p. 61-77.
- SCHIERBECK, L.; CARSTENS, B. *Gennemgang af computerspil, udgivet i Danmark i 1998* [Levantamento dos Jogos de Computador lançados na Dinamarca em 1998], 1999. Disponível em: <<http://www.medieraadet.dk>>. Acesso em: out. 2001.
- SCHMIDBAUER, M. *Die Geschichte des Kinderfernsehens in der Bundesrepublik Deutschland: Eine Dokumentation*. München: K. G. Saur, 1987.
- SCREEN DIGEST. Mai. 1999.
- SILVA, V.; SOUZA, M. D. Violence on Chilean Television and Audience Perception. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children in the New Media Landscape: Games, Pornography, Perceptions*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000. p. 263-277.
- SINGER, J. L.; SINGER, D. G. Implications of Childhood Television Viewing for Cognition, Imagination and Emotion. In: BRYANT, J.; ANDERSON, D. R. (eds.) *Children's Understanding of Television*. Londres: Academic Press, 1983. p. 265-295.
- SOUZA, M. D.; DEBIA, A. Children's Media Use in Chile. *News from ICCVOS*, v. 4, n. 1, p. 5-6, 2000.
- STARK, M. Savvy Gen Y-ers: Challenge, involve them. *Selling to Kids*, v. 4, n. 4, p. 3, 1999.
- STIGBRAND, K. International Congress on Communication and Education. *News from ICCVOS*, v.2, n. 2-3, p. 23-24, 1998.

- SUNDIN, E. The Online Kids: Children's Participation on the Internet. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 355-368.
- SUZUKI, M. Development and Directions of Media Literacy Initiatives in Japan. In: NIER-UIE International Seminar on Lifelong Learning in the Information Age: Transnational Study on Media Literacy in the Advent of Learning Societies, Kyoto, 9-11 Nov. 2000. Kyoto: National Institute for Educational Research of Japan, Ritsumeikan University, 2000.
- SZILÁDY, S. Violence and Brutality on Television in Hungary, *News from ICCVOS*, v. 3, n. 2-3, p. 3-4, 1997.
- TADROS, C. The Sense of the Bratislava Resolution. *News on Children and Violence on the Screen*, v.1, n. 1-2, p. 12-13, 1997.
- TANNENBAUM, P. H. Entertainment as Vicarious Emotional Experience. In: \_\_\_\_\_. (eds.) *The Entertainment Functions of Television*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1980. p. 107-131.
- TARASOV, K. Film Violence: Attraction and Repulsion. *News from ICCVOS*, v. 4, n. 2, p. 5-6, 2000.
- THOMPSON, K. M.; HANINGER, K. Violence in E-Rated Video Games. *Journal of the American Medical Association*, n. 286, p. 591-598, 2001.
- TUFTE, B. Media Education in Europe: With Special Focus on the Nordic Countries. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999 a. p. 205-217.
- TUFTE, B. *Children and TV Commercials*. Copenhagen: The Royal Danish School of Educational Studies, 1999b.
- 20 YEARS OF C: Children's Television Programs and Regulation 1979-1999. Australian Broadcasting Authority, Australian Children's

Television Foundation, and Australian Film Finance Corporation. Disponível em: <<http://www.aba.gov.au>>. Acesso em: out. 2001.

UDDÉN, G. *You Want to Be a Hero: Young Criminals' Thoughts about Real Violence and Film Violence*. Stockholm: The Council on Media Violence/The National Council for Crime Prevention Sweden, 1998. Disponível em: <<http://www.sou.gov.se/valdsskildring>>. Acesso em: ago. 2001.

UNESCO STATISTICAL YEARBOOK, 1999. Paris: UNESCO Publishing, Bernan Press, 1999.

UNITED NATIONS POPULATION DIVISION. Disponível em: <<http://www.undp.org>> Acesso em: jul. 2000.

