



Sara Pereira (Org.) (2011)
Congresso Nacional "Literacia, Media e Cidadania"
25-26 Março 2011, Braga, Universidade do Minho: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
ISBN 978-989-97244-1-9

Literacia, comunicação e cidadania: a televisão como parte da solução, o caso do canal K SIC

MARIA DA CONCEIÇÃO LOPES

Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro
col@ua.pt

HUGO PEREIRA

Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro
hugomtperreira@gmail.com

Resumo:

A comunicação que se apresenta coloca em destaque a natureza consequential da literacia e da cidadania. Defende-se que, tal como a comunicação Humana, estes dois fenómenos partilham da condição de Ser do Humano que cada sujeito manifesta, no seu estar situado no mundo, através dos mundos da experiência, numa pluralidade de efeitos. Literacia, cidadania e comunicação são condições da natureza humana, pré-existentes a qualquer uma das suas manifestações e consequentes efeitos, comuns à Hominidade, formando um todo indivisível. Esta perspectiva contrapõe-se, por um lado, à visão de manifestação da literacia confinada ao entendimento da aquisição de determinadas competências e, por outro lado, ao entendimento da cidadania como exercício ou participação no poder e na governação das instituições. Deste modo, a literacia e a cidadania compartilham com a comunicação a mesma necessidade de serem promovidas e desenvolvidas. Contudo, a sua análise não poderá ficar restrita às dimensões de manifestação e de efeitos, esquecendo a condição de natureza que as precede e as torna possíveis. Partindo-se da premissa de que a televisão e os conteúdos da programação televisiva infanto-juvenil continuam a atrair as crianças, a orientar e a condicionar os seus comportamentos e a influenciar as suas experiências, nomeadamente, no núcleo familiar a que pertencem e nas suas relações inter-pessoais, considera-se que a televisão é um médium que pode promover e contribuir para o desenvolvimento da comunicação-literacia-cidadania. No trabalho que se apresenta, pretende-se expor à crítica, a tríade estabelecida a partir do conceito de consequentialidade e apresentar alguns dados do projecto de investigação em curso sobre a K SIC - o canal temático da SIC - especializado na programação infanto-juvenil, entre os 4 e os 14 anos de idade e criado em 18 de Dezembro de 2009. Sublinhar-se-á a filosofia do canal, o compromisso com os telespectadores, quotidianamente dinamizado pela equipa Kapa SIC, através de multiplataformas on-line e evidenciar-se-á a participação das crianças, nomeadamente no *facebook*. A nossa finalidade é contribuir para o conhecimento do único canal português, que privilegiando o grupo dos 6-12 anos, contribui para a promoção e desenvolvimento da condição de Hominidade da literacia e de práticas de cidadania activa das crianças telespectadoras. A tese que defendemos é a de que comunicação-cidadania-literacia são estados da natureza humana que a K SIC, canal temático da SIC, através da programação dirigida aos diversos públicos infanto-juvenis, promove e desenvolve.

Palavras-chave:

Literacia, cidadania, comunicação, televisão, crianças.

1. Comunicação-cidadania-literacia: natureza humana que se desenvolve ou se atrofia

Diversos são os entendimentos acerca do que é a literacia, a cidadania e a comunicação que vão num ou noutro sentido, dependendo da experiência de vida de cada um e do foco de observação com que se pretende fazer a aproximação compreensiva à realidade, sobre o que se quer conhecer. Com razão se fala hoje muito da literacia, cidadania e comunicação, revelando a necessidade de desvelar sentidos guardados em cada um dos conceitos. O caminho é do pensar sobre eles e delinear, para isso, caminhos de busca para uma melhor compreensão do mundo.

É preciso entender o que dizemos quando falamos de comunicação, cidadania e literacia, para que nos situemos uns face aos outros e possamos ler as nossas diferenças e aprender que, provavelmente, é mais o que nos une, do que aquilo que nos separa. É necessário ler para nos enriquecer, interagir e melhor actuar, cooperar. Como diz o pedopsiquiatra João dos Santos “Ler nas pessoas (perscrutar ou adivinhar o que sentem), nas coisas (descrever ou interpretar os fenómenos), nos textos (pré-seleccionar, explicar) ou no próprio interior (devanear, imaginar), são assim maneiras de ver” (Santos, 2008:40), e nós acrescentamos, obserVER, ouVER como quem escuta, descrever como quem escreve o que vê para melhor obserLER.

O nosso modo de pensar a comunicação, literacia e cidadania vem sendo construído, desde 1998 (Lopes, 1998) a partir dos trabalhos de Conen (1995) acerca da natureza consequencial da comunicação. Mas, também, dos contributos de Gregory Bateson, antropólogo da comunicação que sublinha a ecologia do espírito humano como o metapadrão que tudo religa, a complexidade lógica dos diversos níveis de aprendizagem e a axiomática da comunicação (1977), (1980), (1987). E, mais ainda, da visão de Hominidade em Aristóteles (1965) (1253) enriquecida pelas reflexões sobre cidadania e literacia do filósofo português Joaquim Coelho Rosa (1998), (2003). Em diálogo com estes autores, na mesma mesa de reflexão, colocamos a nossa experivivência e os resultados do projecto Direitos Humanos em Acção que desde 2001 a ONG Civitas Aveiro, em parceria com a Universidade de Aveiro e com um conjunto alargado de Jardins-de-Infância e Escolas de todos os níveis de ensino vem realizando, na co-construção da aprendizagem social da cidadania activa (Lopes, 2003).

