

AS CRIANÇAS E OS MEDIA NO PÓS-25 DE ABRIL: DISCURSOS, PERCURSOS E SILÊNCIOS

**Manuel Pinto
Sara Pereira**

A análise a que procedemos neste trabalho incidiu sobre um conjunto de referências bibliográficas que constam da lista anexa a este texto. A escassez de trabalhos científicos produzidos neste domínio, que a inventariação realizada permitiu destacar, constitui, desde logo, uma primeira nota a sublinhar. Por essa razão, fomos levados a alargar um pouco o critério de selecção utilizado, incorporando, nomeadamente, alguns textos publicados por especialistas em meios de comunicação social sob a forma de artigos e, ainda, alguns pareceres em que intervieram especialistas, bem como legislação produzida sobre o campo em estudo no período considerado.

I. Observações de carácter geral

1. Uma nota a destacar refere-se ao facto de a esmagadora maioria das referências indexadas incidir sobre os anos 90, apesar de o período considerado na análise se reportar a meados dos anos 70. Salvaguardando a possibilidade de o escrutínio relativamente aos anos mais recentes beneficiar da atenção, interesse e até envolvimento directo dos escrutinadores, parece razoável deixar equacionada, desde já, a hipótese de o interesse pelo estudo científico pela relação entre as crianças e os media ter conhecido um forte incentivo especialmente a partir de finais dos anos 80. A consideração dos factores que terão contribuído para a definição deste campo de estudo pode constituir uma vertente relevante para a compreensão desse mesmo campo.

2. Observe-se, em segundo lugar, que a cobertura das várias vertentes do problema considerado é, no período considerado, quantitativa e substantivamente desigual. Numa observação impressiva, dir-se-ia que as preocupações manifestas se centram predominantemente nos media (nas suas políticas de programação, nos conteúdos e formas dos seus programas e nos efeitos que eles podem desencadear), e menos nas crianças, no seu papel de utilizadores e de consumidores, nos seus contextos de vida, nas

formas de apropriação e de significação das mensagens recebidas, nas suas necessidades e motivações, etc. Considerando, pois, a distinção proposta por McQuail (1994) entre uma orientação mediocêntrica *versus* uma orientação sóciocêntrica, dir-se-ia haver, aqui, um claro desequilíbrio a favor da primeira daquelas orientações.

3. Uma outra nota relaciona-se com o peso claramente maioritário ocupado pelos estudos que têm a TV como tema ou referência. São escassos, para não dizer quase inexistentes os estudos sobre a relação entre as crianças e a imprensa, a rádio e o cinema. O caso da publicidade reveste-se de alguma especificidade, na medida em que a população infantil constitui um “target” importante, que obriga a algum estudo, por parte das agências de publicidade e marketing. Os jogos vídeo e, mais ainda, a Internet, apesar do tom ora apocalíptico ora cor-de-rosa do discurso corrente, não parecem ter motivado ainda as atenções dos investigadores e estudiosos, relativamente aos públicos mais jovens¹.

| | Imprensa | Rádio | Televisão | Publicidade | Cinema | Internet | Gerais | Total |
|-------------------|----------|-------|-----------|-------------|--------|----------|--------|-------|
| Nº de referências | 3 | 0 | 10 | 1 | 0 | 0 | 4 | 18 |
| % de referências | 16.7 | 0 | 55.5 | 5.6 | 0 | 0 | 22.2 | 100 |

4. Uma parte dos poucos estudos científicos realizados em torno da criança e dos media pode inserir-se numa orientação que designaremos globalmente de psicopedagógica. Com muito poucas excepções, a Psicologia constitui a grande matriz disciplinar de referência, registando-se, ao mesmo tempo, uma preocupação pelas implicações dos meios de comunicação no plano educativo. Esta preocupação correlaciona-se provavelmente com um facto que deve ser igualmente sublinhado: o aumento significativo do número de iniciativas que se têm vindo a desenvolver desde meados dos anos 80 em torno do que tem sido chamado ‘Educação para os Media’².