VALA, J.; LIMA, L.; JERÓNIMO, R. *Avaliação da Violência na Televisão Portuguesa*. Lisboa: Alta Autoridade para a Comunicação Social, 1999.

VARIETY. *The Global 50*. Aug. 28/Sep. 3, 2000.

WALTERMANN, J.; MACHILL, M. Opinions in Australia, Germany and the U.S. on Control and Misuse on the Internet. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 2000. p. 355-360.

WARTELLA, E.; OLIVAREZ, A.; JENNINGS, N. Children and Television Violence in the United States. In: CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (eds.) *Children and Media Violence*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1998. p. 55-62.

WILSON, B. J. et al. *National Television Violence Study*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1996. v.1.

\_\_\_\_\_, 1997a. v.2.

\_\_\_\_\_. Violence in Television Programming Overall: University of California, Santa Barbara Study, part 1. In: \_\_\_\_\_. *National*

- Television Violence Study*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1997b. v.1, p. 3-268.
- WOODARD, E. H. *The 1999 State of Children's Television Report: Programming for Children Over Broadcast and Cable Television*. University of Pennsylvania, The Anneberg Public Policy Center, 1999. Disponível em: <<http://www.appcpenn.org>>. Acesso em: out. 2001.
- \_\_\_\_\_ ; GRIDINA, N. *Media in the Home 2000: The Fifth Annual Survey of Parents and Children*. University of Pennsylvania, The Anneberg Public Policy Center, 2000. Disponível em: <<http://www.appcpenn.org>>. Acesso em: out. 2001.
- YOKOTA, F.; THOMPSON, K. M. Violence in G-rated animated Films. *Journal of American Medical Association*, v. 283, n. 20, p. 2716-2720, May 24-31, 2000.
- YOUNG, R. Children's Express. *News on Children and Violence on the Screen*, v. 1, n. 3, p. 13, 1997.
- ZILLMAN, D. et al. Effects on an Opposite-gender Companion's Affect to Horror on Distress, Delight, and Attraction. *Journal of Personality and Social Psychology* n. 51, p. 586-594, 1986.
- ZONGO, F. Children's Participation in Radio, Burkina Faso. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. (eds.) *Children and Media: Image, Education, Participation*. Göteborg University, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom, 1999. p. 345-346.



# Sumário de Conteúdos

Prefácio .....	7
Apresentação .....	9
Abstract .....	11
Os Direitos das Crianças .....	13
A Mídia e a Convenção sobre os Direitos da Criança .....	13
Organizações de Direitos da Criança .....	15
A Sessão Especial das Nações Unidas sobre as Crianças .....	15
O Movimento Global pelas Crianças – Diga Sim pelas Crianças .....	16
As Crianças no Mundo .....	17
As Transformações no Ambiente da Mídia .....	19
A Nova Paisagem da Mídia .....	19
As Maiores Empresas da Mídia de Entretenimento .....	19
Televisão, Jogos Eletrônicos, Computadores e Internet .....	20
A Mídia no Mundo – Grandes Disparidades .....	22
Tendências Recentes na Programação Infantil .....	25
África .....	25
Ásia .....	26
Austrália .....	27
Europa .....	28
América Latina .....	29
América do Norte .....	30
Jogos Eletrônicos .....	33
A Violência em Videogames Classificados como “Para Todos” .....	35
Propaganda Comercial .....	37
Propaganda Direcionada às Crianças na Televisão: Como podemos criar uma situação justa? .....	40
Esperanças e Medos .....	45

