



**MARIO JOÃO DE
BARROS DIAS DE
CASTRO**

**SIC K, UM CANAL PARA CRIANÇAS COM VALORES
E NÃO VIOLENTO**



**MÁRIO JOÃO DE
BARROS DIAS DE
CASTRO**

**SIC K, UM CANAL PARA CRIANÇAS COM VALORES
E NÃO VIOLENTO**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação e Multimédia: Audiovisual Digital, realizada sob a orientação científica da Dr.^a Maria da Conceição Lopes, Professora Investigadora do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

o júri

presidente

Professor Doutor Pedro Alexandre Ferreira dos Santos Almeida
professor auxiliar da Universidade de Aveiro

vogal - arguente principal

Professora Doutora Sara Jesus Gomes Pereira
professora auxiliar da Universidade do Minho

vogal - orientador

Professora Doutora Maria da Conceição de Oliveira Lopes
professora associada com agregação da Universidade de Aveiro

vogal

Doutor Pedro Boucherie Mendes
especialista na SIC TV

agradecimentos

Foram várias as condicionantes e contratempos durante a realização deste trabalho e por isso tenho que fazer um agradecimento especial a algumas pessoas em especial que fizeram com que não tivesse desistido.

Agradeço à minha orientadora Professora Conceição Lopes por toda a disponibilidade, esforço, apoio qualificado e incentivo que me deu para que este trabalho fosse realizado.

Um muito obrigado à minha família pela possibilidade e apoio em frequentar este mestrado, aos meus amigos pela paciência e compreensão que demonstraram para comigo nestes tempos em que estive comprometido com este trabalho.

Agradeço também à minha prima Teresa Pereira pela leitura e correcção do texto da dissertação e aos meus colegas de trabalho, Miguel Lima, Tiago Moutinho e Cecília Fontes que realizaram investigações na mesma área de estudo, que querendo ou não se tornaram uma motivação e alavanca para que o trabalho continuasse a ser feito mesmo nas alturas de menos ânimo.

Por fim, agradeço à equipa executiva do canal SIC K pela informação à qual pude ter acesso para a realização do estudo.

palavras-chave

SIC K, valores, violência, programação televisiva para crianças.

resumo

A presente dissertação visa identificar a existência ou não de valores de amizade, família, brincar e de conservação da natureza veiculados na programação difundida pelo canal temático da SIC, o SIC K, o único canal português especializado na programação televisiva para públicos infanto-juvenil. Pretende também, identificar a existência ou não de manifestações de violência, nomeadamente, rejeição (exclusão), desqualificação (indiferença) e opressão (vitima) nos heróis das séries. E, ainda, demonstrar que este canal tem uma filosofia que valoriza a criança como pessoa que é, a respeita e a diverte.

O enquadramento teórico que sustenta o estudo de caso desenvolvido, situa-se no campo das Ciências e Tecnologias da Comunicação e encontra, entre outros, nos autores Gregory Bateson, Paul Watzlawick, John Thompson, Marshall McLuhan, Conceição Lopes e Sara Pereira, os seus suportes fundamentais.

O período de recolha de dados para a análise diz respeito à primeira semana do mês de Setembro de 2011, o que corresponde à última semana de férias, que decorreu de dia 5 a dia 11.

keywords

SIC K, values, violence, children, programming schedules, specialized children's television.

abstract

This dissertation aims to identify the presence or absence of values of friendship, family, play and nature conservation in the programming broadcast by the conveyed thematic channel of SIC, the SIC K, the only portuguese channel specialized in television programming for children and youth. Identify the presence or absence of manifestations of violence, namely rejection (exclusion), disqualification (indifference) and oppression (victim) in the series heroes. And yet, demonstrating that this channel has a philosophy that values the child as a person , respecting it and amusing it.

The theoretical framework that supports the developed case study, lies in the field of Sciences and Technologies of Communication and finds, among others, in the authors Gregory Bateson, Paul Watzlawick, John Thompson, Marshall McLuhan, Conceição Lopes and Sara Pereira, their fundamental support.

The period of collection of data for the analysis concerns the first week of September 2011, this being the last week of holiday, which took place from day 5 to day 11.

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	1
INTRODUÇÃO	2
PROBLEMÁTICA E PROBLEMA	3
FINALIDADES	5
QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO	5
MOTIVAÇÕES PESSOAIS	5
<i>PRIMEIRA PARTE – ENQUADRAMENTO TEÓRICO</i>	7
<i>CAPÍTULO 1: ABORDAGEM AO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO E À QUESTÃO DO MÉDIUM</i>	7
1.1 Conceito de comunicação	8
1.2 A tríade de interação de Thompson	11
1.3 As componentes universais do processo de comunicação	13
1.4 A questão do médium	18
1.5 O axioma médium-mensagem	20
1.6 As funções dos media	23
<i>CAPÍTULO 2: A TELEVISÃO</i>	27
2.1 Conceito de televisão	28
2.2 A questão do público infanto-juvenil	30
2.3 Normas orientadoras da programação televisiva para crianças	33
2.4 Abordagem ao estudo sobre a programação televisiva para crianças sob a perspectiva de Sara Pereira	44
2.5 Televisão e conteúdos de violência	46
2.6 Media e valores	48
2.7 Media-Educação	49
<i>SEGUNDA PARTE - METODOLOGIA</i>	51
<i>CAPÍTULO 3: APRESENTAÇÃO GERAL DO ESTUDO</i>	51
3.1 Finalidades, amostra, métodos e técnicas de recolha, análise de dados e dimensões e categorias de análise	52
3.2 Contextualização do estudo	56
• O SIC K, um canal temático da SIC especializado na programação Infanto-Juvenil	56
• Filosofia e Identidade do canal	57
• Temáticas e géneros da programação	59
• Horários da programação	62
• Apresentadores	63
3.3 Sistematização dos dados para análise	63
3.4 Apresentação e discussão dos resultados	69
3.5 Conclusões, limitações do estudo e desenvolvimentos futuros	76
<i>CAPÍTULO 4: BIBLIOGRAFIA</i>	79
<i>ANEXOS</i>	84

Índice de Figuras

Figura 1 - Representação gráfica do processo da comunicação (Lopes, Conceição, 2006, interpretando Frank Dance)	9
Figura 2 - Representação do processo da comunicação em Thompson (Lopes, Conceição, 2007)	13
Figura 3 - Patamares de ocorrência dos processos de comunicação localizados no espaço e tempo	16
Figura 4 - “2863 pessoas morreram. 824 Milhões de crianças passam fome em todo o mundo. O mundo uniu-se contra o terrorismo. Já se deveria ter unido contra a fome.” (Lopes, Conceição, 2007)	17
Figura 5 - Logótipo do canal SIC K	58
Figura 6 - Mascote vencedora. Baptizada com o nome de “Kapa”	58
Figura 7 - Logótipo ecológico do canal SIC K	71

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Categorias de interacção da tríade de Thompson. Fonte: Thompson, 1998	12
Tabela 2 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 1	34
Tabela 3 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 2	36
Tabela 4 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 3	36
Tabela 5 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 4	37
Tabela 6 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 5	38
Tabela 7 - Normas internacionais para a televisão com alusão às crianças	42
Tabela 8 - Codificação dos dados para análise referidos à identificação dos valores presentes nos programas transmitidos na semana de dia 5 a dia 11 de Setembro de 2011	65
Tabela 9 - Codificação dos dados para análise referidos à identificação das manifestações de violência presentes nos programas transmitidos na semana de dia 5 a dia 11 de Setembro de 2011	67
Tabela 10 - Codificação dos valores e manifestações de violência nos diferentes dias da semana de 5 a 11 de Setembro de 2011	68

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Quantidade de programas em que cada valor se apresenta (números absolutos)	69
Gráfico 2 - Quantidade de programas em que cada manifestação de violência se apresenta (valores absolutos)	71
Gráfico 3 - Quantidade de valores e manifestações de violência nos programas do canal SIC K (números absolutos)	73
Gráfico 4 - Ilustração da quantidade de valores e manifestações de violência de acordo com os dias da semana de 5 a 11 de Setembro de 2011	74

Apresentação

A presente dissertação é resultante do trabalho realizado para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação e Multimédia, curso do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro e que visa discutir os valores que a televisão para crianças incorpora. A estrutura deste trabalho está dividida em duas partes, precedida pela apresentação, pela introdução, pela abordagem da problemática e problema, pelas finalidades, questões de investigação e pelas motivações pessoais.

De seguida dá-se lugar à primeira parte, que engloba o primeiro e segundo capítulos. No primeiro, não só é abordado o processo de comunicação, o conceito em si e as componentes deste processo mas também a questão do médium como meio de passagem de informação à luz da teoria de Marshall McLuhan, menciona-se o axioma médium-mensagem e as funções dos media. No segundo é definido o conceito de televisão, analisa-se a questão do público infanto-juvenil, a legislação que nos dias de hoje rege os meios de comunicação social em Portugal, fazendo-se a ligação a um estudo sobre programação para crianças de Sara Pereira e daí a referência ao conceito de violência e de valores que os media poderão passar. Como meio de concluir o capítulo faz-se uma análise do papel educativo dos media.

Na segunda parte da investigação estão os capítulos três e quatro. O capítulo três faz uma breve resenha das finalidades do estudo, define a amostra, os métodos e técnicas de análise utilizadas, assim como as dimensões e categorias definidas para esta investigação. De seguida, é focado o caso de estudo que motivou esta investigação, o canal SIC K, com programação televisiva especializada para crianças, onde se encontra a apresentação do canal, a sua filosofia e a sua identidade que foi definida aquando da sua criação. São exploradas as temáticas e géneros dos programas, os seus horários e os apresentadores principais. Após a análise do canal, chega-se à constituição e sistematização dos dados para análise em tabelas ao qual se segue a apresentação e discussão dos resultados através de gráficos. Por fim, dá-se lugar às conclusões, propostas ou desenvolvimentos futuros e ainda limitações que deste estudo resultam.

Por último, o capítulo quatro é constituído por toda a bibliografia que serve de base para toda a investigação.

Introdução

Todos nós um dia já fomos crianças e, neste estudo, esse facto incontornável leva-nos a tentar perceber como éramos e como pensávamos na perspectiva do entretenimento. Este processo de tomar conhecimento das coisas que mais gostávamos e mais nos suscitavam curiosidade em termos de produtos audiovisuais poderia ser realizável através de uma retrospectiva pessoal, mas infelizmente todos nos esquecemos de certos pormenores ou factos. Por isso nada melhor que observar as crianças de hoje e assim recordarmos e eventualmente analisarmos as diferenças existentes entre eles e nós.

A tentativa de perceber como a programação de um canal é feita, pode ser complicada quando para mais se está a falar de um público tão especial como as crianças, mas isso ainda torna maior esta vontade de a decifrar. É esta curiosidade que dá força a este estudo, o qual tenta demonstrar uma problemática relativamente grande no nosso país. Grande porquê? Porque existem variados e numerosos canais temáticos direccionados para as crianças no nosso território e é importante que cada um ganhe o seu espaço na vida das crianças, espaço esse que é preenchido com o entretenimento que elas mais gostam.

Para além disto, este é um estudo que irá tentar obter respostas através da análise dos programas de um canal especializado para crianças com o objectivo de tornar esta investigação em algo real e concreto. Irá ser avaliado um curto espaço de tempo (uma semana de programação), sendo este um ponto de partida para um eventual futuro estudo mais alargado, se possível numa escala mensal ou até anual, com a finalidade de o tornar mais robusto e de modo a contribuir para uma base de dados que servirá de auxílio à programação televisiva. Assim poderá ser pensada e construída através de uma maior quantidade de informações do que aquelas que já são utilizadas, para se conseguir um melhor encaminhamento dos conteúdos audiovisuais que as crianças mais gostam e querem ver.

Problemática e Problema

Interessa num estudo deste tipo identificar a problemática à volta do tema e definir o problema ao qual se irá tentar obter resolução. Sob o tema de “Televisão para Crianças”, que primeiramente serviu como base para o arranque do estudo, chega-se à problemática do crescimento das crianças aliado à televisão e a partir deste, à problemática da programação deste medium, da escolha dos próprios programas e dos géneros que serão escolhidos para serem transmitidos. E como é que se chega a esta problemática? Tudo gira à volta da preocupação por parte de pais e familiares, professores e todos os profissionais ligados à educação, de encontrar o melhor método para ensinar as crianças a crescerem como bons cidadãos, dotados de características e bases culturais que os sustentem ao longo das suas vidas, pois estas crianças são aquelas que serão o futuro de um país, num mundo que não se compadecerá das suas fragilidades.

Para além dos valores que são incutidos em cada transmissão de imagens na televisão, a preocupação dos pais quando os seus filhos vêem televisão nos dias de hoje, vai além do factor tempo que é gasto em frente a esta e do factor socialização, que mantém os jovens mais tempo sozinhos dentro de casa. Segundo Carla Viana, no seu artigo ao Jornal “Público” sobre “O cérebro infantil está a mudar?”, “Frente à televisão, geralmente a sós, as crianças estarão a ser sujeitas precisamente a uma sobre- estimulação visual, dada sobretudo a velocidade com que se sucedem as imagens e a sua diversidade, que é hoje a própria matéria dos media electrónicos. Esta exposição aos ecrãs - que começa na televisão e se prolonga depois nos jogos de computador, "game boy", Internet, etc. - poderá ter já "condicionado o cérebro a um alto nível de estimulação” como sublinha o pediatra norte-americano (Dimitri Christakis)”. Esta preocupação está naturalmente aliada aos índices de horas que as crianças vêem televisão nos primeiros anos de vida e isso poderá ser evidenciado pelos dados recolhidos numa dissertação de Mestrado de 2006. Segundo o jornal “Diário de Notícias”, Sónia Carrilho, no seu documento conclui que as crianças “ (...) com idades entre os 10 e os 16 anos passam uma média diária de 4,5 horas em frente da televisão, um valor que aos fins-de-semana sobre para as 7,5 horas por dia” e que “Este é um comportamento que contraria a recomendação de hora e meia dada por pediatras.” (Pereira, 2006)

Como se depreende, com tantas contrapartidas, a visualização de televisão por parte de menores é uma situação que necessita de uma determinada atenção para impedir que certos valores tenham demasiada preponderância no crescimento racional e emocional das crianças. Este racionamento de media por parte dos pais e educadores deverá então ter em

conta vários pontos, começando na escolha dos conteúdos audiovisuais que querem que os seus filhos tenham acesso e ter em conta de quais eles mais gostam. Isto passa pela importância de não aceder a estes conteúdos por longas horas em detrimento de outras actividades diárias, também elas essenciais ao crescimento pessoal de cada indivíduo.

Uma outra visão que dará mais atenção aos benefícios da televisão será a de que "(...) 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 experiência, nomeadamente, com o núcleo familiar a que pertencem." (Lopes, 2011)

O papel de educador da própria televisão torna-se evidente pois este influencia as decisões dos jovens perante as situações que se lhe deparam no dia-a-dia e consequentemente os conduz para experiências e vivências que os construirão como indivíduos como refere Conceição Lopes e isso terá que ser levado em conta pelos responsáveis pela regulação dos conteúdos que chegam às crianças.

Estes reguladores, para além dos pais e família, dos educadores e amigos também estão presentes do lado da televisão, da sua produção e transmissão, mais propriamente dos canais que transmitem conteúdo para o público infante-juvenil. Estes têm que obviamente mostrar uma preocupação na escolha dos programas que emitem e dos valores sociais que pretendem transmitir aos seus espectadores. Esta escolha naturalmente terá um impacto económico, porque a qualidade dos programas que transmitem terão efeito na quantidade de pessoas que vêm o canal porque esse é que é realmente o objectivo de uma operadora de televisão, mas também terá um impacto social, também muito importante.

Neste caso de estudo específico é feito um estudo do Canal SIC K, que é o irmão mais novo do canal SIC, e que é direccionado para o público mais jovem. O que se tenta perceber neste caso específico é, quais são as preocupações e a importância que um canal que transmite conteúdo para os mais novos tem na criação de grelhas de programação. Que valores são mais valorizados relativamente a outros? Quais são os valores contra quem combate? É dada uma especial atenção à violência nos media?

Cada vez mais se tenta perceber quais são os resultados da presença de violência nos media, e na visão de Rui Cádima "A TV é fundamentalmente um factor de difusão dessa violência das sociedades - da violência do real e da ficção, estereotipada - e é nessa sua condição que deve ser privilegiada a análise" ou seja, não é a televisão que é violenta mas sim a sociedade real que a reproduz em produtos audiovisuais. Sendo assim, o problema culmina na elaboração cuidada da grelha televisiva dos canais, neste caso para crianças. Neste caso de estudo, será o SIC K um bom exemplo de canal para crianças?

Finalidades

A presente dissertação visa identificar a existência de valores de amizade, família, brincar, conservação da natureza veiculados na programação difundida pelo canal temático da SIC, o SIC K. Propõe-se, identificar a existência ou não de manifestações de violência, nomeadamente, violência física, rejeição, desqualificação e opressão nos heróis das séries. Ou seja, pretende-se verificar se um canal especializado para um público infanto-juvenil, demonstra ter a preocupação em difundir valores de convivência interpessoal fundamentais para o processo de socialização e desenvolvimento humano.

Questões de investigação

Em coerência com as finalidades, as questões que desafiam a investigação são: existem ou não valores de amizade, de família e de brincar na programação televisiva do canal SIC K, durante o período alvo da recolha de dados?

Existem ou não manifestações de violência de tipos: violência física, rejeição, desqualificação e opressão?

Motivações pessoais

A escolha do canal SIC K, um canal televisivo para as crianças do Século XXI, com valores veiculados através das grelhas de programação, para além de se tratar duma proposta que está ligada a um canal televisivo de carácter generalista português, o que por si só incute um maior interesse, é um tema que remete para o estudo das influências que um canal televisivo tem no público-alvo para o qual está destinado, neste caso, as crianças. O estudo comportamental e educacional de um canal televisivo, complementado pelo carácter audiovisual do tema em questão suscitaram um maior desejo em estudá-lo. Penso que este tipo de investigação tem importância, na medida em que o canal cria a sua imagem e maneira de pensar a programação e estruturação da emissão perante os telespectadores. Esta emissão terá um efeito nos utilizadores da “caixa mágica” (TV) que poderá ser construtivo ou destrutivo, no que toca ao crescimento intelectual. Com essas reacções, o canal SIC K, poderá analisar e escolher os melhores caminhos a tomar no crescimento e obtenção do seu espaço entre os canais da concorrência, que é no fundo a razão da estratégia de emissão televisiva.

PRIMEIRA PARTE – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Capítulo 1: Abordagem ao processo de comunicação e à questão do Médiun

1.1 Conceito de comunicação

Comunicar, como qualquer outro verbo, tem vários significados associados à própria palavra. Num trabalho de investigação intrinsecamente ligado à comunicação como é este, interessa portanto delinear os pontos principais que definem este conceito.

Citando Conceição Lopes, orientadora da presente dissertação, na sua tese de doutoramento, comunicação é uma palavra que trata de “linguagens, silêncios, relação, interacção, cultura, gestos, olhares, emoções, memórias afectivas, tempos, compreensões e explicações e outras tantas significações”. Todas estas significações recorrem a um sistema geral que é o sistema simbólico, que recorre ao símbolo para se constituírem. Por exemplo, nas palavras, cada letra é um símbolo que tem um significado ou característica. Estes símbolos quando em conjunto, respeitando as regras da escrita, formam palavras e estas formam textos com significação ainda mais alargada que culminam numa mensagem.

Na língua portuguesa, segundo o dicionário da Priberam¹, a palavra comunicação que deriva de “comunicar” (pôr em comunicação, participar, fazer, saber, transmitir, estar em comunicação) significa informação, participação, aviso, transmissão, meio, notícia, passagem, ligação, convivência, relações.

A quantidade de sinónimos “põe em evidência não só a diversidade do seu significado mas também o risco de não se distinguirem” (Lopes, 1998) cada uma das suas acepções da palavra.

Ainda segundo Conceição Lopes, o significado mais antigo da palavra comunicação deriva do latim *communicare* que quer dizer “estar em relação” e “pôr em comum”. Este “pôr em comum” incita uma ligação “daquele que põe em comum com aquele que faz parte da partilha. Por sua vez, a parte comum articula a acção de dar e de receber, que ocorrem pelo facto de aquele que dá estar em relação com aquele que recebe”. (Lopes, 1998:18). Para além destas significações existe ainda o significado de “união” ou “comunhão”, que também juntamente com o “estar em relação”, “faz alusão à ligação dos seres, seja ela espiritual, física, sensorial ou intelectual.” (ibid).

Como defende, mais uma vez Conceição Lopes, citando Bateson (1977) e Watzlawick et al. (1993) ambos pensadores e teóricos na área da comunicação que pertenceram ao Instituto de Pesquisa Mental de Palo Alto, existe “um sentido activo no processo da comunicação” pois estes significados “estar em relação”, “pôr em comum” e “estar em união” comprometem “os indivíduos que participam activamente nessa união de partilha”.

¹ Link com a definição relativa ao conceito de comunicação
<http://priberam.sapo.pt/dlpo/default.aspx?pal=comunica%C3%A7%C3%A3o>

Nesta perspectiva, comunicar, para Lopes, “mais do que a compreensão, pressupõe a intercompreensão”. Concorde-se portanto que o conceito de comunicação é um conceito polissêmico.

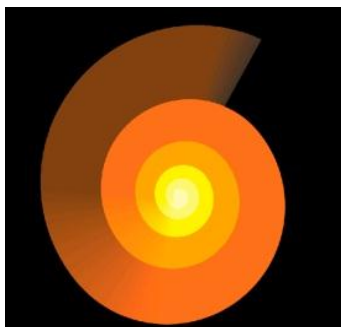


Figura 1 - Representação gráfica do processo da comunicação (Lopes, Conceição, 2006, interpretando Frank Dance)

Em 1967, Frank Dance representa o processo, utilizando para o efeito uma espiral, que significa a experiência comunicativa que é acumulável e que é influenciada pela experiência do passado, tal como as experiências do presente influenciam o futuro do indivíduo.

O termo comunicação não sendo um termo estacionário, para além do significado original, que vem do latim como anteriormente foi referido, e da visão de Frank Dance, tem também outras significações e uma delas, originária de França, é a de “transmitir” segundo o dicionário de Furetière (1690:413) (ibid). Este novo significado é mencionado por Lopes, porque “evidencia a comunicação como uma passagem de informação de um ponto A para um ponto B.” O único problema é saber se é passada uma mensagem com conteúdo ou não através desta relação.

Ainda tendo como base, a informação da tese de doutoramento de Conceição Lopes, para se perceber a semântica da palavra comunicação, também se faz alusão à transformação do significado desta na Grã-Bretanha. Citando Winkin (1981), dá-se idêntico deslocamento semântico. A palavra aparece ligada ao sentido mais antigo mas mais tarde o sinónimo “o meio de pôr em comum” (ibid, 1981: 15) também é conotado. “A sua generalização como transmissão ocorre também no século XVIII, com o desenvolvimento dos meios de transporte, as redes de canais e os caminhos-de-ferro. Nos anos 30, nos Estados Unidos da América, e nos anos 50, na Grã-Bretanha, o uso da palavra comunicação abrange a designação da indústria

da informação: nomeadamente a imprensa, a rádio, a televisão e o cinema.” Através desta perspectiva pode-se perceber que a designação evoluiu proporcionalmente com a evolução social e assim o significado de “transmissão foi ganhando cada vez maior uso”. É “o dicionário Le Grand Robert”, dicionário francês, que “introduz uma ruptura nesta significação” principal, ao apresentar variados significados tais como: “A acção de comunicar algo a alguém. A coisa que se comunica. A acção de comunicar com alguém. A passagem de um lugar para outro. A relação dinâmica que intervém num dado funcionamento. Teoria das comunicações. Cibernética. Informação e comunicação.” (Lopes, 1998)

Conclui-se então que a quantidade de significações a que a palavra “comunicação” se pode associar, resulta das variadas áreas teóricas que estudam este fenómeno. Mas como meio de conseguir organizar estas significações, Frade sugere “quatro agrupamentos de formulações de natureza distinta “as **lógico-matemáticas** que acentuam a linearidade da transmissão de um ponto E para um ponto R; **as normativas** que acentuam a análise das técnicas e das condições para estabelecerem o processo de comunicação; **as operativas** que acentuam o saber específico e especializado sobre o seu objecto de funcionamento e as **espontâneas** ou do conhecimento comum, que cada sujeito constrói ao longo do percurso da sua existência, pelo relacionamento que estabelece com os outros.” (Frade, 1991 citado por Lopes, 1998:20)

Apesar da variedade de informação sobre a comunicação presente, como na definição anteriormente referida de Frade, “verifica-se que é uma constante a significação de comunicação enquanto “transmissão” de informação e enquanto relação de partilha e união entre os indivíduos”. (ibid)

1.2 A tríade de interacção de Thompson

A tríade de interacção de John Thompson enquadra-se no âmbito do estudo da comunicação. Interessa fazer uma alusão à sua significação para melhor se perceber este complexo processo que é o da interacção humana. Conceição Lopes defende, citando Gregory Bateson, Paul Watzlawick et al, Thompson e Adriano Duarte Rodrigues que “a comunicação humana é não-somativa e que a interconexão é a característica fundamental da interacção humana. Tudo está ligado, a interacção **face-a-face**, a **mediada** e a **mediatizada**.”

Que significados são abarcados por esta tríade de interacção?

Com o passar do tempo e da evolução social o processo de interacção foi-se modificando e foi acelerado no século XX, pelo aparecimento das novas tecnologias de informação e comunicação. Estas alterações, na forma de entender a comunicação, criaram novas teorias e é aqui que se enquadra a teoria de John Thompson.

