

MÔNICA SALOMÃO

MÍDIA E UNIVERSO INFANTIL :

Um estudo de caso do mundo simbólico construído pelo *Sítio do Picapau Amarelo*.

BELO HORIZONTE – MG

2005

MÔNICA SALOMÃO PENEDO

MÍDIA E UNIVERSO INFANTIL :

Um estudo de caso do mundo simbólico construído pelo *Sítio do Picapau Amarelo*.

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social, do Departamento de Ciências da Comunicação, do Centro Universitário de Belo Horizonte - UNI-BH, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Sob orientação do professor Luiz Ademir de Oliveira.

BELO HORIZONTE – MG

2005

Dedico este trabalho ao meu anjo, mestre, doutor, professor e amigo Luiz Ademir de Oliveira. Sem você, esse sonho não teria se concretizado. Você foi um professor singular em minha vida acadêmica, um verdadeiro mestre dos magos em minha formação. Se eu realmente for seguir esse caminho tortuoso do jornalismo, espero poder praticar minha missão com a mesma seriedade e competência com que você realiza seu trabalho. Você ficará guardado para sempre em meu coração.

AGRADECIMENTO

Nesses últimos quatro anos tive a grata oportunidade de viajar pelas obras de variados autores, conviver com professores que foram verdadeiros mestres e conquistar amizades que vão ficar guardadas para sempre em meu coração.

Ninguém consegue vencer sozinho, portanto, agradeço a Deus pela força. Mãe, minha “jornalista de plantão” por me incentivar e participar de tantos trabalhos de campo comigo. Pai, por seu amor, carinho e paciência incondicionais. Vó Noeme (meu anjo) por confiar em mim e me mostrar que sou capaz. Tia Nádia pelo apoio dado durante toda minha vida. Amo todos vocês, vocês são minha verdadeira razão de viver.

Aos amigos, o meu mais sincero agradecimento. Vocês foram peças fundamentais nos momentos em que precisei desabafar, chorar e compartilhar conquistas e momentos difíceis. Cris, Nanda, Branca, Naiana, Rachel, Pat, Gui e Tiago, essa vitória também é de vocês. Joaquim Drummond, obrigada por contribuir tanto em meus trabalhos acadêmicos. Leo Cunha, um dos meus grandes incentivadores nesse trabalho de conclusão de curso, agradeço muito pelo carinho e atenção. Luciana Sandroni, valeu pelo material e atenção, você contribuiu muito para a pesquisa.

“A felicidade é uma viagem, não um destino”.

(Autor desconhecido)

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	7
CAPÍTULO 1: MÍDIA E CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE.....	11
1.1. A linguagem e produção discursiva.....	12
1.2. A indústria cultural, a cultura de massa e a mídia na era moderna	19
1.3. TV e Literatura	36
CAPÍTULO 2: TELEVISÃO E UNIVERSO INFANTIL	42
2.1 TV como fuga do princípio de realidade.....	43
2.2. TV como instrumento pedagógico	52
CAPÍTULO 3: O <i>SÍTIO DO PICAPAU AMARELO</i> : O UNIVERSO INFANTIL NA FRONTEIRA ENTRE O REAL E A FICÇÃO	55
3.1. Metodologia de análise.....	55
3.2. A obra de Monteiro Lobato	56
3.3. As adaptações da obra de Monteiro Lobato – <i>O Sítio do Picapau Amarelo</i>	57

3.4. Análise de conteúdo	59
3.4.1. O universo simbólico do <i>Sítio do Picapau Amarelo</i>	59
3.4.1.1. O real e a ficção	59
3.4.1.2. A indústria cultural X cultura de massa	65
3.4.1.3. Da literatura para a televisão	71
3.4.2. Televisão: entretenimento, produto X lúdico	74
3.4.2.1. Fuga da realidade – visão crítica sobre a indústria cultural, a televisão e o universo infantil.....	74
3.4.2.2 Televisão: dimensão social e lúdica	77
CONSIDERAÇÕES FINAIS	79
BIBLIOGRAFIAS.....	82
ANEXOS	84

INTRODUÇÃO

Desde a consolidação da televisão como o principal meio de informação e entretenimento, tem surgido muitos debates e estudos sobre o meio televisivo. Uma questão que gera controvérsias refere-se a relação entre a televisão e o público infantil. Questiona-se principalmente o conteúdo que é passado ou que deveria ser transmitido para tal segmento e também os tipos de influência provocados nas crianças. É uma discussão que envolve pais, psicólogos, profissionais da área de educação infantil, estudiosos da comunicação.

Diante do poder da televisão e da discussão sobre a qualidade da programação exibida pela TV aberta, faz-se necessário analisarmos que tipo de conteúdo é apresentado pelos programas infantis. Na impossibilidade de pesquisar todos os programas exibidos hoje, foi escolhido como objeto de estudo para esse trabalho o programa *Sítio do Picapau Amarelo*, uma adaptação das obras infanto-juvenil do escritor Monteiro Lobato.

Presente no cotidiano dos indivíduos, a TV apresenta-se aos telespectadores como o meio mais eficaz de transmissão de informações e entretenimento. Em troca dessa “prestação de serviços” oferecida à população, deparamo-nos com uma forte estrutura que nos leva ao consumo desmedido. Esses fatores nos suscitam uma discussão sobre o papel da televisão na construção do imaginário público infantil, direcionando nossa análise para o conteúdo da programação.

Portanto, esse trabalho tem como intuito elucidar as questões que envolvem a indústria cultural, cultura de massa, televisão e universo infantil. O debate sobre a indústria cultural e a cultura de massa gera controvérsias, principalmente no que diz respeito ao público infantil.

Ao mesmo tempo em que a TV é responsabilizada por gerar distanciamento da criança em relação à realidade e ao convívio social, é um meio rico que apresenta aspectos lúdicos e educativos.

Para constatar a contribuição e os problemas presentes na adaptação, a questão principal da pesquisa é investigar qual o universo simbólico construído pelo *Sítio do Picapau Amarelo*. Identificar como se dá a construção das personagens, como é feita a adaptação de uma obra literária para a TV, quais os elementos da cultura de massa são apresentados pelo programa e a relação entre real e simbólico presente na história compõem as questões secundárias analisadas.

Além disso, a monografia de conclusão de curso parte da hipótese principal de que o universo simbólico construído pelo programa é formado por elementos que misturam realidade, fantasia, aventura e ficção. Porém, pressupõe-se que, em meio a esses elementos tão diversificados, a criança não é um ser passivo que recebe tudo sem questionamentos. Muitas vezes, consegue diferenciar claramente tudo aquilo que faz parte do seu mundo concreto e o que compõe apenas o mundo de “mentirinha”, imaginário. A fácil identificação que as personagens construídas por Monteiro Lobato mantêm com os telespectadores e os pontos de fidelidade que a adaptação literária conservou da obra original, além das novidades inseridas por exigência do público também constituem hipóteses a serem comprovadas no decorrer do trabalho.

A justificativa para a realização da pesquisa está calcada na avaliação de que o programa *Sítio do Picapau Amarelo*, mesmo diante das modificações trazidas em sua nova versão (formato novela), é um dos melhores exemplos de programas infantis encontrados na TV brasileira hoje. Deixando claro que o programa é um produto da indústria cultural que almeja o consumo a qualquer custo, acredita-se que a linguagem literária e a "maldade

ingênuas", constantes em seu conteúdo, conservam o lado lúdico e fantasioso da criança por um período maior de tempo.

Na metodologia, foi realizada pesquisa bibliográfica e documental. Foram analisados o episódio *Reinações de Narizinho*, exibido nos meses de outubro e novembro de 2001 e cinco capítulos da versão 2005, no período de 4 a 8 de abril. Como categorias da análise de conteúdo, são utilizadas: (a) o universo simbólico construído pelo programa, (b) os elementos da cultura de massa presentes, (c) a relação literatura e TV, (d) a televisão e sua relação com o universo infantil: fuga da realidade, distanciamento do "princípio de realidade"¹ *versus* aspectos lúdicos, pedagógicos e o caráter de entretenimento.

No primeiro capítulo, é feita uma discussão sobre a linguagem e a construção social da realidade, a partir dos trabalhos de Berger e Luckmann (1998). Outra questão abordada refere-se à indústria cultural por meio dos argumentos teóricos de Adorno e Horkheimer (2000) e Edgar Morin (2000). O papel da televisão brasileira e seus contrapontos são analisado com base em obras de Sodré (1984) e Wolton (1996). Por fim, é direcionado o debate para a avaliação de Guimarães (2003) sobre as adaptações das obras literárias para a TV.

Os aspectos que envolvem o conteúdo exibido para o público infantil são discutidos no segundo capítulo, a partir das colocações de Kehl (1991), Pacheco (1998), Távola (1998) e Rezende (1998). Entre pontos positivos e negativos, os autores discutem a importância que a televisão assume no cotidiano e formação social das crianças, futuros telespectadores, ouvintes, leitores e, principalmente, consumidores da "imprensa adulta", expressão utilizada por Edgar Morin.

¹ A expressão "Princípio de realidade" refere-se a um conceito psicanalítico, que será discutido no referencial teórico.

Já o terceiro capítulo é dedicado à análise do objeto empírico, em que é feita uma breve apresentação da biografia do escritor Monteiro Lobato e a apresentação das versões do programa. A partir do material levantado na transcrição das fitas, a análise de conteúdo traz os principais pontos da monografia: o estudo de caso sobre o *Sítio do Picapau Amarelo* - seu universo simbólico, os elementos da cultura de massa, a relação TV e mundo infantil - procurando articular os argumentos teóricos com as evidências empíricas encontradas nos programas.

1. MÍDIA E CONSTRUÇÃO SOCIAL DA REALIDADE

Desenvolver um estudo de caso sobre o *Sítio do Picapau Amarelo* remete à importância que a televisão tem na contemporaneidade. Não só para o mundo infantil, mas para o público em geral, os meios de comunicação tornaram-se os principais veículos de informação e entretenimento. Nesse sentido, destaca-se o papel da televisão, principalmente no caso brasileiro, que é o meio hegemônico da indústria cultural do país. Desde as décadas de 60 e 70, o nosso imaginário vem sendo reforçado pelo mundo criado pelo universo televisivo.

Nesse sentido, antes de entrar na discussão sobre a televisão e programação infantil, é importante destacar o papel de centralidade da comunicação na era moderna. Para Adriano Duarte Rodrigues (1990), o campo da comunicação ganha autonomia a partir da emergência da modernidade e, com isso, passa a ocupar espaço central na vida social. A instância comunicativa midiática desperta a função de servir de mediação dos campos sociais, onde estes buscam visibilidade e transparência. Rodrigues diz que a autonomização do campo midiático implica numa nova forma de apresentação do espaço público. Portanto, o campo midiático não pode ser compreendido apenas como o conjunto dos media, dos meios técnicos (rádio, TV, *Internet*, jornal impresso, etc). Por se tornar autônomo, adquire uma dimensão maior.

A partir das exposições de Rodrigues, pode-se dizer que o campo da comunicação é, sem dúvida, um elemento preponderante na construção social da realidade. No caso da televisão, objeto de estudo da pesquisa, a interferência do veículo na vida das pessoas é ainda

maior. Apenas para citar um exemplo, é por meio da TV que, muitas vezes, as pessoas têm acesso à diversidade de acontecimentos que ocorrem em todo o mundo. Mas, sua importância ultrapassa a produção e divulgação de notícias devido ao papel que ocupa na realização de programas de entretenimento para as diferentes faixas etárias.

Para elucidar as colocações que foram feitas acima, neste tópico será realizada a análise do que os autores Berger e Luckmann (1998) dizem a respeito do processo de socialização do indivíduo. A partir daí, o debate direciona-se para a polêmica que envolve os conceitos de indústria cultural e cultura de massa, tomando como base as contribuições de Adorno e Horkheimer (2000) e Edgar Morin (2000). Também será abordada a questão das adaptações de obras literárias para a TV - caso da obra do escritor Monteiro Lobato, que ganhou espaço na televisão com o *Sítio do Picapau Amarelo* -, sendo o material utilizado, proveniente de estudos realizados por Guimarães (2003), Sodré (1984) e Wolton (1996).

1.1. A linguagem e produção discursiva

A linguagem e a produção discursiva compõem todo o processo de socialização do homem, que os autores Berger e Luckmann (1998) avaliam como a “abertura para o mundo”, sua capacidade de adaptação que o diferencia dos demais animais. Para eles, em função de sua condição biológica o homem não encontra um ambiente estruturado para si, e, portanto, ele o constrói. Os autores explicam que essa construção é sempre e necessariamente um

empreendimento social. Ou seja, a partir de uma ordem estabelecida pelo ser humano, que acontece num movimento de exteriorização, a estabilidade da conduta humana é garantida.

A repetição de ações transforma-se em hábitos e, a partir desse momento, tanto o indivíduo quanto o grupo passam a economizar esforço. Isso quer dizer que muitas coisas não precisam, necessariamente, ser reinventadas, mas apenas repetidas, o que facilita consideravelmente o exercício da atividade humana e abrem espaço para a criação de outras repetições que conseqüentemente irão gerar novos hábitos. Todo esse processo passa a ser tipificado e origina a institucionalização.

É importante deixar claro que não é qualquer hábito que se torna típico, apenas os socialmente compartilhados pela sociedade, o que os caracteriza por sua relevância. O mundo institucional é vivido pelo indivíduo a partir da tradição, ou seja, das experiências deixadas por seus antecessores e experimentadas por ele como uma realidade objetiva, que prosseguirá mesmo depois de sua morte.

Berger e Luckmann atentam para o fato de que a objetividade do mundo institucional não acontece sem a participação dos indivíduos, ela é construção humana. Essas construções, geradas no processo de exteriorização da ação humana, recebem o nome de objetivação. O processo decorrente desta sobreposição humana na objetivação é baseado na linguagem, ou seja, numa relação discursiva, baseada na reciprocidade de ação do homem (produtor) e do seu mundo social (produto). Este processo de troca é constituído de exteriorização, objetivação e interiorização.

Da mesma maneira que se fez necessário o consenso do grupo no momento da tipificação dos hábitos para que estes fossem estabelecidos, o mesmo ocorre com a instituição por meio dos caminhos de legitimação. A legitimação é necessária no sentido de expor para as novas gerações por que determinada coisa foi estabelecida ou incorporada daquela forma, ou

seja, trata-se de dar significado ao significado e, com isso, garantir sua continuidade. Este processo de legitimação é caracterizado por elementos como a “lógica” das instituições (busca de coerência), linguagem, regras de conduta e/ou controle e sanções (punições para os desviantes da ordem institucional).

Um dos níveis de legitimação dos mecanismos institucionais da sociedade refere-se aos universos simbólicos, que compõem de maneira diferenciada as áreas de significação e alcançam a ordem institucional em uma totalidade simbólica. Nesta etapa, ocorre uma integração, onde o indivíduo consegue “localizar-se”, firmar-se no domínio da vida social.

O universo simbólico proporciona a ordem para a apreensão pessoal da experiência da vida, ordenando e legitimando os papéis cotidianos. As funções legitimadoras do universo simbólico permitem ordenar as diferentes fases da biografia, onde o indivíduo sente que está cumprindo “a natureza das coisas” ou que está vivendo “corretamente”; permite ao indivíduo se sentir seguro de que “realmente é o que considera ser”; permite uma “localização da morte”; tem o papel de categorizar os fenômenos dentro de uma hierarquia do ser, ordena a história estabelecendo uma ligação entre passado, presente e futuro e também vinculando os homens com seus antepassados e sua descendência numa totalidade dotada de sentido; e fornece uma integração unificadora de todos os processos institucionais separados, ou seja, a sociedade ganha sentido.

O sujeito constitui-se por meio de tipificações socialmente compartilhadas, o que não significa que ele se torna um ser tipificado. Isto é possível devido à sua capacidade de reflexão. Todos nós temos por hábito refletir sobre as ações que cercam não só nossas vidas, mas a sociedade como um todo. Este processo permite-nos fazer uma avaliação e julgar se o procedimento deve ser mantido ou modificado em novas situações, o que deixa claro que não existem indivíduos únicos, mas tipos.

De acordo com os autores, é a partir desta tipificação, compartilhada por uma coletividade de atores, que se pode falar de papéis.

As instituições incorporam-se a experiências do indivíduo por meio dos papéis. Estes lingüisticamente objetivados, são um ingrediente essencial do mundo objetivamente acessível de qualquer sociedade. Ao desempenhar papéis, o indivíduo participa de um mundo social. Ao interiorizar estes papéis, o mesmo mundo torna-se subjetivamente real para ele. (BERGER E LUCKMANN, 1998, p. 103)

Berger e Luckmann questionam se o homem tem alguma idéia de que o mundo social é uma construção sua e que sendo assim pode ser refeito por ele. O que eles discutem é a ordem institucional sendo apresentada como uma realização não humana, como um dado da natureza, sendo resultado de leis cósmicas ou manifestações de um ser superior. A este processo deram o nome de reificação.