O Acesso das Crianças à Mídia .....	47
Índia .....	48
Estados Unidos .....	50
Quanto as Crianças Usam a Mídia? .....	53
Chile .....	53
África do Sul .....	54
Suécia .....	55
Situações Específicas de Mídia .....	56
As Crescentes Diferenças quanto ao Uso da Mídia .....	59
Diferentes Estilos de Uso da Mídia .....	59
Os Computadores estão Suplantando a Televisão? .....	62
O Contexto Familiar .....	62
Que Conteúdos de Mídia as Crianças Preferem? .....	65
Programas Nacionais e Importados? .....	65
O que é um “Bom” Programa Infantil? .....	67
Por que as Crianças são Fascinadas por Jogos Eletrônicos? .....	69
A Imagem da Criança .....	71
As Crianças são Sub-representadas na Mídia .....	71
A Opinião das Crianças .....	73
Recepção e Influências da Mídia .....	79
A Recepção da Mídia pelas Crianças na Vida Cotidiana .....	79
As Influências da Mídia .....	80
Mais Exemplos de Pesquisas Recentes ou em Curso .....	82
A Conscientização Global Crescente .....	91
Exemplos de Encontros Internacionais sobre a Criança e a Mídia a partir de 1990 .....	95
O Encontro de Bratislava .....	97
Primeira Cúpula Mundial sobre Televisão e Crianças .....	98
A Cúpula de Países Sul-africanos em Desenvolvimento sobre Crianças e Teledifusão .....	99
A Primeira Cúpula Pan-africana .....	99
Cúpula Regional da África Ocidental sobre Mídia para Crianças .....	100
Cúpula Asiática sobre Direitos da Criança e a Mídia .....	101
Fórum Ásia-Pacífico de Televisão sobre Crianças e Juventude .....	102
Segunda Cúpula Mundial sobre Televisão para Crianças .....	103
AGORA .....	104
Terceira Cúpula Mundial sobre Mídia para Crianças .....	104

Jornalismo 2000: os Direitos das Crianças e a Mídia .....	106
Não-Violência, Tolerância e Televisão .....	107
Violência nas Telas e os Direitos das Crianças .....	107
Comissão das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças .....	108
O Desafio de Oslo .....	108
MAGIC – o Prosseguimento do Desafio de Oslo .....	109
O Poder da Cultura – Conferência Intergovernamental sobre Políticas Culturais para o Desenvolvimento .....	110
Seminário de Especialistas da União Européia: Crianças e Jovens na Nova Paisagem da Mídia .....	111
Novas Direções na Educação para a Mídia .....	111
Encontros Mundiais sobre Educação para a Mídia .....	112
Kid Screen .....	113
Educando para a Mídia e para a Era Digital .....	114
Cúpula 2000 em Toronto .....	115
Primeiro Fórum Internacional sobre Crianças e Pesquisadores de Mídia .....	116
Segundo Fórum Internacional sobre Crianças e Pesquisadores de Mídia .....	117
Uma Observação Final – As manifestações por parte das crianças durante os encontros .....	118
Educação para a Mídia, Cultura de Mídia e de Comunicação .....	119
Diferenças Internacionais .....	119
A Cultura de Mídia na Prática .....	120
Similaridades Internacionais .....	122
Crianças, Escola e Trabalho .....	125
Crianças que Frequentam a Escola .....	125
Crianças que Trabalham .....	126
A Participação das Crianças e a Democracia .....	127
Uma Melhor Cultura de Mídia e a Imagem da Criança .....	127
Crianças Fazendo Mídia .....	129
Dia Internacional da Criança e da Teledifusão .....	129
<i>África</i> .....	130
A Participação das Crianças no Rádio em Burkina Faso .....	130
A Rádio Gune-Yi do Senegal .....	131
Os Jovens Radialistas de Gana .....	132
Uma Revista Infantil na Tanzânia .....	133

