



CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS DE QUALIDADE DIRIGIDOS AO PÚBLICO INFANTIL

Victoria Tur Viñes e Cristina González Díaz

Introdução

Actualmente existem duas perspectivas vigentes em relação à função desempenhada pela televisão na vida da criança: a educativa e a do ócio/entretenimento. A abordagem feita ao estudo de qualidade audiovisual será influenciada pela perspectiva escolhida.

A televisão começou a sua emissão em Espanha em 1956, inicialmente com uma cobertura parcial que se foi alargando até chegar à maioria da população ao longo da década de 60. Naquela altura, tendo em conta a situação política durante a época franquista, a escolarização era deficiente e a televisão exerceu um papel de educadora social suplementar muito importante. Actualmente, a escolarização em Espanha é de cem por cento²¹⁰ e a televisão deixou de exercer uma função pedagógica, desempenhada agora pela escola, para assumir uma função mais relacionada com a ocupação do tempo livre e o entretenimento. No entanto, quando o objecto de estudo é o receptor infantil, um indivíduo em formação contínua, os conteúdos devem ser planeados atendendo a esta realidade específica, que não se aplica a outros públicos, devendo privilegiar-se a ponderação entre o formativo – que não educacional – e o divertido ou recreativo. Formar-se é adquirir mais ou menos aptidão ou habilidade no campo físico e moral. Educar é desenvolver ou aperfeiçoar as faculdades intelectuais e morais da criança ou do jovem através de diversos métodos pedagógicos, baseados fundamentalmente na doutrina ou nos exemplos. Acreditamos que o papel desempenhado pela televisão em Espanha, actualmente, está mais próximo do formativo do que do educacional.

É neste difícil equilíbrio que o investigador pode realizar as suas avaliações acerca da qualidade, ou não, do conteúdo. Essas avaliações devem ser baseadas na investigação empírica e não só descritiva dos conteúdos de programação televisiva dirigidos às crianças. Parece ser esta a única forma de estabelecer parâmetros que nos permitam aproximar da medida de qualidade do audiovi-

sual televisivo infantil. Este é o objectivo do grupo de investigação Comunicação e Infância, que está a estudar as variáveis que compõem o conceito de qualidade audiovisual e a sua medição na Universidade de Alicante, com subsídio do Ministério da Educação espanhol e do FEDER (SEJ2004-01830/CPOL).

A qualidade de um conteúdo audiovisual deverá ser entendida tendo em conta o receptor do conteúdo e a realidade sociocultural no momento em que se dá a recepção do mesmo. Isto quer dizer que as afirmações que possamos fazer acerca da qualidade de um conteúdo audiovisual estarão condicionadas pela função que, nesse momento histórico, o meio de recepção – a televisão – esteja a desempenhar sobre o receptor, no nosso caso, a criança.

Evidentemente, esta função evolui paralelamente ao crescimento da própria criança e ao desenvolvimento do meio sociocultural em que vive. Aqui reside a maior dificuldade desse estudo.

Os estudos da qualidade do audiovisual

Na tentativa de racionalizar a medição da qualidade dos conteúdos audiovisuais devemos primeiro analisar o que foi feito em outros países a respeito deste tema e as variáveis que foram identificadas como integrantes do audiovisual de qualidade.

A complexidade do conceito de qualidade justifica-se pela interdisciplinaridade do termo. Encontramos assim diferentes abordagens ao conceito de qualidade, todas elas válidas, de acordo com o campo de aplicação para o qual foram criadas.

O termo “televisão de qualidade” compreende um vasto campo de aplicações:

- A qualidade intrínseca da televisão, que se refere à qualidade dos guiões, da estrutura narrativa e do perfil das personagens, entre outros aspectos.
- A qualidade técnica da televisão, que compreende o nível dos registos audiovisuais, ou seja, a iluminação, o som, o tipo de realização, o tipo de imagem...
- A qualidade da indústria televisiva, entendida de duas formas complementares: como a capacidade para dinamizar o sector audiovisual – atraindo investimentos publicitários, criando empregos e gerando benefícios – e como o potencial competitivo dos produtos desta indústria nos mercados internacionais.
- A qualidade do ponto de vista do receptor.

Analisemos os diferentes âmbitos de estudo:

Pujadas (Terribas, 2002: 33-56) reflecte sobre as várias perspectivas de estudo sobre o conceito de qualidade televisiva, distinguindo:

- A qualidade televisiva do ponto de vista da estética. Aqui a autora destaca dois tipos de perspectivas opostas: os que pensam que a televisão

como meio de comunicação, é incapaz de gerar produtos de qualidade, portanto não é possível falar-se de qualidade televisiva; os que vêm a televisão como um artefacto gerador de cultura que, independentemente do tipo de visão, cânones ou gostos, é susceptível de diferenciação. Assim, poderíamos distinguir entre produtos televisivos sublimes e produtos desnecessários.

