

Oferta televisiva para o público infantil: o possível longe do desejável

Sara Pereira

A oferta televisiva para as crianças constitui uma vertente fundamental do estudo da relação crianças-televisão. O ano 2000 encerra uma década bastante significativa neste domínio uma vez que se assistiu, ao longo dos anos 90, um pouco por todo o mundo, a um interesse crescente por estudar, analisar e discutir a programação produzida e difundida especificamente para o público infantil. Portugal continua, contudo, relativamente arredado da discussão destas matérias que, pontualmente, são motivo de notícia. A questão da violência e a publicidade (ligada frequentemente ao problema da obesidade infantil) são os principais tópicos que surgem, de forma recorrente, nas páginas da imprensa, ecoando as preocupações dos adultos sobre os efeitos da televisão nas crianças.

Ao longo deste capítulo analisaremos as ocorrências mais relevantes neste âmbito durante o período em observação. Iniciamos com uma abordagem ao quadro legal da televisão para crianças em Portugal, avançando, em seguida, para a análise de duas variáveis fundamentais neste domínio: os tempos de emissão e a localização da programação para a infância nas grelhas dos canais generalistas. Com o objectivo de olhar para o conteúdo das programações, prosseguimos com uma caracterização geral de alguns programas oferecidos ao público infanto-juvenil no quinquénio. Para finalizar, apresentamos algumas notas sobre os factos mais relevantes do contexto internacional, terminando com o levantamento de algumas questões que necessitam de atenção.

1. O quadro legal

Na sequência das intenções manifestadas pelo XV Governo Constitucional, chefiado por Durão Barroso, de rever o *dossier* de serviço público de televisão, eclodiu nos meios de comunicação social um intenso debate sobre a matéria. A imprensa escrita publicou dezenas de artigos e os audiovisuais dedicaram-lhe largos minutos na sua programação. Não deixa, contudo, de ser expressivo o facto de a programação para os mais novos ter ocupado, neste debate, um

espaço muito reduzido, o que demonstra, de algum modo, a pouca atenção que este tipo de programação tem suscitado nos adultos.

No âmbito desta discussão, destacam-se as recomendações do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão¹, expressas no Relatório que apresentou em Setembro de 2002. O Grupo considerou a programação infanto-juvenil uma prioridade vital do serviço público de televisão (SPT), defendendo que a televisão pública deve

“ter em todos os canais e emissões, uma programação que (...) produza e divulgue uma programação infantil responsável e imaginativa, promovendo o interesse pelo conhecimento, pela leitura e pela criatividade, e devendo, ao longo de toda a emissão, evitar a difusão de quaisquer tipos de mensagens ou de imagens que possam causar confusão ou prejuízo ao público infantil e jovem, em horário que normalmente os abranja” (Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão, 2002: 11).

Ao nível dos critérios, o Grupo considerou que o SPT deve

- “dar grande prioridade à criação e produção de programas destinados às crianças e aos jovens nas áreas da ficção, entretenimento (formativo e informativo) e ainda na retoma de um noticiário destinado a estes dois grupos etários”;
- “acompanhar cuidadosamente a concepção de programas infantis e juvenis de modo a ajustá-los às necessidades pedagógicas e formativas da sociedade” (*idem*: 45).

O Grupo recomendou também que o SPT incluísse um boletim de informação para crianças e jovens (*idem*: 22).

Sob a alçada do XV Governo foi também revista a Lei da Televisão (a Lei n.º 31-A/98, de 14 de Julho foi revogada pela Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto) e celebrados novos contratos de Concessão de Serviço Público (um Geral e outro Especial, a 22 de Setembro e a 17 de Novembro de 2003, respectivamente), não se registando, contudo, alterações significativas em relação ao conteúdo dos anteriores documentos legais no que diz respeito às crianças. Na Lei da Televisão, a referência ao público infantil continua a integrar o artigo relativo aos “Limites à Liberdade da Programação”, que passou do artigo 21.º para o 24.º. Embora mude a redacção do articulado, o conteúdo permanece basicamente o mesmo. Registámos apenas uma alteração relativa à hora de transmissão das emissões susceptíveis “de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes ou de afectarem outros públicos

¹ O Grupo de Trabalho foi criado a 5 de Junho de 2002 por despacho conjunto dos Ministros da Presidência e das Finanças, do XV Governo Constitucional, com o objectivo de apresentar a definição de conteúdo e obrigações do novo Serviço Público de Televisão (cf. Despacho n.º 531/2002, publicado no *Diário da República*, II Série, n.º 144, de 25 de Junho de 2002, pp. 11477-11478).

vulneráveis”. Enquanto na lei anterior essas emissões podiam apenas ser transmitidas a partir das 22h, na actual só podem ter lugar a partir das 23h e estão limitadas até às 6h da manhã.