Dessa forma, perde-se o sentido discursivo da relação indivíduo e sociedade e mesmo assim o homem continua a produzir um mundo que lhe nega a autoria. A partir do momento em que o indivíduo interioriza sua autoria como construtor da realidade, todas as coisas poderão assumir processos de construção e desconstrução social, isto, claro, desde que um mínimo de ordem seja mantida.

Assim como as instituições, os papéis e as identidades também podem ser modificados, reconstruídos. Isso é possível quando o indivíduo tem acesso a outras tipificações (maneiras de agir) que lhe são imputadas socialmente. Porém, os autores dizem que a socialização nunca é bem sucedida.

O processo de interiorização realiza-se pela “socialização”, que visa adequar o indivíduo num mundo já estabelecido e ordenado de uma dada sociedade ou em determinado segmento dela. Este processo acontece em dois estágios diferenciados: na socialização primária que ocorre na infância do indivíduo, marcando seu ingresso na vida social. Este

processo é formado por uma elevada carga de emocionalidade. Nesta fase o indivíduo assume a concepção de realidade objetiva a partir da vivência que lhe é transmitida pelos “outros significativos” (pai, mãe, irmãos etc.) com os quais ele se identifica.

Entretanto, a identificação é fator condicionante para a interiorização do sujeito. E essa identificação vai ocorrer quando a criança tiver assumido como sendo seus, os papéis e as atitudes dos “outros significantes”. A identificação de si mesmo é constituída a partir de um processo entre a identificação pelos outros (identidade objetivamente atribuída) e a auto-identificação (identidade subjetivamente apropriada), constituindo assim uma personalidade que é reflexa.

A socialização primária cria na consciência da criança uma abstração progressiva dos papéis e atitudes dos outros particulares para os papéis e atitudes em geral. (...) Esta abstração dos papéis e atitudes dos outros significativos concretos é chamada o outro generalizado. Sua formação na consciência significa que o indivíduo identifica-se agora não somente com os outros concretos mas com uma generalidade de outros, isto é, com uma sociedade. (BERGER E LUCKMANN, 1998, p. 178)

Isso significa que a criança passa agora a criar sua própria identidade e começa a discernir o que é real “fora” (realidade objetiva) e o que é real “dentro” (realidade subjetiva). Mas é necessário levar em conta que existe sempre uma realidade objetiva disponível muito maior do que aquela que é interiorizada pelo indivíduo, isso devido a uma série de fatores. Com isso, o indivíduo apreende-se a si mesmo como um ser ao mesmo tempo interior e exterior à sociedade.

No processo da socialização primária, inexistente a possibilidade de escolha de “outros significativos”, eles são impostos à criança. Sem poder de opção, a criança não só se identifica com esses “outros significativos”, como também interioriza a realidade particular

deles de forma inevitável. A criança não pode, por exemplo, escolher outros pais, outra realidade e, portanto, passa a comportar-se de acordo com a realidade que lhe é apresentada, “possível” naquele momento. A conclusão da socialização primária se dá quando o conceito de “outro generalizado” assume lugar na consciência do indivíduo. A partir disto, ele passa a compor a sociedade, tendo, subjetivamente, uma personalidade e um mundo.

Já a socialização secundária é o processo que irá prolongar-se por toda a vida do indivíduo a partir da noção interiorizada de “outro generalizado”. Para Berger e Luckmann, a socialização secundária é o ganho do conhecimento de funções específicas, funções que direta ou indiretamente tem suas raízes na divisão do trabalho.

Na socialização secundária, os “submundos” são interiorizados como realidades parciais, o que não ocorre na socialização primária em decorrência do indivíduo enxergar sua realidade como sendo única. As relações de identificação também sofrem alterações de um tipo de socialização para a outra.

Entre as possíveis diferenças e semelhanças em todo o processo de socialização, Berger e Luckmann dizem que existe sempre a presença persistente de metamorfoses indicando possibilidades de mudanças, bem como de definições de realidade competindo umas com as outras. Segundo eles, se na maior parte do tempo o sentimento de inevitabilidade se fizer presente, pode-se dizer que o processo de interiorização alcançou o seu objetivo.

Paralelo a isso, ocorre o processo de conservação da realidade que acontece por meio da realização rotineira (manutenção da realidade interiorizada na vida cotidiana) e da conservação crítica (manutenção da realidade em situações de crise). Este processo de conservação possibilita a clara distinção entre os “outros significativos” (da socialização primária) e os outros menos importantes (das socializações secundárias). É importante destacar que não necessariamente os “outros significativos” sejam os principais responsáveis

pela conservação da realidade subjetiva do indivíduo. Isso pode variar de acordo com uma série de fatores sociais.

Segundo Berger e Luckmann, o veículo fundamental da conservação da realidade é a conversa, sendo a fala o seu principal recurso. Mas eles colocam que a grande maioria da conservação da realidade na conversa é implícita, ou seja, as questões do mundo não são discutidas como deveriam ser e este se apresenta como verdadeiro, sem maiores questionamentos.

Assim, a realidade subjetiva de uma coisa da qual nunca se fala torna-se vacilante. [...] O indivíduo então 'convence-se' dessas dúvidas, que são objetivadas como realidade em sua própria consciência. Geralmente falando, o aparelho de conversa mantém a realidade 'falando' de vários elementos da experiência e colocando-nos em um lugar definido no mundo real. Esta força geradora da realidade, possuída pela conversa, é dada já no fato da objetivação lingüística. [...] No estabelecimento desta ordem a linguagem realiza um mundo, no duplo sentido de apreendê-lo e produzi-lo. (BERGER E LUCKMANN, 1998, p. 203-204)

Para a efetivação da manutenção da realidade subjetiva, é necessário que o aparelho de conversa seja contínuo. Desta forma, a realidade subjetiva mantém dependência direta com o reconhecimento do outro. O indivíduo necessita desse reconhecimento das pessoas que fazem parte de seu convívio para manter sua auto-identificação. A realidade subjetiva não é estática. Portanto, ela está sujeita às chamadas alterações (processo de re-socialização).

Para os autores, no entanto, qualquer alteração na ordem social depende de uma ação compartilhada por vários indivíduos, ou seja, deve se transformar numa ação que aciona o coletivo. Isso ocorre via linguagem, que é a forma distintiva de o homem se situar no mundo. Hoje, falar em linguagem, necessariamente, é remeter a linguagem mediada pelos modernos

meios de comunicação de massa, que se tornaram um novo espaço público, em que os indivíduos compartilham opiniões e estabelecem divergências.

1.2. A indústria cultural, a cultura de massa e a mídia na era moderna

Partindo da ênfase que Berger e Luckmann dão à linguagem como forma de construção social da realidade, deve-se destacar, nos dias atuais, o papel imprescindível dos meios de comunicação de massa que hoje são responsáveis por novas formas de mediação e de interação social. No entanto, estas transformações que ocorreram no século XX em função do surgimento dos meios de comunicação de massa e em decorrência da consolidação da indústria cultural geram polêmicas sobre até que ponto vai o poder da tecnologia sobre o homem.

Nesse sentido, para fazer uma discussão sobre cultura de massa e indústria cultural, é fundamental resgatar estes conceitos a partir da concepção da Teoria Crítica ou Escola de Frankfurt. Adorno e Horkheimer (2000), no ensaio *A indústria cultural. O iluminismo como mistificação das massas*, publicado em 1947, elaboraram o conceito de indústria cultural, que até hoje gera controvérsias.² Em suas análises sobre a sociedade moderna, os teóricos da

² A Teoria Crítica apresenta-se no cenário do campo da comunicação como a contracorrente da maior parte dos estudos desenvolvidos nos Estados Unidos, que ficaram conhecidos como escola americana ou pesquisa administrativa. Um tema importante na discussão acerca dos meios de comunicação de massa é o contraste entre pesquisa administrativa e teórica crítica, uma polêmica que marcou a primeira fase dos estudos sobre a mídia. Houve uma polarização entre a chamada escola americana (pesquisa administrativa - "integrados") e a chamada escola européia (Teoria Crítica - "apocalípticos"). Do ponto de vista histórico e contextual, a Escola de Frankfurt está relacionada a um grupo de pesquisadores que criaram, em Frankfurt, o Instituto de Pesquisas Sociais, em 1923, na Alemanha, que ficou conhecido como Escola de Frankfurt. A maioria de seus pensadores – Adorno,

Escola de Frankfurt analisam, a partir da obra de Karl Marx, como o processo de racionalidade técnica que marca o processo produtivo capitalista, iniciado na Revolução Industrial, atingiu a esfera da cultura, no século XX, criando o que eles denominaram de indústria cultural. Este processo produtivo inclui a divisão social do trabalho, gerando uma crescente especialização. Ao se tornarem especialistas, os indivíduos passam a dominar apenas parte do processo produtivo e perdem a noção do todo, das relações produtivas – disso decorre o conceito de alienação. Outra característica é a produção em série, visando atingir o maior número de pessoas, pela padronização e repetição de modelos.

Em relação ao consumo, a indústria da cultura define o que deve ser consumido, quando e como deve ser consumido, criando uma demanda planejada, ou seja, as necessidades são criadas. Um exemplo é a popularização do uso de celular e da *Internet* nos últimos 10 anos. Se antes isto não era uma necessidade, hoje a indústria passa para o indivíduo que quem não consumir está fora dos círculos sociais. Para facilitar o consumo, ela cria modelos que possam atender à hierarquização que ela mesmo promove da sociedade – celulares mais caros, de preço médio e mais populares. Nesse sentido, a segunda industrialização ocorre quando tal processo atinge a esfera da cultura, do espírito, criando a indústria cultural.

O termo indústria cultural foi criado por Adorno e Horkheimer, como forma de descrever o retrocesso cultural gerado pelo processo da modernidade. Antes, era empregado o termo cultura de massa. No entanto, para os autores, a cultura pressupõe espontaneidade, singularidades. Como tudo passou a ser previsível e planejado para gerar lucros, não faz

Horkheimer, Benjamim – eram judeus e, perseguidos pelo nazismo, emigraram para os Estados Unidos. Benjamin, antes de ser capturado em 1940, acabou se suicidando. O Instituto foi obrigado a fechar e os seus principais expoentes emigraram para os Estados Unidos, instalando a Escola em Nova Iorque. Foi reaberto em 1950 e prosseguiu seu trabalho. Nesse sentido, a Teoria Crítica propõe-se como teoria da sociedade entendida como um todo, daí a polêmica constante contra as disciplinas setoriais, que se especializam e diferenciam progressivamente campos distintos de competência. De acordo com a Teoria Crítica, essas disciplinas especializadas desviam-se da compreensão da sociedade como um todo e acabam desempenhando uma função de manutenção da ordem social existente. Os teóricos de Frankfurt pretendem ser o oposto, pretendem evitar a função ideológica das ciências e das disciplinas setoriais.

sentido falar em cultura, muito menos em cultura de massa. A expressão “cultura de massa” foi substituída por indústria cultural. Trata-se de uma realidade bem diferente do universo de liberdade da cultural. Conforme afirmam os frankfurtianos, prevalece a *lógica* de um sistema harmônico, em que os diversos setores se articulam: imprensa, filmes, rádio, televisão, comportamento, moda e hoje principalmente as novas tecnologias. Cada setor se harmoniza entre si e todos se harmonizam reciprocamente.

Para os autores, a racionalidade técnica é a racionalidade do próprio domínio. Este processo deve ser entendido relacionando com as cadeias produtivas que envolvem a fabricação de um produto. Como exemplo, o *Sítio do Picapau Amarelo*, para se produzido, tem várias etapas, aciona uma cadeia produtiva até chegar ao consumidor. Ao mesmo tempo, ele aciona várias outras indústrias – outras cadeias produtivas, como indústria fonográfica (trilha sonora), revistas, brinquedos, modismos, comportamentos, vestuário e inúmeras outras indústrias.

Ao definir um sistema padrão de produção (como exemplo, as novelas, os seriados e noticiários padronizados da *Rede Globo*, o padrão dos filmes americanos), a indústria cultural utiliza a padronização como forma de controlar os indivíduos, ou seja, quanto mais familiar é produto, menos estranho ele é, mais fácil de ser consumido, de ser assimilado, sem necessidade de raciocínio. Ao se tornar familiar ao espectador, o *Sítio do Picapau Amarelo*, por exemplo, passa a ser um produto de fácil assimilação. Até mesmo o que parece ser novo – como o formato de novela que o Sítio ganhou agora – é o velho sob uma nova roupagem, tendo em vista que utiliza principalmente de um par romântico, do amor banalizado, tornando-se mais simplificada ainda a obra literária de Monteiro Lobato. Na verdade, conforme destacam Adorno e Horkheimer, aquilo que a indústria cultural oferece de continuamente novo não é mais do que a representação, sob formas sempre diferentes, de algo que é sempre igual.

A indústria cultural, ao se constituir como um sistema de controle totalitário sobre a sociedade e os indivíduos, condiciona, de uma forma total, o tipo e a função do processo de consumo e sua qualidade, bem como a autonomia do consumidor. Segundo os frankfurtianos, a máquina da indústria cultural, ao preferir a eficácia dos seus produtos, determina o consumo e exclui tudo que é novo, tudo o que se configura como risco inútil. Por isso, tendo em vista o público que a *Globo* quer atingir com a sua programação infantil, o produto já é embalado da forma como deve ser consumido.

Em função deste controle da indústria cultural, Adorno e Horkheimer afirmam que há uma decadência dos mitos e a total fragilidade do indivíduo frente ao sistema. Ao contrário das tragédias gregas, em que os heróis passavam por uma provação e acabam morrendo em função de uma grande causa, na era moderna, os heróis são personagens padronizados e com egos fragilizados. O indivíduo, ao estabelecer um vínculo afetivo de identificação ou projeção com os seus ídolos, também mostra quanto está vulnerável ao sistema. Se os heróis estão fragilizados, os indivíduos, no seu cotidiano, já não têm existência como sujeitos pensantes. Segundo os autores, na era da indústria cultural, o indivíduo perde sua autonomia e tem uma adesão acrítica aos valores impostos. Ele, muitas vezes, acredita que tem um senso crítico, que consome produtos alternativos, mas está aderindo a um tipo de comportamento que já foi anteriormente definido pela indústria.

Para Adorno e Horkheimer, as horas de lazer que, aparentemente, são as que o sujeito tem mais liberdade, são as que mais condicionam o indivíduo a aderir à indústria cultural. O entretenimento propiciado pela televisão para o público infantil é uma forma de deixá-lo livre do “princípio de realidade”. No entanto, partindo da análise frankfurtiana, destaca-se que é nestes momentos que a criança mais absorve ordens de como agir, como se comportar, que tipo de postura adotar, que tipo de consumidor será.

Ao discutir a qualidade dos produtos da indústria cultural, os teóricos de Frankfurt enfatizam que são feitos para paralisar a imaginação e eliminar qualquer tipo de ação espontânea ou criativa pela própria forma objetiva que são fabricados, tendo em vista uma cadeia produtiva. Para consumir estes produtos, o indivíduo deve estar atento, pois o consumo exige “não só prontidão de instinto, dotes de observação e competência específica como também são feitos para impedir a atividade mental do espectador, se este ou aquele não quiser perder os fatos que lhe passam rapidamente pela frente” (ADORNO & HORKHEIMER, 2000, p. 181).

Esta “prontidão de instinto”, por exemplo, é acionada na programação infantil, que oscila de desenhos e programas de humor, de violência, com cenas rápidas, de tal forma que a criança tem que se manter atenta para não perder nenhuma seqüência. Por isso, os frankfurtianos afirmam que o espectador não age pela sua própria cabeça. Ele recebe tudo pronto, inclusive as reações que deve ter frente ao produto. Num desenho animado mais engraçado, devem rir; em cenas de violência, devem se chocar ou fazer uma catarse. Devem se identificar com determinados personagens e até imitar comportamentos.

Para dar uma idéia de multiplicidade e de escolha, a indústria cultural oferece produtos diferenciados para atender a segmentos diferenciados, mas no fundo “tudo se assemelha a um questionário de múltipla escolha: quem o preenche está limitado a alternativas muito precisas e previamente fixadas” (ADORNO & HORKHEIMER, 2000, p. 202).

Adorno e Horkheimer, ainda, apontam como estratégia da indústria cultural a estrutura multiestratificada das mensagens, para atender diferentes estratos sociais. Para públicos de estratos mais populares, programações de assimilação mais fácil. Para públicos mais sofisticados, formatos e conteúdos mais refinados. Pode-se perceber essa diferença, por

exemplo, entre a *Globo* (voltada para o público de classe média e o público em geral) e o *SBT* (voltada para um público mais popular).

Segundo os frankfurtianos, os espetáculos produzidos pela mídia, principalmente pela televisão, visam “a produção ou, pelo menos, a reprodução de muita mediocridade, de inércia intelectual, e de credulidade que parecem adequar-se aos credos totalitários, mesmo que a mensagem explícita e visível dos espetáculos possa ser antitotalitária”. Com base nos produtos que recebe, o consumidor é sempre colocado na atitude de passividade, recebendo, sem saber, ordens, indicações, proibições.