¹ No caso da Internet, os estudos de audiência que desde os finais de 1996 vêm sendo trimestralmente realizados em Portugal pela Mediaplannig só abarcam a população com mais de 14 anos.

² A Educação para os Media” é uma área simultaneamente de pesquisa e de intervenção, que visa criar as condições e as metodologias mais adequadas à formação de utilizadores críticos e intervenientes face aos meios de comunicação social. Em Portugal, uma primeira grande iniciativa neste campo foi a campanha “Ler jornais é saber mais”, levada a cabo pelo Conselho de Imprensa em meados dos anos 80, havendo ainda a salientar propostas diversas elaboradas no âmbito dos trabalhos da Comissão de Reforma do Sistema Educativo (1986-1988); o lançamento do projecto ‘Público na Escola’, que ainda perdura, por iniciativa do jornal Público, em finais de 1989; a instituição de componentes de formação de professores e educadores em diversas instituições de ensino superior (como é o caso da Universidade do Minho, que criou mesmo um Curso de Estudos Superiores Especializados neste campo); a criação de um Núcleo de Educação e Media no Instituto de Inovação Educacional, que tem vindo a incentivar e alimentar uma rede de projectos escolares e a promover anualmente a Semana dos Media na Escola; e, finalmente, a criação de

5. Uma outra nota pretende sublinhar a escassez de investigação empírica realizada em Portugal e com crianças portuguesas no campo aqui considerado. Algumas excepções são Brederode Santos (1991), Mesquita (1991) Magalhães e Alçada (1993), Pereira (1993); Ponte (1994); Pinto (1995), Fonseca (1996) e considerando as referências encontradas, pode constatar-se que, com frequência, as análises e reflexões têm por base os resultados de pesquisas conduzidas nas últimas décadas em diversos países estrangeiros, com destaque para os Estados Unidos da América. Se é certo que muita da programação vista pelas crianças portuguesas é comum à que vêem as crianças norte-americanas, parece sensato admitir que a diversidade de contextos sócio-culturais de recepção possa conduzir a diferentes conclusões.

II. Uma preocupação especial pelos efeitos dos media

Um ensaio de categorização dos materiais disponíveis levou-nos a considerar três acepções distintas em que a relação entre as crianças e os media pode ser objecto de estudo:

As representações das crianças nos media — Aqui se inclui todo o tipo de imagens, discursos e narrativas que se propõem tratar, aludir ou retratar as crianças e a infância, seja na programação/edição especificamente concebida e difundida para os segmentos etários mais baixos, seja na programação de grande audiência.

A oferta mediática existente para as crianças — O foco da atenção incide aqui nas políticas de programação para a infância, no quadro mais vasto da programação do conjunto e de cada um dos operadores, dos tempos de programação, das filosofias de inclusão e exclusão de géneros e programas, dos formatos e, naturalmente, dos conteúdos.

O papel dos media na vida das crianças — Procura-se, neste caso, caracterizar os usos dos meios de comunicação na vida quotidiana dos mais pequenos, bem como os modos e as modalidades do consumo, os processos de atribuição de significado ao que é objecto de consumo e de apreço, e o impacto destes significados na organização e estruturação da vida do dia a dia.

Vejamos cada uma das dimensões consideradas.

uma Associação de Educação e Media, cuja primeira grande iniciativa nacional decorreu em Fevereiro de 1997, na sequência de um Congresso muito participado organizado pela Universidade de Coimbra, dois anos antes. Para uma visão de conjunto desta dinâmica, actualizada até 1993, cf. Pinto et al. 1993.

1. As representações das crianças nos media

Iremos passar rapidamente sobre este ponto, uma vez que nenhum dos trabalhos que consideramos nesta análise o trata especificamente.

É em alguma legislação que vamos encontrar uma preocupação pela representação das crianças. Assim, no Código da Publicidade, instituído pelo Decreto-Lei nº 330/90, de 23 de Outubro (recentemente alterado, embora não neste ponto), determina-se que “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” (artº 14º-2). Não conhecemos estudos que nos permitam ter uma noção sobre se este ponto tem sido ou não respeitado, bem como sobre os estereótipos e modelos de crianças e de infância que surgem nos conteúdos mediáticos. Este constitui, claramente, um dos campos em que o silêncio da investigação mais se faz ouvir.