Em relação ao novo Contrato de Concessão de Serviço Público, foi incluído, na cláusula 5.^a, relativa às “Obrigações Gerais da Concessão”, um artigo que obriga a concessionária a “garantir a produção e transmissão de programas destinados ao público jovem e infantil, educativos e de entretenimento, contribuindo para a sua formação”. Este artigo não constava no anterior contrato, nem na cláusula 4.^a, relativa à “Missão do Serviço Público de Televisão”, nem na cláusula 5.^a, referente às “Obrigações de Emissão da Concessionária”. Porém, quer no anterior, quer no actual, a cláusula 6.^a refere-se às “Obrigações da Programação de Serviço Público”, contemplando, na alínea h), um objectivo muito semelhante: “assegurar a produção e a emissão de programas infantis e juvenis, educativos e de divertimento, a horas apropriadas de programação”. A alínea l) dessa mesma cláusula estipula ainda que a concessionária deve “sujeitar-se a uma ética de antena que claramente recuse a violência gratuita, a exploração do sexo ou que, de qualquer modo, atente contra a dignidade devida à pessoa e os demais direitos fundamentais, com protecção, em especial, dos públicos mais vulneráveis, designadamente crianças e jovens”.

O Contrato de Concessão Especial de Serviço Público de Televisão refere que a concessão especial “tem por objecto um serviço de programas com enfoque nos conteúdos de âmbito educativo, cultural, infantil e social”.

É de referir que em Portugal, ao contrário do que acontece noutros países, não há legislação ou revogações específicas sobre a televisão para crianças. Encontra-se apenas legislação relativa à actividade televisiva em geral e que, pontualmente, faz referência ao público mais novo. De acordo com o quadro legislativo português, no que às crianças diz respeito, apenas o serviço público de televisão se encontra expressamente obrigado a considerar a produção e emissão de programas dirigidos à geração mais nova.

Tendo como cenário este quadro legislativo, vejamos a actuação das televisões para o público infantil no quinquénio em análise.

2. Tempos de emissão e localização da programação nas grelhas

Como se pode observar no Quadro I, o primeiro ano do quinquénio em análise regista o maior número de horas de emissão infantil e juvenil dos canais generalistas que, desde a entrada dos operadores privados no nosso país, registava uma tendência de crescimento. Este aumento acompanhou, no entanto, o acréscimo do número total de horas de emissão.

QUADRO I

Tempos e valores percentuais de emissão infantil e juvenil nos canais generalistas, 2000-2004

Canais	RTP1		RTP2 / :2		SIC		TVI		Total em Minutos
	Total em Minutos	%	Total em Minutos	%	Total em Minutos	%	Total em Minutos	%	
2000	51 060	9,6%	40 860	9,1%	79 860	15,9%	95 880	19,6%	267 660
2001	47 520	9,0%	50 520	10,7%	83 940	16,6%	66 480	13,7%	248 460
2002	25 260	4,9%	70 800	14,3%	83 640	15,9%	40 680	7,7%	220 440
2003	21 552	4,1%	64 635	13,5%	63 976	12,2%	27 946	5,3%	178 109
2004	14 729	2,8%	84 287	16,0%	65 050	12,3%	16 704	3,2%	180 770

Fonte: Marktest Audimetria/Mediamonitor

A partir do ano 2000 regista-se uma tendência de descida do tempo total de emissão infantil para a qual muito contribuiu a redução da programação da TVI. A oferta desta estação sofre uma quebra significativa ao longo do quinquénio – em 2000 a programação infantil correspondeu a 19,6% do tempo total de emissão e em 2004 representou apenas 3,2% desse tempo. Esta situação poder-se-á explicar, em parte, pelo efeito de saturação atingido pelo programa infantil de maior audiência desta estação – o *Batatoon* –, mas também pela mudança de estratégia da estação que, por critérios de natureza económica, deixa de apostar neste público específico para se dirigir a uma audiência mais ampla.

A SIC apresenta um cenário mais estável, embora, a partir de 2003, registre também uma quebra ligeira.

Relativamente à RTP, observa-se, na RTP1, uma diminuição dos tempos de emissão, embora, neste caso, esse fenómeno corresponda a uma estratégia do operador público de transferir esta programação para a RTP2 que, no período em análise, mais do que duplica o tempo de emissão infantil. De realçar ainda que é em 2004 que a estação pública apresenta, no somatório dos dois canais, o maior tempo de programação para a infância do período em causa.

No que diz respeito à localização desta programação nas grelhas, a oferta dos canais generalistas mantém a ‘tradição’ da televisão para crianças ao continuar a apostar sobretudo nas manhãs de fim-de-semana. Este é um período em que o público infantil terá maior disponibilidade – e será o mais disponível – para ver televisão.