No que diz respeito aos gêneros adotados pela indústria cultural, é trabalhada a estratégia de diversificar para atrair e controlar diferentes públicos. Uma das estratégias mais eficazes diz respeito à criação de estereótipos – que são um elemento indispensável para se organizar e antecipar as experiências da realidade social. Constituem um instrumento necessário de economia de aprendizagem. Ou seja, eles criam marcas simplificadas para as celebridades. As crianças já são preparadas para responder aos estímulos de acordo com as personagens que aparecem: a Emília, Narizinho, o Visconde, a Dona Benta têm uma recepção já previamente programada pela indústria cultural, segundo os teóricos de Frankfurt.

Edgar Morin tem uma visão menos pessimista da indústria cultural e consegue vislumbrar espaços para a arte, para a criação, mesmo com o poder do sistema capitalista sobre o indivíduo e sobre o universo da cultura. Ele concorda com a idéia dos frankfurtianos de que, no começo do século XX, inicia-se a segunda industrialização, ou seja, “a que se processa nas imagens e nos sonhos”. Essa industrialização é voltada para o interior do indivíduo e nela opera o avanço ininterrupto da técnica, em que são derramadas quantidades infinitas de mercadorias culturais. Ele explica que, depois da Segunda Guerra Mundial, a

sociologia americana reconhece a Terceira Cultura, definida como *mass culture* ou cultura de massa, que se estabelece ao lado das duas outras culturas, a clássica e a nacional.

Cultura de massa, isto é, produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial; propagada pelas técnicas de difusão maciça (que um estranho neologismo anglo-latino chama da *mass media*); destinando-se a uma massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade (classes, família, etc). (MORIN, 2000, p. 14)

Conforme o autor, uma cultura dita certas regras no sentido de orientar, desenvolver e, até mesmo, domesticar certas atitudes que normalmente são predeterminadas aos humanos. Por outro lado, inibe ou proíbe outras. Morin explica que existem dois tipos de cultura que definem o homem. A primeira, relacionada à sua natureza, define as qualidades propriamente humanas do ser biológico chamado homem, ou seja, por exemplo, suas intuições. A outra se processa em decorrência de culturas particulares segundo as épocas e as sociedades.

Para Morin, a cultura possui artifícios capazes de “penetrar o indivíduo em sua intimidade”, em sua vida privada, existindo então um processo de identificação e troca constantes entre o indivíduo e o imaginário por meio de projeção. Com isso, o lado real passa a suprir constantemente o lado imaginário e vice-versa. Segundo ele, uma cultura atua no sentido de fornecer pontos de apoio práticos à vida imaginária do indivíduo, alimentando o ser “semi-real”, “semi-imaginário” que cada um guarda no interior e exterior de si e no qual se envolve, ou seja, alimenta sua personalidade.

Muito criticada pelos intelectuais, a indústria cultural – responsável pela comercialização dos produtos que suprem as vontades da cultura de massa –, é tratada por eles como um objeto de arte sem valor. Mas, como coloca Morin, a diversidade de produtos oferecidos pelos veículos de comunicação (rádio, televisão, impresso, cinema e, por que não,

avançando um pouco além do período de análise do autor, a *Internet*) que integram a indústria cultural deixou de ser condicionada pela crítica “cultivada”. Dessa forma, ou seja, disponibilizando produtos variados, é possível atender a uma gama maior de consumidores que também possuem estilos variados.

Edgar Morin explica que as invenções técnicas foram o fator preponderante para que a indústria cultural se constituísse. Essas técnicas foram capazes de proporcionar sonho e lazer, mas tendo sempre em vista o lucro capitalista. “É para o lucro e pelo lucro que se desenvolvem as novas artes técnicas” (MORIN, 2000, p. 22).

Existe uma grande preocupação tanto por parte do sistema privado quanto por parte do sistema do Estado em alcançar o maior público possível. Porém, seus objetivos são distintos: enquanto o sistema privado visa ao lucro, como já foi colocado anteriormente, e tem como meta agradar e conquistar o consumidor, utilizando, para isso, métodos de recreação e divertimento dentro dos limites da censura, já o sistema do Estado alimenta o interesse político e ideológico com o intuito de convencer e educar.

Segundo o autor, a imprensa, o rádio e a televisão são extremamente velozes tanto no que diz respeito à produção quanto ao consumo, sendo o consumo psíquico devido ao seu caráter impalpável. O sistema industrial, por sua vez, tende à concentração técnico-burocrática que se volta à despersonalização da criação e à predominância da organização racional de produção. Mas esse modelo de fabricação choca-se com a exigência contrária do público, que pede sempre por um produto individualizado e novo. Morin diz que, diante de interesses distintos, a possibilidade para que a indústria cultural e o público consigam se organizar encontra-se na própria “estrutura do imaginário”. O imaginário, de acordo com ele, estrutura-se segundo arquétipos, em que a existência de “figurinos-modelo” da idealização

humana ordenam os sonhos e, particularmente “os sonhos racionalizados que são os temas míticos ou romanescos”.

Regras, convenções, gêneros artísticos impõem estruturas exteriores às obras, enquanto situações-tipo e personagens-tipo lhe fornecem as estruturas internas. [...] Ora, toda estrutura constante pode se conciliar com a norma industrial. A indústria cultural persegue a demonstração à sua maneira, padronizando os grandes temas romanescos, fazendo clichê dos arquétipos em estereótipos. (MORIN, 2000, p.26)

Levando-se em conta os fatores expostos acima, torna-se viável a integração entre as partes interessadas. Ou seja, a indústria cultural consegue atender aos anseios dos consumidores, que de uma forma ou de outra sempre conseguem encontrar algo com que se identifiquem mais, que atenda de maneira mais adequada aos seus anseios e desejos. Conforme Morin, a programação que atende a massa é mais burocratizada do que o cinema, porque a originalidade e a individualidade são fabricadas previamente pelo acontecimento, porque o ritmo de publicação é diário ou semanal.

O autor explica que a indústria cultural não consegue oferecer produtos novos e diferenciados para o público com a mesma intensidade de sua demanda. Por isso, de tempos em tempos, ela atualiza alguns produtos de grande sucesso – ou até mesmo os mantém em sua versão original – e os coloca novamente em circulação. Porém, tanto a reutilização de programas já exibidos quanto a apresentação de conteúdos inéditos correm certo risco de desagradar, porque os receptores estão sujeitos a constantes transformações na maneira de pensar e agir.

No que se refere à produção e criação, Morin diz que o autor, criador da obra, afirma-se no momento em que começa a era industrial e, com isso, “a criação tende a se tornar produção”. Dessa forma, o produto deixa de ser caracterizado apenas pela autoria e passa a

contar com a colaboração de uma série de outros profissionais que trabalham na adaptação da obra para o cinema ou TV. “Essa divisão do trabalho tornado coletivo é um aspecto geral da racionalização que chama o sistema industrial, racionalização que começa na fabricação dos produtos, se segue nos planejamentos de produção, de distribuição, e termina nos estudos do mercado cultural” (MORIN, 2000, p. 30).

A racionalização corresponde à padronização, que impõe ao produto cultural determinados moldes do espaço e tempo de duração que devem ocupar. Mas, como deixa claro o autor, a divisão do trabalho e a padronização não são obstáculos à individualização da obra. Na verdade, quanto mais a indústria cultural se expande, mais ela utiliza os artifícios que levam à individuação. Porém, em contrapartida, a tendência é também padronizar essa individuação.

“O impulso no sentido da individuação não se traduz somente pelo apelo ao elétron negativo (o ‘criador’), ele se efetua pelo refúgio em superindividualidades, as vedetes” (MORIN, 2000, p. 32). O que Morin coloca é o fato de que, muitas vezes, personagens ou atores tornam-se referências da obra, ficando o autor em segundo plano, ou até mesmo no anonimato, para a grande massa.

Como qualquer tipo de atividade que compõe o sistema capitalista, a indústria cultural busca o lucro. Mas, mais do que isso, sua preocupação está concentrada em atingir o público universal. Porém, a procura por um público diversificado acarreta também uma variedade significativa de produtos a serem oferecidos. Para atender a todos, é preciso encontrar o que Morin chama de “denominador comum”, ou seja, um meio termo que satisfaça aos anseios da maior parcela possível.

O método utilizado para se chegar ao denominador comum é fazer uso de uma linguagem simples, fácil de ser absorvida e entendida. O sincretismo, fusão de elementos

culturais diferentes, é outro recurso usado para homogeneizar o público, que se encontra diante de tamanha diversidade de conteúdos.

O público encanta-se com tudo o que difere de seu cotidiano, tudo o que lhe permite misturar sonho e realidade. O mesmo acontece no setor imaginário, em que o público passa a buscar elementos reais, elementos que de alguma forma se identifiquem com suas vidas e sua rotina. E é nessa mescla entre real e imaginário que a indústria cultural encontra seu meio termo, o ponto que agrada e seduz.

É importante destacar que as vontades e interesses do público modificam-se com o passar do tempo. Em decorrência disso, a tendência é produzir para públicos específicos – homens, mulheres, crianças, adolescentes, religiosos, fãs de rock, música clássica – e, dessa forma, atrair “o grande público”, a “massa”. Dentre essa diversidade de áreas específicas e direcionadas, encontra-se a imprensa infantil que, segundo Morin, foi literalmente criada pela indústria cultural.

A imprensa infantil pode ser consumida por meio de produtos propriamente infantis ou diluída em circunscritos (página das crianças, quadrinhos e jogos) da imprensa adulta. O autor ressalta que o fato de existir uma imprensa infantil demonstra que uma mesma estrutura comanda as imprensas infantil e adulta.

Pode-se dizer que a cultura de massa, em seu setor infantil, leva precocemente a criança ao alcance do setor adulto, enquanto em seu setor adulto ela se coloca ao alcance da criança. Esta cultura cria uma criança com caracteres pré-adultos ou um adulto acriançado? A resposta a essa pergunta não é necessariamente alternativa. (MORIN, 2000, p. 39)

A partir das exposições de Morin, fica claro que a cultura de massa, muitas vezes, interrompe ou, até mesmo, provoca o avanço de certas etapas da formação do indivíduo. Cada

vez mais, as crianças tendem a se comportar, falar e vestir-se como os adultos e, com isso, a indústria cultural consegue moldar e preparar seu futuro consumidor potencial.

Segundo Edgar Morin, o homem médio a quem a indústria cultural quer conquistar e atrair é aquele que possui um grau de humanidade comum no sentido em que fazendo uso do imaginário, responde às imagens pela identificação ou projeção. É também o homem curioso que adora novidades e, acima de tudo, ser surpreendido positivamente. Para o autor, a linguagem adaptada a esse homem é a audiovisual, que reúne imagem, som, palavra e escrita. “Linguagem, enfim, que se desenvolve tanto e mais sobre o tecido do imaginário e do jogo que sobre o tecido da vida prática” (MORIN, 2000, p. 45).

Morin explica que no primeiro sentido encontra-se o Estado, seja censurando ou exigindo deveres e obrigações que tendem ao conformismo. Por outro lado, existe a estrutura industrial que padroniza. E mais adiante, mas não menos importante, a economia capitalista que procura o máximo de público (consumidores), incluindo-se aí a nova camada salarial, que “convoca não apenas simples divertimentos, mas conteúdos que colocam em xeque o ser humano profundo [...] enfim, a indústria cultural não produz apenas clichês ou monstros” (MORIN, 2000, p. 49).

Conseqüentemente, a cultura industrializada se vê obrigada a oferecer produtos de maior qualidade, porém sem que as imposições do sistema fiquem de lado, o que quer dizer quantidade em detrimento de qualidade. Portanto, a cultura de massa assume caráter mediano em sua inspiração e seu objetivo, porque ela é uma cultura que procura um tipo médio que agrade às diferentes faixas etárias, sexos e povos, justamente por estar ligada a uma sociedade na qual “se desenvolve uma humanidade média, de níveis de vida médios, de tipo de vida médio”.

Entretanto, esse público, definido por Morin como corrente principal, não constitui a totalidade do sistema. Existe, ainda, uma contracorrente que renega o apresentado. De um lado, encontra-se a corrente principal, o público médio que mostra o final feliz e a vitória. Em contrapartida, a contracorrente ou as redes negativas mostram o fracasso e a loucura. “Assim nós vemos que a contradição fundamental é a seguinte: o sistema tende a secretar continuamente seus próprios antídotos, e tende continuamente a impedi-los de agir” (MORIN, 2000, p. 51). Por fim, a terceira corrente, denominada pelo autor como corrente negra, é a corrente em que dúvidas e contestações são colocadas em jogo, mas que permanecem fora da indústria cultural. Ou seja, elas não são descartadas por completo, haja vista que chegam ao conhecimento de parte do público, porém não conseguem atingir a visibilidade necessária para que o tema alcance repercussão entre a grande massa.

Edgar Morin diz que a cultura cultivada se democratiza pelo livro barato, o disco, a reprodução e, por que não, pelos seriados de TV, uma das correntes da cultura de massa, mas não a principal nem a corrente específica. Por outro lado, por mais que essa democratização multiplicadora tenha em vista a unificação com a alta cultura, sempre vai esbarrar na questão do acesso, no qual a alta cultura detém o monopólio da atualidade e do original.

Para ele, a cultura industrial tem por característica multiplicar-se pura e simplesmente e constantemente modificar segundo seus próprios critérios todos os produtos que vai buscar nas reservas de alta cultura. Ao mesmo tempo em que não admite que a alta cultura desacredite os seus valores, a cultura industrial tende incorporar bem demais em seu modelo as formas e conteúdos de que se apossa. Dessa forma, existe ao lado da democratização propriamente dita, uma vulgarização.

Por meio dessa multiplicação, seja pela democratização ou pela vulgarização, uma gama maior do público é beneficiada pelo acesso às obras da alta cultura, que são

apresentadas devido a processos de “simplificação, modernização, maniqueização, atualização”. Resumidamente, a simplificação torna a linguagem mais clara, mais fácil de ser entendida pelo público médio; o maniqueísmo refere-se ao antagonismo entre o bem e o mal, muitas vezes de maneira até mais acentuada do que na obra original; a atualização é responsável pela adequação dos interesses do público atual com a obra do passado; por fim, a modernização nada mais é do que “a transferência pura e simples da ação do passado para o tempo presente”.

Com isso, a simplificação, maniqueização, atualização e modernização concorrem para adaptar as obras de alta cultura na cultura de massa. Essa formatação tem por objetivo tornar os produtos mais facilmente consumíveis, sendo possível até mesmo incluir na nova versão aspectos da cultura de massa que não compõem a obra original. Ou seja, a essência é a mesma, porém acrescida de recursos que a tornam mais atraente para o novo público.

Morin refere-se ao público como sendo sucessor dos homens que participavam das festas e ritos que constituíam a cultura pré-impressa. Porém, aquele homem que compunha ativamente os acontecimentos por meio de presença física, agora passa a ser substituído pelo espectador que, apesar de estar presente e fazer parte de todo o processo, participa através de teleparticipação mental.

Os *mass media* restabelecem a relação humana que destrói o impresso, tendem a quebrar a estrutura mesma das relações humanas da cultura folclórica. A presença humana na televisão ou nos filmes é, ao mesmo tempo, uma ausência humana, a presença física do espectador é, ao mesmo tempo, uma passividade física. (MORIN, 2000, p. 63)

O autor não avalia essa ruptura como uma destruição radical, mas sim como forma de novas integrações, pois certos temas folclóricos continuam presentes na cultura de massa.

Exemplo disso são as personagens Saci Pererê, Mula-sem-cabeça e Curupira que compõem o programa infantil *Sítio do Picapau Amarelo*. Com isso, Morin mostra que a indústria cultural, em sua busca infindável pelo público universal, tem consciência de que esse público divide-se entre o arcaísmo e a busca pelo novo. Portanto, muitas vezes, é necessário saber mesclar a novidade com elementos de um grande sucesso do passado para que o espectador identifique-se com o que é apresentado.

Na contemporaneidade, conforme aponta Morin (2000), os momentos de lazer, que antes eram tomados pelas festas e pela família, assumem novas características de bem-estar, voltadas para o consumo e para uma nova vida privada. Com a fabricação em série e as facilidades de empréstimos e formas de pagamentos, o homem começa a participar do que o autor chama de “civilização do bem-estar”. Com isso, a cultura de massa mobiliza o lazer. “[...] ela orienta a busca da saúde individual durante o lazer e, ainda mais, ela acultua o lazer que se torna o estilo de vida” (MORIN, 2000:69).

A partir de uma cartilha de opções pré-estabelecidas pela indústria cultural, o homem contemporâneo consegue fugir da angústia ou da solidão. Nesse sentido, ele transporta-se para um outro lugar, onde a novidade está na extensão das imagens e sons produzidos pela TV, o que gera “os progressos de uma concepção lúdica da vida”. Porém, apesar da aparente proximidade que o telespectador, ouvinte ou leitor mantém com os meios de comunicação de massa ele não consegue intervir no que lhe foi apresentado. Ele participa do espetáculo, mas sua participação é sempre pelo intermédio do mediador, jornalista, locutor ou herói imaginário.