No artigo intitulado “31” elaborado por Conceição Lopes para a Conferência e-Challenges da Universidade do Minho do ano de 2011, encontra-se a apresentação que John Thompson faz desta tríade como característica do processo de comunicação. Esta divide-se em três categorias que têm características muito “próprias” e que diferem umas das outras mas que são “indivisíveis”.

Face-to-face interaction é a primeira de três, e como a tradução reflecte, tem como principio a interacção que se realiza face-a-face, “em contexto de co-presença, onde o espaço e o tempo são compartilhados”, acontece através do diálogo e esteve mais presente em sociedades que não faziam uso da escrita; a segunda, a interacção mediada ou *mediated interaction* acontece através de um meio técnico e em espaço/tempo não coincidentes e usa o mesmo tipo de comunicação, dialógica. Esta tem como exemplo prático a carta ou o telefone; por último, a interacção mediatizada (*mediated quasiinteraction*) é um relacionamento estabelecido através de meios tecnológicos que pode acontecer de forma simultânea ou não dependendo da situação e é orientada para um número indefinido e infinito de receptores potenciais, sendo a sua natureza monológica, em que o exemplo mais claro que aqui se enquadra é o da televisão.

Em síntese, a seguinte tabela 1 agrupa todas as características das categorias aqui referidas.

Características Interactivas	Interacção face a face	Interacção mediada	Interacção quase mediada
Espaço-tempo	Contexto de co-presença; sistema referencial espaço-temporal comum	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço	Separação dos contextos; disponibilidade estendida no tempo e no espaço
Possibilidade de deixas simbólicas	Multiplicidade de deixas simbólicas (gestos, voz, etc.)	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas	Limitação das possibilidades de deixas simbólicas
Orientação da actividade	Orientada para outros em específico	Orientada para outros em específico	Orientada para um número indefinido de receptores potenciais
Dialógica/ Monológica	Dialógica	Dialógica	Monológica

Tabela 1 - Categorias de interacção da tríade de Thompson. Fonte: Thompson, 1998

De volta à linha de pensamento presente no artigo de Conceição Lopes “acrescenta-se que se, por um lado, a distinção existe entre cada uma das categorias de análise do processo de interacção enunciadas, fruto dos níveis de especialização dos desempenhos que exigem, por outro lado, também, cada um dos processos de comunicação contém todos os outros e todos os outros, num só, estão nele contidos.” (Lopes, 2011). Com isto, Lopes quer dizer que cada uma das três interacções são inseparáveis e só existem umas com as outras e todas ao mesmo tempo, estão portanto incorporadas e ligadas à criação do processo de comunicação humana.



Figura 2 - Representação do processo da comunicação em Thompson (Lopes, Conceição, 2007)

Nesta representação, fica claro, que as categorias de comunicação da tríade de interação de Thompson se complementam e coexistem e exemplo disso é de que “a experiência humana e social da comunicação face-a-face não é substituída pela comunicação *online*. Nem a comunicação institucional, numa família, numa empresa, num hospital, numa universidade ou numa nação não se reduzem à comunicação mediatizada pelos media de comunicação social. A questão é que cada uma delas impõe um conjunto de competências e de especializações próprias ao desempenho de papéis sociais, sejam como filho, estudante, namorado, cliente, consumidor, *designer*, educador de infância ou professor.” (Lopes, 2011)

1.3 As componentes universais do processo de comunicação

Durante o processo de estudo que se iniciou para melhor entender a comunicação humana e depois de se ter feito abordagem ao conceito de comunicação e à tríade de interação formulada por Thompson, podemos perguntar quais as componentes que fazem parte do processo de comunicação, quando é que estas actuam e quem o provoca? Para estas interrogações, a resposta só pode ser encontrada através da análise do modelo das componentes universais da comunicação, que só foram possíveis de equacionar, agrupar e enumerar, graças ao estudo elaborado por vários nomes ligados à comunicação tais como Bateson, Watzlawick, McLuhan, Wiener entre outros.

- I. Emissor – Receptor e Receptor-Emissor (Bateson e Watzlawick et al)
- II. Interação (SPC. Edward T. Hall)
- III. Informação (Bateson)
- IV. Código (Bateson. Rodrigues)
- V. Codificação (Bateson e Watzlawick et al)
- VI. Descodificação
- VII. Canal (Bateson, Shannon e Weaver)
- VIII. Medium (McLuhan e McLuhan. Lopes)
- IX. Competência de comunicação Myers e Myers)
- X. Contexto-situacional (Bateson e Goffman. Lopes)
- XI. Cultura (Edward T. Hall)
- XII. Ruídos ou patologias (Watzlawick et al)
- XIII. Ética da comunicação (Griffim)
- XIV. Mensagem
- XV. Efeitos (Bateson e Watzlawick et al)
- XVI. Retroação (Bateson. Wiener, Watzlawick et al)

Desmembrando a lista anterior para analisar cada ponto referido e começando pelo ponto I que define quem é que são os intervenientes que provocam o acto de comunicar. Bateson e Watzlawick mais uma vez, como foi referido no conceito de comunicação, referiam que cada pessoa durante a interação é ao mesmo tempo, **emissor – receptor e receptor – emissor** o que lhe confere tanto o papel de locutor como o de interlocutor/auditor. Cada pessoa emite informação e envia mensagens com conteúdo, e ao mesmo tempo recebe-as, interpreta-as, compreende-as ou não as compreende e aceita-as ou as rejeita.

O ponto II alusivo à **interação** diz respeito à ligação que existe quando alguém se comunica e o que esse canal permite é fazer a passagem da **informação** que é o ponto III. Normalmente, o significado de informação é a transmissão de conhecimento e confunde-se com o significado de comunicação. Recorrendo à sua etimologia, deriva do latim *informatio-nis* que significa delinear e conceber ideia, ou seja, dar forma ou moldar na mente. É necessário referir que informação é antes uma componente da comunicação e isso prova-se pois na modernidade passou a existir um campo de estudo na área da teoria da informação. Assim, nos dias de hoje é perceptível que a informação pressupõe objectivos diferentes dos da comunicação pois, enquanto a comunicação se insere no processo de relação entre dois ou mais intervenientes, quer seja face-a-face, quer seja mediada ou mediatizada pressupõe a

construção de um mundo comum aos interlocutores. Já a informação circunscreve-se à transmissão de conteúdos sem que haja relação comum entre o que quer que seja.

Passando ao ponto IV (**código**), é o ponto que diz respeito simplesmente ao agrupamento dos sinais e símbolos que permitem a construção das mensagens ou informação. O exemplo mais simples e prático são as letras que criam as palavras que possibilitam a fala ao ser humano.

O componente universal V, **codificação** é exactamente a acção ou processo de codificar os nossos pensamentos em palavras para posteriormente se reproduzirem em mensagens.

Descodificação é o ponto VI e incide na acção contrária à da codificação. É a acção de desconstruir os códigos que foram transmitidos para assim compreender o significado da mensagem enviada durante a interacção. Relativo ao ponto VII está associado o **canal ou canais de comunicação** que figuram como meio de conexão com os outros e o mundo. No caso do ser humano, podem ser as palavras mas também podem ser os gestos ou expressões faciais, a audição, o gosto e o olfacto. No fundo os canais são todos os cinco sentidos, que permitem aos seres vivos perceberem e reconhecerem outros organismos e as características do meio ambiente envolvente.

O **médium**, componente número VIII da lista referida, invoca o nome de Marshall McLuhan para este estudo, pois o seu trabalho tem um papel principal no processo comunicativo e no modo como o percebemos. “O médium é a mensagem” é um pensamento deste autor que será abordado no capítulo relativo à questão do médium, e que significa que o meio pelo qual uma mensagem é passada, é a própria mensagem, porque o médium influencia a própria mensagem e o modo como ela é transmitida. Para além desta perspectiva, “o médium é, também, o uso que dele fazemos” (Lopes).

Passando ao componente IX, **competência da comunicação** segundo Lopes é defendido como a arte de comunicar por Brian Spitzberg e William Cupach. Esta competência pressupõe que o interveniente possua cultura para que consoante o contexto situacional (lugar) sobre o conteúdo e consoante os canais da comunicação utilizados, seja capaz de entender e ser entendido. Já no que respeita ao **contexto situacional** no ponto X preconiza a análise do ambiente que envolve a situação comunicativa e o esforço que os actores fazem para que, entre si, a mensagem passe.



Figura 3 - Patamares de ocorrência dos processos de comunicação localizados no espaço e tempo

Cultura, ponto XI dos componentes universais da comunicação como já no ponto anterior foi mencionado, é essencial para o processo interativo. A sua existência no seio do processo é essencial para que este seja eficaz. O que varia são os padrões de cultura de sítio para sítio, o que faz com que a eficácia na comunicação varie, pois o que aqui é verdadeiro, num outro lado do mundo pode já não ser. Para além destas diferenças, os **ruídos** (XII) perfilam-se como sendo o tópico onde se enquadram as perturbações que ocorrem durante o processo de comunicação. Os ruídos são tudo o que interfere na recepção da mensagem, seja de natureza física, psicológica, semântica, pragmática ou sensorial, e são estes que podem acabar por fazer com que a mensagem não seja transmitida como era pretendido.

Ética da comunicação, ponto XIII, está ligada às decisões que são tomadas quando se produz uma mensagem. Interessa que a mensagem seja eficaz, mas importa também que esta se reja por princípios e normas morais. Esses princípios fazem parte da Declaração Universal dos Direitos Humanos da ONU e servem como base para uma comunicação positiva. Quando o oposto acontece é considerado uma perturbação da comunicação. O exemplo seguinte é uma publicidade da MTV que foi proibida nos Estados Unidos da América e espelha uma fuga à coerência ética por parte da administração americana pois a imagem só se baseia na defesa e promoção dos direitos humanos.



Figura 4 - “2863 pessoas morreram. 824 Milhões de crianças passam fome em todo o mundo. O mundo uniu-se contra o terrorismo. Já se deveria ter unido contra a fome.” (Lopes, Conceição, 2007)

A mensagem, define-se como produto final da comunicação. É o parâmetro XIV da lista de componentes da comunicação e logicamente é o porquê de todo este raciocínio. A mensagem verbal ou não verbal é o significado de determinada situação. É apreendida e emitida pelos órgãos sensoriais (receptores e emissores) pela combinação entre si (visão, olfacto, tacto, audição, gosto) e pelo domínio da linguagem verbal (sonora) onde a linguagem não-verbal (gestos) também se insere. Ou seja, o humano expressa os seus sentimentos através das palavras mas também pelo pela sua maneira de andar, de sorrir, de ser, etc.

O produto final da mensagem, como medium que é, pois “o meio é a mensagem” (McLuhan), produz efeitos sobre as pessoas que com ela se relacionaram, activa ou passivamente, e isto é que define o ponto XV sobre os **efeitos da comunicação** sobre os interlocutores.

Por último e não de menor importância, a **retroacção** ou *feedback* pois, todo o efeito reage sobre a sua causa. Dependendo do tipo de mensagem que foi passada, este pode ser de natureza positiva ou negativa.

E assim, após análise detalhada de cada item e percepção melhorada do processo de comunicar interessa fazer um estudo à questão do médium como intermediário da comunicação.

1.4 A questão do médium

Desde os primórdios da vida humana que a comunicação tomou um papel importante no desenvolvimento de capacidades do Homem. Para além das capacidades orais e gestuais, o Homem começou por se exprimir através da escrita e de desenhos. Com a evolução dos tempos novos meios foram encontrados para que esta comunicação pudesse acontecer. A palavra *Medium* que vem do Latim "*medius*" significa "meio" e é este que define o canal pelo qual as pessoas trocam informação.

Ao longo dos tempos a comunicação foi se tornando cada vez mais importante nas sociedades criadas pelo Homem pois foi esta que possibilitou a passagem de informação dentro das comunidades e fora destas. Esta informação que passa através dos media (plural de médium) por exemplo, nos anos 50, 60 e 70 o Correio e hoje em dia o Correio electrónico, é informação que afecta o que as pessoas pensam e conseqüentemente como agem e como estas percebem o mundo. Assim, a informação que é projectada sobre o que nos rodeia vem dos media. (Media (communication), 2011)

Um ícone que importa referir, Marshall McLuhan, foi um professor de literatura inglesa mas também teórico da comunicação, que percorreu um trajecto na sua vida focado nos media, facto que aliado à sua visão introspectiva o levou à formulação de várias teorias na área. Estas teorias que desenvolveu ganharam um carisma especial por serem polémicas e muito contestadas nos anos 70. "O médium é a mensagem" foi e é ainda uma das mais conhecidas expressões de McLuhan que defendia que o meio pelo qual uma mensagem era passada, era a própria mensagem, porque este "meio" (media) influenciava a própria mensagem e o modo como ela era transmitida.

De acordo com McLuhan, Medium é ainda "any extension of ourselves" ("qualquer extensão de nós mesmos") e dá o exemplo de que um martelo é uma extensão do nosso braço ou que a roda é a extensão das nossas pernas e pés, que nos permite fazer coisas que antes sem eles não conseguiríamos, e isso aplica-se também ao médium linguagem que é uma extensão do nosso pensamento. (Federman, 2004)

Segundo Mark Federman (2004) "numa produção teatral, por exemplo, não é a música ou o acto em si, mas talvez as mudanças que a produção poderá provocar no turismo (...) No caso específico de uma produção teatral, a mensagem poderá ser uma mudança na atitude ou acção por parte da audiência e isso resulta do médium do acto teatral em si, o que é muito diferente do médium da produção teatral em geral." (2004:Parágrafo 6, linha 4)

Assim, na teoria de McLuhan através de Federman, todo o médium traz questões para além do óbvio, e devem ser essas questões nas quais nos devemos debruçar para estarmos sempre um passo à frente e prevermos situações que antes não conseguiríamos. Foi este “prever” que possibilitou a McLuhan premeditar a chegada da Internet, quase com trinta anos de antecedência (Levinson, 1999).

Todas as questões que McLuhan colocava o levavam a formular teorias como por exemplo o da “Aldeia Global”, que para ele “é mundo em que não existe necessariamente harmonia, mas sim extrema preocupação com os assuntos de toda a gente e muito envolvimento na vida de toda a gente e isso não significa necessariamente paz, harmonia e calma ...é tão grande como o planeta e tão pequeno como um posto de correio de uma aldeia.” (Marketingfacts64 (user) [Vídeo], 2008)

A “Aldeia Global” gera uma grande e variada participação por parte de todos, o que automaticamente provocará conflitos de entendimento e diversidade que gerará desconcordância no aumento das condições desta.

Assim, esta “aldeia” é o espelho da realidade tecnológica dos dias de hoje com o aparecimento da televisão, do computador e das redes de comunicação em massa em que toda a informação está disponível para todos ao mesmo tempo e em espaços completamente diferentes. Com a chegada da televisão começamos a receber informação visual em movimento, coisa que com os livros não era possível e depois disso, o aparecimento da Internet ganhou milhões de utilizadores à televisão porque passou a disponibilizar conteúdo que podia ser seleccionado. E numa nova era, a definição de “Aldeia Global” ganhou outro significado metafórico para descrever a “Internet”. Esta ganhou uma característica social, onde as pessoas se ligam e interagem através de grupos/assuntos que de algum modo está ligado a eles. (Global village (term), 2011)

A Internet tal como a televisão reduziu ainda mais o número de pessoas que lê livros e possibilitou novos meios de propagação de informação, numa gigante rede de pessoas que desta vez podem para além de usufruírem, também serem produtores do conteúdo partilhado (imagens, vídeos, etc.) (Paul Balles, 2011), onde está mais uma vez presente a ideia de McLuhan de estarmos em constante evolução e de criarmos extensões de nós através das novas aprendizagens e experiências em nós e no mundo que nos rodeia.

No caso da televisão como está relacionada com este estudo, para além de ser a “caixa mágica” e de sonhos, continua a ser um médium *mainstream*² apesar de tudo, e esse facto

² algo que é familiar às massas; que é popular.

mantém a ideia de tentar perceber a sua capacidade de continuar a ser uma “extensão de nós próprios”.

1.5 *O axioma médium-mensagem*

Um axioma, segundo a definição lógica tradicional significa proposição ou dedução. Ora esta dedução médium-mensagem inclui-se na Teoria Orquestral da Comunicação. Esta teoria é da autoria de Paul Watzlawick, Donald Jackson e Janet Beavin e é composta originalmente por outros seis axiomas além do mencionado. Para fazer uma análise do axioma médium-mensagem é necessário abordar primeiro a teoria que está por trás dele.

Assim e com base na informação presente acerca deste tema no artigo “31” de Conceição Lopes, para os autores desta teoria, a comunicação é “um sistema de múltiplos canais no qual o actor social participa a todo o instante, quer ele queira quer não: através dos seus gestos, do seu olhar, do seu silêncio e até da sua ausência” (Winkin, 1981:7-8). Através desta proposta que defende que o Homem comunica mesmo que não queira, aclamam que a comunicação é um “sistema aberto”. Com isto, o propósito desta teoria é compreender os “efeitos da interacção e da inter-relação” (Lopes, 2011).

Fazendo uma breve alusão aos seis axiomas apresentados pelos criadores desta teoria e segundo Conceição Lopes: o axioma da impossibilidade de não comunicar, “implica a consideração de que todo o comportamento tem valor de mensagem e sublinha a apreensão da informação, mesmo quando o indivíduo pretende afirmar que não quer comunicar”, pois como não existe o contrário de comportamento também não existe o contrário de comunicar (não-comunicação) portanto é impossível não comunicar. O exemplo prático deste axioma é o conhecido provérbio “quem cala consente!”; o segundo axioma, simetria e complementaridade, “cumprir uma função fundamental na manutenção de relações saudáveis entre os Seres Humanos” pois balanceia a presença de ambas. Enquanto a simetria se baseia na igualdade, a complementaridade, pelo contrário, tende a basear-se na diferença como modo de se complementarem; o terceiro axioma, conteúdo e relação defende que toda e qualquer mensagem não se baseia só no seu conteúdo, mas também na forma como este é passado, ou seja, na relação do comunicador com o receptor; o quarto axioma, modalidades da comunicação analógica e digital que define que numa interacção, o que é dito (mensagem) representa a comunicação digital e a forma como a mensagem é passada (gestos, expressões, silêncios, afectos e sensações) representa a comunicação analógica. Durante a interacção os seres humanos utilizam estes dois modos de comunicação ao mesmo tempo; o quinto axioma,

metacomunicação, dá informação ao emissor e receptor da interacção sobre a mensagem transmitida e envia instruções sobre o conteúdo e a relação. “É graças à metacomunicação que os protagonistas do contexto situacional em que estão envolvidos podem precisar o sentido que vão dando às suas mensagens” e depois melhorar o sentido do que se quer dizer para evitarem mal entendidos; por último, o sexto axioma, pontuação, protagonizado pelo emissor e pelo receptor que constituem a interacção e estruturam a mensagem de maneira diferente, a interpretam de maneira diferente e ainda interpretam a visão do outro diferentemente.

Após esta breve descrição dos axiomas importa também fazer uma alusão às distorções ou patologias que lhes estão associadas. Estas distorções revelam-se como sendo perturbações no processo comunicacional que podem comprometer a interacção. Ora, no primeiro axioma a distorção que impede a troca de mensagens é a fuga ou o evitamento e esta compreende cinco tipos, a “aceitação passiva ou a contragosto”, “rejeição”, “somatização”, “desqualificação” e “tangencialização”. A distorção associada aos níveis de conteúdo e relação é resultado da confusão feita pelos intervenientes quanto a estes mesmos níveis. Quando há discordância gera-se o sentimento de “rejeição”, “desconfirmação” e “denegação da existência do outro”. Por sua vez, a distorção ligada às modalidades da comunicação digital e analógica é provocada por erros de interpretação da informação. Na verdade, estes acontecem porque as duas realidades (analógica e digital) deixam de ser combinadas e perde-se a capacidade de tradução da mensagem. Assim, as distorções são os “erros na tradução” entre o nível digital e o analógico e como consequência a “perda da capacidade de metacomunicar” de modo digital. Relativamente à distorção associada ao axioma da pontuação, manifesta-se quando existe desacordo no uso de informações diferentes e na impossibilidade de existência de outras visões. Este problema só poderá ser resolvido através da metacomunicação. A distorção acoplada à natureza da interacção e da inter-relação do axioma simetria e complementaridade confirma-se quando na complementaridade as diferenças se transformam em “desigualdade e opressão” e na simetria as semelhanças se transformam em “rivalidade”. Também a presença do “abuso de poder” e da “submissão” se fazem notar durante uma interacção deste tipo. Por fim, a patologia da impossibilidade de metacomunicar, que ocorre quando aparece um erro na comunicação e que dela resultam várias outras distorções tornando a relação impossível, está associada ao axioma da metacomunicação. (Lopes, 2011)

Interiorizando estes problemas durante o processo comunicativo interpessoal e tomando noção dos avanços tecnológicos e do aumento da interacção mediatizada Conceição Lopes propõe um novo axioma à teoria que diz respeito ao médium-mensagem. Esta afirma

que este axioma considera a construção de mensagens através dos media durante a interacção por parte dos utilizadores e faz alusão à teoria desenvolvida por McLuhan já anteriormente referida que defende que o “meio é a mensagem” e altera o modo de agir e pensar da pessoa e que a convergência deste meio leva ao conceito de “Aldeia global” que tem como exemplo a Internet e a televisão. (ibid, 2011)

Este novo axioma está associado ao axioma da comunicação digital e analógica e aos níveis de comunicação da relação e conteúdo servindo de conexão entre as interacções de cada uma das deduções. A perspectiva que este axioma tem é que a quantidade e entrosamento dos novos media na sociedade “torna-os cada vez mais imprescindíveis” no dia-a-dia na medida em que estão presentes em grande parte das nossas interacções e não vão moldando a cada vez que lhes damos uso. O facto nos interrelacionarmos face-a-face em menor escala do que em tempos passados pode ser tomado como um ponto negativo, mas a vantagem de podermos trocar informação através dos novos media, constrói novas percepções de nós, dos outros e dos próprios media porque é através do “uso dos media que se criam as mensagens”. Contudo e porque a informação mediada é informação codificada, importa estabelecer regras para que a informação seja perceptível e cumpra o objectivo de passar o conteúdo da mensagem. Essas regras passam pela percepção dos símbolos que a compõem e este axioma defende que essa percepção passa pela “credibilidade do comunicador” que tem que ser reconhecida para promover a intercompreensão.

Resultado da criação deste axioma médium-mensagem são as patologias de seguida enunciadas: “i) o modo de pensar o médium (como tecnologia ou como mensagem em si mesmo) e a mensagem construída pelo utilizador que interpreta a informação a partir da sua história de vida; ii) a confusão registada entre o entendimento de que médium é informação e é mensagem; iii) a confusão entre construção da mensagem (fruto da interacção simbólica) e não da interactividade instrumental que o médium pode propiciar; iv) a confusão desencadeada pela fragmentação entre a modalidade digital da comunicação, generalizado nos discursos sobre a abordagem instrumental do médium, dissociando-a da modalidade analógica da comunicação” (ibid, 2011).

Após esta análise, percebe-se o objectivo deste axioma é facilitar a análise “da relação e dos efeitos dos media no comportamento Humano” e ajudar a compreender este fenómeno. (ibid, 2011)

1.6 As funções dos media

Antes de tentar compreender os media e as suas funções, precisam ser definidos os principais meios de comunicação existentes dos dias de hoje. No início do século XIX, os pioneiros folhetos e jornais apareceram e a eles seguiram-se-lhes os Livros, as Revistas, a Rádio, o Teatro, o Cinema, a Televisão, a Internet, etc. Segundo a definição de médium já tomada, no qual este é um canal de passagem de informação e transpondo isso para os media enumerados facilmente se percebe o significado prático, que por exemplo no rádio passa através da voz/som e na televisão para além da voz/som faz uso da imagem para se exprimir.

Através da análise da teoria dos “media quentes e media frios” (McLuhan, 1964), percebe-se que num media “quente” como a rádio, toda a informação é passada pormenorizadamente através do canal auditivo, percebida pelo “imaginário individual e colectivo” (Lopes, 2011:340) e é discutida até ao pormenor de tal maneira que a ideia fica entendida, isto porque a oralidade é um meio de compreensão melhor que a escrita. Entre os media “frios” como a televisão que faz uso da imagem juntamente com o som, fornecem pouca informação oral comparativamente à rádio, obrigando a que o espectador tenha que interpretar aquilo que acabou de ver para o entender sendo necessário um esforço intelectual diferente. No entanto “ (...) a televisão operou a harmonização dos receptores sensoriais visão e audição, imagem e som, (...) ” e “continua a ser um dos mais prodigiosos meios de literacia que já foram inventados pelo labor humano.” (ibid)

A literacia terá muitos modos de ser abordada mas segundo Hugo Pereira na sua dissertação de mestrado com base nos princípios de Lopes, define-se como a “ (...) capacidade de compreensão e utilização da informação em formato escrito (...) ” e “ (...) faz com que o indivíduo alcance os seus objectivos e os desenvolva ao ponto de evoluir não só os seus conhecimentos e potencialidades, como também faz com que participe de forma activa na sociedade actual, enriquecendo-a e tornando-a mais organizada”, ou seja no fundo é um modo de crescimento pessoal e social que está intrinsecamente ligado aos media, o que serve como ponto de partida para a reunião das funções destes.

De acordo com Kimberly Massey, o Sociólogo Charles Wright no seu livro “Mass Communication: A Sociological Perspective” deu significado às funções dos ditos *mass media* e enumerou os quatro media ditos clássicos conhecidos até hoje. Ela diz que Wright (p. 16) refere que os teóricos declararam três características dos especialistas da comunicação. A primeira, a vigilância do meio ambiente, a segunda, as correlações das partes da sociedade na resposta ao meio ambiente e terceira, a transmissão da herança social de uma geração para a

seguinte. A estes três, Wright adicionou uma quarta função, o entretenimento que, neste estudo se torna numa das principais funções tendo em conta o público em questão, o infanto-juvenil.