Assim, de modo extensivo, a nossa orientação sobre literacia e cidadania é de natureza ontológica, emerge da consideração da natureza consequencial da comunicação que cada humano manifesta, no seu estar situado no mundo, onde através do horizonte dos mundos de experiência, do que fazem ou não fazem por acontecer, se manifestam e co-produzem uma pluralidade de efeitos, de que destacamos as leituras compreensivas do mundo que lhes permitem interpretar e nele intervir. A natureza consequencial da comunicação, sublinhada no conceito de consequencialidade de Cronen (1995) permitiu estabelecer as intermediações entre os três conceitos – comunicação-literacia-cidadania – e formar uma tríade indivisível, imanente à Hominidade. Nesta perspectiva, defendemos que para a compreensão de cada um destes estados da natureza humana será necessário ter em conta as três dimensões de análise: a primeira dimensão refere-se à condição de ser do Humano (comunicação-cidadania-literacia são qualidades da natureza humana); a segunda dimensão diz respeito às manifestações que são precedidas pela primeira dimensão e passíveis de serem desenvolvidas ou atrofiadas; a terceira dimensão é a dos efeitos das diversas manifestações associadas a cada uma das qualidades referidas na primeira e segunda dimensões. Esta abordagem extensiva sobre a literacia e a cidadania, como mais à frente se desenvolverá, coloca em questão a visão restritiva e mais generalizada destes dois fenómenos humanos.

2. A natureza consequencial da comunicação

Defendemos que a comunicação humana, ao emergir do próprio ser, ela é o próprio ser que nela se manifesta e que é, sempre, anterior às suas manifestações e efeitos. Assim, a interpretação sobre a natureza consequencial da comunicação leva-nos a afirmar que a comunicação nem é algo exterior que o indivíduo decide fazer, nem é um efeito daquilo que os indivíduos são. Ela é um estado da natureza humana que se manifesta na criação do sentido da sua existência no mundo, da sua partilha e dos seus consequentes efeitos. Assim sendo, a consequencialidade da comunicação é o lugar da acção, onde toda a intencionalidade, emoção e racionalidade se expressam: é criada, recriada, abandonada, realizando diversas conexões (consequências) e expondo-se à crítica e à mudança (Cronen, 1995). Os trabalhos de Cronen (1995), realizados no âmbito da pragmática da comunicação, evidenciam a influência de Heidegger sobre a natureza ontológica do ser humano, onde o “eu” e o “ser-com” são inseparáveis do “mundo em comum” (Heidegger, 1927: 118). Também, os trabalhos de Gregory Bateson, acerca da ecologia do espírito humano (1977) e (1980), colocam em evidência a imanência do espírito humano e o metapadrão que religa toda a experiência humana.

A busca etimológica em torno das palavras consequencial, consequencialidade e consequência ajudam-nos a evidenciar os sentidos contidos no enunciado anterior. O uso que os falantes da língua portuguesa fazem da palavra consequencial (palavra de origem latina) significa: “sucessão” e na língua portuguesa significa “o efeito de uma acção” (Machado, 1981: 394), ou seja, estamos perante a noção de manifestação-sucessão e de efeito como uma resultante da acção. Daí que consequência seja o efeito resultante de uma dada acção. O sufixo “al”, de consequencial, por sua vez, exprime uma função, o que evidencia um novo significado, o de uma relação. Ou seja, a comunicação é consequencial pela condição relacional que emerge do próprio indivíduo. Por sua vez, o sufixo “dade”, de consequencialidade, indica uma qualidade, um estado ou condição, ou seja, um modo de ser. Portanto, a consequencialidade do processo da comunicação é um modo de ser e, como tal, distingue-se do conjunto de consequências que ocorrem no processo da comunicação onde esse modo de ser se revela e se exprime.

Poderemos afirmar que a natureza consequencial da comunicação significa tudo o que se exprime durante o processo interaccional dos indivíduos uns com os outros e, mais ainda, as suas consequências, entendidas como resultados finais do processo e constituindo uma pequena parte do referido processo. Desta distinção decorre ainda a consideração de que o processo comunicacional não deriva apenas da estrutura da linguagem verbal, das características particulares de cada indivíduo ou das estruturas sociais dos indivíduos, mas sim, deriva de todas elas.