Dessa forma, o autor coloca que ao mesmo tempo em que essa narrativa confunde-se com algo muito próximo do real e do cotidiano, a relação instituída nada mais é do que de passividade investida da participação na multiplicidade do real e do imaginário. No caso da

programação infantil, conforme Morin, a projeção entre real e imaginário assume uma importância ainda maior, misturando-se intimamente o sonho com a técnica. A partir da década de 30, são formadas as linhas que orientam o imaginário em direção ao realismo e que estimulam a identificação do espectador com o herói.

Com isso, torna-se clara a crescente predileção dos espectadores por enredos que exaltam o esforço dos protagonistas e os presenteia com um final feliz. “A introdução em massa do *happy end* limita o universo da tragédia ao interior do imaginário contemporâneo” (MORIN, 2000, p. 92). A opção do espectador por produtos que tenham como característica a felicidade e o bem-estar das personagens demonstra, na verdade, a forma como esse receptor idealiza ou projeta sua vida pessoal e profissional.

Nesse momento, o espectador transfere-se para o “outro lado” e, por alguns instantes, tem a oportunidade de fugir da realidade para fazer parte do mundo glamouroso habitado por seus heróis. Mas se por um lado o *happy end* é a garantia de eliminação do absurdo e do lado cruel da realidade, por outro a vontade do espectador em salvar os heróis do perigo constitui negativamente uma espécie de segurança social ou de garantia contra todos os riscos do imaginário.

Ao mesmo tempo em que a indústria cultural coloca no mercado produtos que permitem ao consumidor fugir da realidade, a cultura de massa os intercala com outros que promovem a informação e a proximidade com o “mundo real”. Esse método tem por objetivo proporcionar o contato entre a cultura de massa e seus usuários. Por exemplo, o programa *Sítio do Picapau Amarelo*, objeto de estudo desse trabalho, conta com um site que permite aos telespectadores mandar recados para as personagens, acompanhar o resumo da trama em exibição e participar de jogos e brincadeiras. Essa multiplicação das mediações, das comunicações e dos contatos cria e mantém um clima simpático entre a emissora e seu

público, promovendo a construção de uma grande rede de amigos, “uma grande família não hierarquizada”.

Nesse encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, a relação de admiração que os telespectadores mantêm com as pessoas que interpretam seus sonhos e anseios em filmes, novelas e seriados é fortalecida. O novo olimpiano, por transmitir a confortável posição sobre-humana nos papéis que encarna, é tido como referência de perfeição pela grande massa de receptores que acompanham não apenas seu trabalho, mas cada um dos capítulos de sua vida pessoal. “[...] os olímpianos se tornam modelos de cultura no sentido etnográfico do termo, isto é, modelos de vida” (MORIN, 2000, p. 107).

Pais, educadores e heróis nacionais que antes ocupavam posição de referência para seus sucessores perderam lugar para as “estrelas” da indústria cultural. Por meio da televisão, intitulada por alguns como “fábrica de sonhos”, os olímpianos alcançam os demais veículos de comunicação de massa para transmitir aos seus seguidores padrões de moda e comportamento. A eficácia dos modelos propostos vem, precisamente, do fato de eles corresponderem às aspirações e necessidades que fazem parte do cotidiano de seus fãs.

Porém, vestir um modelo semelhante ao da protagonista da novela das oito ou copiar o corte de cabelo do galã não é suficiente para que o indivíduo fuja da realidade à sua volta. O acúmulo de informações transmitidas todos os dias pelos meios de comunicação de massa oscila entre aspectos da vida cotidiana e da vida onírica. “Um aquece com seus raios os fermentos que se desenvolvem na sociedade, o outro dá uma plenitude imaginária a tudo que falta na sociedade” (MORIN, 2000, p. 110). Nesse sentido, o autor explica que a manutenção da realidade só é assegurada pela cultura de massa na medida em que esta intercala a exibição de romances com noticiários que mostram os variados tipos de atrocidade humana. A felicidade está incorporada à própria idéia de viver, mas é importante que o homem tenha

plena consciência das suas limitações e responsabilidades para que sua vida onírica não ultrapasse os padrões aceitáveis e impostos pela sociedade.

1.3. TV e Literatura

Sodré (1984), ao analisar a televisão, diz que o veículo tem um objetivo, que é a necessidade geral de uma informação centralizada e abstrata. Os artifícios que envolvem a informação ocultam o fundamental, que é a atividade prática, o trabalho concreto. Conforme o autor, na verdade, os indivíduos são informados para que não procurem a informação. Isto é, a TV antecipa as vontades dos telespectadores, fornecendo a eles informações previamente “selecionadas” e “preparadas” para que eles não tenham sequer o trabalho de reivindicar e exigir qualquer tipo de programação. Da mesma maneira, as pessoas são submetidas apenas à posição de ouvinte, evitando, assim, que falem.

Investido de uma visão nitidamente crítica em relação à televisão, Sodré coloca que esse controle da fala não é realizado por uma consciência manipuladora, mas por meio da própria forma estabelecida pelo *medium*, que extermina a relação concreta de troca comunicacional em benefício de uma ordem abstrata e homogênea, regida por um código que não permite ambivalência ou transgressão. O *medium* é definido pelo autor não como um simples mediador entre informante e público, mas como um espaço independente, com regras próprias.

Sodré esclarece que a televisão não é apenas um dispositivo tecnológico de produção de imagens, mas também o aumento excessivo do dispositivo, ou seja, aumento desmedido do intermédio informativo, agora transformado num sistema auto-suficiente, com regras próprias. Este sistema fabrica uma realidade reservada, cuja tendência é recobrir todo o espaço social, de maneira semelhante à realidade físico-geográfica do território.

O autor argumenta ainda que a ideologia da televisão não precisa ser clara e explicativa, porque o tipo de relação humana por ela incitada já é disfarce de uma ordem repressiva e castradora. Ou seja, o que possivelmente poderia ser um avanço tecnológico baseado na democracia, assume caráter partidário e tendencioso de vontades e interesses pessoais. A imagem da televisão possui artifícios capazes de produzir desejos que levam o telespectador a se identificar com modelos do que é oferecido. Para Sodré (1984), o sistema televisivo elimina a espontaneidade do diálogo, a liberdade de falar em determinado momento ou circunstância. A televisão tende a apagar as diferenças individuais das pessoas quando coloca no ar uma linguagem uniformizante do consumo e da socialização autoritária.

Diferentemente de Sodré, Wolton (1996) relata que o discurso crítico foi transformando-se em um conformismo crítico que alcançou seu apogeu na década de 80, quando ficou clara a incapacidade de fazer uma separação entre os aspectos positivos e negativos da televisão pública, na globalização da crítica, na denúncia ridícula da televisão privada. Ao interpretar a televisão sob um outro aspecto, o autor diz que a TV não pode ser reduzida à dimensão técnica (imagem), nem à dimensão social (a idéia de um meio de massa), porque ela expressa a indissociabilidade dessas duas dimensões, em que o meio técnico remete à imagem e o termo massa à sociedade. A televisão não é um instrumento imparcial na produção de imagens.

Portanto, o receptor dessas imagens repensa sobre as condições e o estilo de produção da televisão. Wolton (1996) expõe que às restrições da imagem-filme ou da imagem-vídeo agregam-se as restrições ao fato de que esse produto é dirigido para um público complexo demais para se definir, tendo em vista que não se trata de um público popular, nem de um público de elite, e tampouco um público médio, mas de um apanhado dos três, erradamente chamado de público de massa.

Conforme o autor, os telespectadores fazem uma seleção entre as inúmeras informações que lhes são oferecidas, evitando dessa forma serem sobrecarregados por aquelas que não os interessam. Ele destaca que a televisão é uma “formidável” abertura para o mundo, o principal instrumento de informação e divertimento da maior parte da população e, provavelmente, o mais igualitário e democrático. Wolton reforça seu otimismo ao dizer que a TV é também um instrumento de libertação, na medida em que cada um assiste o que quer. Essa participação à distância reafirma o sentido homogêneo que ela busca e ilustra o seu papel de laço social.

Wolton (1996) acrescenta que a televisão constitui um laço social por existirem milhares de pessoas em diversos lugares assistindo, muitas vezes, a mesma programação ou emissora, o que cria, segundo ele, um laço invisível, uma rede de interesses em comum compartilhada por pessoas que nem sequer se conhecem. Para o autor, a televisão é o espelho da sociedade, pois a sociedade se vê através dela. A força da televisão e a fonte de seu sucesso consistem, de acordo com Wolton, na mescla entre uma dimensão técnica e outra social. A técnica refere-se à produção e à difusão de imagens relevantes de gêneros e patamares distintos (informações, entretenimento). A dimensão social diz respeito à recepção de massa em condições sociais e culturais muito diversas.

Depois de mostrar esta característica dupla da linguagem televisiva – que concilia a dimensão técnica e a dimensão social, o autor diz que a televisão, desde o seu surgimento, vem desempenhando um papel fundamental na sociedade. Segundo ele, hoje a televisão atua como um dos principais instrumentos de percepção do mundo da grande maioria da população. Portanto, a informação assume a função de mostrar aos indivíduos todo o mundo que os cerca e, dessa maneira, busca atrair o interesse do espectador para que este enxergue a sociedade investido de seu papel, o de cidadão de uma democracia de massa.

Wolton (1996) assume uma visão otimista em relação ao meio televisivo no Brasil, divergindo da opinião de muitos técnicos brasileiros, como é o caso de Sodré (1984), que vê a televisão como uma forma de controle e alienação do público. Contrariando as teses apocalípticas, Wolton fala que sobre o papel essencial da televisão geralista.

A idéia básica é de não mais oferecer uma programação que misture gêneros de programas. A idéia é de especialização dos programas. A televisão geralista atende a demanda de públicos diferentes, construindo uma grade de ofertas suscetível de gerar múltiplas expectativas. (WOLTON, 1996, p. 100)

De acordo com o autor, na TV brasileira encontra-se o sucesso nacional de uma grande televisão, assistida pelas diferentes camadas sociais, e que pela variedade de programas exibidos constitui um poderoso fator de integração social. Ela contribui também para exaltar a identidade nacional, o que constitui uma das funções de integração social.

Como expôs Wolton, a TV brasileira não pode ser lembrada apenas por seus pontos negativos, tendo em vista que ela é responsável também pela produção de importantes programas educativos e de entretenimento. Exemplo disso é o “*Sítio do Picapau Amarelo*”, que oferece ao público infantil histórias que misturam aventura, diversão e conhecimento.

Elogiado pela crítica especializada, o *Sítio* é fruto de uma adaptação da obra do escritor Monteiro Lobato para a TV.

Entretanto, como coloca Guimarães (2003), a adaptação de obras literárias para a televisão constitui um processo cultural muito complexo. De acordo com o autor, as etapas que envolvem a construção de uma adaptação não terminam na simples transposição do texto literário para um outro veículo. Ele pode constituir-se a partir de uma cadeia quase que infinita de referências a outros textos, gerando, então, um “fenômeno cultural” que envolve processos velozes de transferência, tradução e interpretação de significados e valores histórico-culturais.

José de Alencar, citado por Guimarães (2003), fala que o fato do livro ter repercussão relativamente pequena em comparação com outros veículos de ficção, acarreta numa apropriação mais ou menos indevida do trabalho alheio, gerando problemas na questão da autoria da obra. Em contraposição ao ressentimento que José de Alencar atribui à desvinculação entre a ópera *O guarani* e o romance de sua autoria, Machado de Assis *apud* Guimarães (2003), comemora a independência do espetáculo teatral em relação à obra literária, que, segundo ele, sairia imune do péssimo desempenho da peça.

Guimarães explica que, mesmo depois de tanto tempo, as colocações de Alencar e Machado ainda se apresentam de forma bastante contemporânea, tendo ocorrido apenas uma mudança: as críticas ou elogios que antes se voltavam para o teatro ou cinema, hoje se concentram mais na questão das adaptações da TV. Isto é, os mesmos pontos positivos ou negativos que eram utilizados para definir a transposição de uma forma a outra se voltaram às adaptações televisuais.

Guimarães ressalta que, quanto mais fiel à obra for a adaptação, maiores serão as chances do programa de TV acertar e alcançar êxito. Dessa forma, fica o pressuposto de que o

livro é sempre bom, ou pelo menos sempre melhor do que o programa de TV, cuja qualidade estaria sempre condicionada com sua proximidade com a obra. O autor também diz ser necessário que o adaptador busque o sentido mais próximo do texto, para então adequá-lo a uma nova linguagem e um novo veículo.

[...] Essa visão nega a própria natureza do texto literário, que é a possibilidade de suscitar interpretações diversas e ganhar novos sentidos com o passar do tempo e a mudança das circunstâncias. Levada ao limite, a idéia de fidelidade supõe que o programa de TV fiel ao texto literário de alguma forma possa substituí-lo, tomando seu lugar e tornando-o de alguma forma obsoleto, desnecessário, idéia incorporada por quem lê o resumo de um romance ou assiste à telenovela ou minissérie baseada no romance e acredita ter lido o romance. (GUIMARÃES, 2003, p. 95)

A busca de novas formas para o discurso da fidelidade abre espaço para que as adaptações sejam pensadas a partir de um processo dinâmico em que os decorrentes desvios de construção, como as distorções, deslocamentos e descontinuidades, “não são apenas uma repetição das relações de hierarquia e poder estabelecidas entre a instituição literatura e a instituição TV, mas em si mesmo uma recriação dessas relações de poder, prestígio e influência” (GUIMARÃES, 2003, p. 95).

2. TELEVISÃO E UNIVERSO INFANTIL

Estabelecida a discussão sobre a indústria cultural, a cultura de massa e a televisão, este segundo capítulo centra-se no debate sobre TV e universo infantil, tendo em vista a polémica relativa tanto à qualidade da programação infantil quanto a que tipos de influências podem gerar nas crianças. De acordo com Kehl (1991), a televisão tem um papel fundamental na construção do imaginário infantil e, portanto, é preciso que os pais tenham bastante cuidado na escolha dos programas que as crianças assistem. Já Pacheco (1998) atenta para a importância de se pensar primeiramente nas particularidades de cada criança antes de decidir qual tipo de programação é mais adequada para ela. Essas questões, aparentemente óbvias, muitas vezes são esquecidas por pais e educadores, resultando, numa quebra de etapas da formação do pequeno indivíduo.

Diante da discussão de certo e errado, permitido e proibido, Távola (1998) analisa a clássica obra de Monteiro Lobato, que ganhou as telas da TV com o programa *Sítio do Picapau Amarelo*. Atualmente, o programa que alcançou sua quarta versão é exibido diariamente pela Rede *Globo*. Com uma visão mais otimista em relação à programação infantil, Rezende (1998) diz que a televisão é determinante na construção de mundo da criança, pois ali ela se identifica com o lugar em que vive e as pessoas com as quais se relaciona.

2.1 TV como fuga do princípio de realidade

A inovação, normalmente, gera espanto e estranhamento. O novo, como o próprio nome diz, é desconhecido e, por sua vez, surpreende. Esse é o caso da televisão, uma inovação já não tão “nova”, mas que ainda sofre preconceitos e superstições. No ensaio “Imaginar e pensar”, a psicanalista e estudiosa da relação mídia e universo infantil, Maria Rita Kehl (1991), traz uma discussão interessante sobre o assunto. Segundo a autora, a TV é tida como algo que “aliena”, “hipnotiza” ou “vicia”.

Não estou certa de que tais preconceitos sejam completamente dispensáveis – talvez seja o caso de refletir melhor e verificar se não se tratam de verdadeiros conceitos, deduzidos quando a experiência de se ver televisão ainda não tinha se tornado um hábito tão banal e cotidiano como é hoje. Um fato que não pode passar despercebido (infelizmente, a favor de tais “preconceitos”) é que nossa era, a chamada era da informação e da comunicação, não vem assistindo em decorrência disso a nenhum avanço no sentido do aperfeiçoamento do pensamento, da organização social e da racionalidade. (Kehl, 1991, p. 60)

O assunto televisão é constantemente discutido devido à sua importância e relevância na sociedade contemporânea. Pode-se dizer, sem exagero ou maiores pretensões, que esse canal de comunicação faz, literalmente, parte da vida das pessoas. A televisão está presente durante as mais variadas situações do cotidiano e tem o poder de nos prender a atenção por sua incontável gama de possibilidades.

Para Kehl, se um dia a televisão foi capaz de chocar e mobilizar a opinião pública, hoje grande parte destes sentimentos perderam lugar ao comum. Estamos vivendo a “era da banalização”, em que o real se mistura à ficção e fica quase impossível fazer distinção entre a

verdade e o ilusório. A autora examina a “relação do discurso televisivo com o pensamento”. Para ela, a linguagem utilizada pela televisão é o que condiciona o ser humano em sua maneira de lidar com a realidade e, conseqüentemente, pensar à respeito das construções e desconstruções sociais.