Para além desta visão referida, um documento publicado em 1980 pela UNESCO com o nome de “Many Voices One World” mais conhecido como “Relatório MacBride”, toma a comunicação e conseqüentemente os media, não apenas como um meio de troca de informação ou de mensagens mas também como uma actividade individual e colectiva que engloba toda a transmissão e troca de ideias, factos e dados.

Assim, segundo o Relatório, as funções dos media num qualquer sistema social são: **A informação**, que se refere à colecta e armazenamento de dados, imagens, opiniões, etc. que são necessários para perceber e reagir segundo as condições pessoais, ambientais, tanto nacionais como internacionais assim como estar em condições de tomar decisões apropriadas; **a socialização**, onde a disponibilização de um rol comum de conhecimentos permite às pessoas desempenhar o seu papel na sociedade em que vivem e onde se promovem a coesão e a consciência de modo a haver uma participação na vida pública; **a motivação**, fomentada pela promoção de objectivos imediatos e finais de cada sociedade, a promoção de escolhas pessoais e aspirações; o incentivo de actividades individuais ou comunitárias, orientadas para a prossecução dos objectivos acordados; **o debate e discussão**, que consiste no fornecimento e troca de dados para facilitar o acordo ou para esclarecer diferentes pontos de vista sobre questões públicas, o fornecimento de provas relevantes necessárias para fomentar um maior interesse popular e envolvimento em todos os assuntos locais, nacionais e internacionais; **a educação**, que se designa pela transmissão de conhecimentos, de modo a promover o desenvolvimento intelectual, a formação do carácter e da aquisição de habilidades e capacidades em todas as fases da vida; **a promoção cultural**, ligada à difusão de produções artísticas e culturais com a finalidade de preservar a herança do passado, o desenvolvimento da cultura, ampliando o horizonte do indivíduo, despertando a sua imaginação e estimulando as suas necessidades estéticas e a criatividade; **o entretenimento**, que como a própria palavra demonstra, é a difusão, através de sinais, de símbolos, de sons e imagens, de teatro, dança, arte, literatura, música, comédia, desportos, jogos, etc. para a recreação pessoal e colectiva e prazer intelectual; e ainda **a integração**, que motiva a todas as pessoas, grupos e nações o acesso à variedade de mensagens que eles precisam, a fim de se conhecerem e entenderem uns aos outros e para avaliar as condições de vida dos outros, pontos de vista e vontades.

As funções acima referidas, não serão únicas e existirão de facto outro modo de abordar esta questão, contudo a análise à função dos media só é possível através do uso que o

Homem lhes dá, e todas estes propósitos estão bem espelhados na sociedade de hoje em dia, e isso percebe-se através do simples facto de hoje em dia não conseguirmos viver sem “ferramentas” como o telemóvel, a televisão ou a internet para criarmos, partilharmos ou recebermos conteúdo porque no final de contas vive-se numa “Aldeia Global” em constante comunicação e evolução.

**PRIMEIRA PARTE - ENQUADRAMENTO
TEÓRICO**

Capítulo 2: A televisão

2.1 Conceito de televisão

A televisão, dentro da área da comunicação encerra significados específicos e segundo McLuhan integra-se no grupo de media frios. Tal como foi enunciado no tópico da função dos media, a televisão entra nesse grupo dos media frios porque é um media que exige maior envolvimento da audiência, para que estes recebam a mensagem correctamente, pois oferece um baixo grau de informação comparativamente aos media quentes (rádio), que fornece informação ao pormenor para se fazer entender.

Como definição básica de televisão sabe-se que é um aparelho físico e tecnológico que transmite imagem e som, mas essa é uma abordagem demasiado superficial e sendo assim interessa fazer uma pesquisa mais aprofundada.

Segundo Louise Lage, Professora Doutorada em Comunicação e Cultura Contemporânea pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul em 2004, a Televisão “é um meio muito completo: integra a imagem, som *scripto* e movimento. É um meio audiovisual por excelência. É um meio que concentra à volta do pequeno ecrã um grande número de pessoas, e que do ponto de vista publicitário facilita a rapidez de difusão das mensagens publicitárias. As emissões, via satélite e por cabo, fazem da televisão um fenómeno de internacionalização e de globalização. A televisão faz parte da vida das pessoas em todos os países, sendo um objecto de estimação, com o seu lugar próprio, condicionando as rotinas e a vida quotidiana das pessoas. Na actualidade, encontra-se, muitas vezes, controlada e ao serviço de grandes grupos económicos e políticos, cabendo à publicidade uma parcela considerável desse monopólio.” (Lage, n/d)

Esta descrição do papel e do conceito de Televisão perante a sociedade chega a ser demasiado importante para ser esquecido. O facto de as pessoas já não imaginarem a sua vida sem televisão não é só porque obtêm informação livre através dela mas também porque se instruem com os dados que dela recebem e se moldam consoante o que lhes é transmitido, após a análise e processo crítico pessoal sobre o assunto em questão. A televisão ao ser um médium *mainstream* ganha uma dimensão importantíssima na sociedade pois é um canal a qual a maioria tem acesso e no qual passa a maioria da informação.

Pedro Boucherie Mendes, director dos canais temáticos da SIC manifestou-se em defesa da televisão num artigo no jornal “Expresso” no qual refere que “globalmente nunca se consumiu tanta televisão, e em Portugal nunca houve tanta gente com tanto acesso a tantos canais” apesar de existirem “muitas pessoas insatisfeitas com a qualidade da televisão, que consideram repetitiva, abusadora, exploradora e só se preocupa com as audiências”. É certo o

facto de que existe má televisão e produtos sem qualidade mas a solução, pelo menos na opinião da sociedade, não passa pelo fim desses canais como Pedro Boucherie refere, “ (...) uns querem a RTP pública, outros querem-na privada, mas ninguém a quer extinta. Existem dezenas de canais gratuitos e privados, mas acha-se que um canal público, ou mais um canal privado, deve existir – e ponto final”. Ou seja, nesta perspectiva denota-se o carácter consumista da nossa sociedade que quer mais e mais, e isso foi provocado pela velocidade com que as coisas chegam a nos, muito por culpa dos media, muito por culpa da Televisão.

Para contrapor a grandiosidade da televisão e a sua utilidade na sociedade uma pessoa pode dizer que esta não é um bem essencial, e terá toda a razão. Mas um facto que não poderá contornar é que apesar de não ser um bem essencial, é um objecto que já nos faz companhia há décadas e que dele não nos conseguimos desfazer como se de lixo se tratasse. Boucherie desmistifica a situação alegando que “todos a temos e todos, diria, ficam ansiosos quando a televisão falha, como atestam os vários relatos de conversas surreais com os *call-centers* dos operadores”. Uma das razões para isto acontecer é o facto de a televisão ser “cómoda, redundante e familiar”.

A questão da televisão no século XXI vai além dessa razão de ser da televisão nos seios familiares, e passa pela guerra dos canais em fidelizar espectadores. Em Portugal, com vários serviços aos quais um individuo pode aderir e ter acesso a centenas de canais, o problema de “prender” a pessoa em frente à televisão e a certo canal ganhou outra dimensão. A guerra das audiências é natural, é isso que dá dinheiro “aos canais privados” e é isso que mantém a existência “dos canais privados”, e para terem sucesso, os canais têm que organizar a sua estratégia que passa por “manter os seus espectadores acomodados que têm” nos canais mais antigos ou “inovar e ganhar espectadores” em ambos, nos canais mais antigos e nos mais recentes.

A questão à qual se chega é a do público, que “escolhe que programa ver (...) o que cria uma certa ilusão de poder”. É assim para o público no geral, mas será para o público infante-juvenil? O próximo tópico abordará essa questão.

2.2 *A questão do público infanto-juvenil*

A televisão como um serviço que chega a milhões de indivíduos tem que revelar cuidados e ter em conta como e a quem se dirige.

No âmbito desta investigação importa estudar o público infanto-juvenil que sempre foi um público um pouco desvalorizado na programação dos canais ditos generalistas em detrimento de produtos para os adultos. Com o passar dos anos e com o aparecimento da TV por assinatura em Portugal, este público passou a estar mais bem servido porque passaram a existir canais exclusivamente criados para crianças. Contudo, este crescendo de programas para crianças trouxe outros problemas adjacentes, tais como o aumento da violência visual e “gratuita” que está presente em alguns dos produtos que passam na televisão. Isto tornou-se uma preocupação para os pais e familiares das crianças mas, como vários estudos indicam, e neste caso (Pereira, 1997) cita Mireille Chalvon, “a maior parte das crianças “normais” não parecem incitadas à violência pela televisão”, mas sim aquelas que “vivem em ambientes muito violentos” é que pioram o seu comportamento. O facto de a televisão suscitar grande interesse tanto aos mais velhos como às crianças, deve ser aproveitado pelos pais, que com regulação dos conteúdos, fornecerão através do diálogo, orientações e explicações acerca do que os mais novos vêem e que lhes pode criar confusão ou equívocos. Isto porquê? Porque muito do que passa na televisão é inventado como no caso das séries, filmes, novelas e até os próprios desenhos animados e as crianças enquanto não atingem os estágios de compreensão mais avançados têm dificuldade em perceber certas questões. Pode-se explicar isso através do exemplo de quando morre alguém, a criança fica confusa e não sabe para onde essa pessoa foi, e os pais lhe dizem que essa pessoa “foi para o céu” e que “está num lugar melhor”. Neste caso a explicação tem a intenção de desviar a atenção da realidade das coisas, mas na televisão e na sua compreensão tem que funcionar no modo contrário. Por exemplo, explicar a uma criança que o super-herói que ela tanto gosta consegue voar, mas que ela não pode voar, correndo o risco de algo grave acontecer se a criança o tentar. Se esta mediação e acompanhamento da visualização de ficção não existir por parte dos pais ou encarregados problemas poderão surgir.

Enquanto as crianças vão crescendo, vão criando outras competências e capacidades que as levam a outras interrogações, interesses e motivações. Esse é o ponto-chave deste tópico.

Foi desenvolvido em Portugal no ano de 2007, um projecto que visou unir conhecimentos sobre marketing infantil para facilitar a comunicação, com este *target* tão

particular, as crianças. Este projecto de seu nome “*Kids’ Power - A Geração Net em Portugal*” culminou na redacção de um livro que serve de apoio a esta investigação e ajuda a entender os miúdos de hoje em dia.

Assim, no capítulo “*Kid’s way of life*” deste livro (pág.90), o projecto demonstra através de conceitos e gráficos os interesses e motivações dos futuros adultos de Portugal nos dias de hoje. Mas antes, o primeiro ponto que interessa focar são as características culturais desta nova geração de crianças que se caracterizam logo à partida por serem uma geração activa na sociedade pelo facto de a existir Internet e de esta possibilitar um mundo de novos conteúdos que antes não estavam acessíveis a estes.

Este factor “Internet” possibilita então outro traço cultural que é o de “abertura emocional e intelectual” que remete para a partilha dos dados e pensamentos pessoais na Internet sem que isso lhes cause qualquer incómodo, apesar das suas contrapartidas.

A “inclusão” social que é totalmente facilitada pela tecnologia, pois permite contacto com pessoas que sem ela não seria possível.

A “inovação” que caracteriza esta geração por esta estar sempre à procura de mais e melhores maneiras de fazerem o seu trabalho com o apoio da informação *online*.

“A preocupação com a maturidade”, que é uns dos principais traços, pois as crianças de hoje “crescem” cada vez mais rápido, intelectualmente falando, e isso urge numa maior preocupação em ser maturo e “responsável” resultante do constante acesso a informação.

A “investigação” é um traço que os caracteriza por serem interessados em tentar conhecer novos meios de “fazer” as coisas apesar de, de primeiramente não se preocuparem em como essa ferramenta ou método funciona. Mais uma vez o modo rápido como a informação flui nos “canais” a que acedem leva-os a serem bastante interventivos.

O “imediatismo” caracteriza esta geração por querer saber logo tudo, por querer chegar rapidamente a conclusões, por querer comunicar naquela hora, naquele minuto, naquele segundo e naquele local sem ter que esperar o que se contrapõe aos exemplos das cartas enviadas pelo correio usadas antigamente.

Ainda a “sensibilidade ao interesse corporativo” aparece como característica das crianças de hoje terem mais noção, respeito e segurança nas opiniões e interesses de indivíduos e pequenas organizações.

Por último, o projecto refere a “confiança e autenticidade” que está ligado ao anterior e á confiança que têm que ser construída para se autenticar a informação que é recebida via Internet e por isso existe a necessidade de validar autores e assuntos para que estes não sejam falsos ou erróneos.

Seguindo a linha de raciocínio do livro “*Kids’ Power*” importa aceder a alguns dados relativos à actividade das crianças para com a televisão e segundo concluíram, a televisão é uma actividade que aglomera maior número de utilizadores durante a semana e o fim-de-semana e na qual é dispensado maior numero de horas. A esta seguem-se estudar e brincar (com outras crianças e adultos) como actividades principais, sendo que quem contribui mais para o índice do “estudar” são as raparigas, porque os rapazes focam-se mais na visualização de DVDs e a jogar consolas. É ainda referido que à medida que as crianças vão ficando mais velhas e as suas capacidades de leitura e compreensão aumentam as actividades que vão ganhando algum foco são a música e a Internet enquanto a visualização de DVDs perde adeptos. (pág.91)

Noutro tipo de análise, este estudo, optou por diferenciar quatro grupos de actividades que as crianças mais fazem e esses grupos ficaram enumerados da seguinte forma:

- Deveres: estudo e tarefas domésticas;
- Actividades no exterior: passear e acompanhar os pais às compras;
- *Indoor* tradicional: Ler, ouvir música e brincar (com outras crianças, adultos ou animais);
- *Indoor tec*: Ver televisão, ver DVDs, jogar consola e navegar na Internet.

Esta distinção permitiu-lhes verificar que as diferentes actividades estão balanceadas excepto no facto de as crianças praticarem mais actividades no exterior durante o fim-de-semana que durante a semana, concluindo que o seio familiar gere bem as várias dimensões das vidas destes.

Em jeito de conclusão, no que concerne as motivações, gostos e interesses das crianças, ver televisão é a actividade de eleição e na qual despendem mais tempo, apesar de que ouvir música, andar de bicicleta e a Internet serem outras actividades com maior preferência tanto em rapazes como raparigas. Um facto interessante é o das crianças mais novas demonstrarem índices já bastante elevados para actividades como ouvir música e estar na Internet/PC, actividades estas que se esperariam ser quase exclusivos dos mais velhos. Isto vem provar, a crescente maturidade das crianças desta nova geração, contrariamente ao que seria esperado. (págs. 93-94).

Após esta breve análise e abordando a ideia de que a criança é um ser diferente do adulto, e que só por isso se torna um espectador “especial”, deve ser olhado como tal e merece que se estudem as melhores formas de lhe proporcionar o que deseja e o que será benéfico para o seu desenvolvimento afectivo e cognitivo. Assim na perspectiva da televisão e de criação de grelhas de programação, para além de se ter que perceber o que estas mais

gostam de ver, deve-se ter em conta o público a que se destina o conteúdo seleccionado, os horários adequados de acordo com as suas ocupações para que a informação chegue a onde se quer. (Pereira, 2011)

No papel dos pais ou encarregados, estes devem assegurar um ambiente pacífico e garantir um acompanhamento que lhes dê razões para acreditarem que estão a crescer como indivíduos e que os faça sentir seguros das capacidades que vão desenvolvendo. (ibid)

2.3 Normas orientadoras da programação televisiva para crianças

Segundo pesquisa no âmbito das normas da televisão em Portugal, pode-se perceber que não existe legislação específica sobre a televisão para crianças conforme é referido no estudo “A televisão e as crianças: Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI” encomendado pela “Entidade Reguladora para a Comunicação Social” a dois dos mais importantes investigadores na área da Televisão para Crianças, Sara Pereira e Manuel Pinto com participação de Eulália Pereira. (pág.30) Ainda assim, apesar de não haver legislação específica para este caso, existem regulamentos para a televisão em geral que referenciam as crianças em alguns pontos, pontos que serão os abordados por esta investigação através das seguintes tabelas. Primeiramente no âmbito nacional:

Lei da Televisão (Lei n.º 27/2007 de 30 de Julho)
Artigo 27.º Limites à liberdade de programação 3 - Não é permitida a emissão de programas susceptíveis de prejudicar manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade de crianças e adolescentes, designadamente os que contenham pornografia no serviço de programas de acesso não condicionado ou violência gratuita. 4 - Quaisquer outros programas susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou de adolescentes devem ser acompanhados da difusão permanente de um identificativo visual apropriado e só podem ser transmitidos entre as 22 horas e 30 minutos e as 6 horas. 5 - A Entidade Reguladora para a Comunicação Social incentiva a elaboração pelos operadores de televisão de um sistema comum de classificação dos programas de televisão, que preveja um conjunto de sinais identificadores dos diferentes escalões etários em função dos conteúdos apresentados e que respeite, na exibição de obras cinematográficas e de videogramas, a classificação da comissão de classificação de espectáculos.
SECÇÃO II - Obrigações dos operadores Artigo 34.º - Obrigações gerais dos operadores de televisão 1 - Todos os operadores de televisão devem garantir, na sua programação, designadamente através de práticas

de auto-regulação, a observância de uma ética de antena, que assegure o respeito pela dignidade da pessoa humana, pelos direitos fundamentais e demais valores constitucionais, em especial o desenvolvimento da personalidade de crianças e adolescentes.

Artigo 51.º - Obrigações específicas da concessionária do serviço público de televisão

d) Garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação;

f) Participar em actividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo, nomeadamente, a transmissão de programas orientados para esse objectivo;

Artigo 52.º - Concessão de serviço público de televisão

c) A satisfação das necessidades educativas e formativas do público infantil e juvenil;

Artigo 86.º - Limitações à retransmissão

a) Prejudiquem manifesta, séria e gravemente a livre formação da personalidade das crianças e adolescentes, nomeadamente com a emissão de programas que incluam cenas de pornografia ou de violência gratuita; ou

b) Incitem ao ódio, ao racismo ou à xenofobia;

Artigo 25.º - Inserção da publicidade na televisão

4. Os telejornais, os programas de informação política, os programas de actualidade informativa, as revistas de actualidade, os documentários, os programas religiosos e os programas para crianças com duração programada inferior a trinta minutos não podem ser interrompidos por publicidade.

Tabela 2 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 1

Os pontos 3,4 e 5 do Artigo 27 presentes na tabela 2 mostram bem qual é a intenção social da Entidade Reguladora, quando referem que a salvaguarda da formação da personalidade da criança é essencial obrigando os canais a limitarem o horário de transmissão de conteúdos violentos só a partir de uma certa hora e aconselha a que, em consenso, seja definido um método de classificação de conteúdos que pré-avisa o espectador sobre o que poderá aparecer no programa seguinte, o que já impede em certa escala que as crianças tenham acesso a conteúdo nocivo.

Relativamente às obrigações dos operadores a Secção II da Lei da Televisão nos artigos 34 e 51 e 52 obrigam os canais à criação, transmissão e participação em programas de carácter educacional específicos para o público jovem e infantil, enquanto no artigo 86 é fundamentalmente imposto um limite à retransmissão de programas que retratem a violência, ódio, racismo etc., que possam alterar gravemente a formação da pessoa enquanto criança ou adolescente.

Quanto ao ponto 4 do Artigo 25.º que se refere à “Inserção da publicidade na televisão”, é limitador da transmissão de publicidade no meio de uma interrupção em programas que tenham menos que trinta minutos de duração, para impedir que se percam fios de raciocínio, dado que estes são relativamente curtos. No caso específico das crianças

isto, mais uma vez, interferiria com a consciência e formação de linhas de raciocínio sobre os temas a serem abordados.

Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão

(25 de Março de 2008)

Cláusula 2.ª – Âmbito

4. O serviço de programas previsto na alínea a) (Um serviço de programas generalista distribuído em simultâneo em todo o território nacional, incluindo as Regiões Autónomas, com o objectivo de satisfazer as necessidades formativas, informativas, culturais e recreativas do grande público) do número anterior tem como principais objectivos:

a) A apresentação de uma programação diversificada que reflecta nos seus conteúdos os interesses das diferentes faixas etárias que integram o público infanto-juvenil, nomeadamente a dos 3 aos 6 anos, a dos 6 aos 10 anos e a dos 10 aos 16 anos; b) O desenvolvimento das potencialidades físicas, mentais e sociais das crianças e dos jovens, designadamente através de uma programação que fomente a sua capacidade de reflexão e o seu sentido crítico;

Cláusula 7.ª – Obrigações específicas da Concessionária

1. Para além do cumprimento das obrigações gerais dos operadores de televisão, e de acordo com os princípios referidos na Cláusula 5.ª, a Concessionária deve apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade.

2. À Concessionária incumbe, designadamente:

d) garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação;

g) Participar em actividades de educação para os meios de comunicação social, garantindo, nomeadamente, a transmissão de programas orientados para esse objectivo;

Cláusula 9.ª – Primeiro serviço de programas generalista de âmbito nacional

1. O serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve, atendendo às realidades territoriais e aos diferentes grupos constitutivos da sociedade portuguesa, conceder especial relevo:

9. Tendo em conta o disposto nas alíneas b) e c) do n.º 1 e nas alíneas b), d), g) e i) do n.º 2 da cláusula 7.ª, o serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público deve pelo menos incluir:

e) Espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infanto/juvenil;

Cláusula 10.ª – Segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional

11. Tendo em conta o disposto nos números 8 e 9 e nas alíneas b) e c) do n.º 2 da Cláusula 7.ª, o segundo serviço de programas generalista deve pelo menos incluir:

b) Espaços regulares de informação, adequadamente contextualizada, dirigidos ao público infanto-juvenil;

12. Tendo em conta o disposto nos n.ºs 1 e 2 e nas alíneas d) e e) do n.º 2 da Cláusula 7.ª, o segundo serviço de programas generalista de âmbito nacional deve incluir, no mínimo:

a) Espaços regulares de programação lúdica, formativa e educativa para o público infanto-juvenil, adequados aos interesses das diferentes faixas etárias, nomeadamente a dos 3 aos 6 anos, a dos 6 aos 10 anos e a dos 10 aos 16 anos, que promovam, designadamente, a cultura e a língua portuguesas, devendo a sua difusão ter em conta os

horários escolares;

14. Para efeitos do disposto nos números 11 a 13 da presente Cláusula, e no quadro do disposto no n.º 2 da Cláusula 8.ª, devem considerar-se os seguintes níveis de frequência:

a) Diária, para os noticiários dirigidos aos diversos públicos, para os espaços de programação lúdica, formativa e educativa para o público infanto-juvenil e para os dedicados à divulgação e debate de temas que promovam o exercício da cidadania;

Tabela 3 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 2

Resumidamente, todas estas cláusulas se referem ao trabalho que os canais que transmitem em território nacional devem ter para que possuam uma programação diversificada de modo a que os conteúdos cheguem a todos os jovens dos 3 aos 16 anos e que essa mesma programação incentive à reflexão, pensamento e acção, perante o que ouve e vê. Todos os pontos, cada um à sua maneira, mostram a importância da educação para o crescimento das crianças e jovens fomentando o exercício da cidadania e das boas maneiras no seio da sociedade em geral.

Código da Publicidade

Decreto-Lei n.º 330/90 de 23 de Outubro

Secção II – Restrições ao Conteúdo da Publicidade

Artigo 14º – Menores

“1- A publicidade especialmente dirigida a menores deve ter sempre em conta a sua vulnerabilidade psicológica, abstendo-se, nomeadamente, de:

- a) Incitar directamente os menores, explorando a sua inexperiência ou credulidade, a adquirir um determinado bem ou serviço;
- b) Incitar directamente os menores a persuadirem os seus pais ou terceiros a comprarem os produtos ou serviços em questão;
- c) Conter elementos susceptíveis de fazerem perigar a sua integridade física ou moral, designadamente pelo incitamento à violência;
- d) Explorar a confiança especial que os menores depositam nos seus pais, tutores ou professores.

2- Os menores só podem ser intervenientes principais nas mensagens publicitárias em que se verifique existir uma relação directa entre eles e o produto ou serviço veiculado”.

Tabela 4 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 3

Estes dois pontos da tabela 4 dão forma à preocupação que existe em proteger as crianças do mundo do consumismo obrigando os agentes publicitários a não fazerem uso e promoção da violência, a não convencerem directamente as crianças para que estas adquiram ou persuadam os seus pais ou outros, a adquirirem produtos ou serviços aproveitando-se da

sua pouca experiência de vida; e ainda para que não se aproveitem da própria imagem da criança para publicidade se esta não tiver algo em comum com o produto em questão.