Porém, se a programação infantil conquista, nos canais privados, um espaço regular e assíduo nas grelhas de fim-de-semana, o mesmo não se observa nas grelhas dos dias úteis em que os programas infantis alternam de forma irregular, estando com frequência à mercê da programação para outras audiências. Assim, se por um lado se mantém a ‘tradição’ na oferta de fim-de-semana, por outro, abre-se um novo quadro na programação emitida nos dias úteis que, aliás, se estava a desenhar desde finais dos anos noventa. Ou seja, regista-se uma forte tendência para a programação infantil dos dias úteis se concentrar nos segmentos da manhã, desaparecendo quase por completo do período da tarde. Esta situação de preponderância no período da manhã só se começa a verificar a partir de 1998 acentuando-se a partir de 2000².

No período em análise, tanto a SIC como a TVI não emitem programação para a infância no período da tarde. As duas estações privadas preferem apostar em programas para um público mais vasto que pretendem abranger também as crianças mas que não se destinam especificamente a elas. Referimo-nos, por exemplo, à telenovela brasileira *New Wave* (SIC) e à telenovela portuguesa *Morangos com Açúcar* (TVI). Esta última tem assumido um lugar de destaque na imprensa devido à forte adesão que o produto tem tido junto das crianças. Dina Margato do *Jornal de Notícias* (10 de Fevereiro de 2004) escreve: “*Morangos com Açúcar* tem mel para as crianças”. De facto, esta novela, exibida estrategicamente pela TVI antes (e, em certos períodos, depois) do *Jornal Nacional*, chegou a alcançar um *share* expressivo junto do público infantil. Em Fevereiro de 2004, por exemplo, 70% dos espectadores mais pequenos preferiram a novela aos outros programas. A nova série, que se estreou a seguir às férias de Verão de 2004, tem sido também objecto de notícia não só pela adesão que continua a ter, mas também pelos seus conteúdos (ou pela forma trivial como são tratados), considerados pouco adequados a crianças pequenas, sobretudo se atendermos ao facto de a grande maioria ver televisão sozinha, sem acompanhamento por parte de um adulto que possa explicar e ajudar a compreender alguns dos assuntos abordados. Aliás, é a forte adesão das crianças à novela que tem provocado esta preocupação.

Em 2004 a TVI suprime também no período da manhã o espaço para o público infantil, mantendo apenas em grelha a programação de fim-de-semana com a emissão do bloco *Animações* e da série norte-americana *Um cãozinho chamado Eddie* (*100 Deeds for Eddie McDowd*).

Relativamente à estação de serviço público, ela acaba, no período em estudo e nesta área de programação, por marcar a diferença através da RTP2, um canal que se desvia da estratégia comercial. No último ano do quinquénio em análise a estação de serviço público inaugura mesmo uma nova fase ao nível

² Até 1996 (inclusive), o segmento da tarde era o que apresentava maior valor percentual de programação infantil nos dias úteis, contribuindo, de forma expressiva, para a programação infantil se concentrar predominantemente no período da tarde, situação que actualmente se encontra invertida.

da programação para a infância. Esta situação está directamente relacionada com a reformulação da RTP2 – que a partir de 5 de Janeiro de 2004 passa a designar-se ‘A Dois’ – e portanto, com as novas orientações deste canal dirigido por Manuel Falcão. Nas linhas de actuação pode ler-se que “a oferta de uma programação infantil com selecção cuidada de produção de animação e de imagem real e serviço informativo vocacionado para o segmento infanto-juvenil” constitui uma das prioridades do novo canal.

O espaço para os mais novos da estação de serviço público volta assim a erguer a ‘bandeira da qualidade’, conquistada em finais dos anos 80 e perdida gradualmente com a entrada dos operadores privados, oferecendo uma programação que aposta na diversidade de géneros, de formatos, de conteúdos, de origem, de público-alvo e de horários de emissão.

É de referir que no quinquénio em estudo a RTP2/:2 é o único canal generalista que disponibiliza programação para os mais novos no período da tarde, embora só em 2004 a oferta neste período se torne efectivamente regular.

A forte tendência, observada nesta análise, de a programação para a infância das estações privadas de sinal aberto se localizar predominantemente no período da manhã e, dentro deste, no segmento mais matinal, relaciona-se com a forte lógica comercial de funcionamento das estações que trabalham em função dos índices de audiência. Ora, as crianças correspondem a um tipo de audiência que não é o mais favorável para atingir este objectivo. Por um lado, o público infantil não é, do ponto de vista publicitário, tão valioso como o adulto, por outro, a crescente institucionalização da infância, que retira as crianças de casa por grandes períodos de tempo, reduz um segmento de público cuja representação percentual no universo dos telespectadores já é, em si, pouco expressiva, não permitindo aos operadores atingirem os índices de audiência de outros segmentos. Observa-se, deste modo, um desinvestimento nesta área (mais significativo na TVI) a que não será alheio o crescimento da taxa de adesão às redes de distribuição por cabo. Segundo dados da Autoridade Nacional de Comunicações (ANACOM), no segundo trimestre de 2004, dos 72% de alojamentos cablados, 39% subscrevia o serviço da televisão por cabo, o que representava 13% da população. Este serviço dispõe de três canais que têm as crianças e os jovens como seus públicos preferenciais. Referimo-nos ao Panda, um canal oferecido no pacote clássico, com emissões 24 horas por dia; ao Cartoon Network, disponível nos pacotes clássico e selecção, com programação entre as 5h e as 20h; e ao Disney, um canal de acesso pago, que começou a ser transmitido em Portugal a 28 de Novembro de 2001, com emissões de 24 horas por dia e produção legendada ou dobrada em português.