<i>Ásia</i> .....	134
As Vozes das Crianças na Cúpula Asiática sobre Os Direitos da Criança e a Mídia .....	134
As Crianças e a Televisão na China .....	136
Uma Revista-Mural Indiana para Crianças Trabalhadoras .....	137
TV por Adolescentes, para Adolescentes. Pesquisa em Cingapura .....	138
<i>Austrália</i> .....	139
Estudantes Australianos Publicam um Livro .....	139
Televisão de Acesso Norte, Melbourne .....	140
O projeto CD .....	142
<i>Europa</i> .....	143
A Carta da Televisão das Crianças Austríacas .....	143
Crianças Fazem Rádio na Espanha .....	144
Animação na Escola – Um Modelo para o Ensino da Mídia Desenvolvido na Suécia .....	145
Jornalismo Infantil na Rússia .....	146
A Produção de um Audiocassete por Crianças do País de Gales ...	148
<i>América Latina</i> .....	149
Redes de Crianças no Brasil .....	149
A Participação das Crianças na TV Cultura, Brasil .....	150
<i>América do Norte</i> .....	151
A Aventura das Histórias em Vídeo Feitas por Adolescentes .....	151
Educação para a Mídia e Adolescentes de Risco no Canadá .....	152
O Correio das Crianças de todo o Mundo .....	153
<i>A Internet</i> .....	155
Exemplos de Organizações e Redes – A Cultura de Mídia e a Participação das Crianças .....	157
<i>Internacional</i> .....	157
UNICEF: Dia Internacional da Teledifusão para Crianças .....	157
UNICEF: As Vozes da Juventude .....	158
Associação Internacional de Mídia e de Pesquisas sobre Comunicação – Setor de Pesquisas sobre Educação para a Mídia .....	159
Unda – OCIC .....	160
A Rede Internacional de Crianças .....	161
Jovens Parceiros da Mídia .....	161
O Jornal na Educação .....	162

<i>África</i> .....	163
Fundação de Crianças e Teledifusão para a África .....	163
As Mulheres na Teledifusão, Gana .....	163
Centro Kuleana para os Direitos das Crianças, Tanzânia .....	164
<i>Ásia</i> .....	165
Televisão Jovem Ásia .....	165
Centro de Pesquisas sobre a Mídia e as Crianças, China .....	165
Preocupados com as Crianças Trabalhadoras, Índia .....	166
Centro de Recursos de Educação para a Mídia e de Pesquisa, Índia .....	167
Tej-Prasarini, Índia .....	167
Fórum de Televisão e Mídia para os Cidadãos, Japão .....	168
Instituto Nacional de Pesquisas de Política Educacional .....	169
Sociedade para a Proteção dos Direitos da Criança, Paquistão .....	170
Conselho da Juventude Palestina .....	170
Fundação Filipina de Televisão para Crianças .....	171
<i>Austrália/Nova Zelândia</i> .....	172
Professores Australianos de Mídia .....	172
Conselho das Organizações Australianas de Educação para a Mídia .....	173
Young Media Australia .....	173
Associação Nacional de Educadores para a Mídia .....	174
<i>Europa</i> .....	175
Associação Européia para Educação em Mídia Audiovisual .....	175
Aliança para a Competência na Mídia, Áustria .....	176
Centro de Ligação entre o Ensino e a Mídia de Informação, França ...	176
Associação para a Educação de Mídia e Cultura de Comunicação da Alemanha.....	177
Instituto para a Juventude, o Cinema e a Televisão, Alemanha .....	178
Associação Húngara de Imagem em Movimento e Educação .....	178
Jovens Cineastas Irlandeses.....	179
Associação Russa de Educação para a Mídia .....	179
Agência de Notícias Ynpress, Rússia .....	180
Grupo Comunicar – Coletivo Andaluz de Educação em Meios de Comunicação, Espanha .....	181
Associação das Crianças e da Mídia, Suécia .....	182
Instituto Britânico de Cinema.....	182