<p>Entidade Reguladora da Comunicação (Lei n.º 53/2005 de 8/11)</p>
<p>Artigo 7º - Objectivos da Regulação Constituem objectivos da regulação do sector da comunicação social a prosseguir pela ERC: (...) c) Assegurar a protecção dos públicos mais sensíveis, tais como menores, relativamente a conteúdos e serviços susceptíveis de prejudicar o respectivo desenvolvimento, oferecidos ao público através das entidades que prosseguem actividades de comunicação social sujeitas à sua regulação. (...)</p>
<p>Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social Deliberação 1-L/2006 de 20 de Junho de 2006 (Assunto: Renovação das licenças para o exercício da actividade televisiva dos operadores SIC e TVI)</p>
<p>2. Ética de antena O artigo 30.º LT impõe aos operadores um conjunto de obrigações gerais, entre as quais (art. 30, n.º 1) “a observância de uma ética de antena”, consistente, designadamente, no respeito pela dignidade da pessoa humana e pelos demais direitos fundamentais, com protecção, em especial, dos públicos mais vulneráveis, designadamente crianças e jovens, cabendo-lhes “garantir o rigor, a objectividade e a independência da informação” (art. 30.º, n.º 2, al. d)).</p> <p>A. OBRIGAÇÕES DO OPERADOR SIC O operador SIC está adstrito, no exercício da respectiva actividade: f. Emitir uma programação que contribua para a formação e informação do público e para a promoção de língua e cultura portuguesas, tendo em consideração as necessidades especiais de certas categorias de espectadores, entre as quais as crianças e os jovens; O operador SIC obriga-se, ainda, a: k. Emitir, diariamente, programas dirigidos ao público infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde;</p> <p>B. OBRIGAÇÕES DO OPERADOR TVI O operador TVI está adstrito, no exercício da respectiva actividade: f. Emitir uma programação que contribua para a formação e informação do público e para a promoção de língua e cultura portuguesas, tendo em consideração as necessidades especiais de certas categorias de espectadores, entre as quais as crianças e os jovens; O operador TVI obriga-se, ainda, a: m. Emitir, diariamente, programas dirigidos ao público infantil/juvenil, no período da manhã ou da tarde;</p>

Tabela 5 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 4

Todas estas anteriores leis ligadas à televisão que têm como *target* as crianças, constituem normativos que privilegiam, uma vez mais, a manutenção e fomentação do respeito e dignidade da pessoa humana que os salvaguarda de serem susceptíveis de sofrer com informação agressiva e desadequada. Fala-se do caso específico da SIC e da TVI, canais

privados Portugueses, que estão confinados à transmissão de conteúdos que formem, informem e promovam a língua e costumes portugueses e que esses programas tenham em conta as crianças e jovens como espectadores especiais. Para além disto são obrigados a transmitir todos os dias conteúdo próprio para estas faixas etárias ou de manhã ou de tarde.

<p>Acordo sobre a Representação da Violência na Televisão 1997 (entre os operadores televisivos, por proposta da Alta Autoridade para a Comunicação Social)</p>
<p>I - Programação</p> <p>“No entendimento do seu papel como órgãos de comunicação social e das suas obrigações constitucionais e legais, os operadores televisivos decidem, por proposta da Alta Autoridade para a Comunicação Social, tomar, quanto à representação da violência, as seguintes medidas:</p> <p>I.1 - Sinalética informativa comum designadamente sobre o grau de violência da programação;</p> <p>I.2 - Divulgação da referida sinalética comum nos noticiários sobre a programação;</p> <p>I.3 - Criação de “spots” promocionais de filmes e séries adequados a diversos tipos de público;</p> <p>I.4 - Informação relativa à programação infanto-juvenil: os operadores declaram que dedicarão particular cuidado à informação que promovem, nas antenas e fora delas, acerca das programações para públicos infantis e juvenis, de molde designadamente a facilitarem um mais ajustado acompanhamento daquelas programações por parte de pais e educadores.</p>
<p>Protocolo com vista à salvaguarda da dignidade da pessoa humana na programação televisiva 2001 (entre a RTP, a SIC e a TVI, sob patrocínio da AACCS)</p>
<p>A RTP, a SIC e a TVI, reunidas sob patrocínio da Alta Autoridade para a Comunicação Social, decidiram, por consenso, adoptar um conjunto de regras de acordo com os mecanismos legais em vigor e adequados à salvaguarda da dignidade da pessoa humana na programação televisiva.</p>

Tabela 6 - Normas nacionais para a televisão com alusão às crianças 5

Estes dois anteriores acórdãos atestam a responsabilidade que os órgãos de comunicação social tomam consciência, na medida em que grande parte da informação retida pelas pessoas tem origem na televisão e a modo como ela é transmitida tem que ser pensada e regulada. O facto de criarem sinalética relativa ao tipo e grau de violência nos seus programas é de louvar, avisando os espectadores para esse facto e tratando não só de avisar mas de fazer com que essa sinalética seja dada a conhecer por outros meios. Existe ainda a preocupação com a criação dos pequenos “excertos” dos filmes e séries que irão ser “publicidade” e que estes sejam adequados ao tipo de público.

Interessa também rever as leis que no âmbito Internacional criam limitações e obrigações à transmissão televisiva. Assim, é necessário ter em conta as seguintes resoluções:

Convenção Europeia Sobre a Televisão Transfronteiras

Aprova, para ratificação, a Convenção Europeia sobre a Televisão Transfronteiras, aberta para assinatura em Estrasburgo em 5 de Maio de 1989 e assinada por Portugal em 16 de Novembro de 1989, e respectivo Protocolo de alteração, aberto à assinatura em Estrasburgo em 1 de Outubro de 1998. Aprovada em 11 de Maio de 2001.

CAPÍTULO II - Disposições relativas à programação

Artigo 7.º - Responsabilidades do radiodifusor

2 - Os elementos que compõem os serviços de programas que possam influenciar negativamente o desenvolvimento físico, psíquico ou moral de crianças e ou adolescentes não devem ser transmitidos sempre que, em virtude do horário de transmissão e de recepção, sejam susceptíveis de serem vistos por eles.

CAPÍTULO III - Publicidade

Artigo 11.º - Normas gerais

3 - A publicidade e a tevenda dirigidas às crianças, ou que, de qualquer modo, as envolva, devem abster-se de atentar contra os seus interesses e ter em conta a sua sensibilidade específica.

4 - A tevenda não deve incitar os menores a celebrarem contratos que visem a venda ou a locação de bens e serviços.

Artigo 14.º - Inserção de publicidade

5 - A publicidade e a tevenda não podem ser inseridas durante a difusão de serviços religiosos. Os serviços noticiosos, os programas de actualidade informativa, os documentários, os programas religiosos e os programas para crianças, cuja duração programada seja inferior a trinta minutos, não podem ser interrompidos por publicidade ou tevenda. Quando a sua duração programada for igual ou superior a trinta minutos, aplicar-se-á o disposto nos números anteriores.

Artigo 15º - Publicidade a certos produtos

1 — É proibida a publicidade aos produtos derivados do tabaco.

2 — A publicidade a bebidas alcoólicas de qualquer espécie está sujeita às seguintes regras:

a) Não deve ser dirigida a menores em particular, e nenhuma pessoa susceptível de ser considerada menor poderá nela ser associada ao consumo de bebidas alcoólicas.

Recomendação do Conselho da União Europeia relativa ao desenvolvimento da competitividade da indústria europeia de serviços audiovisuais e de informação através da promoção de quadros nacionais conducentes a um nível comparável e eficaz de protecção dos menores e da dignidade humana.

(98/560/CE, adoptada a 24 de Setembro de 1998)

A Recomendação propõe directrizes que visam fomentar um clima de confiança nos serviços audiovisuais e de informação em linha garantindo uma coerência alargada, a nível da Comunidade, no desenvolvimento, por parte das indústrias e de outros intervenientes, de quadros nacionais de auto-regulamentação para a protecção dos menores e da dignidade humana.

As directrizes relacionam-se com quatro elementos-chave dos quadros nacionais de auto-regulamentação:

- consulta e representatividade das partes interessadas;
- código ou códigos de conduta;
- órgãos nacionais que propiciem a cooperação a nível da Comunidade;
- avaliação nacional dos quadros de auto-regulamentação.

Directiva “Serviços de Comunicação Social Audiovisual”

Directiva 2007/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 11 de Dezembro de 2007

(8) Em 15 de Dezembro de 2003, a Comissão aprovou uma Comunicação sobre o futuro da política europeia de

regulação audiovisual, na qual sublinhou que a política de regulação no sector tem de salvaguardar um conjunto de interesses públicos, tais como a diversidade cultural, o direito à informação, o pluralismo dos meios de comunicação social, a protecção dos menores e a defesa dos consumidores, e reforçar a capacidade crítica do público e a educação para os media, agora e no futuro.

(32) Os Estados-Membros deverão poder aplicar regras mais estritas ou pormenorizadas nos domínios coordenados pela presente directiva aos fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição, assegurando a conformidade destas regras com os princípios gerais do direito comunitário. A fim de gerir as situações em que um operador televisivo sob a jurisdição de um Estado-Membro transmite uma emissão televisiva total ou principalmente dirigida ao território de outro Estado-Membro, a necessária cooperação entre Estados-Membros e, em casos de fraude, a codificação da jurisprudência do Tribunal de Justiça (3), aliada a um procedimento mais eficiente, constituirão uma solução adequada que tem em conta as preocupações dos Estados-Membros sem pôr em causa a correcta aplicação do princípio do país de origem. A noção de regras de interesse público geral tem sido desenvolvida pelo Tribunal de Justiça na sua jurisprudência relacionada com os artigos 43.o e 49.o do Tratado e inclui, nomeadamente, as regras relativas à protecção dos consumidores, à protecção dos menores e à política cultural. O Estado-Membro que solicitar cooperação deverá assegurar que as referidas regras nacionais específicas são objectivamente necessárias, aplicadas de forma não discriminatória e proporcionais.

(37) A «educação para os media» visa as competências, os conhecimentos e a compreensão que permitem aos consumidores utilizarem os meios de comunicação social de forma eficaz e segura. As pessoas educadas para os media são capazes de fazer escolhas informadas, compreender a natureza dos conteúdos e serviços e tirar partido de toda a gama de oportunidades oferecidas pelas novas tecnologias das comunicações.

Estão mais aptas a protegerem-se e a protegerem as suas famílias contra material nocivo ou atentatório. A educação para os media deverá por conseguinte ser fomentada em todos os sectores da sociedade e os seus progressos deverão ser acompanhados de perto. A Recomendação do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de Dezembro de 2006, relativa à protecção dos menores e da dignidade humana e ao direito de resposta em relação à competitividade da indústria europeia de serviços audiovisuais e de informação em linha

(2), contém já uma série de medidas susceptíveis de fomentar a educação para os media, tais como, por exemplo, a formação contínua de professores e formadores, a aprendizagem específica da Internet destinada às crianças desde a mais tenra idade, incluindo sessões abertas aos pais, ou a organização de campanhas nacionais junto dos cidadãos, envolvendo todos os meios de comunicação social, de modo a divulgar informações sobre a utilização responsável da internet.

(44) A disponibilidade de conteúdos nocivos nos serviços de comunicação social audiovisual continua a ser uma preocupação para os legisladores, a indústria da comunicação social e os cidadãos enquanto pais. Haverá também novos desafios, relacionados sobretudo com novas plataformas e novos produtos. Por conseguinte, haverá que introduzir regras destinadas a proteger o desenvolvimento físico, mental e moral dos menores e a dignidade humana em todos os serviços de comunicação social audiovisual, incluindo as comunicações comerciais audiovisuais.

(45) Deverá haver o cuidado de estabelecer um equilíbrio entre as medidas tomadas para proteger o desenvolvimento físico, mental e moral dos menores e a dignidade humana e o direito fundamental à liberdade de expressão consagrada na Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia. Tais medidas, que poderão consistir no uso de números de identificação pessoal (códigos PIN), em sistemas de filtragem ou na identificação, deverão, pois, ter por objectivo garantir um nível adequado de protecção do desenvolvimento

físico, mental e moral dos menores e da dignidade humana, especialmente no que respeita aos serviços de comunicação social audiovisual a pedido.

A Recomendação relativa à protecção dos menores e da dignidade humana e ao direito de resposta já reconhece a importância dos sistemas de filtragem e identificação e inclui uma série de medidas possíveis em prol dos menores, como a disponibilização sistemática junto dos utilizadores de um sistema de filtragem eficiente, susceptível de actualização e de fácil utilização aquando da assinatura de um serviço fornecedor de acesso, ou a protecção do acesso a serviços especificamente destinados a crianças com sistemas de filtragem automática.

(46) Os fornecedores de serviços de comunicação social sob a jurisdição dos Estados-Membros deverão estar, para todos os efeitos, sujeitos à proibição de difusão de pornografia infantil, nos termos da Decisão-Quadro 2004/68/JAI do Conselho, de 22 de Dezembro de 2003, relativa à luta contra a exploração sexual de crianças e a pornografia infantil (1).

(47) Nenhuma das disposições introduzidas pela presente directiva respeitantes à protecção do desenvolvimento físico, mental e moral dos menores e da dignidade humana exige necessariamente que as medidas tomadas para proteger esses interesses devam ser aplicadas através do controlo prévio dos serviços de comunicação social audiovisual por entidades públicas.

(53) O direito de resposta é um instrumento jurídico adequado para a radiodifusão televisiva e pode também ser aplicado no ambiente em linha. A Recomendação relativa à protecção dos menores e da dignidade humana e ao direito de resposta já inclui orientações apropriadas para a aplicação das leis ou práticas nacionais de modo a garantir suficientemente o direito de resposta ou medidas equivalentes no que se refere aos meios de comunicação social em linha.

(67) Atendendo a que os objectivos da presente directiva, a saber, a criação de um espaço sem fronteiras internas para os serviços de comunicação social audiovisual ao mesmo tempo que se assegura um elevado nível de protecção de objectivos de interesse geral, em especial a protecção dos menores e da dignidade humana, e se promovem os direitos das pessoas com deficiência, não pode ser suficientemente realizado pelos Estados-Membros e pode, pois, devido à dimensão e aos efeitos da presente directiva, ser melhor alcançado ao nível da Comunidade, esta pode tomar medidas em conformidade com o princípio da subsidiariedade consagrado no artigo 5.º do Tratado. Em conformidade com o princípio da proporcionalidade consagrado no mesmo artigo, a presente directiva não excede o necessário para alcançar aqueles objectivos.

«CAPÍTULO II A - Disposições aplicáveis a todos os serviços de comunicação social audiovisual - Artigo 3.º-E

1. Os Estados-Membros devem assegurar que as comunicações comerciais audiovisuais oferecidas por fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição cumpram os seguintes requisitos:

e) As comunicações comerciais audiovisuais relativas a bebidas alcoólicas não devem ter como público-alvo específico os menores e não devem encorajar o consumo imoderado dessas bebidas;

g) As comunicações comerciais audiovisuais não devem prejudicar física ou moralmente os menores. Por conseguinte, não devem exortar directamente os menores a comprarem ou alugarem um produto ou serviço aproveitando-se da sua inexperiência ou credulidade, não devem encorajá-los directamente a persuadirem os pais ou outras pessoas a adquirirem os produtos ou serviços que estejam a ser publicitados, não devem aproveitar-se da confiança especial que os menores depositam nos pais, professores ou outras pessoas, nem devem mostrar sem motivo justificado menores em situações perigosas.

«CAPÍTULO II B - Disposições exclusivamente aplicáveis aos serviços de comunicação social audiovisual a pedido - Artigo 3.º-H

Os Estados-Membros devem tomar as medidas adequadas para assegurar que os serviços de comunicação social audiovisual a pedido prestados pelos fornecedores de serviços de comunicação social sob a sua jurisdição que sejam susceptíveis de afectar seriamente o desenvolvimento físico, mental ou moral dos menores apenas sejam disponibilizados de forma que garanta que, em regra, estes não vejam nem ouçam tais serviços de comunicação social audiovisual.

23. O título do capítulo V passa a ter a seguinte redacção:

«PROTECÇÃO DE MENORES NA RADIODIFUSÃO TELEVISIVA».

Tabela 7 - Normas internacionais para a televisão com alusão às crianças

Em suma, as directivas, convenções e acordos internacionais aqui anteriormente enumerados, são em muito idênticos aos acordos nacionais, mas o seu principal significado é o de regular e criar fronteiras para que as legislações nacionais que cada país incute não ultrapassem esse pressuposto. As crianças estão protegidas pelos ideais de respeito pelo cidadão e condição humana, de direito de acesso à informação, de direito ao desenvolvimento social saudável, através do exemplo que coloca os meios de comunicação social privados de associar todo e qualquer produto que esteja relacionado com álcool ou tabaco ao público infanto-juvenil e também privados de tentarem aliciar estes tipo de espectadores a comprar ou aderir a produtos aproveitando-se da sua “inexperiência ou credulidade”.

Compreende-se assim que a televisão tem de obedecer a parâmetros e regras apertadas para poder difundir os seus conteúdos, no que toca à normalização da televisão para crianças. Apesar de tudo é uma situação compreensível para os media, quando a criança se define como um público muito especial que importa cuidar.

Recorrendo à “Carta da Televisão para Crianças” presente no trabalho anteriormente mencionado “A televisão e as crianças: Um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI”, que foi “aprovada na Primeira Cimeira Mundial sobre o tema, em Melbourne, Austrália, em Março de 1995, é uma iniciativa que espelha” as preocupações neste âmbito. Foi elaborada um rol de princípios que poderiam ser o ponto de partida para o desenvolvimento e escolha de programas na televisão para crianças e eles são:

“I. As crianças devem ter programas de alta qualidade produzidos especificamente para elas e que não as explorem. Estes programas, juntamente com o entretenimento, devem permitir que desenvolvam as suas capacidades físicas, mentais e sociais.

- II.** As crianças devem ouvir, ver e expressar-se a si próprias, a sua cultura, a sua linguagem e experiências de vida, através de programas televisivos que afirmem o seu sentido de pessoas, de comunidade e de lugar.
- III.** Os programas para crianças devem promover a consciência e apreciação de outras culturas em paralelo com as suas próprias experiências culturais.
- IV.** Os programas para crianças devem ser variados em género e conteúdo, mas não devem incluir cenas gratuitas de violência e sexo.
- V.** Os programas para crianças devem ser emitidos de forma regular, em horas em que as crianças estejam disponíveis para ver e/ou distribuídos por outros meios acessíveis de grande alcance.
- VI.** Devem ser disponibilizados fundos para produzir estes programas com padrões de elevada qualidade.
- VII.** Os governos e as organizações de produção, distribuição e financiamento devem reconhecer a importância e a vulnerabilidade da televisão para crianças e tomar medidas para a apoiar e proteger.”

Nota-se aqui uma grande preocupação na tentativa de criar “regras” e oferecer produtos de qualidade na televisão para crianças principalmente quando é o futuro e o crescimento delas que está em jogo.

Esta lista de como pensar e estudar a televisão para crianças, merece uma reflexão e acção por parte dos meios de comunicação para que cada vez mais este seja um segmento de televisão uniformizado e justo para este público especial.

2.4 Abordagem ao estudo sobre a programação televisiva para crianças sob a perspectiva de Sara Pereira

Após a análise do conceito a televisão, da questão do público infanto-juvenil como espectador e dos normativos para a programação para este público interessa fazer uma abordagem ao panorama nacional Português. Para isso o “Estudo sobre programação televisiva: os programas de informação e os conteúdos para a infância” de Sara Pereira e Felisbela Lopes serve como alicerce para se obterem alguns dados concretos e daí retirar conclusões importantes acerca da programação para crianças.

É importante começar por referir que existem muitos estudos ligados à programação televisiva para crianças e que muitos deles adoptam essa análise na perspectiva de tentar perceber a programação, a escolha dos programas, a verificação de valores ou violências, a questão da publicidade, o testar da qualidade da programação e a tentativa de criar regras de regulamentação específica para este público especial. (Lopes, F., 2007)

No que diz respeito a esta situação em Portugal o estudo de Felisbela e Sara Pereira revela que existe “uma discrepância notável entre os níveis de preocupação pública sobre a influência da televisão nas crianças e os usos que estas fazem daquele meio e a escassez de investigação empírica sobre a matéria”. De facto, após a pesquisa e organização de autores sobre este tema, Sara Pereira e Cristina Ponte são os nomes que se dedicam ao estudo e a tentar encontrar melhores maneiras de pensar a televisão para crianças no nosso país, assim tal como é enunciado neste trabalho que serve de referência. O reduzido interesse em encontrar justificações e soluções para se construir e pensar uma programação mais adequada às crianças portuguesas por parte da comunidade científica traduz-se na lentidão de processos e na pouca actualização de métodos televisivos relativamente a outros países.

Interessa fazer referência ao estudo de Cristina Ponte que Felisbela cita e que mostra um pouco de história da programação infantil em Portugal no serviço público de televisão. O estudo engloba a programação desde o ano 1957 a 1991. Curioso é o facto de a programação infantil no ano de 90 e 91 mais que duplicar relativamente aos anos anteriores e isso deve-se em parte ao alargamento de horas de emissão dos canais de televisão mas também por causa da concorrência dos canais privados que se fez sentir logo após o ano de 1991.

O facto de as televisões hoje em dia construírem as suas grelhas de programação com base nos resultados da audimetria opõe a ideia dos primeiros anos de televisão infanto-juvenil, que primava pela diversidade de conteúdos, apresentação estética e em que havia uma filosofia de programação, factos que apesar de presentes não têm lugar de destaque na

actualidade televisiva dado que o que mais importa são as audiências e o número de horas que as pessoas passam em frente à televisão. A publicidade como produto rentável também ganhou o seu espaço na programação o que passou a atrapalhar um pouco a organização das escolhas dos canais. (Pereira, 2006)

Através da tese de doutoramento de Sara Pereira referida em (Lopes, 2007) toma-se mais uma vez a perspectiva de que com o passar dos anos e com o aparecimento dos canais privados os horários de programação alargaram-se assim como o número de horas de programação para crianças. Esse aumento de horas traduziu-se num aumento da adopção de séries estrangeiras, americanas e japonesas em detrimento das nacionais e europeias e percebeu-se que esse aumento dava-se maioritariamente nos horários matutinos levando ao desaparecimento total da parte da tarde. Sara Pereira concluiu que este último dado está relacionado com o facto de existirem outros target com maior interesse comercial nessas mesmas horas de programação.

Factos curiosos são o de a ficção sempre ter dominado as grelhas de programação, assim como o dinheiro para apostar em programação infantil não ter aumentado em proporção com as horas disponíveis para transmissão, o que levou às repetições e programas de baixo custo. Ainda é dada relevância ao facto de que não são tanto as preferências das crianças que levam os canais a comprar certos programas, mas os programas é que geram interesses nas crianças que depois assiduamente mantêm a programação.

Como visão final e segundo proposta no documento de Felisbela em parceria com Sara Pereira, deixam-se umas ideias importantes que podem ajudar a operacionalizar o estudo empírico na área e assim melhorar a televisão para crianças em Portugal:

- “- Investigar, de forma contínua, a programação televisiva;
- Desenvolver estudos em profundidade em torno de determinados géneros (produção/recepção);

- Fomentar a edição de publicações que ajudem a perceber a TV que (não) temos;
- Criar outra política para os arquivos das TV's;
- Promover protocolos mais eficazes entre empresas e universidades;
- Facilitar o acesso a dados audiométricos;
- Criar/desenvolver um organismo/serviço que congregue dados globais da programação.”

2.5 *Televisão e conteúdos de violência*

Antes de remeter o assunto para o tema da violência na televisão é necessário definir o conceito de violência recorrendo ao dicionário da língua portuguesa Priberam³ violência pode ser: Estado daquilo que é violento; acto violento; acto de violentar; veemência; irascibilidade; abuso da força; tirania, opressão; [Jurídico, Jurisprudência] constrangimento exercido sobre alguma pessoa para obrigá-la a fazer um acto qualquer; coacção.

Ora o médium que está em questão neste estudo, é a televisão e nesse sentido, a violência como descrita no dicionário espelha-se nas imagens que mostram actos que provocam feridos, propositadamente ou não (acidente), ou mortos. Esse tipo de violência física é fácil de identificar, mas existem outros tipos de violência que não foram abordados pela definição no dicionário que neste âmbito interessam definir. Num filme, série ou programa a presença de violência pode ir desde a violência física que já foi abordada, passar pela violência verbal, sexual, emocional, psicológica, espiritual, cultural e financeira, etc. Segundo o crítico Michael Medved, os filmes de Hollywood alimentam a população com uma dieta cheia de violência e imoralidade sexual que tem um efeito negativo no comportamento dos espectadores. Assim conclui-se que estes tipos de violência podem e provavelmente serão prejudiciais para o espectador, seja ele quem for.

Fazendo a abordagem ao público mais jovem de modo a enquadrar esta questão com o estudo, e de acordo com a Declaração dos Direitos das Crianças estas devem ser protegidas de sofrer este tipo de pressão com o risco de o seu intelecto ser afectado no decurso do seu crescimento. O facto de a violência ser um factor implícito na transmissão diária da televisão, aliado ao pouco tempo que os pais ou familiares têm para mediar o que as suas crianças lá vêm preocupa-os, porque existe a ideia de que quantos mais actos de violência a criança assistir mais ela será violenta no decurso da sua vida. Esta situação é suportada por autores como Craig Anderson em "*The Influence of Media Violence on Youth*" mas que cada vez mais é contrariada por opiniões de que o acesso à violência através da televisão não é a explicação por si só para as atitudes violentas que as crianças desenvolvam no futuro e que este acesso gratuito à violência pode até ser um meio de evitar e saber resolver conflitos de uma maneira pacífica.

Uma forma de "legitimar a violência na televisão" é a visão de (Lurçat, 1990) que refere dois argumentos. "A violência faz parte da vida" e "também faz parte da cultura". Não podemos apagar nem contornar o facto de a violência existir na sociedade em que se vive o

³ Link com a definição relativa ao conceito de violência
<http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=violência>

que nos leva a ter de viver em simbiose com ela. E de facto a consciencialização de que a violência existe não pode de todo ser condenado, porque não deixa de ser um perigo da sociedade para o qual temos que estar alerta, nem que seja em matéria de defesa pessoal.

Considerando estas duas perspectivas sobre a violência reforça a ideia de que se deve considerar a violência um conceito cultural com um significado dependente da complexidade social, cultural e histórica. Por exemplo, a violência decorrente de personagens maus nas séries televisivas é imoral, mas quando tem origem num herói, que se serve duma posição de louvor, já é moral e aceite. Outro exemplo é o de que a violência pode ser gráfica como nas notícias do telejornal e considerada exagerada, mas em momentos cómicos como por exemplo num desenho animado já não é. Tudo depende do meio, da intenção e da razão pela qual a violência acontece.