De acordo com dados divulgados pela Marktest Audimetria/Mediamonitor, referentes aos primeiros onze meses de 2004, as crianças revelam uma afinidade positiva muito significativa com estes três canais, preferindo, no entanto, o canal Panda aos outros dois da rede cabo. Na origem desta diferença pode-

rão estar dois factores: por um lado, no Cartoon os programas não são dobrados em português, o que retira as atenções dos mais pequenos; por outro, o Disney Channel, apesar de ter programas legendados e dobrados, é um canal pago, sendo subscrito, em 2004, apenas por 18% dos assinantes da televisão por cabo. Em todo o caso, segundo a mesma fonte, as crianças continuam a ver sobretudo a televisão generalista – vêem mais a TVI, que naquele período regista 3,3% de audiência média, seguida da SIC, com 2,5% e do Panda com 1,8%. Nestes dados não é feita qualquer referência aos canais da RTP, o que nos leva a concluir que as crianças habitualmente não vêem a televisão pública, pelo menos os níveis de audiência infantil desta estação parecem não justificar qualquer alusão.

Face a estes dados, não poderíamos deixar de assinalar o facto de o público infantil ter preferência pela estação que menos tempo dedicou à programação para a infância. Esta preferência poderá estar relacionada com o facto de o horário de maior consumo televisivo por este grupo etário – fim de tarde e noite – coincidir com o período de visionamento das famílias que podem influenciar e mesmo condicionar a escolha do canal. Contudo, uma vez que os dados se referem a 2004, a explicação poderá estar também no fenómeno *Morangos com Açúcar* que, como referimos, conseguiu conquistar fortemente aquele *target*.

3. As novidades do quinquénio nas grelhas para a infância

Neste ponto, é nosso objectivo olhar para o conteúdo das grelhas no sentido de conhecer, ainda que de um modo muito geral, o tipo de programas que as estações oferecem às crianças. Realçaremos sobretudo os destaques da imprensa e as novidades que apesar de não terem sido notadas pelos *media*, foram notáveis no plano da oferta.

Começando pela SIC, esta estação continuou a apostar nos ‘programas-contentor’ que se afirmaram na programação para a infância na década de noventa. Estes espaços, que vivem muito do papel do(s) apresentador(es), contam, geralmente, com a presença em estúdio de crianças, que disputam jogos por equipas, e com a exibição de séries de animação normalmente ligadas a campanhas de *merchandising*. Em 2001, aquela estação conquistou à RTP o espaço *Disney*, que passou a ser incluído, com algumas alterações, na grelha de fim-de-semana com a designação *Disney Kids*. Em 2002, a grelha de Outono sofreu algumas alterações: o *Buéréré* cedeu lugar a *Iô-Iô* (apresentado por Marisa Cruz) que era emitido de segunda a sexta-feira; *SIC a Abrir* foi substituído por *Totil Total*; e *SIC Altmanente* deu lugar a *Fun Totil*. Estes dois últimos ‘espaços-contentor’ eram emitidos ao fim-de-semana, no período da manhã, sendo intercalados pelo *Disney Kids*. Em Outubro de 2004 estreou

Dá-lhe Gás (substituindo *Fun Totil*), um programa em que crianças entre os 10 e os 12 anos participam num conjunto de jogos animados.

Um programa que merece algum destaque na imprensa é o *Sítio do Picapau Amarelo*. Baseado na obra de Monteiro Lobato, a quarta edição desta série³ começou a ser transmitida em 2003 na estação de Carnaxide. No que diz respeito à produção nacional, destaca-se a série ‘Uma Aventura’ baseada nos livros de Ana Maria Magalhães e Isabel Alçada.

Na TVI, o programa *Batatoon* que atingiu, no seu primeiro ano de emissão (1999), um *share* médio na ordem dos 60%, começou a provocar, em 2002, alguma saturação no público infantil, registando um decréscimo de audiência. Nesta altura, a direcção de programas, descontente com a situação, decide que o programa deixa de ser emitido em directo, passando, a partir de então, a ser gravado e a ser oferecido apenas na grelha de fim-de-semana com a designação *Super Batatoon*, antecedendo o espaço *Sempre a Abrir*. Este último ‘programa-contendor’ teve a sua estreia em meados de 2002, sendo oferecido quer ao fim-de-semana, quer nas manhãs dos dias úteis. Neste período, a estação intervalou o programa, durante algum tempo, com a emissão de um episódio de *Super Pai*, uma série em reposição dirigida à audiência familiar que foi exibida, durante alguns anos, ao sábado, no horário nobre. Sabendo que *Super Pai* era uma série muito apreciada pelos mais novos, colocá-la no intervalo da programação infantil foi uma forma de atrair e cativar as crianças para aquele horário matinal com custos económicos reduzidos. Todavia, não é o horário de emissão que determina se a oferta é ou não é para as crianças, não deixando esta estratégia de ser uma interrupção da programação infantil.