3. A influência dos trabalhos de Gregory Bateson: ecologia do espírito humano o metapadrão que tudo religa

Através da abordagem sistémica ao mundo vivo, Bateson sistematiza a coerência das interacções e das inter-relações existentes entre as diversas dimensões do mundo da experiência humana, nomeadamente, entre a criatura humana e a biosfera, considerando-a como uma unidade indivisível, fruto da existência de uma estrutura que liga os diversos elementos em interacção que interactuam como se se tratasse de “uma dança entre partes de actuação recíproca e secundariamente circunscrita a variadas espécies de limites físicos, e aos limites impostos pelas características do organismo” (Bateson, 1987:22). Segundo este autor, os seres Humanos para melhor se conhecerem terão de compreender o processo e o sistema da ecologia do espírito humano. Tal observação é sublinhada pela filha Catherine Bateson que neste sentido cita o pai afirmando: “não é possível descrever o que se passa nos organismos, nas sociedades ou nos ecossistemas sem pensar em termos de comunicação, de organização, de reacção às diferenças (...) não podemos descrever o espírito sem supor a presença de estruturas físicas, no interior das quais

ele se produz (Catherine Bateson, 1988:29). A propósito convém sublinhar que para Bateson, o mundo é um conjunto integrado. Ou seja, Eu não é uma entidade separada do ambiente. O Eu emana da relação construída pelo Humano com o seu ambiente. Igualmente, o espírito, a aprendizagem (aprender a aprender e aprender como se aprendeu a aprender), como também os processos fisiológicos neles implicados funcionam através de níveis lógicos diferenciados. Para Bateson, não é possível esquecer o número de fenómenos no mundo vivo, dado que estão submetidos às regras do acaso. Daí, ser necessário aceitar a ideia que o mundo vivo jamais será um facto previsível, contrariamente às tecnologias que, por mais perfeitas que sejam, serão sempre previsíveis. Relativamente às regras da reflexão coerente sobre o mundo vivo, Bateson chama, ainda, a nossa atenção para se evitar confundir a carta com o território e sugere que coloquemos em relação informações diferentes, o que permitirá gerar novas informações. E, propõe a utilização do método da abdução para avaliar o potencial da generalização de novas descobertas e estabelecer, como agora pretendemos, uma aproximação compreensiva a fenómenos humanos, tais como a literacia, a comunicação e a cidadania, mostrando o caminho das mediações criadas que nos conduziram a formar uma tríade conceptual inclusiva de uma atitude (ser), capacidade (saber fazer), competência (saber dizer e analisar), presente na diferenciação das modalidades das suas manifestações.

4. Cidadania estado da natureza humana

Ao anteriormente exposto acrescentamos a busca do entendimento e clarificação do conceito de cidadania. Para isso seguimos o texto do filósofo português Joaquim Coelho Rosa, inserido na obra "Repensar a cidadania" (1998). Este texto conduz a nossa reflexão sobre a cidadania e sobre a ligação aos princípios orientadores da Declaração Universal dos Direitos Humanos, Neste texto, encontramos argumentos que associamos à natureza consequencial da comunicação, aos trabalhos desenvolvidos por Bateson expostos anteriormente e que, no seu conjunto, contribuem para sustentar a tese que defendemos. Afirma Coelho Rosa: "a condição humana é um estado de natureza" (1998:34). Neste sentido, a natureza humana é a condição necessária e potencial para a humanização do humano que a cultura, causa suficiente, concretiza em acção, no cultivo da razão, da consciência e da liberdade. E, será pelo desenvolvimento, entre outras, destas potencialidades que a condição de ser Humano se poderá concretizar, manifestando-se e produzindo efeitos.

Como já referimos a condição humana é comunicante. Assim sendo, ela é um projecto de construção autobiográfico, ou seja de realização do ser humano face a si próprio, com e no mundo, criando sentidos, apreendendo sentidos, recriando sentidos e atribuindo e retribuindo sentidos ao mundo singularmente comum em que habita. Por isso, tantos mundos há, quantos os humanos. Um Mundo comum envolve todos os mundos singulares que se (re)ligam complementar ou simetricamente em comunidades. Esta perspectiva de entendimento de um Mundo singularmente comum solicita-nos o esforço da intercompreensão, gerada pela disponibilidade de partilhar experiências que possibilitem a existência de um Mundo de Vida: " expressão de origem fenomenológica criada por Edmond Husserl" que se refere ao espaço de comunicação existente entre seres dotados, não só de linguagem e de capacidade para agir, mas também de capacidade de justificação crítica dos seus discursos e das suas acções (Rodrigues). O mundo da vida é, por isso, o espaço da experiência do mundo tematizada e partilhada pelo discurso, o que implica reconhecimento recíproco por parte dos que partilham esse espaço e de uma cultura comum fundamentada na tradição" (Rodrigues: 2000: 88). Comunicar é estar em relação, é pôr em comum, é partilhar e para tal acontecer, é necessário inter-compreender, a meta ideal da comunicação humana.