Kehl (1991) diz que a televisão desperta tamanha fascinação nas crianças em decorrência da sua capacidade de causar prazer, apresentar o desconhecido e inusitado. O aparelho capaz de transmitir cores, imagens e sons ininterruptamente possibilita uma “série de novas apreensões até a construção de uma identidade pessoal, pela via das identificações”. Antonio Godino Cabas, citado por Kehl, relata que as formações do inconsciente são investidas de uma ordem de realidade indissociável da ordem social. A fantasia, segundo ele, é social e o inconsciente existe porque existem modelos de comportamento, como os pais, que, de certa forma, são representantes de parte da sociedade.

Godino, citado por Kehl, explica que as fantasias que fazem parte da constituição da criança são uma maneira de entendimento do real, da ordem e de tudo mais que é estabelecido pela sociedade. “Em primeira instância o sujeito recebe e registra imaginariamente o mundo, isto é, como que ‘alucina’ o mundo, de acordo com a única lógica que seu psiquismo conhece: a da realização dos desejos” (ANTONIO GODINO CABAS *apud* KEHL, 1991, p. 62).

Kehl argumenta que o interesse da criança pelas questões do mundo e todas as respostas construídas imaginariamente por elas se deparam com outras dadas pela televisão, muitas vezes de maneira distorcida e publicitária. Ou seja, a TV cria necessidades nos “pequenos” e os ensina como supri-las. Quando a criança começa a perceber seus limites e diferenças, a televisão novamente a apresenta o caminho da supremacia e mostra que seus desejos são ordens prontamente atendidas. Em meio a tantas vontades realizadas e tantas respostas positivas, a autora demonstra preocupação com a formação dessa criança que vive

em um mundo de sonhos e alienação, muito distante do mundo real e contraditório em que vivemos.

A autora esclarece a afirmação de que a televisão “fala” a linguagem dos sonhos, segundo a teoria freudiana.

O sonho representa o resultado de uma espécie de negociação, uma “solução de compromisso” entre duas instâncias psíquicas conflitantes: o inconsciente, regido inteiramente pelo princípio do prazer e pela lógica da realização dos desejos, e o que Freud na primeira tópica chamou de sistema pré-consciente/consciente, encarregado entre outras funções de manter os conteúdos inconscientes recalçados de modo que o princípio do prazer não venha a interferir (demasiadamente) no nosso modo de funcionamento “normal”, regido sobretudo por um princípio de adaptação às restrições e determinações da realidade. E a realidade humana, sabemos, é sempre social, cultural e estruturada pela linguagem. (KEHL, 1991, p. 64)

Portanto, Kehl divide a linguagem em sua forma consciente e inconsciente. A primeira diz respeito ao mundo real, “que estrutura nossas relações e nosso pensamento durante a vigília”. Já a linguagem inconsciente se dá por meio do sonho, onde tudo é permitido e todos os desejos são realizados. Freud, citado por Kehl, diz que os pensamentos que de vez em quando fogem da esfera do real se concretizam nos sonhos, numa espécie de recordação de pensamentos formulados durante a vigília.

Diferentemente das crianças - para as quais tudo é possível e os limites ainda não compõem sua realidade -, a lei do desejo para os adultos, na impossibilidade da concretude imediata, é possibilitada por meio do “pensamento inconsciente”, revelado através dos sonhos. Neste sentido, a autora estabelece uma analogia entre as linguagens do sonho e da televisão, tendo visto que, assim como os sonhos, a TV também proporciona a sensação de realização, embora diferindo-se do pensamento para o código.

Porém, a autora aponta uma importante diferença entre essas duas esferas. O sonho possui uma dimensão de realidade muito maior, diferente das cenas transmitidas pela televisão, marcadas pela sensação de indiferença, no momento em que “tudo se equivale, tudo é e não é verdade; a única coisa capaz de abalar seriamente o telespectador seria a interrupção do fluxo de imagens”. Ela ressalta que “o superego para Lacan não é apenas aquele que exige: ‘Não goza!’, mas simultaneamente o que nos impõe: ‘Goza!’ – como se exigisse também do sujeito ocupado em suportar as interdições impostas pelo real, que ele continue sendo o bebê perfeito do narcisismo materno (que é também seu próprio narcisismo)” (KEHL, 1991, p. 66).

Isto é, a norma que rege o código da rede imaginária conclama sempre por um prazer infinito e ininterrupto, o que exige também a televisão dos seus telespectadores. Isso significa dizer que a relação da criança com a televisão, ou seja, com o código é possível sem que ela precise necessariamente passar pela experiência com os objetos, sendo esta substituída pela imagem verbal. Kehl (1991) diz que, para a criança, o código não é regido pelas leis do simbólico, e sim pelas leis do imaginário.

A autora esclarece que, em meio a esta rede imaginária, está presente a ordem social. A televisão nada mais é do que uma construção do homem feita para o homem, ou mais especificamente para alguns, o que, por sua vez, exclui muitos que clamam por essa fábrica de sonhos, onde o imperativo é a lei do gozo.

Segundo Kehl, o pensamento vem da necessidade de suprir os desejos quando não se tem a presença do objeto. É uma maneira que permite a reparação simbólica na forma de palavra, que, por sua vez, é investida de liberdade, proporcionando um relativo deslocamento em relação ao que se deseja materializar naquele momento. A busca pelo prazer faz com que o homem recorra a métodos que lhe permita saciar seus desejos. O desejo e a vontade estão presentes em todas as etapas da vida, porém a partir de determinado momento o ser humano

conhece a frustração e descobre que não é onipotente, que suas leis não serão sempre obedecidas. E é justamente o pensamento que marca essa separação do “estado do narcisismo primário”.

Nesse sentido, o encontro do sujeito com o real é inadiável e de extrema importância para sua constituição como ser social. É preciso que todos conheçam e entendam os lados que compõem o prazer e a insatisfação para que a consciência da realidade a partir do “registro das experiências de vida” se constitua. Como a autora mesma explica, a definição do pensamento freudiano é complicada e por isso é importante que ela seja explicada em pelo menos três de seus elementos:

(1) que o pensamento é um rodeio, ou seja, um caminho mais longo do que a satisfação obtida pelos recursos do imaginário, (2) um rodeio de onde até onde?: “desde a recordação da satisfação tomada como representação final”, isto é, um rodeio que parte do registro da satisfação direta com o objeto ou com sua “imagem de coisa” (e aqui reafirmamos a importância dos registros imaginários nos processos de pensamento) e tenta chegar à “carga idêntica da mesma recordação”, ou seja, à criação de uma representação não do mesmo objeto mas de um objeto que atraia sobre si “carga idêntica” (permitindo então o mesmo prazer de descarga). Parte-se então do registro imaginário e tenta-se alcançar o simbólico, percorrendo os caminhos associativos entre as representações, sem, no entanto, (3) “se deixar cair em erro pelas intensidades das mesmas”. Aqui se repete a insistência freudiana na necessidade de adiamento da satisfação, pois a intensidade com que as imagens associadas à representação final da satisfação são investidas psiquicamente produz as chamadas ilusões. [...] A “desilusão”, para Freud, é condição fundamental para qualquer conquista humana sobre a realidade dada. (FREUD *apud* KEHL, 1991, p. 69-70)

O contato com a televisão assegura à criança a possibilidade de onipotência, pois a recusa continua não existindo e as vontades e desejos são prontamente atendidos. Na medida em que proporciona satisfação, a televisão não permite que a criança simbolize seu discurso, ou seja, nada do que é apresentado vai afetá-la (mesmo que sejam imagens de guerra ou sexo) porque as cenas exibidas são a continuação do seu mundo imaginário, de sonho e prazer.

Somente a partir do momento em que a experiência e o contato com os objetos acontecem é que a criança passa a se conscientizar de que aquele mundo imaginário, apesar de ter sido de fundamental importância para sua constituição, não existe e que a vida é composta por prazeres e desprazeres.

Depois de colocadas as explicações de Kehl (1991) sobre a criança e a construção de seu imaginário, Pacheco (1998) continua o assunto, falando a respeito da infância, cotidiano e imaginário no terceiro milênio. Segundo Pacheco, antes de se pensar na produção cultural para a infância, é necessário que se chegue primeiro à compreensão de todas as particularidades que envolvem uma criança como, por exemplo, seu modo de agir, pensar e encarar as coisas que acontecem à sua volta. Para ela, é inconcebível pensar na criança como um ser que não influencia ao mesmo tempo em que influenciado e que confunde ficção com realidade.

Paralelamente ao estudo do desenvolvimento humano, a autora diz ser necessário pensar na constituição lúdica da criança, no mundo imaginário que ela constrói para tornar mais viável a realização dos seus desejos e necessidades. Por mais que o ser humano mantenha vivo esse lado lúdico e fantasioso durante toda a sua existência, na infância essa questão assume maior importância devido à forte existência do sentimento de onipotência que as crianças sustentam.

É de fundamental importância para a indústria cultural, antes de colocar um produto em circulação, dispor de informações que lhe oriente com relação às preferências infantis, aos jogos que causam maior sensação de prazer e, até mesmo, no que diz respeito à interferência do sexo nas diferentes formas de brincar. Para contextualizar essa necessidade de análise sobre o universo infantil, Pacheco refere-se a um estudo realizado por Freud com uma criança de um ano e seis meses de idade.

O autor constatou que a brincadeira de esconder e achar determinado objeto deve-se à lógica de raciocínio que a criança cria para justificar o desaparecimento e reaparecimento da mãe. “O desaparecimento do carretel caracteriza a perda, ou seja, o contato com o real – a ausência prolongada da mãe; o reaparecimento caracteriza a reparação, o contato com o imaginário – a posse do objeto (mãe) perdido” (FREUD *apud* PACHECO, 1998, p. 33).

Esses jogos simbólicos começam cedo na infância, permitindo que a criança construa situações que oscilam entre a lógica do prazer e da perda, do medo e do alívio. Com isso, elas convivem simultaneamente com o real e o imaginário. Diferente da brincadeira de esconder objetos, em que a criança tem a consciência de que ele aparecerá no momento em que ela desejar, quando a mãe a deixa no jardim de infância, por exemplo, as dúvidas com relação à sua volta ou não se configuram de forma mais intensa e angustiante.

Em decorrência do medo, o tempo da criança, que é psicológico, é acionado e sua duração varia em função de seu estado de humor. Ou seja, como o mais importante para ela é a preservação do seu estado de prazer, tão logo apareça algo que lhe chame a atenção e a mantenha distraída, a preocupação com a ausência da mãe torna-se secundária ou, até mesmo, inexistente.

Outro aspecto importante referente ao lúdico da criança é a necessidade que ela sente em ver repetidos determinados feitos, o que Walter Benjamin, citado por Pacheco, chama de *lei de repetição*. Isso, segundo a autora, acontece porque a criança ainda não consegue entender certas coisas, como, por exemplo, o fato de uma abóbora transformar-se em carruagem ou um pássaro em mago. “Essas coisas, ao mesmo tempo em que encantam a criança, assustam-na, e ela precisa dominar tais medos, aprender a conviver com eles” (PACHECO, 1998, p. 34). Com isso, a cada nova repetição uma parte do mistério passa a ser

desvendado, abrindo caminhos para a contínua construção do seu entendimento acerca do mundo.

Como somos nós quem decidimos o que é melhor ou não para a criança, Pacheco (1998) atenta para o decorrente erro da valorização intelectual em detrimento do lúdico. Cada vez mais, os pais preocupam-se com a formação dos filhos e trilham para eles certos caminhos que exigem o abandono de outros. Exemplo disso é a criança que, desde muito pequena, começa a brincar com o computador ou passa muito tempo diante da TV, perdendo, por outro lado, a oportunidade de brincar de boneca, carrinho ou de sujar-se construindo um castelinho de areia.

Távola (1998) que também discute a questão da TV, criança e imaginário, utiliza como base para sua análise a obra do já mencionado escritor Monteiro Lobato. Segundo Távola em uma pesquisa feita em 1974, 140 crianças em 200 preferiram as obras de Monteiro Lobato às histórias de Walt Disney. Devido às transformações sociais e ao aparecimento de incontáveis inovações tecnológicas, o autor diz não ter certeza se o resultado dessa pesquisa se manteria ainda hoje.

É a partir da obra de Monteiro Lobato que surge no Brasil uma literatura voltada para as crianças, que até então só ouviam ou liam histórias de escritores estrangeiros. Lobato foi o responsável pela criação do “mundo do faz de conta”, uma expressão sua que buscava aproximar a realidade dos sonhos. Seus livros eram escritos com o intuito de ensinar a criança a ter seu próprio raciocínio acerca das coisas e, com isso, construir uma visão crítica do mundo.

Por meio das personagens do *Sítio*, Lobato, citado por Távola, fala de um ambiente ideal e aconchegante em que tudo pode acontecer, até boneca de pano assumir a forma humana. Távola conta que, por meio das personagens, Lobato mostrava também sua visão de

mundo, sua maneira de pensar e encarar as coisas da vida real. Nos 22 livros do escritor, foram expressas suas concepções acerca de fatos mitológicos, políticos, sociais, históricos e científicos, o que ajudou milhares de crianças a entender melhor a matemática, português, geografia e astrologia.

Távola (1998) ressalta que, mesmo escrevendo para crianças, Lobato sempre manteve o estilo de sua obra para adultos. O escritor chegou a assustar, algumas vezes, professores e pedagogos quando disse que a gramática da língua portuguesa era complexa demais. Portanto, “é fácil notar a liberdade, tanto em estilo quanto em inspiração, nas obras para crianças de Monteiro Lobato, que foram em certa época perseguidas por educadores e pedagogos” (TÁVOLA, 1998, p. 41). Assim como Lobato, suas criações carregam muito da sua personalidade questionadora. Polêmica e atrevida, a boneca Emília detesta ser contrariada ou desafiada, falando sempre o que pensa “doa a quem doer”.

No entanto, as características da velha boneca de pano não se esgotam em seu jeito impulsivo de agir. Para Távola, o fato de se tratar de uma boneca velha, amassada e malfeita, permite à criança a possibilidade de atribuir ao brinquedo infinitas personificações muito mais criativas do que os modernos brinquedos oferecem. Isso porque a criação está diretamente ligada à construção e desconstrução das coisas. As obras de Lobato alternam-se, mesclando ora histórias educativas, ora aventuras que tem como único objetivo o divertimento puro e descompromissado. “As obras de entretenimento têm durabilidade pela alegria, pela ludicidade, pelo valor do entretenimento. Já as obras propriamente didáticas ficaram defasadas do ponto de vista de um avanço muito grande das técnicas didáticas de ensino na aritmética, no português, na geografia, na geometria etc” (TÁVOLA, 1998, p. 43).

Távola diz que as crianças usam a TV como uma fonte capaz de oferecer material para que elas organizem e interpretem suas experiências vividas. Outra observação feita pelo autor

aponta para a questão de que a TV parece ser mais um meio de incorporação das energias potenciais da criança do que um meio de informação. “Em outras palavras, o vídeo é algo estranho às crianças, ele é um objeto cuja técnica elas não conseguem elucidar. Mas, ao mesmo tempo, os desejos das crianças aparecem em forma de imagem, o que está no vídeo é o que elas gostariam de estar fazendo” (TÁVOLA, 1998, p. 48). O autor conclui dizendo que, infelizmente, estamos presenciando um processo de adulteração dos horários da TV, em que a única finalidade dos programas infantis existentes hoje é a formação de consumidores mirins, incentivados insistentemente pelos apresentadores dos programas a adquirir determinado produto.

2.2. TV como instrumento pedagógico

Com uma visão mais otimista sobre a questão que envolve a TV e a criança, Rezende (1998) diz que não se pode afirmar, com certeza, que a televisão é sempre útil para a educação infantil, mas que, sem dúvida, sua presença constante na vida das crianças se apresenta de maneira muito útil aos pais. Isso porque muitos pais e mães que trabalham encontram na televisão um aparato de “distração” para seus filhos no período em que permanecem fora de casa. Assim, a TV encontra um meio de ser justificada, o que não a impede de ser bombardeada constantemente por críticas a respeito de tal uso.

Apesar de ser condenada por manipular, persuadir, dirigir comportamentos e apropriar-se do telespectador, a autora diz ser necessário o reconhecimento da competência

com que ela o faz. A TV, segundo Rezende, atua como uma espécie de refúgio, fuga para os problemas e complicações com que nos deparamos no dia-a-dia. Ela coloca que, quando estamos diante da televisão, tudo parece estar sob controle e todas as perturbações são deixadas de lado, mesmo que momentaneamente.

A forma é um ludismo, que evidencia a cumplicidade e as regras especiais que diferem das leis, do instituído. Esse jogo, ritualístico, é da ordem do prazer sem finalidade estipulada, serve de pretexto para o ser-estar-junto e esse gozo se esgota no próprio ato. A tele-audiência coloca-se como a eufemização de um ritual totêmico que reforça o sentimento de pertença a uma dada “tribo”. (REZENDE, 1998, p. 73)

De acordo com Rezende, embora a TV não tenha propriamente função educativa, ela compõe a totalidade das experiências existenciais da criança e, sem dúvida, estabelece padrões de comportamento. O espaço-tempo retratado na programação televisiva, mesmo dotado de tantos recursos fictícios, consegue se apresentar de maneira reconhecível para a criança, o ganho capaz de criar identificação com o que ela assiste. Além disso, a TV também contribui para a socialização da criança na medida em que esta conversa com os amigos da escola ou clube sobre a *Cuca do Sítio*, por exemplo.