Unidade de Cinema Infantil, Reino Unido .....	183
PressWise Trust, Reino Unido .....	183
<i>América Latina</i> .....	185
Centro de Coordenação de Jornalismo, Comunicação e Educação, Argentina .....	185
Agência de Notícias dos Direitos da Infância, Brasil .....	185
Comitê para a Democratização da Informática, Brasil .....	186
Centro de Investigação Cultural e Artística, Chile .....	187
Universo Audiovisual da Criança Latino-americana, Cuba .....	187
Centros Comunitários de Aprendizagem, Venezuela .....	188
<i>América do Norte</i> .....	189
Associação Canadense de Organizações de Educação para a Mídia .....	189
Associação para a Cultura de Mídia, Ontário, Canadá .....	190
Projeto Jesuíta de Comunicação .....	190
Rede de Conscientização sobre a Mídia, Canadá .....	191
O Correio das Crianças .....	192
Centro de Educação para a Mídia, Estados Unidos .....	193
Centro para Cultura de Mídia, Estados Unidos .....	194
As Crianças e as Notícias – Cobrindo o Ritmo da Juventude, Estados Unidos .....	194
Projeto de Cultura de Mídia do Novo México, Estados Unidos .....	195
Jovem Agência de Notícias sobre o Meio Ambiente, Estados Unidos/Internacional .....	195
A Influência da Violência na Mídia .....	197
Internet e Jogos de Vídeo e Computador .....	198
Cinema e Televisão .....	202
Imitação .....	207
Agressão .....	209
Diferentes Tipos de Violência .....	210
Medo .....	211
Concepções sobre a Violência Real .....	215
Concepções – Medo – Dicas sobre Violência .....	216
Hábito .....	217
Ações Construtivas .....	217
Excitação .....	218
Busca de Identidade e Sentimento de Participação no Grupo .....	219

Elaboração de Problemas, Compreensão, Conhecimento .....	220
Resumo das Influências da Violência na Mídia .....	221
Outros Conteúdos de Mídia .....	222
A Cultura em Geral .....	223
Economia Política .....	224
Regulamentação e Auto-Regulamentação .....	227
As Pesquisas no Campo das Medidas Legais e da Regulamentação ...	229
Observações Finais .....	231
Declarações e Resoluções Internacionais e Regionais sobre as Crianças e a Mídia .....	233
Convenção Européia sobre Televisão Transfronteiras do Conselho da Europa .....	234
As Diretrizes “Televisão sem Fronteiras”, da União Européia .....	235
As Diretrizes da <i>União Européia de Teledifusão</i> para Programas que Tratam da Representação da Violência .....	236
A Resolução de Bratislava .....	241
A Carta sobre Televisão para Crianças .....	243
A Carta de Rádio e Televisão para Crianças dos Países Sul-Africanos em Desenvolvimento .....	244
Declaração Asiática dos Direitos da Criança e a Mídia .....	245
Carta Africana sobre Rádio e Televisão para Crianças .....	249
O Plano de Ação da UNESCO sobre as Políticas Culturais para o Desenvolvimento .....	252
Os Direitos da Criança e a Mídia: Diretrizes para Jornalistas .....	254
As Recomendações da União Européia sobre a Proteção dos Menores e da Dignidade Humana nos Serviços Audiovisuais e de Informação .....	257
Plano de Ação da União Européia para a Promoção do Uso mais Seguro da Internet .....	261
Declaração e Plano de Ação sobre o Abuso Sexual de Crianças, Pornografia Infantil e Pedofilia na Internet .....	264
Recomendações Encaminhadas à UNESCO sobre Educação para a Mídia .....	269
Declaração do Fórum Ásia-Pacífico de Televisão sobre Crianças e Jovens .....	274
Versão Preliminar da Declaração de Tessalônica: Compromissos para com o Futuro .....	277

Apêndice .....	279
Lista de Países dos Sumários Regionais .....	281
A Mídia no Mundo .....	283
Classificação dos Países por Renda .....	287
Referências .....	289



**PRÁTICA**

Impressão e acabamento:

Valparaíso/GO:

Rua Rio de Janeiro - Quadra 03-A - Lote 571  
Barro e Muro - EP 040 - Anilite - CEP: 72.870-000  
Fone/Fax: (61) 3191-1111 / (61) 3191-5100  
E-mail: praticagráfica@wbr.com.br