2. A oferta mediática dirigida às crianças

Neste âmbito, merecem destaque dois estudos de natureza diferente, quer no âmbito, quer na metodologia adoptada. Um é o de Cristina Ponte (1994), uma tese de mestrado apresentada na Universidade Nova, que procede a um levantamento e análise da oferta de programação da RTP para os mais novos, cobrindo um período que vai de 1957 a 1991, ou seja, desde o arranque da TV em Portugal às vésperas do início da actividade dos operadores privados. Outro é o de Maria Emília Brederode Santos (1991), elaborado no âmbito da produção e emissão do programa ‘Rua Sésamo’, de que foi directora pedagógica e de investigação.

A partir dos dados que recolhe e analisa, Cristina Ponte destaca o facto de, ao longo do período em que a RTP manteve o monopólio das emissões, a percentagem da programação infanto-juvenil se ter mantido sensivelmente constante relativamente ao volume global de horas de emissão. Esta situação altera-se significativamente em 1990 e 1991, anos em que “a oferta de programas infantis no conjunto dos dois canais mais do que duplicou”. Numa análise à informação disponível, constata-se existir, desde o início dos anos 80, um domínio claro da programação de origem estrangeira (a excepção é o ano de 1986). A partir de finais daquela década, a Europa vai paulatinamente perdendo a posição dominante que tinha, em favor dos Estados Unidos. A autora do estudo considera

que ao facto não será alheia “a política de aquisição de ‘pacotes’ de programas às grandes empresas norte-americanas, que ofereciam vantagens significativas no seu custo”.

Uma outra tendência anotada por Cristina Ponte incide sobre a ligeira antecipação do horário da programação infantil de um período praticamente colado às notícias da hora de jantar, para um período um pouco mais cedo, o que seria um sinal da busca, nesse mesmo segmento horário, de audiências menos específicas.

A autora do estudo alude ainda à crescente valorização da componente de entretenimento, em detrimento de uma orientação materializada em programas de pendor mais informativo e educacional.

A este conjunto de movimentos concomitantes não será certamente alheia uma estratégia, procurada ou não, de antecipação e defesa por parte do único operador então existente, face ao quadro legislativo e mediático que viria a verificar-se com a abertura da TV à iniciativa privada em Portugal. Mudanças de sentido convergente, que no nosso país ocorreram já nos anos 90, vinham-se concretizando em diversos países da Europa desde a década anterior e suscitaram também em Portugal um intenso debate político.

Um caso até certo ponto atípico e de grande envergadura é, neste contexto, o que se plasma na decisão da RTP de se lançar na produção do ‘magazine’ Rua Sésamo, a partir de 1987³, direccionado prioritariamente para o segmento infantil pré-escolar. É neste âmbito que encontramos o segundo estudo ou conjunto de estudos publicados por aquela que foi a directora pedagógica do programa, Maria Emília Brederode Santos.

Há alguns aspectos inovadores no desenvolvimento do projecto de Rua Sésamo que importa referir:

- O facto de ter sido precedido, acompanhado e seguido de investigações apoiadas em diferentes metodologias e técnicas;
- O facto de ter contado, desde o início, com o envolvimento e interacção de profissionais da educação e da televisão;
- O facto de ter articulado, em torno da língua portuguesa, uma perspectiva multicultural, de descoberta do mundo e da diferença;
- Finalmente, o facto de ter tido em consideração as “vivências, interesses e práticas culturais de crianças de diferentes meios” (Ponte, 1994: 141).