Ora esta condição do ser Humano de poder criar sentidos tem uma base estrutural fisiológica, como já apontámos, a propósito da influência de Bateson na formação da tríade em questão, por isso, se pode desenvolver e gerar as capacidades de ler e interpretar o mundo. Pois, não há corpo humano sem comunicação, sem cidadania, sem literacia, sem aprendizagem, sem mudança, sem razão e sem liberdade, como também, não haverá comunicação, nem cidadania, nem literacia, sem aprendizagem, sem mudança, sem razão e sem liberdade, se não houver corpo, a materialidade biofisiológica a partir da qual todos podemos simbolizar os mundos da nossa experiência. A liberdade é a condição essencial para que a humanidade, pré-existente na tríade comunicação-cidadania-literacia se concretize. Nesta perspectiva, a protecção da saúde e da ecologia do espírito torna-se fundamental para que se desenvolvam. Não sendo salvaguardadas mirram, ficam atrofiadas as potencialidades comunicação-cidadania-literacia. Os humanos nascem com o potencial de liberdade igualdade e fraternidade. Os humanos nascem com o potencial comunicante e de concretização da ligação positiva a outrem. Os humanos nascem com o potencial de comunicação, cidadania e literacia. Daí que a condição natural da existência humana é ser Humano, é tornar-se Humano. Ou seja, ser mais comunicante, mais cidadão, mais literato e, por isso, mais livre, mais racional, mais emocional, mais lúdico, num horizonte mais amplo de subsistência e de realização da sua própria co-existência. Contudo, ainda, assim, à maior parte dos seres Humanos é-lhes recusado o desenvolvimento destas potencialidades e são despojados da sua condição natural de cidadania.

5. Cidadania e civismo

As palavras cidadania e civismo geralmente “confundem-se com o exercício e/ou participação no poder” (Rosa, 2003:64). Tal facto decorre da generalização e uso de duas perspectivas de cidadania que emergem das culturas grega e romana. A primeira visão de inspiração platónica, está ligada à governação da polis e sublinha a autonomia e protecção dos indivíduos perante os abusos do poder. A segunda visão de inspiração romana está ligada à civitas e destaca a subordinação às instituições e o acesso dos indivíduos ao exercício do poder e à participação nas instituições. Segundo Joaquim Coelho Rosa há uma terceira concepção de cidadania, a menos conhecida no Ocidente, a de Aristóteles que afirma: “todos os cidadãos constituem a cidadania”. Platão confina a cidadania aos governantes. Contrariamente, a concepção aristotélica, interpretada por Coelho Rosa (2003) revela-nos que ser cidadão não é um atributo relacionado com o acesso ao poder ou à governação. Ser cidadão é: “uma condição da natureza (...) nasce-se cidadão como se nasce com cabeça, tronco e membros, mamífero, com o polegar oponível aos outros dedos, apto para assumir a posição erecta, para pensar, amar e ser livre” (ibid). De acordo com o autor, este é o significado da definição que Aristóteles dá de homem, *zoón politikón*, na obra *Política*, (1253 a 1-7) - “o homem é por natureza um animal político” - ou seja, o substantivo *politikón* identifica o cidadão, o *polités* que logo à nascença é racional e social.

Assim, a compreensão do conceito de cidadania remete-nos para a compreensão ontológica da condição Humana. E, está intimamente ligada ao conceito de hominidade, pois tal como refere Coelho Rosa “só os humanos são cidadãos” (ibid 65). Esta condição de despojamento de cidadania é aquela em que os governantes de muitas das actuais democracias – enquanto uma das formas de organização do poder em cidadania – têm colocado os cidadãos. Ao confundirem socialidade com gregaridade colocam os cidadãos em contextos semelhantes ao da matilha dos lobos, ao bando das andorinhas, ao cardume das sardinhas ou ao rebanho de ovelhas, sendo a questão central saber quem manda em cada um dos grupos. E, desde a afirmação de sistemas políticos baseados na lei do mais forte, às tiranias, à eternalização do poder, adquirido ou por herança, como as monarquias, ou por outras formas estratégicas de partilha do poder, ainda que adquiridas em eleições democráticas, todos visam o estabelecimento e afirmação do direito do estado.

A cidadania define-se, como já o referimos, como a condição natural do ser humano, sendo um conceito global comum a toda a humanidade (igual para todos e para todos no mesmo pé de igualdade). O fenómeno da globalização que os media em geral e a internet em particular vieram provocar é, para muitos governantes, uma ameaça à continuidade dos abusos do seu poder. Porém, para muitos cidadãos, poderá ser o que cada um de nós dela quiser e conseguir fazer. A globalização possibilita a afirmação real da universalidade da “humanidade” e, isto pode ser um facto extraordinário, pois está ao alcance da nossa participação activa.

6. Literacia: condição-manifestações (estratégias de desenvolvimento) - efeitos (aquisição de competências)

A literacia partilha da mesma condição de consequencialidade da comunicação e da cidadania sendo, por isso, também ela, constituinte da natureza humana.

Pertencendo ao estado natural do ser humano, nasce com ele e manifesta-se na revelação do mundo, através da oralidade criadora de factos e estruturante da experiência individual e colectiva (Havelock, 1988). Nesta visão de Havelock encontramos a mesma perspectiva ontológica. Contudo, ainda assim, as interpretações mais comuns sobre literacia, apontam para o caminho que a reduz à condição de manifestação – enquanto competência – ora ligada à “alfabetização” ou ao “letramento”, ainda que associada à uma diversidade e multiplicidade de aspectos da experiência humana, em que a literacia mediática, a literacia financeira, a literacia musical, a literacia consumo, são algumas, entre muitas delas. O reducionismo da literacia às suas diversas manifestações, na nossa perspectiva, não facilita a compreensão do fenómeno em causa. Porém, nem sempre assim foi, a harmonização da natureza humana com as diversas manifestações da literacia está patente na história universal do Ocidente. Na actualidade os media são disso exemplos poderosos. Tomemos como exemplos: a imprensa, a rádio, a televisão ou, mais recentemente, a internet. Estes media deram, em diversos contextos temporais da história da humanidade, novos contextos à oralidade.