- A qualidade do ponto de vista da sociologia. A qualidade televisiva, como produto social, actuaria como diferenciador de grupos sociais, já que cada grupo social qualificaria a televisão de qualidade baseando-se num quadro de referências simbólicas diferentes.
- A qualidade televisiva do ponto de vista da ética. A maioria dos canais de televisão europeus, sobretudo os estatais, declara nos seus estatutos a função de “serviço público” no que diz respeito à definição do meio televisivo, os seus fins e objectivos. Tentando ser pragmáticos, poderíamos identificar valores mínimos, irrenunciáveis, que compreendam a qualidade da televisão, sem esquecermos que só serão válidos para uma realidade concreta e para um determinado momento sociocultural. Isto é, em última instância, o que o projecto de investigação que desenvolvemos pretende determinar.

Também podemos estudar a qualidade do audiovisual atendendo aos agentes protagonistas do acto de comunicação. Assim, podemos identificar a qualidade televisiva do ponto de vista do agente emissor (produtoras, cadeias televisivas...) ou do ponto de vista do agente receptor (o espectador final).

No que toca à perspectiva do emissor, uma das primeiras iniciativas europeias para estudar a qualidade televisiva foi feita em Itália, em 1995, com a organização do *Prix Italia*, ocorrido em Bolonha. A iniciativa consistiu num fórum onde se reuniu a maioria dos dirigentes de cadeias televisivas europeias para analisar, entre outros aspectos, os resultados de um questionário feito aos dirigentes da UER (União Europeia de Radiodifusão) sobre os parâmetros que compõem a qualidade da programação televisiva. As declarações dos participantes deste fórum são muito reveladoras (Pujadas, 2002: 43-53):

- A qualidade de uma cadeia de televisão de serviço público distingue-se pela presença de diferentes correntes culturais e pelo equilíbrio na sua representação, assim como pela oferta diferenciada, a especialização, a preferência pela informação e a capacidade para mobilizar os grupos sociais e culturais de opinião maioritária.
- Identifica-se uma tendência que considera a qualidade da política de programação mais importante do que a qualidade da política de produção de programas. A oferta televisiva de qualidade promove os formatos difíceis, as estratégias de programação, a autopromoção de programas e a criação de novos hábitos por parte do espectador no visionamento dos programas. Um exemplo de aplicação prática foi levado a cabo por três cadeias públicas de televisão holandesas (NOS), que planificam a sua programação em conjunto todas as semanas, a partir das noções de di-

versidade horizontal e vertical, conseguindo assim oferecer ao público a possibilidade real de escolher programas diferentes, em todas as faixas horárias, ao longo do dia.

- Concordam em assinalar a necessidade de atender ao que as diferentes regulações consideram como televisão de qualidade. A televisão de qualidade seria aquela que cumpre a lei. A ITV inglesa, uma cadeia televisiva privada de estrutura regional, define a qualidade televisiva em termos de “reflexo da cultura do Reino Unido”. Ou seja, os programas de qualidade seriam aqueles que estimulassem o sentimento de pertença a determinada região geográfica. O idioma seria neste caso um dos argumentos de qualidade que estas cadeias “regionais” usariam para não ser engolidas pelas nacionais.

Algumas cadeias televisivas relacionam qualidade com variedade (DR dinamarquesa; ARD alemã; SSR Suíça) e inovação/experimentação (Channel 4, Reino Unido).

- Quase todas as cadeias televisivas concordam em assinalar a diversidade como traço da televisão de qualidade, entendida como o equilíbrio, a qualidade em todos os géneros e a criatividade.
- A fidelidade da audiência é um indicador da satisfação do espectador e também seria um parâmetro de qualidade.
- É importante diferenciar padrões televisivos e televisão de qualidade. A definição de padrões televisivos e o seu cumprimento podem ser um indicador de qualidade televisiva mas em nada contribuem para a realização de melhores programas televisivos.
- Não existem géneros de programas de maior ou menor qualidade.

Como podemos observar, na opinião dos directores das cadeias televisivas europeias, tentar estabelecer parâmetros de qualidade é um trabalho ao serviço de análises descritivas com a finalidade de indicar o estado da questão. A produção de programas de qualidade parece estar mais associada aos aspectos criativos e inovadores sobre os quais, segundo o seu ponto de vista, não é possível determinar a qualidade. Também se evidencia que o conceito de qualidade é entendido pelos emissores e produtores de conteúdos como algo relacionado com imposições ou restrições e não com orientações ou princípios de actuação, diferenças que são partilhadas com outras actividades actualmente produtivas.