O programa tem subjacentes vários pressupostos. Um deles é a afirmação das potencialidades da aprendizagem lúdica e do entretenimento educacionalmente

³ De facto tratou-se de uma co-produção, em conjunto com a organização norteamericana autora da ideia, a Children’s Television Workshop. A versão portuguesa iria para o ar a partir do último trimestre de 1989.

intencionalizado com base na televisão. O outro, estreitamente relacionado com este, é o de que a televisão pode ter um efeito positivo e ‘pró-social’, ao contrário do que pretendiam alguns discursos e correntes de opinião. Neste sentido, pode dizer-se que os pressupostos do programa “Rua Sésamo” se inscrevem numa rica e diversificada corrente de investigação em ciências da comunicação a que se tem chamado paradigma dos efeitos. Ao contrário, porém, de versões simplistas deste paradigma, excessivamente mediocêntricas e assentes num modelo comunicacional unidireccional, o projecto Rua Sésamo sustenta que, como frisa Brederode Santos, “a criança retira informações, modelos de comportamento, atitudes e valores” daquilo que vê na televisão, mas, por outro lado, “interpreta e reconstrói à sua maneira” essas informações, modelos, atitudes e valores (1991: 26). Ou seja, nas orientações que presidiram à concepção e produção deste programa, existe uma percepção das crianças como agentes sociais activos. De resto, a autora não cessa de chamar a atenção para a relevância dos contextos do ‘consumo’ televisivo da criança e, em especial, para “o prazer de partilhar o seu visionamento com os adultos” (id.: 24) e para o facto de que “a TV não lhe pode dar a experiência directa das coisas e das acções sobre as coisas” (id.: 116).

Num plano diferente, mas enquadrável numa perspectiva global dos efeitos dos media, poderíamos considerar ainda a investigação desenvolvida por Maria Benedicta Monteiro (1984) sobre ‘A Construção Social da Violência - Perspectiva Cognitiva e Desenvolvimental’ e que teve como objectivo principal explorar os efeitos da violência filmada sobre os comportamentos agressivos dos pré-adolescentes e sobre as suas representações da realidade social.

Num dos estudos desenvolvidos, foi apresentado a um grupo de pré-adolescentes do meio urbano, um filme violento e um filme não violento. A autora concluiu então que, depois de ver um filme violento, os pré-adolescentes sentem medo de serem vítimas numa sociedade em que os crimes tendem a aumentar e crêem que é bem justificada a intervenção de agentes da autoridade. Mas, quando são colocados numa situação experimental de agressão e têm oportunidade de punir um companheiro que os tenha provocado, eles não hesitam em fazê-lo. Ou seja: depois de passar por uma experiência emocional de medo, de insegurança e de apelo à protecção ao ver um filme violento, segue-se um comportamento de agressão. Benedicta Monteiro comenta estes resultados referindo que “os sujeitos procederam provavelmente a uma elaboração cognitiva do seu estado emocional em função destes signos, o que os leva a reagir agressivamente” (329).

3. Os media na vida das crianças

Os trabalhos analisados, além de geralmente norteados por preocupações e orientações predominantemente mediocêntricas, manifestam uma constante e quase omnipresente preocupação com “aquilo que os media fazem às pessoas” (às crianças, neste caso) em detrimento de “aquilo que as pessoas fazem com os media”.

Esta última maneira de colocar a questão é bem representada no curto texto de Alice Vieira (1997), sobre as crianças e a leitura. Até porque a leitura é, com frequência, apresentada como uma variável dependente do consumo televisivo, com o qual manteria uma correlação de sentido negativo: quanto maior fosse o consumo televisivo, menor seria a prática da leitura. Ora, no texto citado, a autora não só se insurge contra “o simplismo do único culpado”, como alarga o leque de factores que, do seu ponto de vista, não podem deixar de ser tidos em consideração: as condições de habitação que não permitem privacidade à criança; a ausência de livros no ambiente doméstico; a ausência de conversa familiar; o pouco hábito de recorrer a bibliotecas; a associação do livro à escola e à ideia de obrigação, etc.

Na mesma orientação vai a investigação de um dos autores do presente texto (Pinto, 1995). Este estudo, elaborado no âmbito da preparação de um doutoramento em Ciências da Comunicação, parte do pressuposto de que as práticas televisivas se encontram de tal modo entrelaçadas com o conjunto das práticas quotidianas das crianças que a não consideração deste dado induz o risco de um certo enviesamento da análise do papel da televisão na sociedade e nomeadamente no processo de socialização dos mais pequenos. Não há uma relação unidireccional, de causa-efeito, entre TV e vida quotidiana: a TV contribui para estruturar as rotinas quotidianas, mas o seu uso é também condicionado pelo quadro de normas e de valores dos contextos de recepção.