No reino dos *media* “quentes” (McLuhan, 1964) da percepção auditiva, a rádio contribui, através do imaginário individual e colectivo, para a transformação da oralidade do mundo, numa escrita mais eficaz que a imprensa. Assim foi, assim é. As vozes invisíveis da rádio continuam a contribuir para a visível leitura do mundo. No reino dos *media* “frios” (ibid) da percepção simultânea da visão e audição, a televisão operou a harmonização dos receptores sensoriais visão e audição, imagem e som, continua a ser um dos mais prodigiosos meios de literacia que já foram inventados pelo labor humano. A internet, com todas as suas multiplataformas, faz o retorno à oralidade e coloca em circulação diversas modalidades de manifestações da escrita oral cujos efeitos ainda estão por revelar. A literacia letrada é como diz Coelho Rosa uma: “poderosíssima competência humana de criar e recriar o mundo” (2008: 108), fundamental, tal como a literacia alfabetizada, à leitura compreensiva do mundo. Dela emerge uma nova matriz, não só, para a compreensão de cada uma das diversas manifestações de literacia: a literacia mediática, a literacia financeira, a literacia dos direitos humanos, como também, da literacia em si, como condição natural do ser humano.

Todas as estratégias de desenvolvimento da literacia são importantes, são acontecimentos da humanidade que se realizam “no encontro sempre dinâmico, de realização do indivíduo pela sociedade e vice-versa (-...) seja qual for a consciência que a nossa Literacia tem do acontecimento”. Porém, podem ser utilizadas de forma iliterata. (Rosa: 111-112).

As experiências de oralização da escrita dos utilizadores da televisão e da internet (emissão-recepção) compartilhadas promovem práticas de escrita e de leitura e de criação de comunidades. E, pessoas, geralmente excluídas da cultura letrada, aí encontram espaços de comunicação, apropriando-se das heranças da literacia letrada e alfabetizada.

Para finalizar a tríade estabelecida comunicação-literacia-cidadania, sublinha a dignidade humana, valor que a Constituição da República Portuguesa consagra. Portugal é “república soberana baseada na Dignidade da pessoa humana e na vontade popular e empenhada na construção de uma sociedade livre, justa e solidária” (artº1º da CRP, 1976). A questão Dignidade é entendida, não como um sentimento, mas como algo superior, sem equivalente, pois a natureza humana não tem preço, não sendo por isso negociável. A comunicação-cidadania-literacia fonte de afirmação da liberdade e dignidade humana conduz-nos à reflexão sobre os media, nomeadamente sobre o poder da televisão e da televisão para crianças e jovens em particular. Como médium enriquecedor do desenvolvimento humano e da democracia, a televisão continua a atrair as crianças e os jovens, a condicionar positiva e negativamente os seus comportamentos e a influenciar a sua experivivência, nomeadamente, com o núcleo familiar a que pertencem. Considera-se, por isso, que a televisão é parte da solução, na assessoria ao desenvolvimento da comunicação-literacia-cidadania, contribuindo, a seu modo, na arte da construção da individualidade. A televisão habita o mundo de vida comum. É um Eu-nós significativo compartilhado que habita o mundo de vida comum.

7. A SIC K – o caso do canal temático da SIC especializado na programação infanto-juvenil

De acordo com estudos desenvolvidos em 2007 e actualizados por Mónica Chaves George Dutschke et al, em 2008, as crianças vêem muita televisão, gostam muito de televisão, são influenciadas pela televisão, percebem de televisão. De acordo com os responsáveis do canal “merecem melhor televisão”. O nome completo do novo canal temático da SIC completamente dedicado ao público infanto-juvenil é SIC KIDS, com assinatura SIC K. Os seus pais são a SIC. O canal SIC K é o irmão mais novo dos canais SIC radical, SIC mulher e SIC notícias. Tem um animal de estimação – o Kapinha – o peixinho vermelho. Nasceu a 18 de Dezembro de 2009, às 16.30 h, em Carnaxide. Depois de três meses de intensa actividade da equipa responsável de que destacamos, o Director dos canais temáticos da SIC, Pedro Boucherie Mendes e a coordenadora executiva da SICK Catarina Gil. Em Portugal mora no de triple play Meo, em Angola no Zap. Emite 24 horas por dia, sete dias por semana.

Os públicos do canal são pessoas dos 4 aos 18 anos de idade, mas que se dividem em grupos consoante o target que lhes está associado. Assim, o core target ou target principal envolve pessoas dos 6 aos 13 anos de idade. Associam-se também outros targets, os dos 4 aos 6 anos de idade e, também, os dos 13 aos 18 anos. O direccionamento da programação, para públicos específicos, espelha o reconhecimento e preocupação do canal que “Trata as crianças como pessoas, porque acredita que uma televisão melhor torna as pessoas melhores” (Catarina Gil, 2010) denota respeito pelas diversas etapas da formação da individualidade e do crescimento das crianças e dos jovens que aprendem e apreendem melhor o mundo, para melhor o criticar e transformar, através das emoções-racionalidade dos conteúdos da programação que lhes são oferecidos. Deste modo, promovem o desenvolvimento das suas potencialidades de comunicação-cidadania-literacia dos telespectadores.