Em suma, podemos dizer que os parâmetros que compõem a qualidade televisiva, segundo o ponto de vista do emissor, são organizados pela seguinte ordem de importância (Pujadas, E., 2002: 52-53):

1. Originalidade/ diversidade	- Novos formatos.
	- Programas para públicos específicos.
	- Reforço da autopromoção de programas minoritários.
	- Formas de criar novos hábitos de visionamento.
	- Originalidade na autopromoção da cadeia televisiva.
2. Variedade de géneros	- Maior quantidade de programas de géneros diferentes e emissão mais frequente dos mesmos.
3. Efectividade	- Relação entre orçamentos e audiências.
	- Cumprimento dos objectivos de imagem da cadeia televisiva: posição, reputação, acessibilidade e identidade.
4. Inovação	- Na produção dos programas e seus conteúdos.
5. Impacto	- Indicadores de impacto qualitativo dos programas de horário nobre, sobretudo: as audiências, a reacção da crítica, a capacidade do programa para gerar comentários nos vários meios, os prémios e o reconhecimento alcançados.

Também é de destacar o estudo realizado por Ellis (1990) com o objectivo de analisar a qualidade da televisão no Reino Unido, entendida como a análise do ambiente em que o emissor televisivo desenvolve a sua actividade e as circunstâncias em que realiza o seu trabalho. As conclusões de Ellis poderiam ser uma boa explicação para a crise de conteúdos que se vive actualmente na televisão e que deu origem a termos como “telelixo”. Este autor afirma que se deu uma crise na transmissão dos valores e práticas fundamentais, ao longo das diferentes gerações de profissionais de televisão no Reino Unido. A primeira geração de profissionais (dos anos 60) foi a protagonista na criação de ideias para a programação. A segunda geração de profissionais assumiu, de forma errónea, que a prática televisiva básica tinha de ser instintiva para ser eficaz e que se tinha de aprender “fazendo”. Esta geração formou-se através do exemplo e não dos argumentos. Desta forma, perdeu-se o interesse na criação de novos programas e assistiu-se a uma maior proliferação da adaptação de formatos bem sucedidos ou semelhantes mas com ligeiras alterações.

Entre os sistemas de medição de qualidade televisiva o autor destaca o Sistema CEO (Durand et al., 1992), adoptado pela televisão francesa, que organiza os seus parâmetros como demonstramos no quadro seguinte:

Dimensão da qualidade	Critério de medida
Cultura viva	A emissão permite compreender o mundo em que vivemos.
Valor de distração	A emissão consegue entreter.
Originalidade do tema	O tema é fora do comum.
Cultura tradicional	Enriquece.
Qualidade da realização	Está bem feita.

Dimensão da qualidade	Critério de medida
Acessibilidade	É acessível a todos.
Actualidade	Permite actualizar os conhecimentos.
Abordagem de conteúdos	Aborda temas de interesse.
Originalidade da forma	Realizada de forma original.

Uma iniciativa importante que tem estudado há 25 anos a televisão de qualidade é a Conferência Internacional de Televisões Públicas, denominada INPUT. Gema Larrégola (2002) afirma que a INPUT não é um mercado de programas, nem um festival, nem um congresso, nem um seminário, mas sim uma conferência anual na qual mais de 1000 *programme-makers* (directores, programadores, produtores, guionistas, realizadores...) debatem sobre programas e tendências televisivas, ao mesmo tempo que comentam os programas novos e polémicos. O objectivo é analisar as produções e a validade das ofertas que as televisões públicas apresentam à sua audiência. Não parece razoável que as televisões privadas não participem neste debate mas, como fórum de debate e reunião, a iniciativa é absolutamente plausível. Este é talvez um dos aspectos mais trabalhados. Referimo-nos ao estudo da qualidade da televisão de carácter exclusivamente público. Neste sentido, merece especial menção a reflexão de De Moragas e Prado (2000: 371) sobre as duas concepções possíveis de televisão pública:

- Posicionamento subsidiário do sistema audiovisual: segundo esta perspectiva, a televisão pública ofereceria os programas que a televisão privada não oferece, seja porque são muito dispendiosos ou porque interessam a grupos muito reduzidos. Esta é a perspectiva defendida pelo INPUT.
- Posicionamento protagonista: a televisão pública teria uma programação direccionada ao público generalista, o que lhe permitiria ter uma quota de penetração ampla que, por sua vez, lhe permitiria mais facilmente cumprir um amplo leque de objectivos públicos.