A autora diz que, inegavelmente, a TV participa da construção de uma visão de mundo da criança, mas que tal construção não pode ser concebida como dissociada do meio social em que se situa a criança. É necessário que o telespectador infantil esteja envolvido também com o ambiente em que vive, com seus pais e amigos. Tudo o que é pela criança compartilhado é determinante para sua visão de mundo. Rezende (1998) acrescenta que a televisão tem como função principal entreter os telespectadores. Mas, segundo ela, isso não exclui sua força pedagógica. “O valor do que ela ensina pode ser discutível, mas, inegavelmente, ela veicula

mensagens e a audiência é também a grande e prazerosa aula, quer do currículo paralelo ou daqueles que nunca tiveram currículo oficial” (REZENDE, 1998, p. 82).

3. O SÍTIO DO PICAPAU AMARELO: O UNIVERSO INFANTIL NA FRONTEIRA ENTRE O REAL E A FICÇÃO

3.1. Metodologia de Análise

No desenho metodológico da pesquisa, foram escolhidos como objetos empíricos para um estudo de caso o episódio completo *Reinações de Narizinho*, de 2001, e cinco capítulos da versão em formato novela, atualmente exibida pela *Rede Globo de Televisão*, no período de 4 a 8 de abril de 2005. A escolha por fitas em *VHS* ocorreu devido à praticidade e facilidade para recolher o material. Foram utilizadas a fita *Reinações de Narizinho*, da *Coleção Monteiro Lobato (Globo Vídeo)* e um *clipping* eletrônico do período de 4 a 8 de abril de 2005.

A seleção dos episódios justifica-se pelo fato da história *Reinações de Narizinho* conservar muito da obra e proposta de ingenuidade e ludicidade do escritor Monteiro Lobato. Já a nova versão foi escolhida por trazer tramas e aspectos que rompem consideravelmente o formato do programa, fazendo com que os moradores do *Sítio Picapau Amarelo*, em algumas circunstâncias, tornem-se apenas coadjuvantes das narrativas.

Feita a coleta do material, foram definidas como etapas da análise de conteúdo. Primeiro, a pré-análise em que os episódios foram assistidos para que, posteriormente, fosse feita uma decupagem detalhada. Em seguida, foi construída a categorização, ou seja, as categorias analíticas, que são: o universo simbólico para mostrar que tipo de visão de mundo é

construída pelo programa na sua interface real e ficção, os elementos da cultura de massa a partir da discussão de Edgar Morin (2000), a linguagem televisiva na adaptação da obra literária para a TV e, num segundo momento, a relação televisão e universo infantil, incluindo o debate sobre os autores que vêm no meio televisivo uma fuga do "princípio de realidade", uma indústria do entretenimento, até os teóricos que concebem a cultura de massa como um reflexão da dinâmica social, em que estão presentes aspectos lúdicos, pedagógicos e características que marcam o cotidiano das crianças que oscilam entre o mundo real e o mundo da fantasia.

3.2. A obra de Monteiro Lobato

O *Sítio do Picapau Amarelo* foi criado a partir da adaptação de várias obras do escritor José Bento Monteiro Lobato, nascido em 1882. Natural de Taubaté (SP), o escritor ingressou na Faculdade de Direito de São Paulo por imposição da família. Participou de grupos e jornais literários e, em 1918, fundou a *Editora Monteiro Lobato*. Com a falência da editora, em 1925, mudou-se para o Rio de Janeiro e passou a colaborar na imprensa. Em 1920, Monteiro Lobato publicou *Narizinho Arrebitado*, seu primeiro livro para crianças, cuja história se passa no *Sítio do Picapau Amarelo*.

Nos anos seguintes, lançou inúmeros livros com as aventuras das personagens do *Sítio*, pelos quais é considerado o fundador da literatura infantil brasileira. Em sua obra infanto-juvenil, Monteiro Lobato abordou questões em que estão presentes o caráter moralista e

doutrinário e sua luta pelos interesses da nação. Nesse vasto universo mágico, numa espécie de metáfora do Brasil, é narrado todo um ciclo de aventuras em que seus personagens representam, de certa forma, as várias facetas e problemas do povo brasileiro. Em *O Poço do Visconde*, por exemplo, ficção e realidade misturam-se em torno do problema do petróleo brasileiro.

Segundo o pedagogo J. Roberto Whitaker Penteado, em artigo publicado *no Jornal do Brasil* de 14 de outubro de 2001, “D. Benta pilotando computador e recebendo e-mails da filha Tonica, avisando da vinda de Pedrinho ao Sítio, teria certamente o aval do velho José Bento – ele mesmo admirador ferrenho dos progressos tecnológicos, na época simbolizados pelos EUA, com automóveis Ford e fogões a gás.” Preocupado com o desenvolvimento social e mental do povo, o escritor foi, também, um forte divulgador da ciência e do progresso do mundo moderno.

Lobato também foi funcionário comercial do Brasil em Nova Iorque (EUA), entre 1927 e 1931. Fundou a *Companhia Petróleo do Brasil*, em 1931, mas não teve êxito nas pesquisas realizadas. Sua atuação em campanha pela exploração de ferro e petróleo nacionais terminou por levá-lo à prisão, em 1941, em virtude de carta enviada a Getúlio Vargas responsabilizando-o pela má administração da política brasileira de minérios. Publicou livros de crônicas, ensaios e contos, entre os quais *Negrinha* (1920), entre outros. Escreveu poemas para a noiva, Maria Pureza da Natividade, com quem se casou em 1908.

Dois traços caracterizam Monteiro Lobato como pré-modernista: o regionalismo e a denúncia dos contrastes, mazelas e desigualdades na sociedade oligárquica brasileira da Primeira República. Como regionalista, ele mostra o Brasil rural, mais especificamente o do Vale do Paraíba, no interior do estado de São Paulo, do início do século XX, revelando, em

tons satíricos, sentimentais, irônicos e patéticos seus costumes, sua gente e sua decadência, após o período áureo da economia cafeeira.

No conto *Urupês*, parte da obra com o mesmo título, Lobato faz a caricatura do caboclo vagabundo e indolente, Jeca Tatu, que representa o homem típico das regiões interioranas brasileiras. É o caipira que, marginalizado social e historicamente, não tem direito à educação, é subnutrido e sujeito a todo tipo de doenças. Além disso, Lobato denuncia também o infortúnio de outro marginal brasileiro: o negro e a situação que este enfrenta após a abolição.

3.3. As adaptações da obra de Monteiro Lobato – O Sítio do Picapau Amarelo

O *Sítio do Picapau Amarelo* foi ao ar pela primeira vez em 1952, sendo transmitido em preto e branco pelas emissoras *Tupi* e *Paulista*. A exibição semanal durou onze anos, totalizando 360 episódios. Paralelamente à exibição ao vivo em São Paulo, a *Tv Tupi* do Rio de Janeiro exibiu, por dois meses no ano de 1955, uma versão da série. De 1967 a 1969, o programa voltou ao ar, mas desta vez pela *TV Bandeirantes*. A grande novidade da temporada, que também contou com 360 episódios, foi a mudança da apresentação ao vivo para a exibição de gravação em videoteipe.

A terceira versão do programa permaneceu na televisão de 1977 a 1986, sendo transmitida pela *Televisão Educativa (TVE)* e *Rede Globo*. Em 2001, teve início a quarta

versão do *Sítio do Picapau Amarelo*, que voltou a ser apresentado diariamente pela *Rede Globo de Televisão*. Devido às acentuadas modificações de conteúdo na obra de Monteiro Lobato, pode-se dizer que o formato novela em exibição, que terá 180 capítulos, constitui a quinta versão do programa.

3.4. Análise de conteúdo

3.4.1. O universo simbólico do *Sítio do Picapau Amarelo*

3.4.1.1. O real e a ficção

Para apresentar o universo simbólico do programa *Sítio do Picapau Amarelo*, baseado na obra do escritor Monteiro Lobato e exibido diariamente pela *Rede Globo de Televisão*, foram analisados o episódio *Reinações de Narizinho*, exibido em 2001, e cinco capítulos da atual versão, em formato novela, no período de 4 a 8 de abril de 2005. Se a quarta versão do programa infantil, que foi ao ar de 2001 a 2004, procurou resguardar a contribuição literária deixada por Lobato, o mesmo não se pode dizer da versão atual, que terá 180 capítulos.

Quando Monteiro Lobato escreveu os títulos infanto-juvenis que deram origem ao programa *Sítio do Picapau Amarelo*, ele procurou reunir no universo rural que criou não apenas as mais belas riquezas naturais existentes no Brasil, mas também a tradição do folclore e crenças que perduram no imaginário popular dos brasileiros. Localizado no Arraial dos Tucanos, o *Sítio*, de propriedade de D. Benta, é habitado por um núcleo atípico, em que personagens reais e fictícias convivem harmoniosamente no mesmo espaço.

O núcleo de personagens fixas é composto por Emília, uma boneca de pano falante e atrevida; Dona Benta, avó de Pedrinho e Narizinho; tia Nastácia, uma empregada daquelas que fazem parte da família. Foi tia Nastácia quem costurou a bonequinha Emília para Narizinho, que posteriormente ganhou vida por meio de uma pílula que lhe foi dada pelo Doutor Caramujo; Visconde de Sabugosa, uma espécie de sábio que encontra nos livros da biblioteca de D. Benta respostas para as mais variadas anormalidades que acontecem no Sítio; Tio Barnabé e Zé Carijó, empregados do sítio, que são igualmente amados pela família de Dona Benta como a já citada tia Nastácia; o porco Marquês de Rabicó, o burro Conselheiro e o rinoceronte Quindim, animais que comportam-se e agem como humanos.

Habitam também as terras do sítio o Saci Pererê, um moleque travesso e peralta que tem a floresta como lar; a malvada Cuca, uma espécie de “monstrinha” em forma de jacaré, Pesadelo, seu fiel ajudante e Iara, a Mãe D’Água protetora do riacho. O centro do arraial tem como moradores o Coronel Teodorico, detentor de vastas terras e candidato a prefeito da região, e seus netos Angico e Zequinha; Elias, dono da venda; Dona Joaquina, proprietária da pousada do Arraial e madrinha de Cecéu; delegado Perilúcio e Dr. Madeira, único médico do

povoado. Na versão 2005, passaram a fazer parte da trama a jovem radialista Cléo; Marcela, a madrasta de Cléo e o menino de rua João da Luz.³

Antes de partir para a análise propriamente dita, faz-se necessário contextualizar, em breve resumo, o enredo das histórias analisadas para que o leitor possa entender a dinâmica do programa. As tramas desenrolam-se sempre a partir da chegada de um visitante ao Sítio. No episódio *Reinações de Narizinho*, a história divide-se em dois enredos. No primeiro, a narrativa é iniciada com a chegada do Príncipe Escamado, “marido” de Narizinho, e de toda a comitiva do Reino das Águas Claras às terras de D. Benta. Durante o tempo em que a comitiva permanece no Sítio, seus moradores dividem-se entre os visitantes para formar narrativas paralelas dentro do contexto principal. Ou seja, enquanto D. Benta sai para caminhar pela mata com Dr. Caramujo, Narizinho passeia com o Príncipe Escamado e Emília conversa com D. Aranha.

Com a partida da comitiva, tem início o segundo enredo do episódio e o foco volta-se para o Gato de Botas, personagem que apareceu rapidamente no início da primeira história. O gato chega de maneira mansa e faceira e conquista a confiança de D. Benta, seus netos, Tia Nastácia e Visconde. Sempre desconfiada e atenta aos passos do gato, Emília é a única que não se deixa levar pelo papo do travesso e misterioso bichano.

Se em *Reinações de Narizinho* todas as atenções são voltadas para as personagens de Monteiro Lobato, o mesmo não acontece na nova versão. Iniciada no dia 4 de abril de 2005, a novela *Sítio do Picapau Amarelo* - que como já foi citado terá 180 capítulos -, tem como foco a abordagem de temas contemporâneos. Nos cinco capítulos analisados, os temas mais recorrentes voltam-se para a ida de Cléo e João da Luz - interpretados por Karen Marinho e

³ Os principais atores que participam do programa são: D. Benta, que é interpretada por Suely Franco; Emília por Isabelle Drummond; Narizinho por Caroline Molinari; Pedrinho por João Vitor Silva; Visconde de Sabugosa por Aramis Trindade; Tia Nastácia por Dhu Moraes; Coronel Teodorico por Ary Fontoura.

Henrique Ramiro -, para o Sítio, a candidatura do Coronel Teodorico a prefeitura do Arraial dos Tucanos e o romance na adolescência. De protagonistas, D. Benta, Narizinho, Pedrinho, Emília, Tia Nastácia e os demais moradores do Sítio passam a coadjuvantes, perdendo espaço para o casal romântico Cléo e João da Luz.

Retomando o episódio *Reinações de Narizinho*, observa-se que nesse mundo de faz-de-conta tudo é possível, por isso a euforia de Narizinho com a chegada da comitiva submarina tem um motivo. Em um passeio ao Reino das Águas Claras, a neta de D. Benta casou-se com o Príncipe Escamado e, desde então, eles nunca mais se encontraram. É o momento em que a fantasia e o mundo ficcional são apresentados de forma mais intensa para o público infantil. Não existem lógicas de funcionamento nesse “mundo do faz-de-conta”.

Entretanto, ao oscilar entre a ficção e o real, em determinadas situações, as personagens deixam de lado o mundo ficcional e remetem a valores, normas e papéis compartilhados na realidade institucional. Durante toda a história, o *Sítio* fica entre as fronteiras do real e da ficção. Isso pode ser evidenciado na cena em que Narizinho indigna-se com D. Benta: “Narizinho: - Mas isso é um absurdo! Meu marido lá fora sendo escorraçado pela minha própria avó”. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

Se para a Narizinho no mundo da fantasia e da ficção tudo é possível, até “uma menina se casar com um peixe”, D. Benta, na cena, chama o público para a vida real, para a realidade objetiva, conforme descrevem Berger e Luckmann (1998). Ao contrariar Narizinho, D. Benta está, na verdade, referindo-se às normas institucionais como, por exemplo, a questão do casamento, que não é permitido para crianças e muito menos entre seres humanos e animais: “D. Benta: - Narizinho, você não pode ser casada com um peixe. Aliás, meninas não se casam com ninguém”. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

Durante o processo de socialização primária, que ocorre na infância do indivíduo, marcando seu ingresso na vida social, a televisão assume papel de fundamental importância na constituição e formação da criança. Muitas vezes, é por meio da TV que esse pequeno indivíduo não só tem seu primeiro contato com uma série de coisas, como também aprende com o que lhe é oferecido. No diálogo a seguir, Emília conversa com uma estrela-do-mar, algo impossível para os humanos. Mas por meio desse diálogo fantasioso fica muito mais fácil para a criança entender o que é uma estrela-do-mar e no que ela se difere da estrela presente no sistema solar.

Emília: - Ah, uma estrela! Será que caiu do céu?

Estrela: - Tá maluca? Eu sou uma estrela-do-mar.

Emília: - E desde quando o mar tem estrelas?

Estrela:- Isso eu não sei, mas a minha bisavó também era estrela-do-mar.

Emília:- E o sol-do-mar, a lua-do-mar, cadê eles? Eles também vieram com você?

Estrela:- Não existe sol-do-mar nem lua-do-mar, você está inventando.

Emília:- Se eu inventei é porque existe. E você, existe? Vai ver você é o reflexo de uma estrela do céu.

Estrela: - Será? Mas agora não tem nenhuma estrela no céu. Se eu fosse o reflexo, a estrela teria que estar lá em cima.

Emília: - Já vi que você não entende nada de estrelas do céu, né? Elas estão lá, mas a luz do sol não deixa elas aparecerem pra gente. [...] (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

A partir do contato, como explicam Berger e Luckmann, a criança passa agora a criar sua própria identidade e começa a discernir o que é real “fora” (realidade objetiva) e o que é real “dentro” (realidade subjetiva). Com isso, a criança entenderá que a estrela-do-mar é um ser que vive nos mares e que, portanto, apesar de ter o mesmo nome que a estrela do céu elas diferem-se umas das outras. Além disso, ela também vai compreender que nem as estrelas tampouco uma boneca de pano são capazes de manter um diálogo com os humanos.

Deve-se ressaltar que as crianças que assistem ao *Sítio do Picapau Amarelo* estão vivenciando esta fase de socialização, marcada por curiosidades e descobertas. Ao mesmo

tempo, é um período que mantém os pequenos ainda muito presos a inúmeras fantasias. Dessa forma, o programa trabalha bem estas fronteiras entre o real e o imaginário. Se por um lado contribui para situar a criança de forma objetiva no mundo, por outro permite que o universo da fantasia também seja vivenciado, principalmente ao acionar o tom de brincadeira, o lúdico, o engraçado e, até mesmo, o estranho – como animais que falam.