No que diz respeito à RTP, o canal 2 da estação pública é aquele em que se identificam mais (e melhores) mudanças no período em análise. O novo panorama começa a desenhar-se em 2002 com o regresso de Teresa Paixão à chefia do Departamento de Programas Infanto-Juvenis, mas assume, de facto, uma nova filosofia de programação a partir de Janeiro de 2004 quando abre ao público o novo canal.

A programação para a infância passa a ser transmitida de segunda-feira a sexta-feira na 2: e ao fim-de-semana na RTP1. Este canal emite, nas manhãs de sábado e de domingo, o bloco *RTP Crianças*. Na 2:, os programas para os mais novos são transmitidos num espaço designado *Zig Zag* que é emitido em três segmentos horários (7h30, 13h e 19h30) que correspondem aos períodos de tempo em que as crianças terão, porventura, mais disponibilidade para ver televisão. Como referimos anteriormente, a nova grelha para as crianças do canal 2: aposta numa programação diversificada, oferecendo programas que associam o entretenimento à fruição de conteúdos dirigidos às necessidades dos diferentes segmentos da audiência infantil.

³ A segunda e a terceira séries, que surgiram na década de oitenta (uma, no começo e a outra no final), foram exibidas em Portugal pela RTP tendo marcado uma geração que hoje são jovens adultos.

A imprensa escrita deu particular destaque à série *Fimbles*, produzida pela BBC. Esta série, dirigida prioritariamente a crianças em idade pré-escolar, estreou-se em Setembro de 2003 na RTP1, passando em repetição no canal 'A Dois'. Sobretudo a partir da renovação deste canal, o público na faixa pré-escolar volta a ser valorizado pela estação de serviço público que lhe dedica séries como *Ruca* ('*Caillou*'), *Noddy* (série premiada com um Emmy e que se baseia nas clássicas personagens infantis criadas pela escritora Enid Blyton), os *The Hoobs*, *Hocus & Locus* (série de origem italiana especialmente concebida para o ensino da língua inglesa a crianças dos 4 aos 6 anos), entre outras. As crianças ainda mais pequenas dispõem também de alguns programas que lhes são especificamente dirigidos, por exemplo, *Tik Tak* e *Andy Pandý* (série com a chancela da BBC).

No que diz respeito à produção nacional, verificou-se também um esforço por apresentar programas de origem portuguesa, embora nos pareça que é uma área em que poderá haver uma maior aposta e investimento. São exemplo os programas *Floresta Mágica*, da autoria de Cláudia Figueira e Isabel Costa e produzido por SkyLight, e *Bom dia Benjamim*, uma série de desenhos animados destinada a crianças entre os 3 e os 7 anos, que se desenvolve em pequenos episódios independentes de 30 segundos, em que cada um conta uma pequena história da vida do Benjamim, um miúdo com 6 anos de idade.

Este cenário positivo que caracteriza a oferta televisiva da RTP para a infância desenvolve-se sobretudo nos dois últimos anos do quinquénio que estamos a analisar, principalmente no último. Nos primeiros anos desse mesmo período, a programação para os mais novos encontrava-se, tal como a estação, à deriva, sem uma estratégia definida e sem rumo. Um sinal desta 'crise' é o fim das emissões do programa de informação infanto-juvenil *Caderno Diário* em Outubro de 2002. A política de despesas da empresa obrigou ao termo dos contratos da equipa de cinco pessoas que asseguravam o programa. De acordo com a direcção de programas, a grelha iria entrar em reformulação e constituiria a grande aposta da estação a curto prazo. Em 2004 surge então o magazine *Quiosque*, um programa diário de informação dirigido ao público infanto-juvenil que pretende "trazer ao seu público-alvo notícias com um enquadramento específico, que se centram sobre temas nucleares como a ciência, o ambiente, a vida animal, o desporto, a História e a cultura dos povos do mundo, sob a forma de reportagens internacionais e nacionais" (www.rtp.pt). Além disso, oferece, todos os dias, uma rubrica específica dedicada aos jogos de computador, à Internet, aos livros, ao cinema e DVD, às novidades discográficas, às novas bandas e às propostas para o fim-de-semana, para além de passatempos semanais.

Relativamente à programação do canal Panda, a 1 de Maio de 2002 é publicada no jornal *Público* uma notícia que aponta a este canal uma gestão baseada sobretudo na repetição. Diz Clara Viana, a autora da notícia, que há neste canal 'dois costumes': "tudo volta a ser repetido – o mesmo episódio várias

vezes ao dia e a mesma série vezes sem conta – mas as histórias não chegam ao fim”.