Em Espanha há uma versão local do INPUT, denominada Miniput. Desde 1994 que se reúnem no mês de Novembro, em Barcelona, os *media* públicos catalães numa conferência co-organizada pela Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Televisió de Catalunya, TVE e i BTv. Talvez este tipo de iniciativa esteja relacionado com o nível de qualidade que se atribui sempre às televisões catalãs mais representativas.

O procedimento de estudo de qualidade que tanto o INPUT como o Miniput aplicam nas suas reuniões consiste na apresentação de um programa inovador ou de destaque por parte de algum representante dos autores do mesmo e no posterior debate com o público sobre as chaves qualitativas do programa. A audiência tem em consideração uma série de aspectos que propiciam o debate qualitativo sobre o produto audiovisual apresentado. O único aspecto

consensual identificado por Larrégola (2002: 42) como critério de qualidade é a manutenção dos princípios éticos, aspecto que consideramos demasiado genérico e polémico para ser útil numa aproximação quantitativa como a que planeamos.

O Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) levou a cabo uma investigação, coordenada por M. Terribas (2002), denominada “*QUALITAT I TELEVISIÓ. El concepte de qualitat i la seva aplicació a la televisió. La perspectiva dels directors i caps de programació de TVE1, La 2, TV3, Canal 33, Telecinco, A3TV i Canal +*”. A metodologia utilizada foi a entrevista em profundidade feita aos directores das cadeias televisivas que emitiam na Catalunha. As entrevistas estavam estruturadas de acordo com uma série de indicadores básicos de qualidade:

- A harmonia entre os conteúdos e a forma de emissão dos mesmos (Terribas, 2002: 135).
- Inovação e/ou originalidade. Visões novas ou diferentes e/ou formas de fazer diferentes das conhecidas do espectador. Contribuições que ampliem e mudem as expectativas do espectador. Isto é importante visto que proporciona à cadeia televisiva a oportunidade de gerar notoriedade com a novidade de um formato e criar uma imagem moderna (Terribas, 2002: 151-3).
- O equilíbrio de funções e/ou géneros (Terribas, 2002: 153-7). As televisões declaram estar sujeitas ao talento que encontram nos mercados que fornecem os conteúdos. A gestão do talento apresenta-se actualmente como uma das grandes tarefas das cadeias televisivas. Não devemos esquecer-nos que as cadeias televisivas actuam mais como gestoras do que como produtoras de conteúdos. É difícil encontrar uma classificação de géneros válida porque actualmente predominam os formatos mistos, que tentam construir relações permanentes de interesse entre o espectador e o programa.
- Mundo referencial, universalidade e localidade (Terribas, 2002: 153-7). Os conteúdos que apresentem proximidade territorial favorecem a identificação por parte da audiência, que procura ofertas que lhe sejam familiares. A chave está em encontrar maneiras de explicar a universalidade de forma local, pois desta forma os conteúdos tornam-se potencialmente interessantes para audiências não locais, aumentando a sua rentabilidade.
- Ética. O importante é reflectir sobre os argumentos que sustentam o programa. Só a partir do raciocínio se justificará a pertinência dos programas. Basicamente devem respeitar os direitos fundamentais de todos os seres humanos, ser verdadeiros e não discriminatórios por questão de raça, género ou classe social. É fundamental que as cadeias televisivas confiem a produção dos conteúdos às pessoas ou aos grupos humanos que estejam em sintonia com a ética da cadeia (Terribas, 2002: 157-67).

Seria interessante saber o que os produtores de conteúdos entendem por qualidade do audiovisual. Há poucos estudos que investiguem a opinião dos provedores de conteúdos (produtoras e afins) sobre a qualidade, uma vez que são, hoje em dia, os grandes agentes geradores e produtores de conteúdos.

Gostaríamos de destacar as declarações de Alejandro Gómez Lavilla (director de Programas de Telecinco durante o período em que foi realizado o estudo do CAC): “A qualidade não é passível de objectivação, não existem programas com o selo de ‘este programa foi certificado como programa de qualidade’. Assim a qualidade tem de ser percebida através de outros mecanismos, que te permitam comunicar ou transmitir a sensação de que estás vendo qualidade. E um mecanismo muito simples e ao alcance de qualquer produtor de programas de televisão ou programador é o profissionalismo.” (Terribas, 2002: 135).

Na nossa opinião, o “profissionalismo” a que Gómez Lavilla alude é, e deve ser, passível de objectivação, fugindo de apreciações subjectivas. O autor equipara qualidade e profissionalismo, mas não define o que entende por profissionalismo. Porque é que o profissionalismo no âmbito televisivo não é susceptível de medição? Porque é que podemos estandardizar a qualidade noutros campos e não no audiovisual? Em conclusão, porque é que se pressupõe que estandardizar e estabelecer critérios mínimos de qualidade são um atentado contra a própria essência do conteúdo audiovisual? Porque não diferenciamos qualidade de criatividade genuína? Porque fazemos com que estes termos se debatam e sejam irreconciliáveis?