A visão de Sara Pereira quanto a este assunto é também de que os efeitos das cenas de violência sobre o público mais jovem dependem dum conjunto de critérios e que isso deve ser resolvido através da educação para os media por parte dos pais e educadores. (Pereira, 1997)

Relativamente à violência na televisão e através do documento “A qualidade na televisão das crianças” mais uma vez de Sara Pereira, pode-se perceber que este tema para além de vasto e inconclusivo, possui várias abordagens sobre a definição. Uma delas que importa referir é a da qualidade na televisão para as crianças, que muitas vezes é avaliada através da presença ou não de violência nos programas. Esta visão é vista como proteccionista da infância. (Pereira, 2004) No entanto existem outras perspectivas que defendem que a violência enfeitiça e fica gravada na memória precisamente por ser uma mensagem com um efeito directo na pessoa (sentimentos, sensações).

Tendo então em conta que as várias abordagens da violência na televisão recebem opiniões contrárias, não se pode ignorar que a imitação, característica ligada intrinsecamente às crianças, é parte fulcral no diz respeito à concretização de actos violentos. A realização de jogos, gestos, acções violentas por parte crianças pode estar relacionado com as imagens que viram na televisão e que por consequência imitam, factor que se separa da capacidade criativa ou reflexiva que é suposto ser estimulada enquanto jovens.

A ilação final que se pode retirar quanto a este assunto é de que, a televisão faz uso da capacidade visual da violência para arrecadar espectadores dado o fascínio destes por ela. É portanto uma maneira fácil de cativar as pessoas a verem os programas. Mas a controvérsia à volta deste tema parece não ter fim pois a violência é também citada como um contributo para a sociedade e a título de exemplo, a questão da visualização de conteúdos violentos em que o agressor é punido impede que quem assiste adopte comportamentos desse tipo, mas o mesmo já não acontece quando o infractor não é punido.

2.6 *Media e valores*

Na tentativa de perceber a relação que os media têm com valores sociais, interessa analisar primeiro o conceito de “valor” no geral. Existe a definição de valor associada à matemática, à economia, à filosofia, ao marketing, ao pessoal ou moral, à cultura, ao empresarial, entre outros. Na perspectiva dos media, no grupo que com se relaciona, enquadram-se os valores morais ou pessoais e os culturais ou sociais. No caso dos valores morais são características interiores da pessoa, tais como a humildade, responsabilidade, compaixão e solidariedade. No caso dos valores culturais ou pessoais, englobam os conceitos que edificam uma sociedade e que através deles se devem reger para ter uma coabitação saudável com o resto das pessoas. Exemplos deste são o valor de família, amizade, amor, grupo, ética e até mesmo sociedade e por isso se diz que alguém “tem valores” ao estabelecer relações respeitadas com os outros. Como complementação, são os valores que orientam as nossas acções e existem, consciente ou inconscientemente na pessoa, dado que por vezes agimos segundo os nossos valores com a percepção que o fazemos porque queremos e outras vezes é inconsciente porque se trata de algo que vem do interior e não é controlado.

Quanto aos valores não são então um conceito que nasce connosco, é aprendido através das relações e nos dias de hoje devem-se muito aos media, que fazem o papel de comunicador e informador de mensagens. É então na fase infantil da vida que os indivíduos criam e organizam as suas bases de valores que regem o seu pensamento e abordar essa questão com base na Declaração dos Direitos das Crianças, adoptada a 20 de Novembro de 1959 pela ONU, é importante. O princípio X presente na declaração enuncia que “A criança deve ser protegida contra as práticas que possam fomentar a discriminação racial, religiosa ou de qualquer outra natureza. Deve ser educada num espírito de compreensão, tolerância, amizade entre os povos, paz e fraternidade universal, e com plena consciência de que deve dedicar as suas energias e aptidões ao serviço dos seus semelhantes”. Esta está de certo modo relacionada com a tentativa de não perturbar o crescimento pessoal da criança e dar-lhe condições para que esta desenvolva características e valores que se adequem ao contexto social que a envolve. Fazendo o paralelismo com as normas enunciadas no tópico 2.3 que orientam a transmissão televisiva (media), esta situação que se apresentou da Declaração dos Direitos da Criança espelha a mesma intenção de cuidar da criança e de lhe dar condições para crescer e tornar-se num adulto com valores socialmente correctos. O papel dos media nesta questão é então bastante importante pois dada a sua capacidade de fácil interacção com os utilizadores, deve inculcar estes valores e boas formas de agir nos seus programas.

2.7 *Media-Educação*

Estando o conceito de media já previamente definido e estando já interiorizado, interessa dar importância ao termo “educação” para se poder estabelecer uma relação entre eles. Educação, que deriva do infinitivo latino “*educāre*”, é uma palavra que ganha grande significado na evolução social do Homem como ser que comunica e que na sua forma verbal significa instruir, ensinar, formar ou até explicar. Tem-se um pouco a ideia de que o facto de uma pessoa se instruir ou formar, só acontece na escola e através dos professores, o que não é verdade. A aprendizagem e desenvolvimento de capacidades nos dias de hoje, estão também relacionados com actividades individuais ou colectivas através dos media.

“Os media não estão desligados da sociedade nem são uma coisa à parte, mas sim incluídos” é uma visão que Lopes (2007) defende e através dela se percebe que a comunicação mediada no seio da sociedade está intrinsecamente presente nos relacionamentos e na existência do Homem. Conceição Lopes contrapõe o binómio “educação para os media” vs. “media-educação” (este último defendido por Sara Pereira) e caracteriza-o, a primeira visão como sendo uma “perspectiva aprisionada” e a segunda como uma “perspectiva co participativa”. A explicação de que a “educação para os media” é uma “perspectiva aprisionada” é a de que esta agrupa os media e a educação em dois campos separados, e que isso leva à necessidade de se criarem ligações para que estes se relacionem. Pode-se também considerar que os media são uma escola paralela à educação, o que obriga a pensar separadamente a educação dos media, facto que por si só já cria uma distanciação que poderá dificultar a relação.

A “perspectiva co participativa” defendida por Lopes “mobiliza, na sua essência, dois tipos de pensamento, o sistémico, subordinado a uma lógica da interacção conjuntiva, sendo um pensamento que religa o que está separado institucionalmente, e o criativo que subordina o pensamento a uma lógica da interacção criativa. Os dois tipos de pensamento e ambas as lógicas conjuntiva e criativa complementam-se e simetizam-se no contexto situacional que os integram, cruzando-se nele a lógica disjuntiva. Nesta totalidade pragmática o pensamento plural segue e prossegue na experiência concreta, o fluxo das interacções e das intermediações que os cidadãos, na sua condição comunicativa, e manifestação co participativa estabelecem, mantêm, criticam, rejeitam, reclamam na idade da media”. (Anastácio, 2006). Através desta perspectiva pode-se depreender mais uma vez que, os media desempenham um papel indissociável relativamente à sociedade pois promove as pessoas a agirem e a serem activas no processo de comunicação.

Como modo de concluir, “os media desempenham um papel fundamental na vida social, política e cultural das sociedades modernas e uma importância significativa na vida quotidiana dos cidadãos em geral, e das crianças em particular, o que exige que a escola e os agentes educativos se apercebam desta situação e encontrem formas de dela tirar partido” (Pereira, 2000). Deste modo a relação dos media com a educação para as crianças e neste caso de estudo específico, está ligado à passagem de valores que influenciam o pensamento crítico e as bases sociais destas. Esta relação naturalmente criará laços que podem ser benéficos ou prejudiciais ao desenvolvimento cognitivo dos jovens, pois por exemplo no caso do médium que é a televisão, o acesso a ele é muito facilitado, mesmo para os mais novos, e o conteúdo ao qual vão aceder necessita de uma mediação que tanto caberá aos pais como aos agentes educativos que passam mais tempo com eles.

Olhando para trás e numa perspectiva conclusiva antes da abordagem à metodologia do estudo percebe-se que com as bases de comunicação como transmissão, de media/médium como mensagem, transmissor e educador, de televisão como mass media que conquistou o seu espaço para actuar no seio das sociedades, de publico infanto-juvenil como público especial que necessita de regras especiais, de violência como algo que pode ser bom para o crescimento pessoal mas que noutra perspectiva pode ser mau, de valores como algo intrínseco após ser interiorizado durante as suas relações face-a-face, mediadas ou mediatizadas e de media como base de educação e cidadania, são todos tópicos que de uma maneira ou de outra estão ligados ao estudo do caso SIC K, um canal com valores e não violento.

SEGUNDA PARTE - METODOLOGIA

Capítulo 3: Apresentação geral do estudo

3.1 Finalidades, amostra, métodos e técnicas de recolha, análise de dados e dimensões e categorias de análise

Relembrando, no capítulo das **finalidades**, a presente dissertação propõe-se a identificar a existência ou não de valores de amizade, família, brincar e conservação da natureza e a existência ou não de manifestações de violência, nomeadamente, violência física, rejeição (exclusão), desqualificação (indiferença) e opressão (abuso de poder) nos heróis das séries, veiculados na programação difundida pelo canal SIC K. Pretende-se portanto, verificar se um canal especializado para um público infanto-juvenil, demonstra preocupações em difundir valores de convivência interpessoal fundamentais para o processo de socialização e desenvolvimento humano.

Tendo em conta estes objectivos ou finalidades, neste e como em qualquer estudo tem de existir um grupo de dados que se designam por **amostra**. São estes que possibilitam uma análise através da qual se obterão resultados ou conclusões. Neste estudo de caso específico, a amostra é constituída pela grelha de programas que foram transmitidos pelo canal SIC K na semana de dia 5 a dia 11 de Setembro de 2011 (grelha em anexo). Esta semana caracteriza-se por ser a última semana de férias de Verão e esse foi o critério de escolha da mesma para este estudo, pois é uma altura do ano em que nas cabeças das crianças normalmente já existe a preocupação em se prepararem para o começo do novo ano lectivo. Existe curiosidade em se perceber também como é que o canal SIC K encara essa situação tendo em conta a sua programação televisiva. Se, por exemplo, existe ou não alguma programação específica por o início das aulas ser em breve ou se é só mais uma semana de férias como outra qualquer.

Como abordagem inicial interessa delinear os géneros dos programas/séries do SIC K no geral. Os géneros estão definidos e podem-se verificar através das grelhas de programação que estão pensadas de acordo com estes. Recorrendo então à grelha da semana anteriormente referida, fornecida pelo próprio canal, os géneros de programas encontrados são: **comédia**, que se caracteriza por serem programas de humor; **desporto**, programas alusivos ao desporto; **documentários**, programas relacionados com acontecimentos ou que demonstrem aspectos da realidade sem chegarem a ter carácter noticioso; **estreias**, que como o próprio nome indica, são programas que estão a iniciar nas grelhas de programação do canal SIC K; **concursos/entretenimento**, programas que envolvem jogos, rúbricas ou passatempos; **ficção**, programas que têm uma narrativa imaginária/inventada; **filmes**, obras cinematográficas de longa-metragem; **animação**, que são séries animadas, que podem ser desenhadas, criadas por computador, etc.; **informação**, que são programas noticiosos que

abordam temáticas relacionadas com a actualidade; **socioculturais**, programas que evocam temas de carácter social e cultural; **magazine**, um género de programa com diversos temas de teor educativo; **novelas**, programa com história de ficção dividida em capítulos com continuação; **reality show**, um tipo de programa televisivo baseado na vida real; **talk show**, género de programa com formato de entrevista a um ou vários convidados sobre diversos temas.

Após esta breve alusão aos géneros que o canal engloba, e como meio de focalizar o estudo apenas nos dados que interessam para esta investigação, os géneros que estão presentes na semana de dia 5 a dia 11 de Setembro de 2011 são os dos programas de **ficção**, **concurso/entretenimento**, **animação**, **comédia** e **filmes**. A partir desta informação pode-se depreender que nesta semana que precede o novo ano lectivo, a programação se foca principalmente no entretenimento e bem-estar da criança através da transmissão de géneros de programas que são característicos do lazer e descontração. Designando mais especificamente a escolha do canal, para a constituição da grelha dessa semana, enumeram-se, por ordem de aparição, os programas: “Sítio do Pica-pau Amarelo”, “Oggy”, “Mini Espiões”, “Angel’s Friends”, “Aprende com Robots”, “Iron Man”, “Naruto”, “Futebol Galático”, “Ben 10”, “Smurfs”, “Titeuf”, “Yu-Gi-Oh”, “Imparável Mr. Bean”, “Uma Aventura”, “Presos na Ilha”, “Os Daltons”, “Madison Online”, “Lua Vermelha”, “Pop Stars”, “Dragon Ball”, “Gormiti”, “GO-S TV”, “Ilha do Escorpião”, “Factor K”, “Polly”, “Heróis de Resgate”, “Capeta”, “Hot Wheels”, “Mar Azul”, “Open Season” (filme), “Museu Divertido”, “PSI – Pavilhão sob Investigação”, “Rockie e Bullwinkle” (filme), “Escola de Estrelas”, “HorseLand”, “Cocas no Pântano”, “Monster High”, “Wallace e Gromit”, “Hello Kitty”, “Viva Piñata”, “Dady Day Camp” (filme), “Fullmetal Alchemist Brotherhood”, “Elmo” (filme), “Bindi”, “Chaotic”, “Masterchef Júnior”, “Power Stone”, “H2O – Meninas Sereias” (filme), “Slamball”, “Radioscópio”, “Bratz”, “Pronto-a-Vestir”, e “O Mágico”. Estes são então os programas transmitidos pelo SIC K que constituem a amostra que serve de análise para o estudo.

Em conformidade com os objectivos e finalidades, foi escolhida, a metodologia de “estudo de caso” como **método de recolha e análise dos dados** por ser o meio mais adequado para obter conclusões aproximadas do real.

O estudo de caso é um método adequado quando é necessário compreender algumas opções ou acontecimentos complexos e por se tratar de uma situação específica. Importa ainda referir que este tipo de metodologia procura apenas mostrar uma perspectiva detalhada de um acontecimento para o tornar de fácil compreensão e não há a tentativa de testar ou construir teorias, a não ser que exista a complementaridade com outro estudo de

caso que já tenha sido feito e assim permita a comparação de dados e conclusões de ambos para formar uma ideia nova. Assim, neste caso de estudo do canal SIC K, é necessário compreender a escolha específica dos programas da grelha que é construída para ser transmitida, relativamente à presença ou não de valores e à transmissão ou não das manifestações de violência, previamente enunciadas, nos próprios programas. O objectivo geral é explorar os dados adquiridos através dos programas da grelha, descreve-los e encontrar significação que permita tirar conclusões.

A existência de uma análise da grelha da semana de dia 5 a dia 11 de Setembro, confere um teor qualitativo e consecutivamente um cariz **descritivo** a este estudo pois é através da introspecção e análise dos programas desta mesma grelha, por parte do investigador, que o processo investigativo ganha razão. Trata-se de uma pesquisa descritiva pois caracteriza-se por procurar determinar uma opinião ou projecção futura nas respostas obtidas e o seu principal valor está na vontade de resolver problemas ou melhorar situações através da observação objectiva. Nesta investigação, a observação como técnica de análise está presente no estudo das sinopses, descrições e vídeos aleatórios dos programas presentes em plataformas *online*. Estes são efectivamente o grupo de suportes ao qual se recorreram para reunir informação relativa aos valores ou actos de violência que determinado programa da programação do SIC K pode conter.

Esta metodologia de estudo de caso, prima pelo cruzamento de dados, mas nesta investigação infelizmente não existe outra fonte de informação além da confirmação da presença dos valores ou “violências” nos programas. Neste sentido, para conferir maior consistência ao estudo, é feito um esforço para que a análise a estes dados seja feita concretamente com base nos conceitos dos valores de amizade, de família, de brincar e de defesa e conservação da natureza abordados no tópico dos media e valores (2.6) e nos conceitos que manifestam violência. Estes, através do conceito de violência física, de rejeição, de desqualificação e de opressão, que também foram previamente abordados no tópico do axioma médium mensagem (1.5) e que dizem respeito às patologias ou distorções associadas aos axiomas da Teoria Orquestral da Comunicação de Watzlawick et al.

A tendência é para existir uma análise dos dados de forma indutiva, pois na pesquisa qualitativa o objectivo não é obter dados com a finalidade de defender ou não as hipóteses iniciais (Araújo, 2008), apesar de poder haver como resultado da investigação um conjunto de tabelas e gráficos demonstrativos, como é neste caso.

Relativamente às **dimensões de análise**, neste estudo, foram divididas entre valores e manifestações de violência no comportamento dos heróis, como já foi anteriormente referido, estando estas compostas por **categorias**. A dimensão dos valores incorpora as

categorias “**amizade**”, “**família**”, “**brincar**” e “**defesa e conservação da natureza**” que encontram significação através do dicionário da língua portuguesa. “**Amizade**”, um valor que se caracteriza ser uma relação afectiva que os humanos desenvolvem através do contacto com os outros, sem teor sexual ou prazeroso, geralmente associados por algum motivo em específico e que geram confiança e fidelidade mútua. É uma relação especial ao ponto de existir conhecimento mútuo e afeição, além da lealdade, compreensão, companheirismo e apreço que a caracterizam; “**família**”, um valor social que está intrinsecamente ligado a nós pois cada pessoa que existe tem os seus antecessores, que são pessoas tal como a expressão popular refere “sangue do mesmo sangue”. O valor de família, prima por laços de protecção, carinho, afecto, aceitação pessoal, estabilidade e onde ocorre transmissão dos valores do que é correcto ou não socialmente e culturalmente falando. É ainda, um sistema composto por pessoas que pode conter subsistemas que são grupos dentro do grande grupo familiar, criados pelos factores geração, sexo ou função no seio do grupo. Diferentes níveis de poder são portanto definidos, sendo que os mais velhos são os que devem “lutar” para que os bons valores sociais sejam associados ao crescimento dos mais novos e consequentemente da família; “**brincar**”, valor que deve ser intrinsecamente ligado às crianças e ao seu crescimento, tem como princípios básicos entreter, distrair e divertir. A brincadeira torna-se um ponto essencial pois estimula a disciplina, a responsabilidade, o convívio social, a coordenação motora e promove a criatividade e a imaginação, todos pontos importantes no desenvolvimento pessoal das crianças como pessoas; e “**defesa e conservação da natureza**”, que se considera ser um importante valor a fomentar no âmago das crianças pois cada vez mais as preocupações ecológicas são um dado adquirido na sociedade. O respeito pelo ambiente deve ser incentivado pois este é um bem que tem direito à vida e ao seu bem-estar. A poluição, a extinção, o consumo mundial, a formação de resíduos são situações que têm de ser bem explicitadas de modo a que gere nas pessoas desde o início das suas vidas, um interesse pela defesa e conservação do planeta em que vivem.

Relativamente à segunda dimensão do estudo, que está ligada às manifestações de violência no comportamento dos heróis dos programas em análise do SIC K, compreende quatro categorias, sendo que foram seleccionadas dentre as patologias que resultam da teoria orquestral da comunicação abordadas no tema do axioma Médium-Mensagem do primeiro capítulo. A primeira, “**violência física**” caracteriza-se por ser um acto provocado por alguém intencionalmente contra outro e tem como resultado danos físicos (lesão, morte, deficiência). Caracteriza-se pelo uso excessivo da força que se baseia na impaciência, ira e agressão. É importante a análise desta categoria pois neste estudo de caso, a violência em casa através da televisão é gratuita. Supondo que hoje em dia cada casa terá pelo menos uma televisão, é um

facto que constitui um problema para o crescimento social das crianças; “**rejeição**” está ligada ao sentimento de repúdio e não aprovação que é um dos piores sentimentos a que se pode ser sujeito. Uma pessoa que não se sente amada, aceite ou querida, está sob o efeito a rejeição por parte de alguém. É bom lembrar, que esta patologia é um caso em que a pessoa que sofre a rejeição está impossibilitada de não comunicar. Casos práticos desta situação podem ser a humilhação, a discriminação, o abandono ou a depreciação; “**desqualificação**” é outra categoria, e está relacionada com a indiferença, o desinteresse, insensibilidade, frieza e desprezo de uma pessoa perante outra. Como o poeta brasileiro Érico Veríssimo disse, “o oposto do amor não é o ódio, mas a indiferença”. De facto, a desqualificação pode ser bastante penalizadora e desanimadora em vários contextos da vida. A frieza que caracteriza uma manifestação deste tipo fere, exclui e em casos extremos mata; por último, “**opressão**”, destaca-se como um acto tirano em que alguém faz uso da sua posição de poder para ganhar vantagem em determinadas situações. É cruel, quando alguém força alguém a fazer algo que não quer através da chantagem e uma situação tipo deste género é por exemplo, a opressão causada pelo poder em Portugal na altura do governo ditatorial de António Oliveira Salazar que impedia as pessoas de terem liberdade de expressão podendo sofrer com isso retaliações. A presença do medo também caracteriza esta categoria inserida na dimensão de manifestações de violência.

Concluindo, neste estudo, o interesse principal é observar e analisar a presença destes valores e manifestações de violência, nos programas transmitidos pelo canal SIC K na semana seleccionada como amostra.

3.2 *Contextualização do estudo*

- O SIC K, um canal temático da SIC especializado na programação Infanto-Juvenil

Para focalizar toda esta perspectiva de especialização televisiva e educação audiovisual para as crianças, interessa conhecer o SIC K⁴. Este é um dos canais em território português que se destaca, por ser um canal que tem quase 2 anos de existência (criado em 18 de Dezembro de 2009), por ter uma identidade bem vincada e por ser emergente num mercado muito competitivo.

⁴ Pode-se aceder ao website oficial do canal em <http://sic.sapo.pt/kapa>

O SIC K é o primeiro canal português focalizado neste público tão especial: as crianças. É direccionado para crianças dos 6 aos 13 anos, mas possui *targets* associados dos 4 aos 6 e dos 13 aos 18, o que acaba por ser uma grande amplitude de idades. Nesta fase de crescimento em que as mudanças são muitas e rápidas, em que existem diferenças entre rapaz e rapariga, uma criança de 7 anos habitualmente não vê/tem preferência para ver o mesmo programa que outra de 14 anos. Isto torna ainda mais complexo o papel do canal de poder oferecer e direccionar programas para determinadas idades e géneros, fazendo assim com que tenha que existir um estudo prévio de horários e temáticas para o agendamento da grelha de programas.

- Filosofia e Identidade do canal

O SIC K, apesar de ser fundamentalmente um canal de entretenimento auto apresenta-se como sendo um companheiro e um aliado que vai tentar mostrar o melhor caminho para dar a conhecer o mundo e aspectos da vida às crianças. É um canal que prima pelo espírito crítico, não se coibindo apenas a disponibilizar programas direccionados para crianças, mas também apela à participação de todos através de linguagem na primeira pessoa no diálogo com as crianças.

Os princípios deste canal são o divertimento, a inteligência e o espírito crítico de cada um que culminam num rol de 10 promessas (algo que faz lembrar os 10 mandamentos pelo modo como se apresentam) que o canal faz aos seus especiais espectadores.

As dez promessas são⁵: “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.”

Como se pode notar, a linguagem utilizada, como já antes foi mencionado, é pouco formal, adequando-se ao público em questão e que acaba por se tornar um modo de falar mais familiar e que acaba por cativar ainda mais.

Através desta lista de promessas pode-se depreender que o SIC K se preocupa em acompanhar e ajudar os telespectadores durante o seu crescimento e mudanças de

⁵ Promessas disponíveis no *Facebook* oficial do canal SIC K: <http://www.facebook.com/sickapa?v=info>

personalidade adjacentes, provando assim a sua componente de responsabilidade social para com estes.



Figura 5 - Logótipo do canal SIC K

Relativamente à identidade visual, este canal primou pelas cores vivas (não só o vermelho do Logótipo, como também as cores do website que pode ser acedido em <http://sic.sapo.pt/kapa/>) e por um grafismo mais dinâmico que se adequasse a uma perspectiva mais jovem, ligando a imagem à identidade do canal, entretenimento e diversão. Posteriormente, mais propriamente em Julho de 2010 foi eleita a mascote do canal, o Kapa. Foi desenhado por um concorrente ao concurso aberto pelo canal para jovens designers, ao qual a personagem tinha que transparecer “... valentia, bravura, diversão, mas também a consciência e a preocupação social e ambiental; que tenha estilo e não coma porcarias em excesso, que torça o nariz a quem não percebe que é fundamental não deixar as luzes todas acesas, que seja ágil e que tenha estilo”⁶.



Figura 6 - Mascote vencedora. Baptizada com o nome de “Kapa”

Todos estes elementos gráficos constituem a imagem projectada pelos criadores do canal, que culminam nesta mascote que espelha bem o factor jovem, tecnológico, actual e dinâmico.

⁶ Informação dos valores da mascote retirada de <http://www.meiosepublicidade.pt/2010/02/26/sic-k-promove-concurso-de-design-para-mascote-do-canal/> e de <http://sic.sapo.pt/kapa/programas/mascote-sic-k/apresentacao/>

- Temáticas e géneros da programação⁷

O canal SIC K na sua génese é um canal de entretenimento, que privilegia o “*live action*” (pessoas reais que interpretam papéis) e programação em português. Para além destas ideologias e relativamente a temáticas e géneros o canal compromete-se em apresentar uma programação diversificada onde é feito um esforço para aumentar a aposta no conteúdo audiovisual para crianças, estando entre elas as séries e programas com apresentadores específicos.

Com este objectivo o SIC K, é um canal que aposta na produção nacional, sendo ela interna ou feita por grupos de pessoas que se queiram ligar a este propósito, para compor a grelha do canal. É deixado claro, que esta indústria em Portugal se encontra pouco desenvolvida, pouco experiente e com baixa capacidade, logística e monetária, para se apostar neste tipo de produção, portanto o SIC K é um canal aberto a cooperação para a realização destes produtos audiovisuais encomendando-os em território nacional ou europeu. Claro que este tipo de associação muitas vezes não é realizável, possível ou existente e assim o SIC K prima por ter todos os seus programas e séries na língua Portuguesa para que todas as crianças o entendam e quando isso não puder acontecer estes serão dobrados ou legendados.