Os responsáveis do canal “acreditam que uma televisão melhor torna as pessoas melhores. E, que as crianças vão ficar melhores pessoas se virem melhor televisão” (Pedro Boucherie Mendes e Catarina Gil, 2010). A relação com as crianças e jovens é feita de cumplicidades que decorrem do compromisso estabelecido com os telespectadores, divulgado nas primeiras emissões e enunciado no site www.sickapa.sapo.pt. São dez promessas expostas à reflexão crítica. Este compromisso orienta as escolhas de programação: “Prometemos não nos armarmos em teus pais. Prometemos ser amigos e companheiros. Prometemos dizer-te a verdade. Prometemos ouvir-te. Prometemos divertir-te, entreter-te e fazer-te pensar. Prometemos preocupar-nos com o teu futuro e o do nosso planeta. Prometemos estar contigo, mal ou bem-disposto. Prometemos satisfazer a tua curiosidade, sobre

tudo. Prometemos dar e fazer-te viver muitas aventuras; Prometemos não excluir ninguém por raça, religião ou tribo” (PBM e CG, 2009). Estas são a base da criação e desenvolvimento da marca SIC K. Feita de emoção e na estreita relação com o telespectador. A dimensão de ludicidade está presente nas acções e no grafismo do canal. Um dos exemplos brincantes e humano está patente no logo “Kapa diabinho” criado para o facebook, www.facebook.com/sickapa “ o Kapa está sempre a dizer que vai fazer os trabalhos de casa mas às vezes também não lhe apetece e quer comer gomas e batatas fritas (...) queremos mostrar que é humano erra (...) em 15 meses nós também erramos) (Catarina Gil:2011).



O ADN da SIC K é a produção própria, fundamental para a ligação ao exterior, face-a-face com os públicos para além dos objectivos de natureza comercial. Os apresentadores dão personalidade e proximidade aos públicos: “somos o canal com mais produção nacional” (Gil, *ibid*).

A programação é nacional é diversificada e distinta, 95% dos conteúdos são em português.

Relativamente à grelha de programação, há horários certos; programação em linha com a hora; programas legendados à noite; slots de programação específicas, episódios duplos e compactos; horário principal e com estreias, apenas entre as 16h e as 18h30 – horário que corresponde à chegada das crianças a casa. Por exemplo, o Ben 10 é emitido sempre nesta hora; as festas temáticas são ao Sábado à noite – festa das gargalhadas; hora facebook; fins de semana e dias temáticos. As férias são alvo de programação especial.

É um canal com extensão multi-plataforma e programação diversificada de entretenimento que trata os espectadores como pessoas inteligentes e com sentido crítico. Desde o início que o canal tem o compromisso de estar em comunhão com o target que se propõe, uma vez que, de acordo com a filosofia do canal, a relação com as pessoas é um ponto importante nos seus compromissos. A criação, desenvolvimento e implementação da marca SIC K envolve assim a interacção entre os espectadores e os produtores, através da utilização de várias marcas. Assume assim uma marca da família SIC, marca em português, distintiva, dinâmica, responsável, inteligente, inovadora e criativa.

Em relação à grelha programática do canal, 95% dos conteúdos são apresentados em português, com horários certos, onde a programação está em linha com a hora e os programas nocturnos que são todos eles legendados; possui slots de programação específicos, com episódios duplos e compactos, destacando-se as festas, os fins-de-semana e os dias temáticos e atende a uma programação especial para as férias escolares das crianças. No horário principal (16h e 21h) são só exibidas estreias, enquanto que, diariamente, às 18h30, hora a que normalmente as crianças chegam a casa, é exibido o programa Ben 10.

Na escolha dos conteúdos dos programas têm um especial cuidado com a violência, principalmente nos géneros *live action*, por exemplo no uso de armas. Para além de outros cuidados, nomeadamente, com a imagem e linguagem erótica, explícita ou insinuante, não apenas nos programas, mas também em videoclips. Por exemplo o último videoclip da Miley Cyrus não passou na SIC K. As questões da cultura do género também estão em evidência na selecção da programação.

Reconhecendo que o canal é tendencialmente mais masculino. Os responsáveis buscam um equilíbrio na selecção dos conteúdos da grelha de programação e nas promoções, direccionando-os para cada um dos géneros, feminino e masculino (ibid).

Valorizam as crianças e os jovens e apresentam-se com uma comunicação e ludicidade coerente divertida, criativa e inteligente. Expressões como amizada-te; abana-te; abraça-te, diverte-te; aventura-te são animadas em várias promoções e pelos apresentadores –mediadores da interacção da comunicação com os telespectadores, entre outros, o João Manzarra, também a voz off do canal e a Inês Folque do programa Factor K.