Outra abordagem bastante extensa ao estudo da qualidade dos conteúdos audiovisuais é a que faz referência ao ponto de vista do receptor. Segundo Terribas (2002: 31), os estudos mais interessantes nesta área foram realizados por Ishikawa (1992) e Gunter e Wober (1992).

Os estudos da qualidade do audiovisual infantil

Existem numerosos estudos relacionados com a qualidade do audiovisual, embora não sejam tão numerosos aqueles orientados especificamente para os conteúdos audiovisuais infantis, que, na nossa opinião, merecem um tratamento específico pelas razões que enumeramos no início deste estudo.

Os projectos de investigação internacionais concentrados na qualidade dos conteúdos dirigidos à infância mais relevantes são:

- The CTS²¹¹ (Children’s Television Standards) da ABA (Australian Broadcasting Authority) de 1979. A ACTF (Australian Children’s Television Foundation) tem vindo a estudar este tema desde 1982.
- The Annenberg Public Policy Center²¹² (APPC) na Pensylvannia (EUA), desde 1995.
- La CNTV²¹³ (Consejo Nacional de Televisión) no Chile, desde 1997.

Em seguida detalhamos comparativamente os critérios de qualidade que foram determinados pelas três investigações mencionadas:

CTS da ABA (Austrália, 1979)	APPC (EUA 1995-1999)	CNTV (Chile, 1997)
Realizados especificamente para crianças.	Idade apropriada: Conteúdos compreensíveis e adequados para o público-alvo.	Ausência de violência.
Deve ser recreativo.	Lição: Conteúdo pró-social ou construtivo.	Ausência de conteúdos sexuais, inapropriados para menores de idade.
Deve estar bem feito, contando com recursos suficientes que permitam garantir a alta qualidade do guião, do elenco, da direcção, da edição, da filmagem, do som e de outros elementos da produção audiovisual.	Ênfase da lição: O conteúdo pró-social ou construtivo está integrado na história e/ou no final da mesma, em jeito de moral da história.	Ausência de linguagem inapropriada (grosseira ou desqualificada).
Deve aumentar a compreensão e a experiência das crianças.	Valor de Produção: Recursos técnicos e narrativos criativos.	Presença de conteúdos educativos: • Lição principal do capítulo. • Lições secundárias: habilidades cognitivas, informação, habilidades sociais e emocionais, cuidado do corpo e habilidades manuais.
Apropriados para a audiência infantil australiana.	Diversidade: Que fale de crianças diferentes, através da pluralidade de personagens.	Condutas construtivas (significativas para a integração social positiva do menor): • Cooperação e ajuda aos outros. • Expressão transparente de sentimentos • Honestidade • Respeito Condutas desviantes (encarnam aspectos que dificultam ou entorpecem uma integração social harmónica): • Conduta desrespeitosa • Irresponsabilidade • Egoísmo • Desonestidade

Os estudos focam, maioritariamente, os aspectos negativos da investigação. Do nosso ponto de vista, os estudos que inspiram maior rigor e fiabilidade são aqueles que investigam tanto os aspectos positivos como os negativos, evitando a distorção dos resultados.

Deste modo, podemos falar de qualidade em termos audiovisuais, de conteúdos, de entretenimento, de cumprimento da legislação vigente e de oferta programática/publicitária.

Conceito de qualidade

Definir a qualidade de um produto audiovisual não é tarefa fácil. Trata-se de um conceito multifacetado, que integra variados aspectos. Proceder à sua medição é ainda mais complicado. Primeiramente, impõe-se a necessidade de proceder a um exame cuidadoso do termo, tendo em conta as abordagens prévias que foram feitas (que apresentámos anteriormente), para depois se poder traçar com precisão uma definição de qualidade da qual se possam retirar variáveis concretas, susceptíveis de medida empírica.

Neste sentido, parece claro que qualquer instrumento de medida tem de partir de uma série de pressupostos e incorporar alguns aspectos não contemplados em estudos precedentes, tais como:

- A percepção ou avaliação da própria criança (grau de entretenimento suscitado).
- A comprovação de que qualquer conteúdo audiovisual está de acordo com o regulamento vigente especificado para conteúdos audiovisuais dirigidos à infância. Atender a todas as normativas legais seria impossível mas é necessário testar o cumprimento das normas específicas de protecção infantil.
- A consideração dos conteúdos publicitários como um conteúdo audiovisual, a fim de submetê-los ao mesmo instrumento de medição. Assim será possível efectuar comparações entre o programático e o publicitário para poder determinar com rigor científico a qualidade de cada tipo de conteúdo.