Ao efectuar uma pesquisa no rol de programas do SIC K⁸, relativamente aos de produção nacional podem-se destacar o “Leite Night”, o “Factor K”, o “A cozinha do Chef André”, o “Fábrica”, o “Pronto a Vestir”, o “Koisas Kuriosas”, o “Planeta Energia”, o “Rebelde Way”, o “XXS” entre muitos outros.

Estes programas destacam-se por serem uns dos que mais atraem o público do canal e por serem alguns, inovadores na ideia e outros preocupados em ensinar coisas novas ou estimular o espectador a ser mais activo. Como a própria se definiu, o SIC K quer zelar pelo nosso ambiente e por exemplo com a série “Planeta Energia”, através de clips curtos de mais ou menos cinco minutos tenta dinamizar e consciencializar as crianças de hoje para as questões da energia e das alterações climáticas. Como complementação e a título de exemplo, este é um dos programas que está ao abrigo do propósito do canal de cooperar com outros para a realização de programas, neste caso é com a “Gobius Comunicação e Ciência - Uma equipa multidisciplinar especializada em comunicar as ciências da Vida e do Ambiente”.

⁷ Estatuto do canal, onde se podem verificar uma série de compromissos relativos à programação
<http://sic.sapo.pt/kapa/estatuto>

⁸ Pode-se aceder à lista de programas do canal em <http://sic.sapo.pt/kapa/programas>

Os programas “Leite Night” e “A cozinha do Chef André” são exemplo de aposta nas crianças para se criarem conteúdos para crianças, pois os seus apresentadores são nada mais nada menos que uma criança. Esta criança, melhor que ninguém está ciente do que os seus espectadores necessitam e mais gostam, o que torna o processo de comunicação mais facilitado. O “Leite Night” por exemplo segue a linha de pensamento do “Late Night Show”⁹ em que, o Henrique Gil (apresentador), convida músicos, apresentadores, desportistas ou pessoas que possam ser interessantes para ter uma conversa sobre variados temas importantes para os mais novos. Para além disso tem uma componente de consultório de ajuda para os seus telespectadores. No fundo é mais um amigo com quem as crianças podem contar neste canal, para resolver os problemas do seu dia-a-dia e perceber coisas que antes não entendiam, assim como no programa “A cozinha do Chef André” que ajuda na cozinha a preparar facilmente uma refeição simples e saudável, sempre com uma apresentação “cute” (bonita).

Dentro da temática de crescimento e enriquecimento da personalidade das crianças, enquadram-se ainda os programas “Factor K”, o “Koisas Kuriosas”, o “Fábrica”, o “Pronto a Vestir”, pois todos eles abordam e tentam dar conhecimento de assuntos que interessam às crianças de hoje em dia.

Cada vez mais as crianças gostam e querem saber de coisas que antes só interessavam na sua adolescência ou fase adulta, e isso torna a nossa sociedade mais crescida. No caso do “Factor K” por exemplo, existem entrevistas e notícias de variados assuntos, que vão desde curiosidades científicas, brincadeiras, moda, ecologia, tempos livres a interesses e jogos educativos, tudo assuntos chamativos para os jovens telespectadores.

No seguimento deste, o “Koisas Kuriosas” e o “Fábrica” são dois magazines em que predomina a ciência e a experimentação como principais motivos. No primeiro dá-se privilégio à tecnologia e no que ela pode ser útil para o crescimento como indivíduo e ainda a experiências que possam ser desconhecidas, mas úteis e engraçadas que suscitam sempre curiosidade nas crianças. O segundo programa feito em parceria com a “Fábrica Centro Ciência Viva” e a “Universidade de Aveiro”, foca-se maioritariamente em experiências em que a maioria se pode fazer em casa e todas elas relacionadas e explicadas através da ciência.

Noutro registo, o “Pronto a Vestir” é mais um magazine que contém algumas rubricas como o próprio nome indica sobre vestuário, conselhos de moda, beleza e atitude para as crianças, tudo com uma linguagem que se adequa ao público em questão.

⁹ Programa estilo talk show americano, em que um apresentador convida músicos, artistas, desportistas, políticos em que estes são maioritariamente celebridades ou em ascensão, para uma conversa sobre variados temas. Informação em http://en.wikipedia.org/wiki/Late-night_talk_show

Um pouco diferentes dos anteriores e apostando no entretenimento puro em família, porque a televisão para crianças também se vê acompanhado dos pais ou avós, existe a novela “Rebelde Way”, este num formato “live action”, e o programa “XXS”.

“Rebelde Way” é uma novela sobre a adolescência como o nome sugere, sobre os anos de rebeldia dos jovens, sobre os problemas que poderão surgir, medos, incertezas, sobre coisas que possam ser comuns à vida dos mais novos, e por isso a possibilidade de ser visto com o acompanhamento dos pais ou avós para que as coisas possam ser bem esclarecidas.

O “XXS” apresentado por Carolina Patrocínio, é um jogo com provas de obstáculos que é jogado por uma família dentro de uma casa gigante, como se as pessoas fossem minúsculas, que suscita a interacção familiar, a entreatura e a competição saudável, tudo bons ingredientes para o bom crescimento e educação de uma criança.

Analisando os programas, desta vez animados, o destaque vai para um dos emergentes e mais seguidos desenhos animados pelos mais novos, o BEN10, que é uma produção internacional, dobrado em Português para os mais novos facilmente entenderem, que espelha a vida de um herói, pois a nossa infância não passa sem uma boa quantidade de heróis, que luta contra as ameaças alienígenas e ao mesmo tempo tenta viver a sua vida normalmente como um jovem qualquer.

Esta e outras séries animadas como “Yu-Gi-Oh”, “Naruto”, “Gormiti”, “Stuart Little”, “Wolverine & X-Men”, “Hello Kitty”, “Iron Man”, ou ainda “Bleach” são os melhores companheiros animados deste canal para fazer as alegrias dos mais novos. Todas elas com os seus heróis específicos e cada um deles desenhado e especificamente escolhidos para os mais variados grupos de crianças Portuguesas, sejam elas raparigas ou rapazes, mais novos ou mais velhos.

Para além destas séries, programas e magazines o SIC K tem ainda disponível para as crianças Portuguesas filmes, uns animados e outros “live action”, todos eles vindos do mercado estrangeiro, mas todos eles dobrados ou então quando não é possível, legendados.

Com uma programação tão divertida e diversificada cheia de séries animadas e programas intuitivos como os magazines, o SIC K atinge o seu objectivo de suscitar o telespectador a actuar e não ser tão estacionário no que toca ao seu dia a dia, não se tornando apenas mais um canal para crianças entre tantos outros.

Como informação adicional, para o futuro¹⁰ do canal, em termos de programação, a aposta em programas interactivos, em que as crianças possam intervir e serem os “actores” principais, tal como um show de talentos como o “Ídolos¹¹” ou um “Chuva de Estrelas¹²” irá

¹⁰ Informação retirada de <http://sic-blog.blogs.sapo.pt/142588.html>

¹¹ Informação retirada de <http://sic.sapo.pt/online/sites%20sic/idosol-2010>

acontecer. Para além disso, o maior objectivo é continuar a apostar em produtos portugueses para dinamizar o mercado nacional.

- Horários da programação¹³

A programação do canal SIC K está definida para difundir todos os dias da semana e está pensada para retransmitir durante 24 horas de cada dia. Com o retransmitir deixa-se claro que a programação emitirá programas repetidos. Isto pode explicar-se pois para além de os programas não serem infinitos, uma criança não está constantemente e durante todo o dia em frente a uma televisão para ver todos os programas, até porque não são esses os princípios saudáveis que o canal transmite aos mais novos.

Quanto a horários de programas mais especificamente, após uma análise de dois documentos de destaques para os meses de Novembro e Dezembro de 2010, disponibilizado por Catarina Gil do SIC K, pode-se perceber que a maioria dos programas são postos no ar pelo menos duas vezes por dia, em que uma delas é a partir do meio até ao final da tarde (16h até as 20h mais ou menos) e a outra é na parte da manhã a partir das 8 horas até as 10 horas. Através desta análise, percebe-se que o canal aposta naqueles períodos em que as crianças estão naquela parte do dia mais livre, em que vêm televisão ao pequeno-almoço, ou no intervalo da escola, e ao final da tarde quando chegam a casa vindos precisamente das aulas. Fora destes horários, o SIC K aproveita para transmitir conteúdos repetidos para quem tiver horários diferentes, ou programas direccionados para um grupo etário mais velho ou esteja interessado noutra género de programas.

Especificamente, existe um programa chamado “Hora *Facebook*” que é um programa que possibilita às crianças escolherem o que querem ver. Este espaço tem lugar todos os Domingos às 19 horas, e para o fazerem, as crianças dão a sua opinião na página oficial do SIC K no *Facebook*¹⁴ entre programas pré escolhidos pelo canal e é transmitido aquele que mais pedidos tiver. A Internet é mais um meio de interacção e comunicação que a equipa do canal encontrou para estreitar ainda mais a relação que tem com as crianças, estando assim mais perto delas e mostrando-lhes aquilo que elas mais querem e gostam.

A título de exemplo especial podem referir-se os meses de Dezembro de 2010 e início de Janeiro de 2011, que foram alvo de uma programação específica, tornando o SIC K um espaço de alegria e diversão dedicada ao Natal. Foram 46 (quarenta e seis) dias de programação especial em que um programa específico foi transmitido às 21h de cada dia

¹² Informação retirada de http://pt.wikipedia.org/wiki/Chuva_de_Estrelas

¹³ Podem-se tirar algumas ilações através da análise da grelha <http://sic.sapo.pt/kapa/guia-tv>

¹⁴ Página oficial do SIC K na Rede Social do *Facebook* <http://www.facebook.com/sickapa>

para gozo dos mais pequenos, em que cada um deles era estreia do canal. No fundo mais uma prenda para cativar o seu público tão especial numa altura especial.

- Apresentadores

Os apresentadores deste canal mais que comunicadores e intervenientes tentam ser amigos, conselheiros e talvez até confidentes das crianças que assistem aos programas.

Este canal, desde os seus primeiros dias prima pela diferença e pela novidade. Ao apostar em conteúdo Português para crianças Portuguesas, percebeu que os apresentadores também tinham que ser uma parte importante no processo de cativar os espectadores. Sendo assim, apresentou-se inicialmente com Raquel Strada como cara do canal, a qual apresentava o programa Factor K, e com voz off do canal de João Manzarra que se caracterizam por terem uma personalidade jovial e alegre. Com o passar do tempo o canal foi ganhando atributos e constituindo uma “família” de apresentadores.

Alguns deles são Jani Zhao, participante na novela “Rebelde Way” e André Cruz, concorrente dos Ídolos, que formaram equipa na magazine “Pronto a Vestir”, Henrique Gil que apresentou o “Leite Night”, André Domingues, apresentador do “A cozinha do Chef André” e ainda Joana Folque, ex-atriz da novela “Morangos com Açúcar”, a mais recente apresentadora do canal que veio substituir Raquel Strada no leme do “Factor K”.

Assim, o canal SIC K vai cada vez mais criando uma casa própria, uma identidade forte e separada do canal que o ajudou nos primeiros passos, a estação televisiva SIC.

3.3 *Sistematização dos dados para análise*

O processo de sistematização dos dados para análise no estudo da programação do canal SIC K ocorre através da construção de tabelas representativas. Estas resultam não só da análise de sinopses e informação adicional retirada do *site* oficial do canal e dos sites oficiais das séries mas também de vídeos dos programas, acedidos em plataformas *online* como por exemplo o *Youtube*. Relembra-se que estes programas em análise são os que foram transmitidos durante a semana de dia 5 a dia 11 de Setembro de 2011 (segunda-feira a domingo) de acordo com a grelha (Anexo I e II), disponibilizada pelo SIC K.

Numa perspectiva de analisar quais categorias se fazem representar em maior quantidade nos programas desta semana, apresenta-se de seguida a tabela 8 que sistematiza os valores de amizade, família, brincar e defesa e conservação da natureza. O critério utilizado

para definir os tipos de valores que estão associados aos programas dessas semana foi o da presença ou não de actos, discursos, intenções e/ou ideais que dessem a entender cada uma das categorias. É importante vincar que os totais contabilizados neste quadro não dizem respeito à totalidade das vezes que os valores são referidos ou visualizados durante essa semana de transmissão mas sim ao total de programas em que cada valor está representado.

PROGRAMAS	VALORES				
	AMIZADE	FAMILIA	BRINCAR	DEFESA E CONSERVAÇÃO DA NATUREZA	
SÍTIO DO PICA-PAU AMARELO	X	X	X	X	
OGGY	X		X		
MINI ESPÍOES	X	X	X		
ANGEL'S FRIENDS	X		X		
APRENDE COM ROBOTS	X		X		
IRON MAN	X	X			
NARUTO	X	X			
FUTEBOL GALÁTICO	X		X		
BEN 10	X	X		X	
SMURFS	X	X	X	X	
TITEUF	X	X	X		
YU-GI-OH	X				
IMPARÁVEL MR. BEAN	X		X		
UMA AVENTURA	X	X	X	X	
PRESOS NA ILHA	X	X			
OS DALTONS	X	X	X		
MADISON ONLINE	X	X			
LUA VERMELHA	X	X	X		
POP STARS	X			X	
DRAGON BALL	X		X		
GORMITI	X				
GO-S TV	X		X		
ILHA DO ESCORPIÃO	X		X		
FACTOR K	X		X		
POLLY	X		X		
HERÓIS DE RESGATE	X			X	
CAPETA	X	X			
HOT WHEELS	X				
MAR AZUL	X		X	X	
OPEN SEASON	X	X	X		
MUSEU DIVERTIDO	X		X		
PAVILHÃO SOB INVESTIGAÇÃO	X				
ROCKIE E BULLWINKLE	X	X	X		
ESCOLA DE ESTRELAS	X		X		
HORSELAND	X			X	
COCAS: ANOS DE PÁNTANO	X		X		
MONSTER HIGH	X	X			
WALLACE E GROMIT	X		X		
HELLO KITTY	X	X	X		
VIVA PIÑATA	X		X		
DADY DAY CAMP	X	X	X		
FULLMETAL ALCHEMIST BROTHERHOOD	X	X			
ELMO NA TERRA DO RABUGENTOS	X				
BINDI	X	X	X	X	
CHAOTIC	X		X		
MASTERCHEF JÚNIOR	X		X		
AS PEDRAS MÁGICAS	X	X			
H2O – MENINAS SEREIAS	X			X	
SLAMBALL	X		X		
RADIOSCÓPIO	X				
BRATZ	X				
PRONTO-A-VESTIR	X		X		
O MÁGICO	X				
TOTAL	53	21	32	14	TOTAL 120

Tabela 8 - Codificação dos dados para análise referidos à identificação dos valores presentes nos programas transmitidos na semana de dia 5 a dia 11 de Setembro de 2011

Explicando a organização deste quadro, apresenta-se em correspondência cruzada os programas na primeira coluna face aos valores de amizade, família, brincar e defesa e conservação da natureza nas colunas seguintes. Quando a presença de determinado valor é detectada em certo programa, procedeu-se à colocação de um “X” como marcador positivo. Quando não se verifica presença desse mesmo valor deixou-se a quadrícula em branco.

Quanto à análise da contabilização dos totais obtidos, num total dos cinquenta e três (53) programas transmitidos pelo canal SIC K na semana de 5 a 11 de Setembro de 2011 correspondem os mesmos cinquenta e três (53) no que concerne à presença do valor “amizade” durante sua transmissão. No que diz respeito ao valor “família”, são vinte e um (21) os programas que contêm características, acções, intervenções ou definições que fazem alusão à família e aos seus próprios valores como significação. Relativamente ao valor “brincar”, está representado trinta e duas (32) vezes nos cinquenta e três (53) programas dessa semana, enquanto o valor “defesa e conservação da natureza” só aparece catorze (14) vezes. É necessário deixar patente que a presença de um valor num determinado programa, não invalida que esse mesmo programa contenha outros valores acoplados (verificar na tabela 2, por exemplo o caso do “Sítio do Picapau Amarelo” que apresenta os quatro tipos de valores).

Posteriormente apresenta-se a tabela 9 que sistematiza as manifestações de violência que estão associadas aos programas transmitidos pelo canal SIC K, durante o mesmo período da tabela anterior. Estas são representadas pelas categorias violência física, rejeição, desqualificação e opressão. Como no quadro anterior, vinca-se a questão de que o critério utilizado para definir os tipos de valores que estão associados aos programas dessas semana foi o da presença ou não de actos, discursos, intenções e/ou ideais que dessem a entender cada uma das categorias e ainda que os totais obtidos neste quadro não dizem respeito à totalidade das vezes que as manifestações de violência são referidas ou visualizadas durante essa semana de transmissão mas sim ao total de programas em que cada manifestação está representada.

PROGRAMAS	MANIFESTAÇÕES DE VIOLÊNCIA			
	VIOLÊNCIA FÍSICA	REJEIÇÃO	DESQUALIFICAÇÃO	OPRESSÃO
SÍTIO DO PICA-PAU AMARELO				
OGGY	X			
MINI ESPÍOES	X			
ANGEL'S FRIENDS	X	X		
APRENDE COM ROBOTS				
IRON MAN	X			X
NARUTO	X	X	X	X
FUTEBOL GALÁTICO		X		X
BEN 10	X			X
SMURFS				X
TITEUF	X	X		X
YU-GI-OH	X	X	X	X
IMPARÁVEL MR. BEAN				
UMA AVENTURA	X			X
PRESOS NA ILHA	X			X
OS DALTONS	X			X
MADISON ONLINE		X		
LUA VERMELHA	X	X	X	X
POP STARS				
DRAGON BALL	X	X	X	X
GORMITI	X			
GO-S TV				
ILHA DO ESCORPIÃO				
FACTOR K				
POLLY				
HERÓIS DE RESGATE				
CAPETA				
HOT WHEELS	X			
MAR AZUL				
OPEN SEASON	X			
MUSEU DIVERTIDO				
PAVILHÃO SOB INVESTIGAÇÃO	X			
ROCKIE E BULLWINKLE				X
ESCOLA DE ESTRELAS		X		
HORSELAND				
COCAS: ANOS DE PÂNTANO				
MONSTER HIGH				
WALLACE E GROMIT				
HELLO KITTY				
VIVA PIÑATA				
DADY DAY CAMP	X			X
FULLMETAL ALCHEMIST BROTHERHOOD	X			X
ELMO NA TERRA DO RABUGENTOS				
BINDI				
CHAOTIC	X			X
MASTERCHEF JÚNIOR				
AS PEDRAS MÁGICAS	X		X	X
H2O – MENINAS SEREIAS				X
SLAMBALL	X			
RADIOSCÓPIO				
BRATZ				
PRONTO-A-VESTIR				
O MÁGICO	X			
TOTAL	23	9	5	18
				55

Tabela 9 - Codificação dos dados para análise referidos à identificação das manifestações de violência presentes nos programas transmitidos na semana de dia 5 a dia 11 de Setembro de 2011

Relativamente à tabela 9 e adoptando o mesmo procedimento de leitura da anterior, quanto à análise das manifestações de violência associadas, num total de cinquenta e três (53) programas transmitidos pelo canal SIC K na semana de 5 a 11 de Setembro de 2011, vinte e três (23) reflectem situações em que o valor de “violência física”. Quanto à categoria “rejeição”, nove (9) são os programas que contêm situações indicativas dessa manifestação. No que à “desqualificação” diz respeito, cinco (5) são os programas que transmitem sensações desse tipo. Por último, relativamente à categoria “opressão” dezoito (18) é o número de programas contabilizados. Mais uma vez e tal como para a tabela relativa aos valores sociais, é necessário entender que a presença de uma manifestação de violência num herói ou protagonista num determinado programa, não invalida que esse mesmo programa contenha outro tipo de violência presente (verificar na tabela 9 o exemplo do programa “Naruto” que apresenta os quatro tipos de manifestação violenta).

Noutra perspectiva, procedeu-se à análise dos valores e manifestações de violência relativas a cada dia de toda a semana em questão. Essa análise culminou na elaboração da tabela 10 que se apresenta de seguida.

	DIA 5	DIA 6	DIA 7	DIA 8	DIA 9	DIA 10	DIA 11	TOTAL
AMIZADE	61	56	60	60	62	59	63	421
FAMÍLIA	30	32	28	29	30	23	27	199
BRINCAR	41	37	40	42	41	35	38	274
DEFESA E CONSERVAÇÃO DA NATUREZA	22	24	22	21	19	18	19	145
TOTAL	154	149	150	152	152	135	147	1039
VIOLÊNCIA FÍSICA	33	36	33	32	35	33	32	234
REJEIÇÃO	22	20	24	23	23	16	14	142
DESQUALIFICAÇÃO	14	13	14	15	15	10	9	90
OPRESSÃO	28	32	28	29	30	26	27	200
TOTAL	97	101	99	99	103	85	82	666

■ VALORES ■ MANIFESTAÇÕES DE VIOLÊNCIA

Tabela 10 – Codificação dos valores e manifestações de violência nos diferentes dias da semana de 5 a 11 de Setembro de 2011

Esta tabela de incidência está dividida em duas partes que compreendem a análise separada de valores e “violências” presentes nos programas transmitidos durante os 7 dias que servem de amostra e onde constam as seguintes contabilizações:

- Totais diários de valores;
- Totais diários de manifestações de violência;
- Somatório dos totais de cada dia dos valores;

- Somatório dos totais de cada dia das manifestações de violência;
- Totais de cada tipo de valor durante os 7 dias;
- Totais de cada tipo de manifestação de violência durante os 7 dias.

Para além disto é preciso entender que a contabilização de cada uma das categorias da tabela foi realizada com base na sequência dos programas que foram transmitidos, disponibilizada na grelha (Anexo I e II) incluindo repetições de séries.

Assim e através desta esquematização chega-se ao ponto em que interessa fazer uma introspecção para apresentar e discutir resultados, situação que se verifica no tópico seguinte.

3.4 Apresentação e discussão dos resultados

Após a sistematização dos dados resultantes do estudo através das tabelas no tópico anterior segue-se a apresentação dos dados através de gráficos representativos que ajudam a perceber melhor e a interiorizar visualmente a dimensão dos números resultantes do estudo.

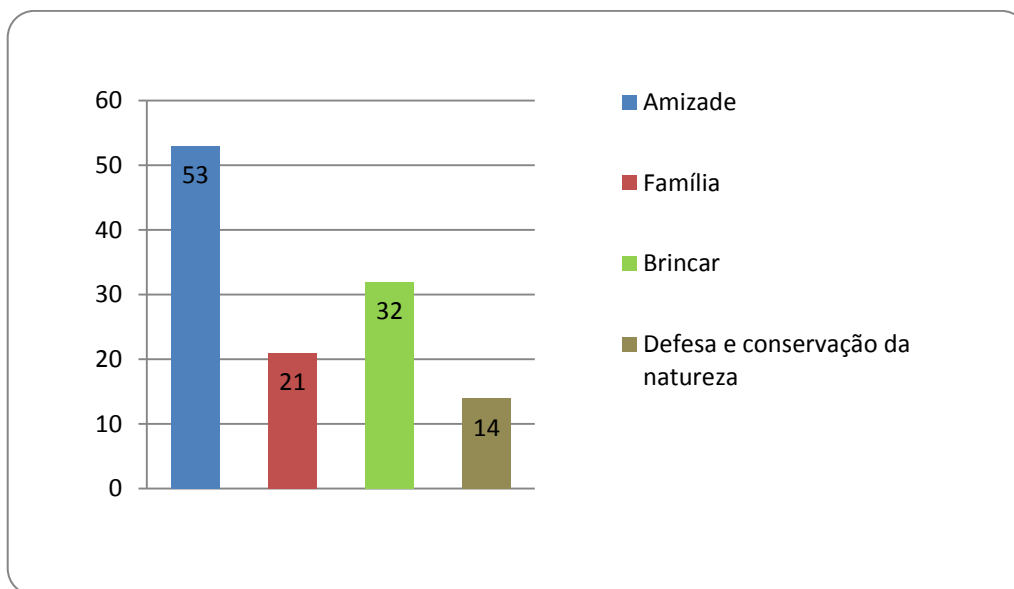


Gráfico 1 - Quantidade de programas em que cada valor se apresenta (números absolutos)

No gráfico 1 encontra-se em foco a análise da totalidade dos programas que cada valor estudado compreende. Por exemplo, a partir do gráfico, o valor “amizade” é o valor que está ligado em maior número às séries ou programas do canal SIC K na semana de dia 5 a dia

11 de Setembro de 2011. Através deste pode-se depreender que a equipa do SIC K, promove em grande escala a programação do canal com programas que incitam e comunicam o valor social de “amizade”. O facto de a totalidade dos programas analisados transmitirem ideias deste valor leva a crer que é de grande importância criar o padrão de amizade na cabeça das crianças. Essa importância pode estar relacionada com o facto de o SIC K preocupar-se muito com crescimento como pessoa social do seu público infanto-juvenil. Isso verifica-se através de algumas das promessas que o canal faz na sua apresentação e que foram abordadas no tópico da filosofia e identidade do canal, tais como “prometemos ser amigos e companheiros”, “prometemos dizer-te a verdade” e “prometemos ouvir-te”.