A investigação apresentada neste estudo foi realizada com cerca de 780 crianças do distrito de Braga, de idades compreendidas entre os 8 e os 12 anos, de diferentes meios geográficos e níveis socioeconómicos, precisamente com o objectivo de analisar os usos, preferências e significados da televisão em distintos contextos de recepção. A informação recolhida baseou-se numa combinação de técnicas, que incluiu questionários, diários e textos escritos pelas crianças. Os resultados põem em realce as grandes disparidades de situações no quotidiano da infância, em termos de quantidade e diversidade de actividades e experiências, mas também ao nível dos significados que as mesmas

actividades revestem para crianças diferentes (ou para as mesmas crianças em momentos diferentes). Fornece ainda indicações consistentes de que o elevado consumo televisivo, que os dados apurados evidenciam, se deve, em parte, à ausência ou inacessibilidade de alternativas pelo menos tão motivadoras como a televisão. As conclusões desta pesquisa põem em questão a *doxa* dominante, que tende a representar as crianças como ‘escravas’ do pequeno ecrã. Mas, ao mesmo tempo, confirmam o interesse que certo tipo de mensagens, de géneros e de personagens nelas despertam, enfatizando a relevância das análises mais centradas no meio televisivo. Ou seja, chama a atenção para o facto de as práticas televisivas infantis não ocorrerem numa espécie de vácuo social, mas em quadros específicos e diversos de interacção, marcados por posições diferenciadas no sistema social.

III. Modelos de criança

Os diferentes modos de abordagem da relação crianças-meios de comunicação têm também de forma mais ou menos explícita subjacentes determinados modelos de criança e de infância.

Voltemos ao programa Rua Sésamo, provavelmente o caso mais significativo de um projecto que combina preocupações educativas, de linguagem televisiva e de investigação psico-pedagógica. Poderia dizer-se, a partir das preocupações e orientações enunciadas em trabalhos publicados, que a criança representada neste programa participa num processo de aprendizagem ao nível motor, intelectual e afectivo apropriado à sua idade (p.31), cujos objectivos são o fomento da auto-estima e da autonomia; o desenvolvimento cognitivo e o desenvolvimento de atitudes positivas face à aprendizagem e à escola; e a construção da sua identidade cultural, o seu conhecimento do real, o apreço pela diversidade do mundo, etc (p.49).

Apesar de aqui e além se poder entrever uma teoria implícita da infância compreendida na sua **dimensão deficitária**, pode dizer-se que o modelo dominante parece ser o da **capacitação e autonomização** progressivas em ordem à plena cidadania. Ainda assim, interessaria aprofundar um pouco mais o significado e os pressupostos decorrentes do facto de praticamente não morarem crianças na Rua Sésamo, apesar da força das razões aventadas para tal (p.73). Por outro lado, poder-se-á discutir os pressupostos inerentes à tonalidade tão positiva e frequentemente ‘cor-de-rosa’ das personagens e das peripécias, na representação ficcionada da vida da rua ou do bairro, mesmo tendo em conta a faixa

etária que constitui o alvo do programa. Finalmente, apesar das preocupações com a diversidade dos meios geográficos e culturais, nem sempre parece ficar sublinhada no Rua Sésamo a diversidade de situações sociais e os diferentes e desiguais modos de ser criança.

Em todo o caso, importa voltar a focalizar o modelo predominante, agora para o contrapor a dois outros modelos que emergem da documentação compulsada. Um deles é **o modelo (publicitário) da criança consumidora** e, o que é mais, da criança **prescritora** de consumos junto das figuras paternas. Sintomaticamente, tem sido em torno desta linha que se têm desenvolvido estudos e investigações sobre as crianças e os media. A preocupação orientadora de tais estudos assenta, no entanto, na preocupação de melhor conhecer o ‘target’, em ordem a conseguir-se uma maior efectividade da mensagem e, em última análise, para uma indução de práticas de aquisição de determinados produtos. Aqui, e ao contrário do modelo anterior, o centro das atenções reside em primeiro lugar nos produtos. As crianças não passam de potenciais clientes, de possíveis consumidores.