Seria desejável que em Espanha, como em outros países, existisse uma quota de programação de emissão de programas de qualidade dirigidos à infância em cada cadeia aberta de televisão, para garantir o direito da criança, dos seus educadores ou pais de escolher entre uma oferta adequada. O ideal seria que todas as produções audiovisuais destinadas à infância tivessem uma classificação em relação à qualidade dos seus conteúdos que fosse disponibilizada ao público através dos meios de difusão de programação (imprensa, teletexto, *sites* de programas e de cadeias televisivas) e que servisse para assegurar um mínimo de horas de qualidade em cada televisão.

Também tivemos em conta outras propostas, como o Sistema CEO (Durand *et al.*, 1992) de França ou o estudo realizado por Ellis (1990) no Reino Unido. Em Espanha tivemos em conta as investigações do professor doutor Del Río – com grande profusão de publicações sobre este tema –, as do grupo Comunicar, liderado pelo professor doutor Aguaded (Universidade de Huelva), as publicações do professor doutor García-Matilla (Universidade Complutense de Madrid), as contribuições da linha de investigação sobre Televisão e Infância na Universidade de Navarra desenvolvida pelos professores doutores Bringué y De Los Ángeles. Tivemos em conta também, no âmbito da pedagogia, as investigações da professora doutora Pérez Alonso-Geta e, no âmbito do audiovisual, Terribas (2002: 31).

Tendo em conta a complexidade do fenómeno, e partindo da intenção de criar critérios que sejam igualmente válidos para investigar conjuntamente o programático e o publicitário – dois conteúdos que se apresentam conjuntamente à criança no mesmo momento espaço-temporal –, desenvolvemos um sistema de medição de qualidade que contém seis dimensões:

- O estudo da oferta programática e publicitária dirigida às crianças.
- O estudo do consumo televisivo que a criança faz de programação infantil e programação generalista.
- O estudo das características técnicas audiovisuais dos conteúdos programáticos e publicitários.
- A análise do conteúdo da mensagem programática e publicitária.
- O estudo do nível de cumprimento da regulação existente relacionada com a protecção infantil na televisão.
- O grau de entretenimento suscitado no público-alvo.

O conceito de qualidade aplicado aos conteúdos audiovisuais infantis é definido pelas seguintes características:

- Em termos audiovisuais: devem ser utilizados diferentes recursos técnicos existentes para construir um conteúdo de boa qualidade em termos de imagem, som e edição final. O nível de produção deve ser alto, mais concretamente no caso de serem utilizados desenhos animados ou técnicas de animação digital, os movimentos das personagens deverão ser continuados e realistas (variedade nas expressões faciais, movimentos corporais e ambientes de fundo); no caso de ser utilizada imagem real, deverá existir diversidade nos espaços de acção, várias cenas rodadas em sítios reais e grande detalhe na decoração dos cenários. Para além disso, deverão recorrer a vários movimentos de câmara – *travellings* e panorâmicas – enquadramentos, variedade de planos, iluminação diferenciada segundo cenas e uso de efeitos especiais, que incrementem a expressividade do que se pretende transmitir. O guião deve ser formativo e divertido de forma equilibrada. O guião deverá apresentar coerência interna – encadeamento causal lógico e explícito – na sua argumentação, seja no formato narrativo ou no discursivo (programas-contentores), deixando espaço para o imprevisível ou a surpresa. O argumento deve ser original ou inovador em algum aspecto, em comparação com o resto dos conteúdos com os quais compete em termos temporais. Os conteúdos do guião deverão estar adaptados à capacidade de compreensão do público-alvo, tanto na sua complexidade argumentativa como no tratamento dos seus conteúdos reais, complexos ou novos.
- Em termos de mensagem: devem apresentar uma lição – moral da história – que seja útil para a vida da criança; convidar de alguma forma à interactividade; não conter violência – agressão ostensiva – física, psicológica, verbal ou de género; conter condutas pró-sociais – cooperação e ajuda aos outros, expressão transparente de sentimentos, responsabili-

dade, honestidade e respeito; utilizar um nível médio/alto ou alto de linguagem – construções gramaticais correctas e vocabulário amplo, evitar a repetição de adendas e o uso de expressões ofensivas ou insultos; existência de gíria específica da infância e dos grupos que a compõem e, por último, inexistência de conteúdos sexuais inapropriados para as idades que compreendem a infância.