Na continuação da abordagem ao gráfico 1 pode-se também perceber que o valor que aparece em foco em segundo lugar é o de “brincar”. Este é um valor consideravelmente essencial no decorrer do processo de crescimento humano pois segundo Armando Neto, Psicólogo na Faculdade Paulistana de Ciências e Letras, “O brincar é essencial às crianças e nos revela de diversas formas que tem poder terapêutico natural, além de constituir auxílio na boa formação infantil, nas esferas emocional, intelectual, social, volitiva e física. Esquecer-se do brincar é também esquecer de viver com qualidade de vida, e, ao oferecermos às crianças a possibilidade de brincar, oferecemos muito mais do que o ato em si mesmo, visível aos olhos, estendemos uma perspectiva de vida melhor, um desenvolvimento mais natural e eficiente, uma socialização decorrente de tão-somente brincar, e ainda mais, a possibilidade de se reconhecer como ser, na terapia constante do expressar e concretizar criativamente os recursos internos de que dispomos”. (Neto, s/d) Assim, pode-se dizer que o canal volta a reforçar a sua intenção na formação do Ser Humano como Ser social. Mais uma vez recorrendo às promessas do SIC K, aquela que mais deixa patente esta intenção é “prometemos divertir-te, entreter-te e fazer-te pensar”, estimulando o pensamento, imaginação e criatividade na criança que são características estimuladas pelo “brincar”.

O terceiro valor que aparece também em destaque com um número de programas considerável é o de “família”. Este valor caracteriza-se por ser um valor que está ligado ao íntimo da criança desde nascença através da relação que o próprio bebé tem com a mãe mas que só quando o pensamento cognitivo da criança começa a desenvolver-se é que cria significação social. Família é um valor que é preciso preservar pois mais que um alicerce é um porto seguro para qualquer pessoa no decurso da sua vida perante a sociedade. O SIC K ao insistir em programação que directa ou indirectamente partilha ideais de família está a incutir no seu público que, nutrir pela saúde deste grupo de grande cumplicidade é garantir a sua segurança e o seu futuro.

Por último o valor social com menos incidência é o de “defesa e conservação da natureza”. Vivendo numa fase em que os problemas ecológicos são à escala mundial e de grande preocupação por parte de todos, dever-se-ia esperar que houvesse maior incidência de temas relacionados com a poluição e a extinção em massa tanto de animais como da flora. Apesar de ser o valor que recebe menos incidência neste estudo pode-se dizer que não é esquecido e até tem tido alguma relevância e lugar de destaque. pois o SIC K, preocupou-se em criar um logótipo ecológico do próprio canal. Como a natureza é de vital importância para a vida do Homem, é sempre bom que esses valores de protecção e preocupação com o ambiente sejam cultivados desde tenra idade, aliás como se pode verificar através da promessa do canal “prometemos preocupar-nos com o teu futuro e o do nosso planeta”.



Figura 7 - Logótipo ecológico do canal SIC K

Considerando agora o gráfico 2 relativo à análise da totalidade dos programas que cada manifestação de violência incorpora procede-se à discussão destes dados.

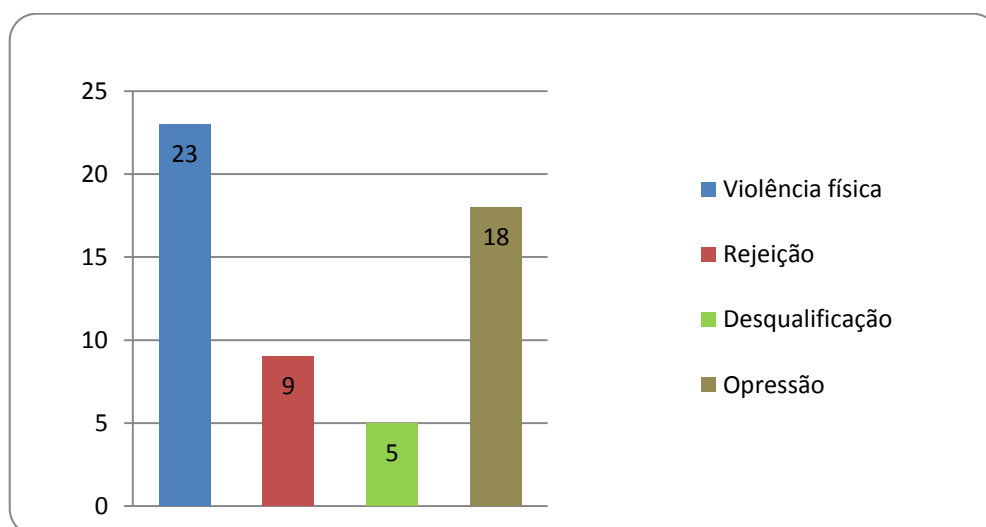


Gráfico 2 - Quantidade de programas em que cada manifestação de violência se apresenta (valores absolutos)

Em conformidade com a análise anterior, a partir do gráfico 2 a manifestação de violência “física” é o tipo que se apresenta em maior número nas séries ou programas do canal SIC K na semana de dia 5 a dia 11 de Setembro de 2011. Através deste dado pode-se tirar algumas ilações. Vinte e três (23) programas num total de cinquenta e três (53) correspondem à percentagem de 43,39% no que diz respeito à incidência na programação de situações de violência física. Ou seja, quase metade da programação transmitida numa semana suscita ou promove a violência física. No entanto, este dado pode ser contrariado lembrando a perspectiva de Lurçat abordada no tópico da televisão e conteúdos de violência do capítulo 2 que refere dois argumentos. “A violência faz parte da vida” e “também faz parte da cultura”, (Lurçat, 1990) o que poderá em parte explicar esta aposta em conteúdos considerados violentos, pois também interessa manter as crianças conscientes da sociedade real que os rodeia e o facto de lhes esconder determinadas situações pode prejudicar o seu crescimento pessoal. É claro que a resposta a estes valores também terá como quota-parte a questão das audiências que é o que faz um canal sobreviver no meio de tantos outros. O facto de as crianças serem classificadas pelo SIC K como um público especial acaba por fazê-lo construir uma grelha de programação que lhes agrade e para isso têm que transmitir alguns programas que incontrolavelmente suscitam violência física, mas que vincam quase sempre que essas acções trazem consequências e são reprimidas.

Opressão aparece como o segundo tipo de violência mais representado nos programas da semana de estudo. Isso pode estar de certo modo relacionado com a categoria violência física, pois a opressão tem também como característica a agressividade perante o outro. Apesar de nesta categoria não existir contacto e exagero no uso da força como no anterior, existe antes um elevado grau de submissão da vítima perante o opressor que abusa do poder que tem decorrente da sua posição na hierarquia social. Recorrendo mais uma vez à lista de promessas do canal SIC K e numa tentativa de perceber tanto este valor de opressão assim como o anterior de violência física, a frase “prometemos não nos armarmos em teus pais” poderá explicar esta posição que o canal toma perante os seus espectadores. Enquanto os pais são familiares e indivíduos super protectores dos seus filhos, que não os deixam passar por situações menos agradáveis, o canal faz o papel de “amigo” avisando e alertando as crianças para os perigos que as rodeiam onde a violência física e a opressão se enquadram.

Por último, rejeição e desqualificação são representadas em pequena escala e isso comprova-se pelas respectivas percentagens, 16,98% e 9,43% do total de programas estudados. Rejeição é um tipo de violência que está ligada ao sentimento de repúdio e não aprovação, assim como a desqualificação que também está associada ao desinteresse, frieza, indiferença e desprezo como foi mencionado na constituição das categorias que constituem

as dimensões de análise das manifestações de violência. Pode-se conceber que este tipo de violência é maioritariamente psicológica relativamente às duas violências analisadas anteriormente, pois a rejeição e a desqualificação têm um carácter mais sentimental e emocional. Fazendo o paralelismo com este estudo de caso específico do SIC K, a hipótese a que se pode chegar é que a violência do tipo psicológica recebe menos incidência que as de outro tipo e isso pode-se explicar pois nas crianças com idades compreendidas entre os 6 e os 13 (*core target* do SIC K) o pensamento e capacidade de compreensão não estão tão desenvolvidas como nos adolescentes mais velhos ou até nos adultos e por isso a sua presença nos programas direccionados para crianças não se verificam tanto.

Como comparativo, o seguinte gráfico 3 providencia uma perspectiva sobre o total de valores e o total de manifestações ou tipos de violências que estão associados aos programas do SIC K. Nota-se que, a ênfase e importância dada pelo canal aos valores sociais é tal que o seu total ultrapassa pelo dobro as manifestações de violência dos heróis ou protagonistas. Esta é uma relação que apesar de não ser totalmente conclusiva, pode ajudar a fundamentar o título desta dissertação que enuncia que o SIC K é um “canal com valores e não violento”, considerando a diferença de posturas relativamente a valores e relativamente a violências.

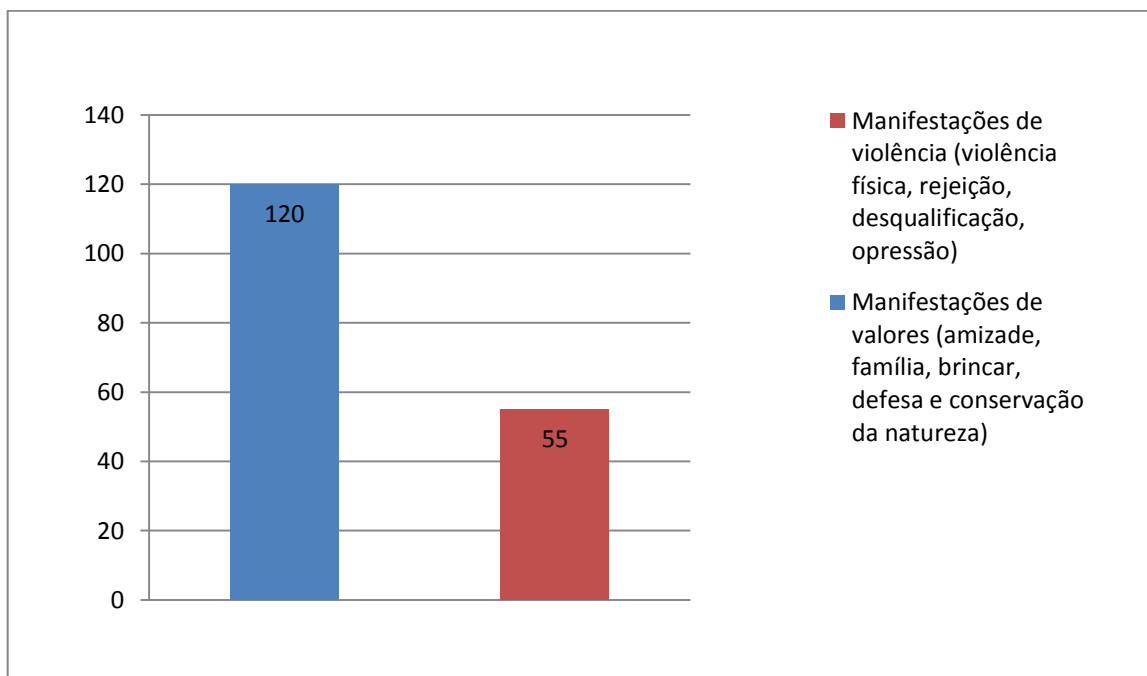


Gráfico 3 - Quantidade de valores e manifestações de violência nos programas do canal SIC K (números absolutos)

No que diz respeito à análise dos dias da semana em questão, resultou o gráfico 4 que se apresenta de seguida para tentar obter resposta ao conjunto de totais que a tabela 10 mostra (totais diários de valores e de manifestações de violência).

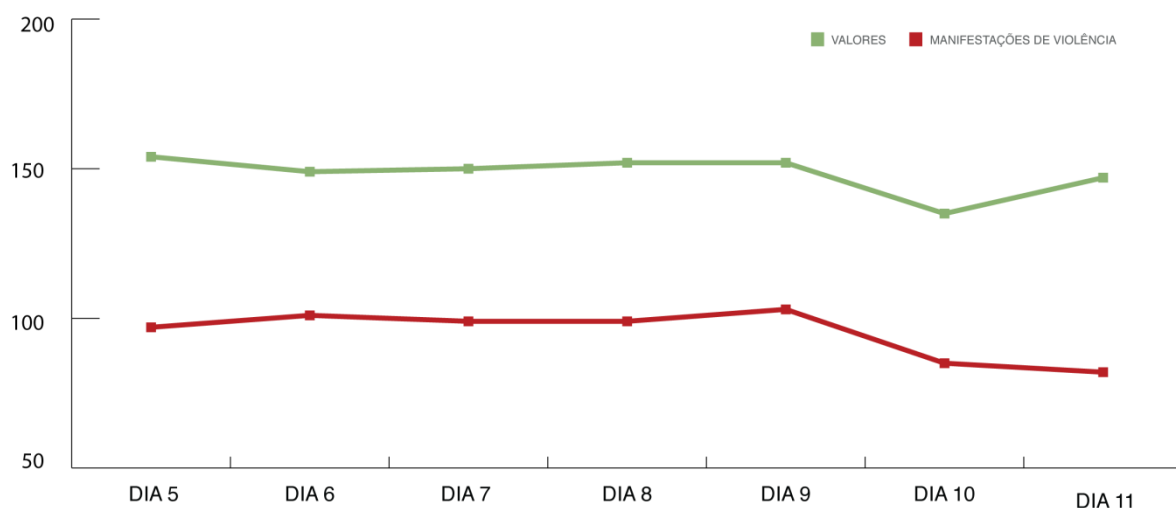


Gráfico 4 - Ilustração da quantidade de valores e manifestações de violência de acordo com os dias da semana de 5 a 11 de Setembro de 2011

Então, através do gráfico nota-se que resultaram duas linhas que se prolongam ao longo dos dias 5 até 11 (de segunda-feira a domingo). A linha verde diz respeito aos valores como enunciado na legenda superior ao gráfico enquanto a vermelha diz respeito às “violências”. Para além de se reparar que os valores da linha verde estão sempre muito mais acima dos da vermelha, também se nota que existe um paralelismo quase uniforme ao longo dos dias, exceptuando a diferença do dia 5 para o dia 6 e do dia 10 para o dia 11. No primeiro intervalo existe um pequeno decréscimo dos valores enquanto as manifestações de violência sobem um pouco mas, na prática esta situação possivelmente não tem explicação a nível da escolha directiva da programação até porque os programas transmitidos nos dois dias não diferem muito uns dos outros. Já no intervalo de dia 10 para dia 11, que corresponde ao fim-de-semana, gera-se uma diferença contrária significativa, em que os totais dos valores sobem bastante, relativamente ao dia anterior, e os totais violentos descem. Olhando para os dados da grelha (Anexo I e II), repara-se que no domingo existe a presença de mais programas de características mais direccionadas para os mais novos. Relembrando que o *target* do SIC K compreende uma grande variedade de idades que vão dos 4 aos 18 pode-se tirar uma ilação de que de facto, como anteriormente já foi dito, os adolescentes naturalmente não querem e não vêm o mesmo que as crianças mais novas. Estando o intervalo em questão situado no fim-de-semana e levantando a questão dos hábitos dos adolescentes, rapidamente se chega a uma

conclusão simples que de seguida se tenta explicar. Os adolescentes são claramente uma classe à parte do resto das crianças, pois estão como que em iniciação para a fase adulta das suas vidas e esse facto suscita novos objectivos, prioridades e opções. Com isto e colocando factos gerais da vida real em atenção, sabe-se que esta classe de indivíduos ao fim de semana, à medida que vai amadurecendo, começa a querer sair de casa para estar com os amigos, para passear, para se divertirem, para irem para os cafés, bares ou discotecas. Todos estes são prova da característica social que começam a desenvolver nestas idades e assim sendo, neste período da semana, dedicam menos do seu tempo à actividade que neste caso está associada a este estudo, o de ver televisão. Esta breve ilação que se retira desta situação pode então dar razão de ser à escolha da direcção do canal em transmitir mais programas que enviam mensagens valorosas ao invés das violentas, pois o público que, no geral, é mais assíduo na visualização do SIC K no fim-de-semana serão os mais novos, aqueles a quem ainda a violência é uma matéria que lhes é alheia ou pelo menos com pouco significado e que passam mais tempo em casa e vêem televisão para entretenimento.

Relativamente ao somatório total de todos os dias de todos os valores e de todas as manifestações de violência não haverá muito a dizer além de que aí sim se nota a diferença enorme que existe entre uns e outros (1039 para os primeiros e 666 para os segundos) relativamente à presença destes nos programas do canal.

Como último comparativo, os totais de cada categoria (amizade, família, brincar, defesa e conservação da natureza, violência física, rejeição, desqualificação e opressão) após a análise semanal vem confirmar o que já se tinha previsto com a análise individual de cada programa, de que os valores mais transmitidos durante a programação do SIC K são “amizade” e “brincar” enquanto nas manifestações violentas são “violência física” e “opressão”.

Recorda-se que a conclusão a que se chegou sobre o ponto de vista da produção do canal para explicar os valores tem a ver com a intenção do canal na instrução e preparação dos mais novos para o seu futuro, inculcando-lhes valores sociais ditos positivos, em que neste caso só foram estudados os quatro já referidos. Relativamente às “violências” estudadas a conclusão é de que realmente não se pode alhear as crianças do mundo que as rodeia, daí a necessidade de os preparar para o que menos de bom lhes possa acontecer, e é aí que se enquadram os programas violentos transmitidos.

Do ponto de vista das crianças, numa análise semanal, e do que lhes mais interessa ver na televisão, propõe-se a visão de que os programas com maior incidência de valores são vistos geralmente pelos jovens que têm idades compreendidas entre os 4 e os 10 pois como se pode verificar através da grelha da programação do SIC K, esses programas são

transmitidos durante as manhãs, entre as 6h as 13h, que são horários compatíveis com este *target* que nessas horas estará primeiramente, acabada de acordar e depois no infantário ou em casa onde a televisão é de fácil acesso, e durante a tarde até as 18horas, que é o momento em que começam a surgir conteúdos mais violentos. Este momento pode ser explicado por ser uma hora em que normalmente os mais velhos saem das aulas e voltam para casa. Até à meia noite mantêm-se maioritariamente este tipo de programas. Após isso e durante a noite toda, dá-se espaço à repetição de séries mais ou menos de um modo aleatório o que torna um pouco difícil a análise da incidência de valores e violência.

Durante o fim-de-semana, a grelha da semana de 5 a 11 de Setembro de 2011 deixa perceber que existe um planeamento diferente através da presença de programas como o “Bem-disposto” pela manhã que engloba programação para as crianças mais novas, o programa “Party Girls” no domingo direccionado para as raparigas, o programa “MasterChef Junior” com uma temática normalmente alheia aos mais novos (culinária) e a maior incidência em filmes para ver com a família. Apesar de nunca deixar de existir programação dita violenta, nota-se a intenção do SIC K em fazer a programação no fim-de-semana menos agressiva e mais instrutiva.

3.5 *Conclusões, limitações do estudo e desenvolvimentos futuros*

Agora que este estudo chega ao seu final e como modo de concluir importa estabelecer os pontos principais da investigação e verificar se foi possível responder às questões a que se propôs inicialmente. Seguindo as orientações que o enquadramento teórico fornece, definir o conceito de comunicação e abordar o que hoje em dia está catalogado como comunicação no seio dos media foi importante na medida em que o SIC K é um canal de um médium completamente globalizado, especializado no público infanto-juvenil e que necessita pensar e organizar a sua maneira de se comunicar com os mais novos. A criação de um canal deste tipo pressupõe regras de comunicação e transmissão de mensagens e o SIC K parece tê-lo feito de um modo correcto pois a sua projecção tem sido grande tendo em conta que tem apenas perto de 2 anos de existência. Denota-se aqui, e fazendo a ligação à função dos media, que o SIC K ganhou um papel de educador em Portugal, pois tem acompanhado os jovens no seu crescimento como pessoas e preocupa-se com isso pois transmite os programas que eles mais gostam ao mesmo tempo que os instrui com programas de teor mais formativo e que lhes incute valores de amizade, brincar, família e defesa e conservação da natureza como se comprovou.

Como essencial destaca-se a abordagem feita aos conteúdos televisivos violentos e de valores nos media pois são estes que servem de base para o estudo efectuado e às conclusões às quais se chegou. Na medida em que a televisão é um médium que passa mensagens é bom referir que ela acaba por estar em simbiose com o termo “educação”, pois como disse Conceição Lopes referindo-se ao primeiro axioma da teoria orquestral da comunicação “todo o comportamento tem valor de mensagem”, e essa mensagem que o SIC K passa durante qualquer programa que transmite provoca significação e revolução na cabeça dos mais novos, o que é positivo e incita à criatividade.

Relativamente ao estudo efectuado em concreto, pretendia-se contribuir para uma resposta às perguntas iniciais “Existem ou não valores de amizade, de família e de brincar na programação televisiva do canal SIC K, durante o período alvo da recolha de dados?” e “Existem ou não manifestações de violência de tipos: violência física, rejeição, desqualificação e opressão?” para além de se tentar perceber quais eram as preocupações do canal na criação da sua grelha televisiva. As respostas a estas perguntas foram conseguidas e através delas percebeu-se que este canal se remete ao papel de educador-amigo, muito à custa da sua filosofia que define as crianças como um telespectador especial, e não mais um no meio de tantos.

Sim, existem valores presentes na programação do SIC K em grande quantidade.

Sim, também existem manifestações de violência, mas estas de certa maneira controladas pois com base nos dados obtidos na observação do caso de estudo eram em menor quantidade comparativamente aos valores. Este facto demonstra que, apesar da presença maioritária de valores, através dos resultados também se verifica a existência de uma consciencialização para os perigos que advêm da violência na sociedade. Assim, o SIC K para além dos valores que transmite, consciencializa, aconselha e guia as crianças no seu processo de socialização e desenvolvimento humano através dos programas transmitidos.

No que concerne às limitações pode-se apontar o facto de que a amostra utilizada foi muito reduzida, pois um ano tendo 365 dias, estudar apenas 7 torna-se relativo e perde razão quando é para tirar juízos de valor muito concretos. Para além disso, também o número de valores e manifestações de violência analisados pecam por défice e isso empobrece este estudo que de alguma forma tenta formar um quadro geral dessas mesmas categorias.

Como proposta para um futuro estudo ligado a este encontra-se significação na tentativa de analisar um período mais alargado para se poderem confrontar períodos do ano em que podem existir diferentes incidências na programação do SIC K, tais como o período de férias e o de aulas. Propõe-se ainda alargar o estudo a canais concorrentes do mesmo género em território português e aumentar a quantidade de valores e violências no estudo. O

objectivo de cruzar informação com outro tipo de dados, para além dos deste estudo, são também uma proposta para tornar mais fiável o caso de estudo em questão. Neste caso os valores de *share* e *rating* da televisão seriam essenciais para efectivamente verificar se os programas estão a ser vistos e aí saber qual a dimensão do impacto que os valores e manifestações de violência presentes na transmissão estão realmente a ter na população infanto-juvenil. Ainda assim e mesmo sem a perspectiva estatística é possível dizer-se que o SIC K é um canal especializado para crianças com valores e não violento.

SEGUNDA PARTE - METODOLOGIA

Capítulo 4: Bibliografía

Anastácio, R. S. (2006). "Criatividade e Comunicação da Ciência: Estratégias Criativas para Comunicar Noções Básicas de Hereditariedade do Programa de Ciências Naturais do 9º ano do 3º Ciclo do Ensino Básico". Tese de Mestrado da Secção Autónoma de Ciências Sociais, Jurídicas e Políticas. Aveiro, Universidade de Aveiro.

Anastácio, R. S; Lopes, Conceição. (2007). "Era Digital: o quadro conceptual media-educação". Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. Aveiro, Universidade de Aveiro e Serpa, Escola Profissional de Desenvolvimento Rural de Serpa. ISBN 978-989-95500-1-8.

Araújo, Cidália et al. (2008, Janeiro). "Estudo de Caso" - Unidade Curricular: Métodos de Investigação e Educação. Mestrado em Educação: Área de Especialização em Tecnologia Educativa. Universidade do Minho, Instituto de Educação e Psicologia. http://grupo4te.com.sapo.pt/estudo_caso.pdf. (2011, Novembro 10)

Balles, Paul. (2011, Maio 1). McLuhan's message always tells us to look beyond the obvious. <http://mycatbirdseat.com/2011/05/media-moves-the-masses/>. (2011, Outubro 27)

Bateson, Gregory. (1977). *Vers Une Écologie de L'Esprit*, Tome I, Paris: Ed. Seuil.

Cádima, Rui. (2005, Dezembro 1). A violência nos Media e a questão da auto-regulação. <http://irrealty.blogspot.com/2005/12/violencia-nos-media-e-questo-da-auto.html>. (2011, Outubro 27)

Chaves, Mónica; Gervásio, Elsa; Liz, Carlos; Dutschke, Georg. (2007). *Kids' Power - A Geração Net em Portugal*. Plátano Editora (págs. 89-109)

Directiva 2010/13/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 10 de Março de 2010, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros respeitantes à oferta de serviços de comunicação social audiovisual (Directiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual) Texto relevante para efeitos do EEE.

Federman, M. (2004, Julho 23). What is the Meaning of the Medium is the Message?. http://individual.utoronto.ca/markfederman/article_mediumisthemessage.htm. (2011, Outubro 27)

Furetière, Antoine. (1690). *Dictionnaire universel, contenant généralement tous les mots françois tant vieux que modernes, et les termes de toutes les sciences et des arts*, Volume 1. http://books.google.com.br/ebooks?id=4FU_AAAAcAAJ&hl=pt-BR. (2011, Novembro 4)

Global village (term). (2011, Outubro 30). Em Wikipedia, The Free Encyclopedia, de [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Global_village_\(term\)&oldid=458131486](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Global_village_(term)&oldid=458131486) (2011, Outubro 30)

Lage, Louise. (n/d). Publicidade e Propaganda Comunitária. De <http://www.louiselage.com.br/artigos/publicidade%20comunitaria.pdf>

Levinson, Paul. (1999). *Digital McLuhan: A Guide to the Information Millennium*. Routledge. ISBN 0-415-19251-X.