Como já referimos a SIC K é uma marca que privilegia a interactividade e a interacção com os seus telespectadores e manifesta um sentido de comunidade. A dinamização da participação das crianças e dos jovens é, também, uma prática do canal e reflecte-se no reconhecimento da importância das redes sociais e na utilização do Facebook, já referida, do www.twitter.com/sickapa e do www.hi5.com/sickapa, plataformas on-line que potenciam uma relação de proximidade com os telespectadores que comunicam entre si e com os responsáveis do canal. Deste modo, interagindo, compartilham mundos de vida, tomam conhecimento das preferências, recolhem sugestões, opiniões, bem como realizam acções de divulgação, promovem concursos concretizando as cinco máximas da relação: “amizada-te conceito fundador de uma identidade comunitária e de um sentimento de pertença e de fidelização à “sua televisão – a SIC K “ que “actualmente conta com mais de 12.900 amigos e com uma interactividade muito acima da média.

Os géneros de programação do canal SIC K dividem-se em: géneros principais (os géneros ou programação principal são a animação dobrada e o live action português ou dobrado); géneros complementares (nos géneros complementares, destaca-se os magazines de produção nacional, os live action legendados e outros de carácter dobrado ou legendado). São seleccionados de acordo com os targets que se propõem alcançar. Assim, e de acordo com o estabelecido pela direcção do canal na atribuição dos géneros de programação, podem-se dividir em animação, live action, magazine, musical, talk show e cinema que são alguns dos géneros presentes no SIC K. Contudo, estes géneros ainda se podem dividir em sub-géneros de modo a alargar o espectro da programação, um exemplo concreto é o programa “Koisas Kuriosas”, tratando-se de um magazine de divulgação científica. Tanto a animação, como o live action, são normalmente programas adquiridos nos mercados internacionais, necessitam de ser dobrados para poderem passar no canal; os filmes necessitam também de legendagem para haver uma melhor compreensão. A animação, também conhecida por anime no Japão, contém conteúdos de vários tipos, desde a comédia ao terror, passando pelo drama e pela ficção científica. É característica deste tipo de animação, a acentuação, o aperfeiçoamento e o aumento gradual dos olhos das personagens, sempre bem definidos, arredondados e rasgados, de modo a que possam conferir maior emoção e despertar maior interesse por parte do espectador. Já o live action, e como o próprio termo significa, são acções reais, ou seja, envolve actores e personagens reais sem ter a necessidade de recorrer a animações. Pode invocar elementos criados através de animações, mas que interagem normalmente com a produção em causa, sempre com a combinação live action de actores/personagens reais.

A comunicação face-a-face com os telespectadores é muito importante e a convivialidade é programada e concretizada. Assim, dá-se conta de diversas realizações: campanhas, apoio a eventos, passatempos, entre outros, distribuindo nesses mesmos eventos, brindes relacionados com o target e com o momento em causa. Acções publicitárias como campanhas de media, a colocação de mupies, os passatempos, os campos de férias, as acções de responsabilidade social (ex: Limpar Portugal) e os apoios que o canal oferece em concertos (ex: Tokio Hotel) e outro tipo de espectáculos (ex: Ben 10, Gormiti) demonstram a cultura da marca e a riqueza das estratégias de comunicação, de ludicidade e de experiência que realizam com os telespectadores e que envolvem as famílias. A título

de exemplo, o 1º Aniversário do canal realizou-se em Lisboa, na Kidzania, no Centro Comercial Dolce Vita Tejo, local de encontro festivo realizado ao longo do dia, (18'dez.2010) que incluiu muitas brincadeiras, a apresentação da mascote Kapa e a actuação do Expensive Soul, autores do hino do Canal SIC K divulgado nesse dia, perante centenas de crianças e respectivas famílias que acabaram o dia a cantar, todos juntos, os parabéns, a comer bolachas SIC K e apagar a vela do bolo enorme, partido em pedacinhos para dar para todos.

A abordagem ao design da marca, e segundo os responsáveis do canal, os grafismos foram feitos com recurso a diferentes elementos, destacando-se a indução de uma mensagem de impacto emocional na relação com o espectador. Possui um design visual e sonoro, onde o desenho de som é muito importante e tem de se relacionar com o design e o grafismo utilizado. É um tipo de grafismo sólido, não infantilizado, nem adulto, nem muito masculino nem muito feminino. É um design simples, criativo e persuasivo, que as crianças e os jovens aludem gostar.

A SIC K acompanha as tendências mundiais da produção televisiva para crianças e jovens frequentando, anualmente, os mercados e feiras: europeu, americano e asiático, as montras de exposição dos produtos criados pelas produtoras para promoverem a aquisição dos seus produtos por parte das estações e canais televisivos que aí seleccionam os programas que melhor respondam ao seu ideário e às preferências dos seus telespectadores.

Quinze meses de emissões e a SIC K, no que se refere ao target 7-14 anos de idade está à frente do Panda Biggs em termos de notoriedade associada à marca e em especial no top of mind – o sonho de qualquer marketer - resultados obtidos no estudo multicliente realizado em Junho de 2010, pela GFK Metris (Gil, 2010). Tudo isto, porque os responsáveis pelo Canal SIC K “acreditam que uma televisão melhor torna as pessoas melhores e que as crianças são pessoas e vão ficar melhores crianças, se virem melhor televisão” (Mendes e Gil, 2010).