- Em termos legais: não podem incluir cenas ou mensagens que possam prejudicar o desenvolvimento físico, moral ou mental do menor ou fomentar o ódio, desprezo ou discriminação. Além disso, os conteúdos publicitários não devem conter apelos directos à compra ou apelos aos pais para a compra de algo. Não devem também explorar a confiança das crianças, induzindo-as em erro quanto às características, segurança ou aptidão necessárias para o uso do produto ou serviço.
- Em termos de entretenimento: devem ser considerados divertidos pelo público infantil, já que se trata de um dos recursos que mais utilizam no seu tempo de ócio ou de entretenimento.

Quanto à programação das cadeias televisivas direccionadas para o público infantil, em geral, deve apresentar conteúdos realizados com diferentes técnicas para que a criança possa assistir a diferentes formas de expressão audiovisual e nenhuma delas deve ter supremacia sobre as outras. Isto ajudará a criança a desenvolver a sua capacidade de decodificação audiovisual. Os formatos desses conteúdos também deverão ser variados, assim como as temáticas que abordarem. Os conteúdos devem respeitar, no seu delineamento, ideia original, filmagem e posicionamento na grelha, a diversidade que o público infantil contém, agrupando ou indicando os conteúdos que se dirigem a pelos menos três grupos etários: pré-escolar (até aos 6 anos), primária (7-9) e 2.º ciclo (10-12). Deverá existir igualmente equilíbrio, em termos de duração e número, em relação aos conteúdos dirigidos a cada sexo em separado e conteúdos mistos.

Após termos exposto a definição de qualidade que tivemos em conta no estudo, procederemos à análise dos conteúdos/séries/programas que se destacam na programação televisiva espanhola pelo seu nível qualitativo, atendendo às características que apresentam, incluindo sinopses descritivas e fichas técnicas.

Programas televisivos de considerável qualidade, emitidos em Espanha

Procedemos então à análise dos conteúdos (séries/espacos infantis) que se destacam pelo seu nível qualitativo, já que apresentam pontuações positivas na maioria das variáveis anteriormente apresentadas, como aspectos em conformidade com um conteúdo audiovisual programático de qualidade dirigido às crianças entre os 4 e os 12 anos.

Devemos sublinhar que as avaliações foram realizadas pela equipa de investigadores do projecto, como é habitual neste tipo de estudo. Realçamos este

aspecto porque a correcta do público concretamente a se e diversão que aspecto demonstrado (cebido) e não a suscitado). Estas 700 crianças que podemos incluir, tanto ressaltando as diferentes de qual mesmo não acontecimento, é indispensável se pôde ter em conta diz respeito ao seu sa avaliação com

Não obstante, foram analisadas e foram acordadas com os produtores participantes

A selecção dos conteúdos audiovisuais, emitidos ao longo

Os desenhos animados de qualidade

Não é difícil perceber que foram seleccionados do género “desenhos animados” de formato representativo da programação televisiva espanhola pertencente a este género real, na sua maioria, conteúdos audiovisuais produzidos. Por isto, as séries foram expostas como caso de estudo em relação aos

Do ponto de vista dos conteúdos programáticos compreendidos em termos claros de séries de

CAILLOU (RUCA)

Nacionalidade: espanhola
Produtora: Cinema

aspecto porque numa das variáveis considerámos fundamental a opinião directa do público receptor do conteúdo, ou seja, a criança. Referimo-nos mais concretamente à variável “entretenimento”, entendida como o grau de interesse e diversão que o conteúdo suscita. As afirmações que realizámos sobre este aspecto demonstram a avaliação do próprio investigador (entretenimento percebido) e não a percepção ou a avaliação da própria criança (entretenimento suscitado). Estamos a realizar actualmente, em vários colégios, um estudo com 700 crianças para tirar conclusões nesse campo. Esta é a razão pela qual não pudemos incluir essas apreciações no presente documento. Parece-nos importante ressaltá-lo porque, enquanto as outras variáveis utilizadas como componentes de qualidade podem ser avaliadas e analisadas pelos investigadores, o mesmo não acontece com a variável “entretenimento”, para a qual, evidentemente, é indispensável a opinião da criança, que neste caso em concreto não se pôde ter em conta. Se pudéssemos contar com a opinião da criança, no que diz respeito ao entretenimento destes conteúdos, poderíamos contrastar a nossa avaliação com a dela e comprovar a sua coincidência ou divergência.

Não obstante, esta variável é uma – ainda que fundamental – entre as 164 analisadas e o resto das avaliações feitas sobre os conteúdos seleccionados foram acordadas por unanimidade e de maneira independente pelos investigadores participantes na análise.

A selecção que apresentamos em seguida provém de uma amostra de 634 conteúdos audiovisuais infantis, procedentes dos canais de emissão em aberto, emitidos ao longo de 2005 em Espanha.