É interessante observar que a eficácia da comunicação publicitária exige de forma cada vez mais notória o estudo aprofundado e metuculoso dos mundos sociais da infância, o que passa pelo reconhecimento de que “a criança hoje é um consumidor muito peculiar que pensa e age de uma forma completamente diferente da criança que nós já fomos” (Jane Mathews, 1997).

Distinto dos dois modelos anteriores encontramos ainda um terceiro que designaremos por **modelo proteccionista**. Encontramo-lo designadamente na legislação sobre a Actividade da Televisão (Lei n.º58/90 de 7 de Setembro) e no Código da Publicidade (Dec.-Lei n.º33/90 de 23 de Outubro). Identificamos aqui um conjunto de preocupações no sentido de proteger as crianças dos conteúdos veiculados pelos mass media, nomeadamente em relação a “programas susceptíveis de influir negativamente na formação da personalidade das crianças ou adolescentes” (Lei nº 58/90, artº 17º). As restrições ao conteúdo da publicidade dirigida a menores vão também no sentido de ter sempre em conta a vulnerabilidade psicológica das crianças, a sua inexperiência e credulidade (Dec.-Lei nº 33/90, artº 14º).

Neste modelo[o proteccionista] perpassa pois uma visão de criança que se pode caracterizar como indefesa, fortemente influenciável e vulnerável face aos conteúdos mediáticos. A ideia prevalecente é a de que as crianças necessitam de ser protegidas dos possíveis efeitos negativos que nelas podem exercer os media.

Em jeito de remate, gostaríamos de fazer notar o carácter provisório da apresentação e análise propostas neste estudo. Temos consciência de que o material compulsado pode revestir lacunas significativas. É provável que nomeadamente ao nível de trabalhos académicos não publicados, exista um acervo documental que alteraria o quadro aqui traçado. Por outro lado, as leituras e grelhas de análise que a partir da documentação reunida aqui apresentamos correm o risco de ser parciais e redutoras, por não terem em suficiente conta a complexidade dos quadros teórico-empíricos em que os estudos foram produzidos. Resta-nos a esperança de que os leitores atentos e eventualmente discordantes possam dar contributos para um quadro e uma análise crítica mais rigorosos. Possa este estudo constituir um contributo nesse sentido.

BIBLIOGRAFIA

Alta Autoridade para a Comunicação (1997). *Acordo sobre a Representação da Violência na Televisão* (documento policopiado).

Alta Autoridade para a Comunicação (1994). Sobre a Representação da Violência nos Meios de Comunicação Social. In *Informação AACCS*, nº11

Alta Autoridade para a Comunicação (1997). *Parecer sobre Representação da Violência na Programação Televisiva* (documento policopiado).

Alves, A. (1992). A Comunicação Social e a Criança. In *Cadernos do Noroeste*, 5 (12), 215-224.

Andrés, A., Pinto, M., Andrade, M., Caramelo, P., Lopes, P. (1991). *Mal te Quero Bem te Quero...TV!*, Porto:Faculdade de Psicologia e Ciências (documento policopiado).

Brederode Santos, M. E. (1990). Rua Sésamo: um Programa Educativo - Avaliação Sumativa'. In *Inovação*, 3 (4). Lisboa: IIE.

Brederode Santos, M. E. (1991). *Aprender com a Televisão - O Segredo da Rua Sésamo*. Lisboa: TV Guia Editora.

Brederode Santos, M. E. (1996). A Educação para os Media a Partir da Utilização do Vídeo na Escola: A Propósito do Lançamento do CLIP - Vídeo Jornal e dos Vídeos Exibidos no Fórum. In *Investigação e Inovação para a Qualidade das Escolas*. Lisboa: IIE.

Campos, Ricardo (1996). Efeitos dos Media nas Crianças, in *Escola e Escola Paralela: Representações dos Professores Face aos Mass Media..* Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (polic.).