Berger e Luckmann explicam que, com base nas regras do mundo institucional, o processo de legitimação é caracterizado por elementos como a busca de coerência, regras de conduta e/ou controle e sanções para que o indivíduo possa firmar-se no domínio da vida social. Por mais que o Sítio caracterize-se, na maior parte do tempo, como um lugar em que o perigo das grandes metrópoles seja algo distante da rotina dos moradores da região, as regras existem e devem ser cumpridas. O diálogo a seguir exemplifica o que colocam os autores.

D. Benta: - Eu preciso lhe dizer uma coisa.

Cléo: - O quê D. Benta? Pode falar.

D. Benta: - Eu não sei como é você com a sua madrasta, se ela deixa você sair sozinha sem dizer pra onde vai. Mas enquanto você estiver aqui no Sítio, sob os meus cuidados, eu quero que você me mantenha informada. (...) Portanto, daqui por diante você vai me dizer onde vai, com quem vai e, inclusive, a que horas você vai voltar. (...) (*Sítio do Picapau Amarelo*, 07/04/2005)

Com isso, por meio da cena, também podemos perceber que, encerrado o processo de socialização primária, as relações de identificação sofrem alterações. Na socialização secundária, muito do que incorporamos em nossa contínua e permanente formação social parte dos “outros menos importantes” com quem mantemos contato durante a vida.

Mesmo com a imposição de regras e condutas a serem seguidas, a mensagem deixada pelo programa caracteriza-se pela venda de um mundo rural perfeito, sem muitos conflitos ou problemas. As belas imagens apresentadas como pano de fundo para as aventuras vividas

pelas crianças mostram ao telespectador um universo rural que não enfrenta problemas de seca, fome ou catástrofes. Esse contexto perfeito, como expõe Morin, mostra que a indústria cultural apropria-se da cultura popular, mas muda essa cultura para torná-la mais atrativa para os consumidores.

3.4.1.2. A indústria cultural X cultura de massa

Além de trabalhar bem esta fronteira entre o real e a ficção, *o Sítio do Picapau Amarelo* é um material rico para analisar a polêmica entre os teóricos da Escola de Frankfurt e a visão de Morin sobre a concepção de indústria cultural e cultura de massa. Se para Adorno e Horkheimer (2000), a indústria cultural mantém-se pura e simplesmente da oferta de produtos padronizados dentro de um sistema estabelecido, para Morin (2000) essa padronização pode vir investida de produtos que contemplam a criação e a alta cultura. Em *Reinações de Narizinho*, são inúmeras as cenas que comprovam que, apesar de tratar-se de produto, a criação é possível. Dessa forma, as crianças que assistem ao programa têm a oportunidade de aprender de forma divertida, por meio de uma linguagem simples e de fácil assimilação que aciona o lúdico nos espectadores mirins.

O termo indústria cultural foi utilizado pela primeira vez por Adorno e Horkheimer na *Dialética do Iluminismo* (texto publicado em 1947), para substituir o termo cultura de massa. Dentro desse contexto, pode-se afirmar que *o Sítio do Picapau Amarelo* é construído a partir de uma cadeia produtiva, ou seja, é um produto inserido em um sistema harmônico que aciona

a comercialização de brinquedos, *cd's* e *dvd's*, entre outros produtos. Conforme matéria publicada pela revista *Isto É* – da edição de 6 de março de 2002 –, em um baile de carnaval realizado por uma escola da zona sul carioca, quase todas as meninas usaram a fantasia da boneca Emília.

Ainda de acordo com a reportagem da jornalista Eliane Lobato (*Isto É*, 2002), no Natal de 2001 o estoque de bonecas Emília, em versões pequena, média e grande, com preços de R\$ 20 a R\$ 100, esgotou-se em lojas populares como a Americanas. “Assim como o bruxinho Harry Potter, a turma do Sítio também está em mochilas, cadernos, roupas e vários tipos de brinquedos” (ISTO É, 2002, p. 95).

Apesar da aparente democratização de ofertas desses produtos, nas entrelinhas da indústria cultural impõe-se uma hierarquização de consumo dos mesmos. Ou seja, mesmo que a audiência do programa seja formada por indivíduos das classes A, B, C e D, somente a população inserida nas duas primeiras classes terão condições financeiras de adquirir os produtos que levam a marca do programa.

Ao definir um sistema padrão de produção (como, por exemplo, os programas da *Rede Globo de Televisão*), a indústria cultural utiliza a padronização como forma de controlar os indivíduos, ou seja, quanto mais familiar o produto, mais fácil de ser consumido e assimilado sem necessidade de raciocínio. Para isso, o programa estereotipa algumas personagens com o intuito de antecipar aos telespectadores seu real papel na realidade social. Tanto na história *Reinações de Narizinho* quanto na atual versão encontramos exemplos de estereótipos, segundo Adorno e Horkheimer, um instrumento necessário de economia e aprendizagem.

Como exemplo desse gênero adotado pela indústria cultural – utilizado para atrair e controlar diferentes públicos –, podem ser citados o famoso Gato de Botas, ícone da literatura estrangeira, que na adaptação televisiva passa a ter sotaque carioca e jeito malandro, e o

Coronel Teodorico, exemplo comum, na contemporaneidade, de políticos que ofertam presentes em troca de votos. Nesse sentido, o *Sítio*, ao criar a figura de um político, procura simplificar ao máximo, inserindo como a sua marca a “troca de favores”, um estereótipo já bem reforçado na cultura brasileira sobre o universo da política, que tende a afastar as pessoas da vida pública: “Coronel Teodorico: - Tem rapadura pra todo mundo. Quando eu for prefeito vai acontecer muito mais”. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 06/04/2005)

Contrapondo o que dizem Adorno e Horkheimer, Morin defende a existência da criação nos produtos oferecidos pela indústria cultural. Para Morin, a cultura industrial tem por característica multiplicar-se pura e simplesmente e constantemente modificar segundo seus próprios critérios todos os produtos que vai buscar nas reservas da alta cultura. Ao mesmo tempo em que não admite que a alta cultura desacredite seus valores, a cultura industrial tende a incorporar bem demais em seu modelo as formas e conteúdos de que se apossa. Dessa forma, existe ao lado da democratização propriamente dita, uma vulgarização. Esse é o caso da obra de Monteiro Lobato, considerada pelos críticos um produto da alta cultura, que só chegou ao alcance de grande parte da população por meio da adaptação literária para a TV.

Mas, ao mesmo tempo em que democratiza a obra, a indústria cultural banaliza essa criação. Aspectos como a disputa do bem contra o mal, por exemplo, dão lugar ao comum na medida em que são apresentados aos telespectadores como fatos corriqueiros, desprovidos de sua real importância social. A difícil e complicada situação por que passa a adolescente Cléo com sua madrasta comprova essa carga de banalização presente no programa. Órfã de pais, a adolescente Cléo vive sob a custódia da madrasta que só pensa na herança que a menina herdou do pai. Para escapar dos maus tratos de Marcela, Cléo decide fugir para a casa da amiga Narizinho, como se a fuga fosse a solução para todos os seus problemas.

De forma mais amena e fantasiosa, a ameaça que a personagem Cuca assume perante as crianças é outro exemplo de maniqueísmo presente no *Sítio*. A “monstrinha”, temida pela maioria das crianças que assistem ao programa, representa o papel do mal que deve ser combatido pelos moradores. Tida como suspeita da morte dos pintinhos do galinheiro de D. Benta, Cuca defende-se e atribui hierarquia aos tipos de maldade que gosta de cometer.

Cuca: - Eu gosto de fazer maldade. Fazer feitiço para transformar menino em pedra, puxar o pé de criança dormindo, entrar no sonho dos meninos e fazer virar grandes pesadelos. Isso sim é a arte de Cuca. Esse negócio de roubar galinha parece coisa de porco [...]. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

Mesmo sujeita a falhas, a indústria cultural está em permanente busca por métodos que preservem os altos índices de audiência e sucesso dos produtos que oferece. Depois de três versões – a primeira foi ao ar em 1951 -, o programa *Sítio do Picapau Amarelo* precisou inovar para atrair os novos e “antenados” telespectadores. Na versão de 2001, a cozinha de Tia Nastácia, por exemplo, cedeu lugar a utensílios mais modernos como o forno de microondas. D. Benta, que antes se comunicava com a filha por cartas tornou-se internauta. A cena de D. Benta e Dr. Caramujo na biblioteca nos dá a real dimensão da carga de modernização dada ao programa. Este mecanismo de modernização – inserir símbolos da atualidade em obras literárias de períodos passados – é considerado por Edgar Morin como uma das formas de banalização geradas pela cultura de massa.

D. Benta:- Aí, tá vendo? Coisa dos tempos modernos. Primeiro foi o rádio, depois a televisão e agora o computador. Que maravilha.
Dr. Caramujo: - Se não me engano, essa espécie é uma mistura de máquina de televisão com máquina de escrever. Interessante. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

A atualização, também compreendida como uma forma de banalização por Morin, é outro recurso constantemente utilizado nos programas para que o público não tenha tempo de se esquecer das personagens e do contexto que lhe é apresentado. Na conversa entre Emília e Narizinho sobre o provável motivo que teria levado o Gato de Botas ao *Sítio*, a boneca de pano relembra o telespectador seu representativo papel na obra de Monteiro. “Narizinho: - [...] O que o Gato de Botas estaria fazendo aqui no Sítio? Emília: - Ele veio me conhecer, é lógico, é claro, é “obóvio”. Ele deve ter ouvido falar da boneca de pano mais esperta do mundo e veio me conhecer”. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

Para que uma obra tão expressiva quanto a de Monteiro Lobato – são 22 títulos infanto-juvenil – pudesse ser adaptada para a TV, os enredos e tramas secundárias precisaram ser adaptados e simplificados em decorrência do tempo disponível e dos custos de produção. Se na obra literária a imaginação e capacidade de interpretação do leitor são elementos capazes de suprir toda a contextualização das histórias, para que esse mesmo conteúdo seja apresentado na televisão é necessário que inúmeras pessoas (cenógrafos, cinegrafistas, figurinistas, atores, produtores e maquiadores, entre outros) trabalhem para que o telespectador não se dê ao mero trabalho de pensar, é preciso que as coisas venham prontas para o consumo.

Na era contemporânea, segundo Morin, o lazer, antes voltado para festas e o convívio familiar, passa a ter novas características de bem-estar, voltadas para o consumo e para uma nova vida privada. A partir de uma cartilha de opções pré-estabelecidas pela indústria cultural, o homem contemporâneo consegue fugir da angústia ou da solidão. Nesse sentido, ele transporta-se para um outro lugar, em que a novidade está na extensão das imagens e sons produzidos pela TV, o que gera os “progressos de concepção lúdica da vida”. Porém, apesar da aparente aproximação que a criança mantém com o programa *Sítio do Picapau Amarelo*,

ela não consegue intervir, opinar no que lhe é apresentado, restando-lhe apenas a passividade investida da participação na multiplicidade do real e do imaginário.

Como o receptor busca na TV o que idealiza ou projeta para sua vida pessoal, a utilização do *Happy End* nas tramas é um recurso indispensável. Ao contar uma história para o Gato de Botas, D. Benta, Tia Nastácia, Narizinho, Pedrinho e Visconde, Emília assegura um desfecho feliz para suas personagens: “Emília: [...] E todos viveram felizes para sempre. Assim terminou minha história, inventada por mim mesma e nem tirada de nenhum livro”. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

Se por um lado o final feliz é a garantia da eliminação do absurdo e do lado cruel da realidade, por outro a vontade do espectador em salvar os heróis do perigo constitui negativamente uma espécie de segurança social ou de garantia contra todos os riscos do imaginário. Para conscientizar a criança, que se encontra no processo de socialização primária, da presença desse lado não tão agradável da vida, o programa apresenta, também, cenas de “dissabores” sociais. Depois de conhecer diferentes utensílios e condimentos da cozinha de Tia Nastácia, uma sardinha do Reino das Águas Claras morre ao pular numa frigideira com óleo quente. No entanto, como afirmam os frankfurtianos, trata-se de um pseudo-choque, tendo em vista que a criança já está preparada para ver tal cena. Além disso, a morte da sardinha acaba tornando-se banalizada por ser uma cena fragmentada numa seqüência que a criança é obrigada a absorver uma série de outras cenas.

Sardinha:- Que monstro esquisito é esse aí?

Tia Nastácia:- Isso aqui se chama fogão.

Sardinha: - E esse negócio vermelho aí?

Tia Nastácia: - Isso aqui é fogo e serve para queimar o dedo de quem bole com ele.[...]

Sardinha:- [...] Agora me diz Tia Nastácia, o que é isso?

Tia Nastácia:- [...] Isso aqui é uma frigideira, onde a gente põe uma água grossa que se chama gordura. Ela chia e borbulha quando tem um foguinho embaixo.

Sardinha:- [...] Olha que coisa linda essa água borbulhante.

Tia Nastácia:- Num é água não, tome cuidado.

Sardinha:- [...] Cuidado? Por que será que a Tia Nastácia pediu pra eu tomar cuidado com essa maravilha borbulhante? Justo eu, uma sardinha tão acostumada a nadar nos mares mais perigosos. Imagine! Vamos lá [...]. Ai, adorei essa piscina da Tia Nastácia. Um, dois e
[...]

Príncipe:- Declaro luto de um mês a todo o Reino das Águas Claras. [...] E diante de tanta tristeza só nos resta ir embora. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

Talvez por ainda não entenderem que a morte é um caminho sem volta, o sentimentalismo da cena é rapidamente esquecido pelo núcleo infantil do programa, que parece se comover mais com a partida da comitiva do Reino das Águas Claras do que com a perda de um de seus representantes.

3.4.1.3. Da literatura para a televisão

Guimarães (2003) explica que a adaptação de obras literárias para a televisão constitui um processo cultural muito complexo. Segundo ele, as etapas que envolvem a construção de uma adaptação não terminam na simples transposição do texto literário para um outro veículo. Ele pode constituir-se a partir de uma cadeia quase que infinita de referências a outros textos, gerando, então, um “fenômeno cultural” que envolve processos velozes de transferência, tradução e interpretação de significados e valores histórico-culturais.

A proposta da linguagem televisiva é de que as pessoas identifiquem-se com o apresentado e se reconheçam no que estão assistindo. Para que isso seja possível, a TV trabalha muito com a questão da oralidade e da linguagem coloquial o que, por sua vez, constitui-se em diálogos de fácil entendimento. Se na linguagem literária o recurso mais adequado para dizer que alguém faleceu encontra-se na expressão “aqui jaz fulano de tal”, por exemplo, na televisão isso pode confundir, principalmente em um programa infantil, como mostra o diálogo a seguir.

Visconde: - Elementar minha cara D. Benta. Ela não resistiu à beleza do óleo fervendo e aqui jaz Miss Sardinha.
Emília: - Mas “jaz” não é um tipo de música?
Narizinho: - Mas também é um jeito complicado de falar que alguém morreu.
Emília:- Isso não é hora de complicar. O Visconde não perde essa mania de falar difícil. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

Além disso, os ditados populares e gírias são outros recursos utilizados para simplificar a linguagem e torná-la mais familiar aos telespectadores. Ao contar uma história sobre a descoberta da América, o Gato de Botas utiliza-se de gírias para tornar o enredo mais atrativo aos ouvintes: “Gato de Botas: - [...] Sabendo cara. E se virou pra trás, pros outros índios e disse: - Estamos descobertos rapaziada” (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001).

Em outra cena, Emília usa um ditado popular para dar sua opinião sobre o amor e as sensações que tal sentimento provoca nas pessoas: “Emília: - Essa coisa de ficar encantada e apaixonada eu nem quero saber. O amor é uma flor roxa, que só nasce no coração dos trouxas” (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001).

Além da simplificação, outro aspecto observado no programa é a fragmentação da linguagem. Os enredos da trama vão formando-se paralelamente uns aos outros até chegarem

à conclusão. Ao mesmo tempo em que assistimos uma cena de tia Nastácia e Sardinha na cozinha, segundos depois já estamos novamente participando da conversa do Príncipe Escamado, Narizinho e Emília no curral da vaca Mocha. Para que o telespectador não seja tomado pelo tédio é preciso que exista dinamismo nas cenas e, portanto, estas, normalmente, não ultrapassam mais do que um minuto e meio de duração .

A força da televisão e a fonte de seu sucesso consiste, de acordo com Wolton (1996), na mescla entre uma dimensão técnica e outra social. A técnica refere-se à produção e à difusão de imagens relevantes de gêneros e patamares distintos (informações, entretenimento). A dimensão social diz respeito à recepção de massa em condições sociais e culturais muito diversas. Com isso, o que na literatura pode ser imaginado e refletido, na televisão tem que ser construído, vir pronto. Ao ler um livro de Monteiro Lobato, a criança é estimulada a criar e a fantasiar as personagens e os cenários que compõem a história. Já no caso da TV, tudo é previamente preparado para que o telespectador não tenha sequer o trabalho de imaginar ou construir.