Em declarações à Lusa em 2003, a directora deste canal, Isabel Mimoso, refere estar à procura de parceiros para aumentar a área de produção local da estação. Segundo a mesma responsável, a principal estratégia da estação passou, em 2004, por ter as crianças em idade pré-escolar como o seu público-alvo, pretendendo desenvolver formatos específicos para este *target* baseados em conteúdos de natureza didáctica.

No ano em que Portugal recebeu o Europeu de Futebol, o canal apresentou a rubrica *1,2,3...Euro 2004* que visitou os estádios e as cidades anfitriãs do evento.

Quanto ao Canal Disney, segundo a imprensa, a aposta em programas de produção própria constitui uma das prioridades do canal. Destacam-se os novos episódios de *Art Attack*, o espaço onde os mais novos podem transformar-se em artistas, e *Playhouse Disney*, especialmente pensado para as crianças em idade pré-escolar, onde podem aprender brincando. Em 2003 estreia também a série *Rolie Polie e Olie*, transmitida de segunda a sexta-feira no período da manhã. Baseada na poesia do conhecido autor de títulos infantis William Joyce, esta série, que encanta as crianças através da magia da tecnologia, foi premiada em 2000 com o Emmy para Melhor Desenho Animado para Crianças.

Apesar de não reunirmos dados suficientes que nos permitam fazer uma análise aprofundada da programação emitida pelos canais distribuídos por cabo destinados ao público infantil, parece-nos evidente que a oferta da televisão por cabo trouxe às crianças, que podem acedê-la, novas alternativas quer em termos de horários, quer em matéria de conteúdos.

Relativamente à programação dos canais generalistas, anotámos as alterações ocorridas, sobretudo no último ano em estudo, nas grelhas da estação pública que voltou a oferecer uma programação não estritamente comercial. Referimos também que antes da renovação do canal 2: o operador público optou quase sempre por entrar no jogo da concorrência dos privados, afastando-se do seu compromisso de oferecer uma programação de referência, que fosse ao encontro das necessidades culturais, educativas, formativas, informativas e recreativas do público infantil.

No que diz respeito às privadas, a sua oferta concebe as crianças mais pelo seu valor como mercado de consumo do que pelo seu valor simbólico de criança-cidadão. De uma forma geral, encontrámos pouca diversidade nos programas que a SIC e a TVI transmitem para este público. Estas estações tendem a oferecer mais do mesmo, apresentando um menu pouco variado sobretudo em termos de género, formato, conteúdos e origem dos programas. Podemos dizer que os telespectadores mais novos que sejam assíduos e fiéis à programação destes canais, e que não tenham ou não procurem outras alternativas, estão sujeitos a uma espécie de ‘dieta televisiva’.

4. O contexto internacional

No quadro internacional registam-se, no período em observação, algumas acções, obras e encontros científicos dignos de nota. De uma forma geral, estes acontecimentos tiveram como principais objectivos contribuir para melhorar o perfil dos programas televisivos para a infância e outros conteúdos dos *media*; promover a regulação da oferta televisiva para os mais jovens; propor iniciativas que desenvolvam a qualidade e a diversidade dos programas para crianças; e promover a investigação, a cooperação e a formação dos que se interessam pela televisão para crianças.

No que diz respeito a Encontros científicos internacionais, destacamos a realização da terceira e da quarta Cimeiras de Média para Crianças. Em 2001 é a Grécia, cidade de Tessalónica, que recebe este evento e em 2004 é o Brasil, Rio de Janeiro, que o promove. Estas Cimeiras, de realização trienal⁴, têm como principal objectivo discutir as relações dos mais novos com os jornais, a rádio, a televisão, os desenhos animados, a publicidade ou os videojogos. A última contou com a presença de duas mil e quinhentas pessoas de 34 países.

Ainda de âmbito internacional, é de salientar a realização de mais quatro Encontros que demonstram a relevância e a actualidade deste domínio. São eles: The Second International Forum of Children and Media Researchers, Sydney, Austrália, Novembro de 2000; Summit 2000: Children, Youth and the Media – Beyond the Millenium, Toronto, Canadá, Maio de 2000; Asia-Pacific Television Forum on Children and Youth, Seul, Coreia do Sul, Fevereiro de 2001; e West African Regional Summit on Media for Children, Abuja, Nigéria, Maio de 2000.

Estes encontros têm sido importantes espaços de divulgação e de discussão da pesquisa que se desenvolve mundialmente nesta área.

Relativamente à investigação sobre a oferta televisiva para as crianças, observam-se níveis distintos de desenvolvimento entre os diferentes países. Enquanto alguns mantêm uma linha regular de pesquisa, o que permite a sua actualização, outros caracterizam-se por uma forte irregularidade. Esta situação revela, de alguma forma, a importância que estas matérias despoletam nas respectivas sociedades.