E, para terminar, face ao horizonte conceptual exposto, fundamenta-se a tese de que comunicação-cidadania-literacia são mais do que competências adquiridas, são antes e primeiro que tudo estados da natureza e, como tal, passíveis de serem desenvolvidos ou atrofiados. A televisão em geral é um médium poderosíssimo que contribui para o enriquecimento desse desenvolvimento. E, um canal completamente dedicado à programação infanto-juvenil tem responsabilidades acrescidas nesse campo.

O Projecto de investigação SIC K em desenvolvimento, desde Outubro de 2010, no âmbito do Mestrado em Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro, busca o factor X na investigação a que se propôs. Entre outras, algumas das questões são: Como é que o canal temático da SIC K promove e desenvolve a comunicação-literacia-cidadania com os seus públicos? Como vêm as crianças a SIC K? Como responde a SIC K aos interesses e motivações das crianças? Qual o futuro da relação crianças-televisão? Este projecto envolve uma equipa de seis estudantes da pós-graduação referida, tendo cada um sub-projecto que fundamentará a sua dissertação de mestrado e conta com o apoio da Direcção dos Canais temáticos da SIC e do canal SIC K. Um dos membros desta equipa assina a co-autoria do trabalho que se acabou de apresentar, Hugo Pereira, juntamente com Conceição Lopes, Professora da Universidade de Aveiro que faz a direcção e coordena o projecto.

Por tudo o que expusemos, consideramos e defendemos que a televisão é um médium enriquecedor do desenvolvimento humano e um forte contributo de sustentabilidade da democracia participativa e por isso, consideramos que ela é parte da solução na promoção e desenvolvimento da comunicação-cidadania-literacia, em geral e das crianças e jovens em particular.

Bibliografia

- Aristóteles (1965), *A Política*, Lisboa: editorial Presença, (original escrito, em 1253).
- Chaves, Mónica, Dutschke, George, Apeme (Carlos Liz, Elsa Gervásio), (2007), *Kids'Power – A geração net em Portugal*, Lisboa: Plátano editor.
- Cronen, V.E., (1995), "Coordinated Management of Meaning: The Consequentiality of Communication and Recapturing of Experience", in Sigman, S., *The Consequentiality of Communication*, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 17-61.
- Bateson, Mary Catherine, (1988), "Coment a Germe Angles Fear" in Wikin, Y., Bateson: *Premier état d'un heritage*, Paris: Seuil, p. 29.
- Bateson, Gregory, (1980), *Vers une Écologie de L'esprit*, Paris: Ed. Seuil, Tome II, Paris.
- Bateson, Gregory, (1977), *Vers une Écologie de L'esprit*, Paris : Ed. Seuil, Tome I, Paris, 1977.
- Bateson, Gregory, (1987), *Natureza e Espírito*, Lisboa: Publicações Dom Quixote..
- Gil, Catarina, (2010). "K SIC, Aventura-se na Universidade de Aveiro", conferência inserida no ciclo Creating the World, DeCA, Universidade de Aveiro, 5 de Novembro.
- Gil, Catarina (2009, 2010, 2011) – Coordenadora executiva coordenadora executiva de programas de SIC K, "conversas sobre o canal SIC K".
- Holdaway, Don (1979), *The Foundations of Literacy*, Sydney: Ashton Scholastic.
- Lopes, Conceição (1998), *Comunicação e Ludicidade*, tese de doutoramento em Ciências e Tecnologias da Comunicação, Univ. de Aveiro, edição policopiada.
- Lopes, Conceição (2003), *Cidadania Activa*, Edições UA, Civitas, Aveiro.
- McLuhan, Marshall (1964), *Understanding Media*, Routledge, London.
- Mendes, Pedro Boucherie (2010), "Televisão: a treta mais poderosa de todas", Conferência inserida no ciclo Creating the World, DeCA, Universidade de Aveiro, 5 de Novembro.
- Moura, Helena Cidade (2008), *Literacia em Português*, Helena Cidade Moura et al, Centro de Investigação-Acção P.H. Chombart de Lauwe, Lisboa, Acontecimento-estudos e edições.
- Potter, James (2008), *Media Literacy*, University of California, Santa Barbara, Sage Publish, 4th edition.
- Rodrigues, Adriano Duarte (2000), *Dicionário Breve da Informação e da Comunicação*, Editorial Presença, Lisboa.
- Rosa, Joaquim Coelho (2008), "Literacia" , in *Literacia em Português*, Helena Cidade Moura et al, Centro de Investigação-Acção P.H. Chombart de Lauwe, Lisboa, Acontecimento-estudos e edições, pp- 107-112.
- Rosa, Joaquim Coelho (1998), "Direito à vida, à liberdade e á segurança", in *Repensar a Cidadania*, Lisboa: Editorial Notícias, pp31-36.
- Rosa, Joaquim Coelho (2003), *Relatório da Civitas – Associação de Defesa e Promoção dos Direitos dos Cidadãos*, Lisboa.
- Santos, João (2008), *É através da vida emocional que a criança apreende o mundo exterior*, Lisboa: Assírio e Alvim.
- Vários, (1998). *Repensar a Cidadania*, Lisboa: Editorial Notícias.

Webgrafia

Facebook – <http://www.facebook.com/sickapa>

Site – <http://sic.sapo.pt/kapa>