3.4.2. Televisão: entretenimento, produto X lúdico

3.4.2.1. Fuga da realidade – visão crítica sobre a indústria cultural, a televisão e o universo infantil

Para Rodrigues (1990), o campo da comunicação ganha autonomia a partir da emergência da modernidade e, com isso, passa a ocupar espaço de centralidade na vida social. Prova disso está na publicação do jornal *O Globo*, de 11 de novembro de 2001. Na matéria *Escolas antenadas no “Sítio do Picapau Amarelo”*, a repórter Elizabete Antunes relata que as crianças de uma escola carioca, que têm idades de 2 a 10 anos e estudam no horário integral, assistem, ou pelo menos assistiam, todos os dias as aventuras dos moradores do sítio de D. Benta. Segundo a diretora da escola, a iniciativa partiu dos próprios alunos. Nesse sentido, a vivência midiática assume uma importância muito maior do que a vivência cultural concreta. Na impossibilidade de ir ao campo, muitas vezes os indivíduos conhecem esse universo e suas particularidades via televisão.

Por não fazer parte do seu hábitat, o Príncipe Escamado empolga-se em conhecer uma vaca.

Príncipe:- Como será essa vaca Mocha? Pela sua descrição, ela deve ser parecida com o peixe-boi, talvez um pouco menor (...). E o que é aquilo que ela tem ali embaixo?
Bem familiarizadas com o animal, Narizinho e Emília o apresentam ao Príncipe.

Narizinho:- São tetas.

Emília:- Tetas, quer dizer, torneirinhas de leite.

Narizinho:- Todo dia de manhã o Tio Barnabé abre a torneirinha da Mocha e dá um copo de leite quente e espumante pra gente (...). (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

Dessa forma, como explica Kehl (1991), a relação da criança com a televisão, ou seja, com o código é possível sem que ela precise necessariamente passar pela experiência com os objetos, sendo esta substituída pela imagem verbal. Se por um lado a TV facilita o encontro com o novo e com o desconhecido, por outro, Pacheco (1998) atenta para o recorrente erro da valorização intelectual em detrimento do lúdico. Segundo a autora, cada vez mais, os pais preocupam-se com a formação dos filhos e trilham para eles certos caminhos que exigem o abandono de outros.

Exemplo disso são as crianças, que desde muito novas, passam horas em frente ao computador e ao vídeo-game e deixam de lado o convívio social das brincadeiras com os amigos. As conseqüências de tal feito traduzem-se na inserção precoce da criança no mundo do consumo, ou seja, o mesmo programa que faz com que a criança desenvolva sua dimensão lúdica é, também, responsável por determinar o que ela vai e deve consumir. Ao ensinar para uma menina que brincar de boneca é legal, a indústria cultural mostra a ela que mais legal ainda é brincar com a boneca Emília e ter sua companhia não apenas na parte da manhã, horário de exibição do programa, mas durante todo o dia.

Para evitar o raciocínio e o senso crítico, a televisão trabalha com cenas rápidas e fragmentadas. Ao discutir a qualidade dos produtos da indústria cultural, os teóricos de Frankfurt enfatizam que esses produtos são feitos para paralisar a imaginação e eliminar qualquer tipo de ação espontânea ou criativa pela própria forma objetiva com que são fabricados, tendo em vista uma cadeia produtiva. Para consumir estes produtos, o indivíduo deve estar atento, pois o consumo exige “não só prontidão de instinto, dotes de observação e

competência específica como também são feitos para impedir a atividade mental do espectador, se este ou aquele não quiser perder os fatos que lhe passam rapidamente pela frente”.

A seqüência de cenas que promove a rápida mudança de um enredo para outro oscilam entre a compaixão, medo, raiva, felicidade e sentimentalismo. Porém, segundo Kehl, esses aspectos não são incorporados pela criança. Para ela, na medida em que proporciona satisfação, a televisão não permite que a criança simbolize seu discurso, ou seja, nada do que é apresentado vai afetá-la (mesmo que sejam imagens de sexo, morte ou guerra) porque as cenas exibidas são a continuidade do seu mundo imaginário, de sonho e prazer.

Com uma visão extremamente apocalíptica sobre o papel da TV, Sodré critica o monopólio da fala. Conforme ele, o fato da TV antecipar as vontades dos telespectadores, fornecendo a eles informa es previamente “selecionadas” e “preparadas”, impede que a imagina o seja trabalhada. Em *Reina es de Narizinho*, o anúncio da ida do Príncipe Escamado ao *Sítio* e sua chegada acontecem em fra es de segundos, eliminando na criança a possibilidade de idealizar como seria a personagem. O autor coloca, ainda, que a ideologia da televisão não precisa ser clara e explicativa porque o tipo de rela o humana por ela incitada já   disfarce de uma ordem repressiva e castradora.

Ao despertar desejos e prontamente atendê-los, a televisão mostra para a criança que no mundo da fantasia tudo   possível. Em contrapartida, a tendência   que essa criança incorpore em seu cotidiano um mundo de sonhos e aliena o muito distante do mundo real e contraditório em que vivemos. Portanto, conforme Kehl, o encontro do indivíduo com o real   inadiável e de extrema importância para sua constitui o como ser social.   preciso que todos conheçam e entendam os lados que compõe o prazer e a insatisfa o para que a consciência da realidade a partir do “registro das experiências de vida” se constitua. Na cena em que D.

Benta decide receber a comitiva do Reino das Águas Claras, ela estabelece um parâmetro entre as dimensões real, vivida por ela, e imaginária, em que vivem seus netos: “Narizinho: - Não disse que eles eram legais vovó? D. Benta:- Você tinha toda razão Narizinho. O mundo em que você e Pedrinho vivem é muito mais interessante que o nosso” (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001).

O diálogo entre D. Benta e Narizinho ressalta a importância da dosagem entre a carga real e lúdica que a criança deve ter nessa fase de construção social. Ao mesmo tempo em que é preciso preservar a formação imaginária da criança, a TV não pode isentá-la por completo da dimensão real que nos é imposta pela sociedade.

3.4.2.2. Televisão: dimensão social e lúdica

Com uma opinião divergente da apresentada por Sodré, Wolton, ao interpretar a televisão sob um outro aspecto, diz que a TV não pode ser reduzida à dimensão técnica (imagem), nem à dimensão social (a idéia de um meio de massa), porque ela expressa a indissociabilidade dessas duas dimensões. O autor defende que o receptor dessas imagens repensa sobre as condições e o estilo de produção da televisão.

Aproveitando o exemplo da visita do Príncipe Escamado ao *Sítio*, e tomando como base as exposições de Wolton, o Reino das Águas Claras, suas lendas e histórias dão vazão à imaginação do público na medida em que não são exibidas as imagens que comprovem as

descrições dadas pelo príncipe. Ou seja, o estímulo de imaginação da criança vai depender do contexto social em que ela está inserida. Se para Sodré a TV impõe valores a serem seguidos e uma linguagem autoritária, para Wolton a televisão é uma “formidável” abertura para o mundo, o principal instrumento de informação e divertimento da maior parte da população e, provavelmente, o mais igualitário e democrático.

Para Pacheco (1998), antes de se pensar na produção cultural para a infância, é necessário que se chegue primeiro à compreensão de todas as particularidades que envolvem uma criança como, por exemplo, seu modo de agir, pensar e encarar as coisas que acontecem à sua volta. Ao ver que o Príncipe Escamado ficou encantado com a vaca Mocha, Emília cogita a possibilidade de trocá-la por uma baleia. Durante a negociação, Narizinho levanta a questão de ameaça de extinção das baleias, ou seja, uma preocupação de âmbito real.

Emília: - Não adianta Príncipe, a D. Benta não quer trocar a Mocha por uma baleia.

Príncipe: - É uma pena, esse animal no meu reino seria um espetáculo. Baleias nós temos muitas.

Narizinho:- Nem tanto Príncipe, muitas estão em extinção. (*Sítio do Picapau Amarelo*, 2001)

O diálogo comprova que é inconcebível pensar na criança como um ser que não influencia ao mesmo tempo em que é influenciado e que confunde ficção com realidade. Para Távola (1998), as crianças usam a TV como uma fonte capaz de oferecer material para que elas organizem e interpretem suas experiências vividas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante o processo de elaboração deste trabalho monográfico, que se estendeu ao longo de um ano, foram trabalhados autores que discutem a indústria cultural, a cultura de massa, o processo de socialização do homem e o universo infantil. Cada um deles, dentro das suas respectivas áreas, foi responsável por elucidar os diferentes aspectos que envolvem a formação e constituição social das crianças, futuros consumidores potenciais.

Das diversas contribuições, destaco as colocações de Edgar Morin (2000) no sentido de detalhar todo o processo de produção dessa gigantesca fábrica industrial que se apresenta aos consumidores de maneira desinteressada e cordial, secretando em si formas comprovadamente eficazes de induzir os indivíduos ao consumo desmedido. Longe de ser uma relação de manipulação e controle mental, pelo menos do ponto de vista do mercado, pode-se dizer que a indústria cultural seduz para que o prazer proporcionado por seus produtos, no caso a programação exibida pela TV, seja devidamente recompensado.

No que diz respeito à “construção social da realidade”, Berger e Luckmann (1998) vão além do que podemos perceber no senso comum e nos mostram que é preciso que o homem se reconheça como construtor da sociedade para que o atual quadro em que nos encontramos seja repaginado. Mas, para que possamos construir, é necessário que tenhamos bases sustentáveis para uma formação digna e crítica.

Nem tudo está perdido, visto que de tempos em tempos temos acesso ao caráter de inovação e talento de homens como o escritor Monteiro Lobato, que dedicou a maior parte de sua obra às crianças, seres primeiros de uma possível transformação e melhora do contexto

em que nos é apresentado como um dado “inquestionável” e estabelecido. As exposições de Kehl (1991), Távola (1998), Pacheco (1998) e Rezende (1998) voltam-se, em pontos comuns, para a importância que a programação infantil assume na vida dos pequenos, tendo em vista que não há como, na contemporaneidade, desvincular o indivíduo dos meios de comunicação de massa oferecidos.

Em momento algum, concluiu-se que a TV traduza-se em um mal para as pessoas. Porém, é preciso estarmos atentos ao tipo de programação e, conseqüentemente, à mensagem que a indústria cultural quer nos deixar. Infelizmente, em vista da imensidão de produtos em exibição, são poucos os programas que têm por objetivo formar cidadãos conscientes, preparados e críticos e, portanto, é preciso que as pessoas recorram a eles com altos índices de audiência para que sua veiculação não seja interrompida.

Por meio das contribuições analíticas, pôde-se constatar que o programa *Sítio do Picapau Amarelo*, ao mesmo tempo em que conserva o lado lúdico e fantasioso da criança, é também responsável por mostrá-las condutas de certo e errado, permitido e proibido. Não se pode ignorar o lado mercadológico que o programa tem, principalmente na sua última versão. Está inserido na lógica da indústria cultural e busca inserir a criança no universo do consumo. No entanto, olhar somente sob este prisma seria simplista e levaria a uma visão reducionista. Se devido à rapidez das imagens e informações, como colocam os autores, o telespectador não tem tempo para refletir sobre o que lhe foi apresentado, em contrapartida fica em seu subconsciente lições de que, assim como a boneca Emília, devemos questionar sempre para que possamos tirar nossas próprias conclusões ao invés de aceitarmos tudo o que nos é apresentado como irreversível.

Muito se discute, principalmente em um curso de jornalismo, o que pode ser feito para que o leitor, ouvinte, telespectador ou internauta receba a melhor e mais isenta informação.

Por outro lado, muitas vezes deixamos de lado a importância que a formação do receptor tem nessa cadeia produtiva e passamos a adequar nosso texto para que os indivíduos possam não só entendê-lo, mas também refletir sobre ele.

Nesse percurso de construção do objeto de pesquisa e posteriormente da monografia, perdi a conta de quantas pessoas assustaram-se quando as contei qual seria o tema do meu trabalho de conclusão de curso e ouvi repetidas vezes os mesmos comentários: “Mas isso não é um assunto da pedagogia ou psicologia?” ou “Você teve essas disciplinas durante o curso?”. Acredito que a programação infantil seja um assunto das referidas áreas citadas acima e, infelizmente, não tive as disciplinas em minha grade curricular. No entanto, sei que, pela formação interdisciplinar que o curso oferece, o aluno está em condições de estabelecer estas pontes da comunicação com outros campos do conhecimento. Por isso, foi uma opção buscar esse olhar interdisciplinar.

Entretanto, por acreditar no poder de influência que a mídia tem sobre as pessoas decidi que deveria fazer algo novo, desvinculado do jornalismo, mas dentro dos parâmetros da comunicação social. Tenho comigo, como referi repetidas vezes, que o caminho mais viável para um jornalismo sério e responsável está na base, na formação de um consumidor crítico. Utopia? Talvez, mas acredito que nós, jornalistas, devemos nos voltar não somente para os fatos, mas sim para a formação de nossas futuras fontes. Quem sabe, talvez em um futuro não tão longínquo, sejamos capazes de produzir com a mesma seriedade e competência que dedicamos às outras áreas e editorias, um “jornalismo infantil”.

BIBLIOGRAFIAS

ADORNO & HORKHEIMER. “O Iluminismo. A indústria cultural como mistificação das massas”. In: LIMA, Luiz Costa (Org). **Teorias da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

ANTUNES, Elizabete. **Escolas antenadas no “Sítio do Picapau Amarelo”**. O Globo, 11 de nov. de 2001.

BERGER, P. L E LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. 15ª edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

GUIMARÃES, Hélio. “O romance no século XIX na televisão: observações sobre a adaptação de Os Mais”. In: PELLEGRINI, Tânia...[et al.]. **Literatura, Cinema e Televisão**. São Paulo: Editora Senac São Paulo: Instituto Itaú Cultural, 2003.

KEHL, Maria Rita. “Imaginar e Pensar”. In: NOVAES, Adauto (Org). **Rede Imaginária**. Televisão e democracia. São Paulo: Companhia das Letras, 1991, p. 60-72.

LAJOLO, Marisa. **Monteiro Lobato e Literatura Comentada**. São Paulo: Abril S/A Cultural e Industrial, 1981.

LOBATO, Eliane. **Pó de Pirlimpimpim**. Isto É, 6 de mar. de 2002, p. 94-95.

LOBATO, Monteiro. Disponível em:

<<http://www.nilc.icmc.usp.br/literatura/monteirolobato.htm>>. Acesso em 26 de mai. de 2005.

LOBATO, Monteiro. Disponível em:

<http://www.itaucultural.org.br/aplicexternas/enciclopedia/poesia/index.cfm?fuseaction=Detalhe&CD_Verbete=599>. Acesso em 26 de mai. de 2005.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massas no Século XX**. Volume 1: Neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

PACHECO, Elza Dias. “Infância, Cotidiano e Imaginário”. In: PACHECO, Elza Dias (Org). **Televisão, criança, imaginário e educação**. Dilemas e diálogos. Campinas: Papirus, 1998, p. 29-32.

REINAÇÕES de Narizinho. Direção: Márcio Trigo. Produção: Flávio Nascimento. Intérpretes: Nicette Bruno, Dhu Moraes, João Acaiabe e outros. Roteiro: Cláudio Lobato, Mariana Mesquita, Luciana Sandroni e Toni Brandão. Rio de Janeiro: Globo Vídeo, 2003. 1 Fita de vídeo (110 min), VHS, son., color.

REZENDE, Ana Lúcia Magela de. “Televisão: Babá Eletrônica?”. In: PACHECO, Elza Dias (Org). **Televisão, criança, imaginário e educação**. Dilemas e diálogos. Campinas: Papirus, 1998, p. 71-82.

RODRIGUES, Adriano Duarte. “O Acontecimento”. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo**. Questões, teorias e ‘estórias’. Lisboa: Editora Veja, 1993.

SÍTIO do Picapau Amarelo. Disponível em:

<<http://www.infantv.hpg.ig.com.br/sitiopicapau.htm>>. Acesso em 14 de set. de 2004

SÍTIO do Picapau Amarelo. Disponível em:

<<http://www.infantv.hpg.ig.com.br/sitioamarelo.htm>>. Acesso em 14 de set. de 2004.

SÍTIO do Pica-Pau Amarelo. Disponível em:

<http://www.guiadoscuriosos.com.br/lista.asp?id_cur=7021&id_cur_sub=7021>. Acesso em 14 de set. de 2004.

SÍTIO do Picapau Amarelo. Disponível em: <<http://www.infantv.hpg.ig.com.br/sitiopa.htm>>. Acesso em 14 de set de 2004.

SODRÉ, Muniz. **O monopólio da fala**: função e linguagem da televisão no Brasil. Petrópolis, RJ: Ed. Vozes, 1981.

TÁVOLA, Arthur da. “TV, Criança e Imaginário”. In: PACHECO, Elza Dias (Org). **Televisão, criança, imaginário e educação**. Dilemas e diálogos. Campinas: Papirus, 1998, p. 39-49.

WHITAKER PENTEADO, J. Roberto. **Novo “Sítio” é fiel à obra de Lobato**. Jornal do Brasil, 14 de out. de 2001.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público.** Uma teoria crítica da televisão. São Paulo: Ed. Ática, 1995.