Algumas das pesquisas realizadas em países como França, Espanha, Itália, Reino Unido e Portugal, apesar de terem sido desenvolvidas em contextos sociais, culturais e económicos específicos, identificam tendências comuns, o que nos leva a afirmar, na esteira de outros autores, que a natureza da televisão para os mais novos é cada vez mais global. Essas tendências dominantes mostram o aumento do tempo de emissão para os mais novos devido, sobretudo,

⁴ A primeira cimeira realizou-se em 1995 em Melbourne, Austrália; a segunda teve lugar em 1998 em Londres, Inglaterra.

à oferta da televisão por cabo, ao forte declínio de programas de produção nacional e europeia por oposição a um acréscimo significativo de programas importados, sobretudo de origem japonesa e norte-americana, ao predomínio da animação e à ausência de programas informativos.

Este cenário da oferta televisiva para a infância e a noção da importância que a televisão assume nas vidas das crianças têm levado alguns países a reforçarem ou a criarem medidas de regulação da actividade dos *media*. No contexto europeu, a França e a Espanha foram dois países que avançaram com algumas medidas durante o quinquénio em estudo.

Em França, o *Conseil Supérieur de L'Audiovisuel* (CSA), que assume como uma das suas principais missões a protecção da infância e da adolescência na programação dos serviços de comunicação audiovisual, publicou, em Março de 2003, uma deliberação, seguida de uma recomendação, em Outubro do mesmo ano, que visa um melhor enquadramento dos serviços que difundem os programas. Esta medida, que actualiza as directivas então em vigor, surge na sequência das conclusões de vários relatórios, tornados públicos durante o ano 2002, que testemunham o impacto perturbador de certos programas televisivos, jogos de vídeo e filmes de cinema sobre as crianças e os adolescentes, o seu processo de socialização, os seus comportamentos e a sua saúde. Esta tomada de consciência levou o CSA a considerar novas pistas de reflexão em matéria de protecção. Longe de uma imagem de Censura, o Conselho pretende fazer da protecção do público mais jovem o domínio de uma responsabilidade partilhada entre os difusores, o órgão regulador e os pais que tenha como principal objectivo o respeito pelas crianças e pelos seus interesses.

Em Espanha assistiu-se, em Dezembro de 2004, à assinatura, pelo Governo e pelos operadores televisivos de âmbito nacional, do “Código para la Protección de los menores en radio y television”. Trata-se de um documento (ao qual a imprensa portuguesa dedicou algumas páginas) que traça um quadro da evolução das medidas relacionadas com o assunto e define trinta novas normas, entre as quais se conta a última que estabelece a criação da figura do provedor do telespectador e do rádio-ouvinte.

Este conjunto de medidas, que visam sobretudo a protecção das crianças de programas e de conteúdos que possam exercer uma influência nefasta no seu processo de desenvolvimento, embora nos pareça útil e importante, sobretudo se atendermos a que se trata de uma ‘audiência especial’ que se encontra numa fase decisiva de construção da sua identidade e de compreensão do mundo, poderia, na nossa perspectiva, ir mais além do objectivo ‘proteger’ para contemplar também a provisão e a participação. Na provisão estaria contemplada a necessidade, ou mesmo a obrigatoriedade, de as televisões emitirem programas feitos especialmente para as crianças, que proporcionem a afirmação do seu sentido de pessoas, de comunidade e de lugar e que promovam a consciência e a apreciação de outras culturas, em paralelo com o seu contexto cultural.

Nesta categoria estaria também contemplada a exigência de produzir e emitir programas de origem nacional (o que não exclui a emissão de programas importados), que atendam às idiossincrasias dos mundos sociais e culturais das crianças portuguesas. Relativamente à categoria participação, o objectivo seria atender ao direito das crianças à opinião, à participação nos assuntos que lhes dizem respeito e à consulta directa, tal como preconiza a Convenção sobre os Direitos da Criança, aprovada pela ONU em 1989 e ratificada por Portugal em 1991.

5. Reflexões finais

Num período em que, aparentemente, se observa um aumento da oferta televisiva para as crianças, várias pesquisas sobre a recepção indicam que as crianças vêem mais assiduamente a programação destinada à audiência adulta e familiar do que aquela que lhes é dirigida. Este dado tem suscitado algumas questões sobre o sentido e a viabilidade de uma programação pensada, concebida e difundida especificamente para o público infantil. De acordo com alguns autores, nomeadamente o investigador francês François Mariet, “a verdadeira televisão das crianças é aquela que elas efectivamente vêem e não se confunde necessariamente com aquela produzida e emitida expressamente para elas” (1989: 86). Porém, há também que atender ao facto de o consumo televisivo, tal como defendem Rosengren e Windhal (1989) ser condicionado pelos programas oferecidos. Assim, de acordo com esta perspectiva, para que as crianças vejam a programação que lhes é destinada, é necessário que a mesma seja emitida a horas que elas tenham disponibilidade a ver. Ora, o que nós observámos na análise das grelhas de programação para a infância dos quatro canais generalistas portugueses, foi uma tendência para este tipo de programação desaparecer, durante um período de tempo, do espaço da tarde e, no que diz respeito às manhãs, para ser arrastado para uma franja horária cada vez mais matinal. Portanto, no período em que o público infantil poderia estar, porventura, mais disponível para ver televisão, não era oferecida, pelos canais de sinal aberto, programação especificamente para ele. Assim, mesmo que as ‘preferências-padrão’ das crianças sejam programas infantis, elas desenvolvem, em função da oferta disponível, outro tipo de interesses que passam a configurar o seu consumo. Em termos de medição de audiências, são os segundos e não as primeiras que são contabilizados.