Código da Publicidade, Dec.-Lei n.º330/90 de 23 de Outubro

Conselho Nacional de Educação (1994). *A Educação e os Meios de Comunicação*, Actas do Seminário realizado em 2 e 3 de Dezembro de 1993. Lisboa: CNE.

Directiva Televisão sem Fronteiras (revista em Junho de 1997)

- Fernandes, M^a J. (1985). A Criança e a Televisão. In *Revista Portuguesa de Pediatria*, 16, 47-52
- Fonseca, T (1996). *A Televisão e a Multiculturalidade: apropriação das mensagens televisivas por crianças de diferentes etnias..* Tese de Mestrado. Lisboa: ISCTE (polic.).
- Jardim da Celeste*, dossier sobre a série educativa para crianças dos 2 aos 6 anos de idade, Departamento de Programas Infantis e Juvenis, RTP 1997.
- Jorge, L. (1997). Para uma Sociedade de Leitores ou a Biblioteca como Didáctica Paralela. In *Palavras, Revista da Associação de Professores de Português*, 11.
- Leandro, A. (1995). Direitos da Criança, Violência e Comunicação Social. In AACCS, *A Violência nos Meios de Comunicação Social*, Colóquio Internacional. Lisboa: AACCS.
- Magalhães, A.; Alçada, I. (1993). *As Crianças e a Leitura nas vésperas do século XXI*: Lisboa: Editorial Caminho.
- Malpique, M. (1995). *Pequenas Histórias: a Geografia das Crianças - Práticas e Representações de Lugares do dia-a-dia de Crianças Portuguesas em Idade Escolar*. Tese de doutoramento. Porto: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação (Vol. II, ponto 8D 'Ver Televisão' pp. 612-615).
- Mathews, J. (1997). Como Comunicar com as Crianças. In *Marketeer, Revista de Marketing, Comunicação e Vendas*, nº12
- Mesquita, M. (1991). *O Impacto da Televiolência no Processo Socialização da Criança - O Exemplo da Guerra do Golfo*. Dissertação de Mestrado em Psicologia do Desenvolvimento. Porto: Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação.
- Monteiro, M. (1984). *La Construction Sociale de la Violence - Approche Cognitive et Développementale*. These présenté en vue de l'obtention du grade de Docteur en Psychologie, UniversitéCatholique de Louvain, Faculté de Psychologie et des Sciences de L'Éducation.
- Paixão, R. (1995, 1 de Novembro). Que Alternativas Oferecemos à Televisão?. In *Público..*
- Pereira, S. (1993). *A Televisão no Jardim de Infância - Práticas e Atitudes dos Educadores da Rede Pública do Distrito de Braga e Contributos para o Uso Criterioso da Televisão*. Braga: CEFOPE da Universidade do Minho.
- Pereira, S. (1994). Educar para os Media no Jardim de Infância. in *Noesis*, 30, 25-29. Lisboa: IIE.
- Pereira, S. (1998) *A Televisão na Família: Processos de Mediação com Crianças em Idade Pré Escolar*, Provas de Aptidão Pedagógica e Capacidade Científica, Braga: Instituto de Estudos da Criança da Universidade do Minho.
- Pinto, M. (1995). *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Tese de Doutoramento em Ciências da Comunicação. Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.
- Pinto, M., Baleiras, A., Santos, A., Pereira, S. (1993). *Escola e Comunicação Social-Desafios e Propostas de Acção*. Braga: CEFOPE da UM.
- Ponte, C. (1994). *Programação e Produção Televisiva para Crianças: um Estudo de Ofertas RTP 1957-1991*. Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação. Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova.
- Regime do Exercício da Actividade de Televisão, Lei n.º58/90 de / de Setembro*

Soares, A. (1984), *Pre-Adolescents Preferences about Heroes and pilots in Books and Mass Media*, Boston University, School of Education.

Vieira, A. (1997). As Crianças e a Leitura. In *Palavras, Revista da Associação de Professores de Português*, 11.

Vilhena, M^a da Conceição (1984), *A Pilot Study of a Unit of television Critical Viewing for Portuguese Children*, Boston University, School of Education.