Lopes, Felisbela; Pereira, Sara. (2007). Estudos sobre programação televisiva: os programas de informação e os conteúdos para a infância. Comunicação apresentada ao Congresso “Informação e Programação de Serviço Público num Contexto Competitivo”, 19 e 20 de Março.

Lopes, Conceição. (1998). Comunicação e ludicidade na formação do cidadão pré-escolar. Tese de doutoramento em Ciências e Tecnologia da Comunicação apresentada à Universidade de Aveiro, Aveiro

Lopes, Conceição. (2006, Novembro 15). Comunicación y educación en la era digital! in, IX Congreso Internacional IBERCOM “EL Espacio iberoamericano de comunicación en la era digital” Facultad de Comunicación, Sevilla, Espanha.

Lopes, Conceição. (2007). Mídia educação, a perspectiva co-participativa que se distingue da perspectiva aprisionada da educação para a mídia. Artigo apresentado no X Colóquio Internacional de Comunicação – Regiocom, sob o tema Desenvolvimento Regional, sob o painel “Dilemas educacionais na idade média: da inclusão midiática na escola à mídia como escola paralela”.

Lopes, Conceição. (2007). Sebenta da UC de Lopes, M.C.O.

Lopes, Conceição. (2007, Dezembro). Uma lógica de conexão comunicacional na defesa da Ecologia do Espírito Humano. Provas de Agregação à Universidade de Aveiro.

Lopes, Conceição. (2011, Maio 13). “31” - Conferência e-Challenges – Universidade Minho.

Lopes, Conceição. (2011). Literacia, comunicação e cidadania: a televisão como parte da solução, o caso do canal K SIC. Congresso Nacional "Literacia, Media e Cidadania". ISBN 978-989-97244-1-9.

Lurçat Liliane. (1990). "Impact de la violence télévisuelle. In: Enfance." Tome 43 n°1-2. pág. 167-171.

MacBride Commission (1980/2004). Many voices, one world: Towards a new, more just, and more efficient world information and communication order. Report of the International Commission for the Study of Communication Problems. UNESCO

(1980). Lanham, Md.: Rowman & Littlefield.

Massey, Kimberly B. FUNCTIONS OF THE MEDIA: An entry from Macmillan Reference USA's Encyclopedia of Communication and Information. (2011, Outubro 27)

Marketingfacts64 (user). (2008, Novembro 3). Marshall McLuhan about Global Village. [Vídeo]. Minuto 0.54min até 1.27min. Recuperado de <http://youtu.be/K8J6uEUXlR0> (2011, Outubro, 28)

McLuhan, Marshall (1964), Understanding Media, Routledge, London.

Media quentes e media frios. Em Infopédia. Porto: Porto Editora, 2003-2011. (2011, Outubro 20)

Media (communication). (2011, Novembro 8). em Wikipedia, The Free Encyclopedia, de [http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Media_\(communication\)&oldid=455747374](http://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Media_(communication)&oldid=455747374) (2011, Novembro 9)

Mendes, Pedro Boucherie. (2011, Outubro 29). Pessoal e Intransmissível em Jornal, Público. <http://www.marktest.com/wap/a/clip/id~b3ff.aspx>. (2011, Novembro 5)

Neto, Armando. (s/d). O brincar no desenvolvimento infantil. <http://www.psicologia.org.br/internacional/pscl59.htm>. (2011, Dezembro 2)

Oliveira, I. G. e Lopes, Conceição. (2005). Design de criatividade – uma abordagem sistémica na análise compreensiva da promoção e desenvolvimento da criatividade no quadro da experiência criativa e da pragmática de aprendizagens e de mudanças – contributo teórico da Escola de Pensamento de Palo Alto. Livro de Actas do Congresso 4º SOPCOM. Aveiro, Universidade de Aveiro.

Pereira, Hugo. (2011). O SIC K: um contributo para análise da programação

Pereira, João Pedro. (2006, Janeiro 5). Crianças e jovens vêem televisão em excesso, em “Diário de Notícias”. http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=633525 (2011, Outubro 27)

Pereira, Sara. (1997). Crianças e televisão: uma relação de influências. Associação dos Profissionais de Educação de Infância, 2-3. Retirado de <http://hdl.handle.net/1822/4928> (2011, Novembro 2)

Pereira, Sara. (2000). Educação para os Media e Cidadania.

Pereira, Sara. (2004). A qualidade na televisão para crianças. Revista Científica de Comunicación y Educación. ISSN: 1134-3478.

Pereira, Sara. (2006). Televisão para crianças em Portugal: critérios e tendências de programação. IX Congresso IBERCOM - Sevilla-Cádiz

Pereira, Sara. (2009). A televisão e as crianças, um ano de programação na RTP1, RTP2, SIC e TVI para a Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

<http://www.erc.pt/documentos/EstudoATElevisaoeasCrianças.pdf> (2011, Novembro 2)

Sic Blog. <http://sic-blog.blogs.sapo.pt/>. (2011, Janeiro 14)

Site Canal SIC. <http://sic.sapo.pt/online/sites+sic/sic+institucional/universo/SIC+K.htm>. (2011, Janeiro 15)

Site Canal SIC K. <http://sic.sapo.pt/kapa/>. (2011, Janeiro 15)

Thompson, John. (1998). A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis. Editora Vozes

Viana, Carla. (2004, Setembro 26). "O cérebro infantil está a mudar?". em Associação Mulheres em Acção, de http://www.mulheresemaccao.org/noticias_view.asp?Id=398. (2011, Outubro 20)

Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (1993). Pragmática da Comunicação Humana. Um Estudo dos Padrões, Patologias e Paradoxos da Interação. (9ª ed.). São Paulo: Editora Cultrix.

Winkin, Yves. (1981). La nouvelle communication. Paris: Éditions du Seuil

Wright, Charles R. (1959). Mass Communication: A Sociological Perspective. New York: Random House.

Anexos

Anexo I - Grelha de programação do canal SIC K para os dias 5 a 11 de Setembro de 2011

(Parte I)

		DIRECÇÃO DE PROGRAMAS GRELHA DE PROGRAMAÇÃO - SIC K					2ª Versão 06-12-2011 - 0:49			
SEM									SEM	
36		SEGUNDA	TERÇA	QUARTA	QUINTA	SEXTA	SÁBADO	DOMINGO	36	
		05-Set	06-Set	07-Set	08-Set	09-Set	10-Set	11-Set		
06:00		SÍTIO PICAPAU AMARELO	SÍTIO PICAPAU AMARELO	SÍTIO PICAPAU AMARELO	SÍTIO PICAPAU AMARELO	SÍTIO PICAPAU AMARELO	FACTOR K IV-4 (1ª parte)	FACTOR K IV-5 (1ª parte)		06:00
06:15		SÍTIO PICAPAU AMARELO	SÍTIO PICAPAU AMARELO	SÍTIO PICAPAU AMARELO	SÍTIO PICAPAU AMARELO	SÍTIO PICAPAU AMARELO	FACTOR K IV-4 (2ª parte)	FACTOR K IV-5 (2ª parte)		06:15
06:30							HORSELAND	HORSELAND		06:30
06:45		Ep. 198 + 199	Ep. 199 + 200	Ep. 200 + 201	Ep. 201 + 202	Ep. 202 + 203	I - Ep. 19	I - Ep. 20		06:45
07:00		OGGY I-46	OGGY I-47	OGGY I-48	OGGY I-49	OGGY I-50	BD: Bem Disposto	BD: Bem Disposto		07:00
07:15		MINI-ESPIÕES II - Ep. 6	MINI-ESPIÕES II - Ep. 7	MINI-ESPIÕES II - Ep. 8	MINI-ESPIÕES II - Ep. 9	MINI-ESPIÕES II - Ep. 10	OGGY I-9	OGGY I-10		07:15
07:30		ANGEL'S FRIENDS I-41	APRENDE C/ ROBOTS I-41	ANGEL'S FRIENDS I-42	ANGEL'S FRIENDS I-43	ANGEL'S FRIENDS I-44	VIVA PIÑATA	VIVA PIÑATA		07:30
07:45		APRENDE C/ ROBOTS I-41	UMA AVENTURA	APRENDE C/ ROBOTS I-42	APRENDE C/ ROBOTS I-43	APRENDE C/ ROBOTS I-44	I - Ep. 23	I - Ep. 24		07:45
08:00		IRON MAN I-11	V - Ep. 1	IRON MAN I-13	IRON MAN I-14	IRON MAN I-15	BINDI	BINDI		08:00
08:15		NARUTO IV - Ep. 54	NARUTO IV - Ep. 55	NARUTO IV - Ep. 56	NARUTO IV - Ep. 57	NARUTO IV - Ep. 58 / 62	I - 29 / 31 (E)	I - 30 / 31 (E)		08:15
08:30		FUTEBOL GALÁCTICO	FUTEBOL GALÁCTICO	FUTEBOL GALÁCTICO	FUTEBOL GALÁCTICO	FUTEBOL GALÁCTICO	TITEUF II - Ep. 49	TITEUF II - Ep. 50		08:30
08:45		II - 13	II - 14	II - 15	II - 16	II - 17 / 26	SÍTIO P. AMARELO I-150	SÍTIO P. AMARELO I-151		08:45
09:00		BEN 10	BEN 10	BEN 10	BEN 10	BEN 10	O Imparável Mr. Bean 42	O Imparável Mr. Bean 43		09:00
09:15		I - Ep. 3	I - Ep. 4	I - Ep. 5	I - Ep. 6	I - Ep. 7	SMURFS Ep. 11	SMURFS Ep. 12		09:15
09:30		SMURFS I-22	SMURFS I-23	SMURFS I-24	SMURFS I-25	SMURFS I-26	BEN 10	BEN 10		09:30
09:45		TITEUF II-13	TITEUF II-14	TITEUF II-15	TITEUF II-16	TITEUF II-17	II - Ep. 12 / 13	II - Ep. 13 / 13		09:45
10:00		YU-GI-OH GX	YU-GI-OH GX	YU-GI-OH GX	YU-GI-OH GX	YU-GI-OH GX	FUTEBOL GALÁCTICO II	FUTEBOL GALÁCTICO III		10:00
10:15		III - Ep. 26	III - Ep. 27	III - Ep. 28	III - Ep. 29	III - Ep. 30	NARUTO III - Ep. 5	NARUTO III - Ep. 6		10:15
10:30		ANGEL'S FRIENDS I-1	ANGEL'S FRIENDS I-2	ANGEL'S FRIENDS I-3	ANGEL'S FRIENDS I-4	ANGEL'S FRIENDS I-5	YU-GI-OH	YU-GI-OH		10:30
10:45		O Imparável Mr. Bean 39	ISEU + POLLY II - 9 + Telede	ISEU + POLLY II - 10 + Telede	MONSTER HIGH Ep. 17	MONSTER HIGH Ep. 18	I - Ep. 31	I - Ep. 32		10:45
11:00		UMA AVENTURA	UMA AVENTURA	UMA AVENTURA	UMA AVENTURA	UMA AVENTURA	CAHOTIC II - Ep. 23	CAHOTIC II - Ep. 24		11:00
11:15		V - Ep. 9	V - Ep. 2	V - Ep. 10	V - Ep. 11	V - Ep. 12	OS DALTONS Ep. 61 / 78	OS DALTONS Ep. 62 / 78		11:15
11:30		PRESDS NA ILHA	PRESDS NA ILHA	ESCOLA DE ESTRELAS	ESCOLA DE ESTRELAS	ESCOLA DE ESTRELAS	ANGEL'S FRIENDS	ANGEL'S FRIENDS		11:30
11:45		TRAPPED II - Ep. 25 / 28	TRAPPED II - Ep. 26 / 28	LDREAM I - Ep. 1 / 13	LDREAM I - Ep. 2 / 13	LDREAM I - Ep. 3 / 13	I - 40	I - 41		11:45
12:00		OS DALTONS Ep. 67 / 78	APRENDE C/ ROBOTS I-3	PSI: PAY.SOB INY Ep. 10	POLLY II-8 + WALLACE 10 no	OS DALTONS Ep. 71 / 78	UMA AVENTURA	UMA AVENTURA		12:00
12:15		SMURFS I-16	SMURFS I-17	SMURFS I-18	SMURFS I-19	SMURFS I-20	III - Ep. 11	III - Ep. 12		12:15
12:30		MADISSON ONLINE	MADISSON ONLINE	MADISSON ONLINE	HELLO KITTY	HELLO KITTY	DOURADINHO	POLLY II - 9		12:30
12:45		I-24	I-25	I-26	I-1	I-2	LUA VERMELHA	LUA VERMELHA		12:45
13:00		LUA VERMELHA	LUA VERMELHA	LUA VERMELHA	LUA VERMELHA	LUA VERMELHA	I - Ep. 21	I - Ep. 22		13:00
13:15		I - Ep. 77	I - Ep. 78	I - Ep. 79	I - Ep. 80	I - Ep. 81	POP STARS II - 2	POP STARS II - 3		13:15
13:30		POP STARS I-5	POP STARS I-6	POP STARS I-7	POP STARS I-8	POP STARS I-9	MASTERCHEF JÚNIOR	MASTERCHEF JÚNIOR		13:30
13:45		DRAGON BALL GTI-29	DRAGON BALL GTI-30	DRAGON BALL GTI-31	DRAGON BALL GTI-32	DRAGON BALL GTI-33	I - Ep. 11 (E)	I - Ep. 12 (E)		13:45
14:00		OGGY I-75	UMA AVENTURA	OGGY I-76	YU-GI-OH	YU-GI-OH	MAR AZUL	MAR AZUL II - 8		14:00
14:15		GORMITI	V - Ep. 3	GORMITI	I-49 / 57 (II-1)	I-50 / 57 (II-2)	II - 7	Party Girls		14:15
14:30		SÍTIO P. AMARELO I-195	UMA AVENTURA	SÍTIO P. AMARELO I-196	SÍTIO P. AMARELO I-197	SÍTIO P. AMARELO I-198	PSI: PAY.SOB INY Ep. 10 no	BRATZ I - Ep. 18		14:30
14:45		II - Ep. 25	V - Ep. 4	II - Ep. 26	OGGY I-77	OGGY I-78 / 78	OGGY I-73	ONTO A VI-9-MONSTER		14:45
15:00		GO TY PILL'S Ep. 303	ILHA DO ESCORPIÃO	GO TY PILL'S Ep. 304	GO TY PILL'S Ep. 305	GO TY PILL'S Ep. 306	POWER STONE I - Ep. 13	ANGELS FRI-26-Dourad		15:00
15:15		ILHA DO ESCORPIÃO II-12	II - 13	ILHA DO ESCORPIÃO	ILHA DO ESCORPIÃO	ILHA DO ESCORPIÃO	HERÓIS DE RESGATE I-3	APRENDE C ROBOTS I-3		15:15
15:30		FACTOR K IV-6 (1ª parte)	PSI: PAY.SOB INY Ep. 4	FACTOR K IV-6 (1ª parte)	FACTOR K IV-6 (2ª parte)	POLLY II - 10 + P. Vestir 13	APRENDE C/ ROBOTS I-3	MONSTER H. 13		15:30
15:45		II - Ep. 7 (E)	MINI ESPIÕES II - Ep. 8 (E)	MINI ESPIÕES II - Ep. 9 (E)	MINI ESPIÕES II - Ep. 10 (E)	MINI ESPIÕES II - Ep. 11 (E)	MADISSON ONLINE	MADISSON ONLINE I-2		15:45
16:00		HERÓIS DE RESGATE I-24	HERÓIS DE RESGATE	HORSELAND	VIVA PIÑATA	VIVA PIÑATA (E)	I - 20	OS DALTONS		16:00
16:15		POLLY II - 10 (E)	I - 27 / 39 (E)	I - Ep. 25 / 26	I - Ep. 23	I - Ep. 24	MUSEU + POLLY II - 10	I - Ep. 39		16:15
16:30		MINI ESPIÕES II - Ep. 7 (E)	TOP K	CAPETA I - Ep. 3	CAPETA I - Ep. 4	CAPETA I - Ep. 5	OS DALTONS	APRENDE C/ ROBOT 3		16:30
16:45		HERÓIS DE RESGATE I-24	TOP K	HOT WHEELS I - Ep. 3	HOT WHEELS I - Ep. 4	HOT WHEELS I - Ep. 5	I - Ep. 38	MINI ESPIÕES II - Ep. 5		16:45
17:00		MAR AZUL III - 11	MAR AZUL III - 12	MAR AZUL III - 13	MAR AZUL III - 13	MAR AZUL III - 13	MINI ESPIÕES II - Ep. 4	GORMITI		17:00
17:15		BEN 10	BEN 10	BEN 10	BEN 10	BEN 10	I - Ep. 21	BEN 10		17:15
17:30		II - Ep. 2 / 13	II - Ep. 3 / 13	II - Ep. 4 / 13	II - Ep. 5 / 13	II - Ep. 6 / 13	GORMITI	BEN 10		17:30
17:45							I - Ep. 21	BEN 10		17:45
18:00							BEN 10 III - Ep. 1	II - Ep. 2 / 13		18:00
18:15							MAR AZUL III - 15	FUTEBOL GALÁCTICO		18:15
18:30							VOLYERINE Ep. 9	II - Ep. 2		18:30
18:45							FUTEBOL GALÁCTICO II - Ep. 1	YU-GI-HO 5D I - 2 / 64		18:45

Anexo II - Grelha de programação do canal SIC K para os dias 5 a 11 de Setembro de 2011
(Parte II – continuação da anterior)

19:00	SMURFS Ep. 26 (E)	UMA AVENTURA V - Ep. 5	SMURFS Ep. 1	SMURFS Ep. 2	SMURFS Ep. 3	NARUTO IV - Ep. 3 / 62	NARUTO IV - Ep. 4 / 62	19:00
19:15	DRAGON BALL GT (E) I-32		DRAGON BALL GT (E) I-34	DRAGON BALL GT (E) I-35	DRAGON BALL GT (E) I-36	OGGY I-73	SMURFS Ep. 5	19:15
19:30	NARUTO V - Ep. 33	DRAGON BALL GT (E) I-33	NARUTO V - Ep. 35	NARUTO V - Ep. 36	NARUTO V - Ep. 37	MONSTER H. 1		19:30
19:45	FUTEBOL GALÁCTICO II-24	NARUTO V - Ep. 34	FUTEBOL GALÁCTICO III	FUTEBOL GALÁCTICO III	FUTEBOL GALÁCTICO III	ANGEL'S FRIENDS I-27	MINI ESPÍOES II - Ep. 5	19:45
20:00	POP STARS II-7	FUTEBOL GALÁCTICO II-26	POP STARS II-9	POP STARS II-10	POP STARS II-11	FACTOR K (E) IV-7 (1ª parte)	FACTOR K (E) IV-7 (2ª parte)	20:00
20:15		POP STARS II-8				POP STARS I - Ep. 11	POP STARS I - Ep. 12	20:15
20:30	LUA VERMELHA I - Ep. 91 (E)	LUA VERMELHA I - Ep. 92 (E)	LUA VERMELHA I - Ep. 93 (E)	LUA VERMELHA I - Ep. 94 (E)	LUA VERMELHA I - Ep. 95 (E)	LUA VERMELHA I - Ep. 36	PSI: PAY.SOB INV. Ep.11/11	20:30
20:45	NARUTO V - Ep. 37 / 52	NARUTO (E) V - Ep. 38 / 52	NARUTO (E) V - Ep. 39 / 52	NARUTO (E) V - Ep. 40 / 52	NARUTO (E) V - Ep. 41 / 52	Festa Cinema	LUA VERMELHA I - Ep. 37	20:45
21:00	NARUTO (E) V - Ep. 38 / 52	NARUTO (E) V - Ep. 39 / 52	NARUTO (E) V - Ep. 40 / 52	NARUTO (E) V - Ep. 41 / 52	NARUTO (E) V - Ep. 42 / 52	H2O - O FILME	CINEK	21:00
21:15	FUTEBOL GALÁCT. II-1	FUTEBOL GALÁCT. II-2	FUTEBOL GALÁCT. II-3	FUTEBOL GALÁCT. II-4	FUTEBOL GALÁCT. II-5		H2O - AS SEREIAS	21:15
21:30	DRAGON BALL GT I-11	DRAGON BALL GT I-12	DRAGON BALL GT I-13	DRAGON BALL GT I-14	DRAGON BALL GT I-15			21:30
21:45	ILHA DO ESCORPIÃO II - 16 / 30	ILHA DO ESCORPIÃO II - 16 / 30	ILHA DO ESCORPIÃO II - 17 / 30	ILHA DO ESCORPIÃO II - 18 / 30	ILHA DO ESCORPIÃO II - 19 / 30	FULLMETAL BROTH. 25 (E)		21:45
22:00	UMA AVENTURA V - Ep. 9	UMA AVENTURA V - Ep. 6	UMA AVENTURA V - Ep. 10	UMA AVENTURA V - Ep. 11	UMA AVENTURA V - Ep. 12	FULLMETAL BROTH. 26 (E)	OS DALTONS Ep. 18	22:00
22:15	CINEK	CINEK	CINEK	CINEK	CINEK		NARUTO III - 41	22:15
22:30	OPEN SEASON	ROCKIE E BULLWINKLE	COCAS NO PANTANO	DADDY DAY CAMP	ELMO		FULLMETAL BROTH. 25	22:30
22:45							YU-GI-OH I - Ep. 58	22:45
23:00							YU-GI-OH I - Ep. 59	23:00
23:15							CINEK	23:15
23:30							OPEN SEASON	23:30
23:45								23:45
00:00								00:00
00:15								00:15
00:30								00:30
00:45								00:45
01:00								01:00
01:15	ANGEL'S FRIENDS I-32	ANGEL'S FRIENDS I-33	ANGEL'S FRIENDS I-34	ANGEL'S FRIENDS I-35	ANGEL'S FRIENDS I-36		COCAS NO PANTANO	01:15
01:30	TIO PICAPAU AMARELO Ep. 199	TIO PICAPAU AMARELO Ep. 200	TIO PICAPAU AMARELO Ep. 201	TIO PICAPAU AMARELO Ep. 202	TIO PICAPAU AMARELO Ep. 203	MASTERCHEF JÚNIOR I - Ep. 10	SLAMBALL I - Ep. 41	01:30
01:45	TOP K	UMA AVENTURA V - Ep. 7	TOP K	TOP K	TOP K	TITEUF II - Ep. 33	FACTOR K IV-7 (2ª parte)	01:45
02:00	CAPETA I - Ep. 1	UMA AVENTURA V - Ep. 8	CAPETA I - Ep. 3	CAPETA I - Ep. 4	CAPETA I - Ep. 5	SLAMBALL I - Ep. 40	OGGY I-4	02:00
02:15	HOT WHEELS I - Ep. 1		HOT WHEELS I - Ep. 3	HOT WHEELS I - Ep. 4	HOT WHEELS I - Ep. 5	FACTOR K IV-7 (1ª parte)	O MÁGICO I - Ep. 4	02:15
02:30	DRAGON BALL GT I-21	UMA AVENTURA V - Ep. 9	DRAGON BALL GT I-22	DRAGON BALL GT I-23	DRAGON BALL GT I-24	FULL METAL ALQ.BROTH I-25	IRON MAN Ep. 16	02:30
02:45	YU-GI-OH I - Ep. 81 / 97	CAPETA I - Ep. 2	YU-GI-OH I - Ep. 83 / 97	YU-GI-OH I - Ep. 84 / 97	YU-GI-OH I - Ep. 85 / 97	IRON MAN Ep. 15	SMURFS Ep. 5	02:45
03:00	OS DALTONS Ep. 3 / 78	HOT WHEELS I - Ep. 2	OS DALTONS Ep. 4 / 78	OS DALTONS Ep. 5 / 78	OS DALTONS Ep. 6 / 78	GO TY REPORT Ep. 73	MINI ESPÍOES II - Ep. 5	03:00
03:15	GO TY PILL'S Ep. 295		GO TY PILL'S Ep. 297	GO TY PILL'S Ep. 298	GO TY PILL'S Ep. 299	CAHOTIC II - Ep. 1	GO TY REPORT Ep. 74	03:15
03:30	NARUTO IV - Ep. 54	YU-GI-OH I - Ep. 82 / 97	NARUTO IV - Ep. 56	NARUTO IV - Ep. 57	NARUTO IV - Ep. 58 / 62	OGGY I-17	CAHOTIC II - Ep. 2	03:30
03:45	O Imparável Mr. Bean 49	GO TY PILL'S Ep. 296	TITEUF II - Ep. 13	FACTOR K IV-6 (2ª parte)	WALLACE & GROMIT 10 / 10	RADIOSCÓPIO I - Ep. 45	TITEUF II - Ep. 49	03:45
04:00	LUA VERMELHA I - Ep. 84	NARUTO IV - 55	O Imparável Mr. Bean 50	O Imparável Mr. Bean 51	PSI: PAY.SOB INV. Ep.11/11	RADIOSCÓPIO I - Ep. 46	RADIOSCÓPIO I - Ep. 47	04:00
04:15								04:15
04:30								04:30
04:45								04:45
05:00								05:00
05:15								05:15
05:30								05:30
05:45								05:45

Emissão de "Douradinhos", "Museu Divertido", "Fashionistas", "Monster High", "Wallace & Gromit" e "Polly 2", a utilizar como acerto, em locais a definir oportunamente.

○ - Programa de Acesso Condicionado
 (N) - Número segmentos
 Ep. N / SS - EE - Episódio e/ou Série - Episódio
 DIR - Directo
 RE - Repetição

ALTERAÇÕES	Comédia	Desporto	Documentários	Estreias
Concur / Entreten.	Ficção	Filmes	Animação	Informação
TELEVENIDAS	Socio-Culturais	Magazine	Novelas	Reality Show
				TalkShows