Embora os últimos anos registem um crescimento sustentado do número de alojamentos cablados e do número de assinantes, ainda há uma percentagem significativa da população que não tem acesso a este serviço. Além disso, as estações generalistas continuam a liderar as audiências, quer as infantis, quer as adultas. Parece existir, portanto, uma forte probabilidade de os canais de

sinal aberto continuarem a acolher, durante mais algum tempo, o grosso do consumo de televisão. Desta forma, parece-nos pouco razoável que a multiplicação de possibilidades de escolha dos telespectadores e a fragmentação das audiências sirvam de pretexto para as estações de sinal aberto descurarem, ou remeterem para segundo plano, a oferta para os mais novos. É neste contexto que a existência de um serviço público de televisão, que aposte fortemente numa programação alternativa e de referência para as crianças, ganha também significado.

Em boa parte da literatura (sobretudo estrangeira) sobre serviço público, a programação para a infância e juventude aparece contemplada como uma das áreas a privilegiar, considerando-se que os programas para crianças ilustram, melhor do que qualquer outra categoria, a distinção entre uma filosofia de serviço público e uma filosofia de serviço comercial. É por estas razões que nos parece particularmente importante que o operador público ofereça às crianças uma programação alternativa que se caracterize pela diferença (em relação à dos privados, que é marcadamente comercial), se oriente mais por critérios de qualidade do que por critérios de audiência, aposte na diversidade e responda à pluralidade de experiências e de realidades socioculturais do respectivo público.

As mudanças entretanto ocorridas na programação para os mais novos do operador público, e que salientamos neste trabalho, deram, de facto, origem a um espaço que responde a muitos dos critérios que permitem caracterizar e avaliar uma programação de qualidade.

No entanto, a baixa quota de audiência no segmento 4-14, quer dos canais da RTP (principalmente do canal 2: em que é transmitida a programação para a infância durante toda a semana), quer dos blocos infantis desta estação (nomeadamente o *Zig Zag* que no segmento de fim de tarde coincide com a emissão da telenovela *Morangos com Açúcar* pela TVI), indicam-nos que as crianças têm andado afastadas da estação de serviço público.

Ora, embora uma estação de serviço público não deva regular-se exclusivamente por critérios de audiência, também é verdade que, como diz Denis McQuail (2003), “sem audiências os objectivos do serviço público não podem realmente ser atingidos”. Assim sendo, parecem-nos fundamentais algumas iniciativas que contribuam para a mudança deste cenário. Por um lado, seria importante que a própria estação apostasse mais fortemente na divulgação da sua programação, através da própria televisão mas também junto de jardins-de-infância, escolas, hospitais pediátricos e outros centros de atendimento às crianças como, aliás, o Departamento de Infanto-Juvenis tem feito na promoção de programas específicos como declarou Teresa Paixão, chefe daquele Departamento, ao jornal *Público* (18 de Setembro de 2003). Por outro, parece-nos também essencial que os pais, e outros agentes educativos, conheçam a oferta televisiva especificamente destinada à infância para que possam exercer

um papel mais activo não só no tempo de consumo mas também no tipo e na qualidade do mesmo, e para que possam informar as crianças da existência de alternativas no próprio ecrã televisivo.

Atendendo a que as crianças fazem cada vez mais a experiência do mundo através dos meios de comunicação, julgamos fundamental que elas possam encontrar neste meio uma programação de qualidade, concebida especialmente para elas, que valorize a cultura e a linguagem do seu país, mas que também lhes proporcione a abertura para outras realidades e para outros mundos, respeitando os princípios da diversidade e da igualdade de acesso.

Bibliografia

Mariet, F. (1989). *Laissez-les Regarder la Télé*. Paris: Calmann Lévy.

Pereira, S. (2004). *Televisão para Crianças em Portugal: Um Estudo das Ofertas e dos Critérios de Programação dos Canais Generalistas (1992-2002)*. Dissertação de Doutoramento em Estudos da Criança. Braga: IEC – UM.

McQuail, D. (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Pereira, S. (1999). *A Televisão na Família: Processos de Mediação com Crianças em Idade Pré-Escolar*. Braga: CESC – IEC.

Rosengren, K. & Windhal, S. (1989). *Media Matter: Television Use in Childhood and Adolescence*. Norwood: Ablex Publishing Corporation.