Os desenhos animados: o género representativo dos conteúdos audiovisuais de qualidade

Não é difícil perceber porque é que a maioria dos exemplos práticos que foram seleccionados como conteúdos programáticos de qualidade provém do género “desenhos animados”, com tratamento infográfico da imagem. Este tipo de formato representa mais de metade dos conteúdos programáticos da grelha televisiva espanhola dirigida ao público infantil: 55,61% da programação pertence a este género, seguida por 25,81% de conteúdos elaborados com imagem real, na sua maioria espaços infantis, pertencendo ainda 12,97% aos conteúdos audiovisuais procedentes da animação manual, isto é, plasticina, marionetas. Por isto, as séries de desenhos animados compõem a maioria dos exemplos expostos como casos práticos, visto que estão mais presentes na grelha infantil em relação aos seus competidores. (ver Gráfico 1).

Do ponto de vista da idade do público receptor do conteúdo, entre os conteúdos programáticos dirigidos ao público pré-escolar (crianças com idades compreendidas entre os zero e os seis anos), considerámos como exemplos claros de séries de qualidade:

CAILLOU (RUCA)

Nacionalidade: Canadá.

Produtora: Cinar Animation.

Ano de Produção: 1998.

Sinopse: A série retrata a vida quotidiana de Caillou, uma criança que começa a conhecer e a querer saber tudo. É dirigida a um público pré-escolar. Com capítulos curtos e um argumento muito simples, as vivências, temores e descobertas desta criança são tratados de uma maneira graciosa e muito infantil, representando qualquer menino nesta idade.

Tendo em conta os critérios de qualidade elaborados, Caillou caracteriza-se por possuir uma técnica audiovisual muito elaborada, onde prevalecem, a um nível médio, não muito exagerado, os movimentos continuados e realistas das personagens, perceptíveis graças à variedade de expressões faciais e corporais dos protagonistas; a isto acrescenta-se a variedade, discreta mas considerável, de planos e movimentos de câmara que desenvolvem um argumento muito simples e compreensível, ideal para o público-alvo ao qual está dirigido. Para completar a caracterização, assistimos em cada capítulo a uma transmissão incessante de valores por parte de uma criança – Caillou – que aprende a brincar, a respeitar, a fazer amigos... e tudo isto à base de episódios pequenos e dinâmicos, que tendem a agradar a todas as crianças.

LA VACA CONNIE (A VACA CARLOTA)

Nacionalidade: Espanha.

Produtora: Neptuno Films

Ano de Produção: 1999.

Sinopse: A Connie é uma vaquinha muito esperta e curiosa que vive numa quinta com os seus pais (Bill e Mollie). Cada dia é uma caixa de surpresas que Connie vai descobrindo juntamente com os seus amiguinhos do bosque.

Do ponto de vista da qualidade, se existe um parâmetro inconfundível e tremendamente elaborado nesta série é o da mensagem, em jeito de moral da história, que a mesma transmite. Cada capítulo traduz-se numa lição sobre o que está certo ou errado e sobre a importância de ajudar os outros; tudo isto apresentado de forma assimilável e didáctica, com a finalidade de dar a conhecer as diversas facetas da vida, que toda a criança em idade pré-escolar deve conhecer. Se é verdade que dá bastante ênfase aos conteúdos e à transmissão de valores, em termos de qualidade audiovisual existe algum descuido, visto que, apesar de serem desenhos animados, há apenas variedade de planos, pois os movimentos de câmara são inexistentes e os movimentos das personagens são artificiais e pouco elaborados. Apesar disso, o tom narrativo e ligeiro que caracteriza a série, sem contar com a quantidade de mensagens didácticas que transmite, tornam-na assimilável e divertida, merecendo estar dentro da nossa classificação como programa de qualidade.

LOS MINIMONSTRUOS

Nacionalidade: Espanha.

Produtora: Splash! Holdings Limited.

Ano de Produção: 2005.

Sinopse: Série infantil de animação, em que cada episódio retrata as peripécias vividas por uma das crianças protagonistas em relação ao seu carácter

e maneira de ser. O elo comum entre todos é a escola que frequentam. Assim, temos Maria, “a mandona”, que aprende que existem outras maneiras de tratar os demais; Jorge, “o dói-dói”, acentuadamente hipocondríaco; ou Sofia, “a angustiada”, com medos irracionais como o de falar em público.

Estes desenhos animados reúnem em cada capítulo aspectos qualitativos relevantes; por um lado, do ponto de vista audiovisual, tanto os movimentos como as expressões faciais simulam os reais, sendo os mesmos consideravelmente trabalhados. Além disso, apesar de não existir variedade de movimentos de câmara nem variedade dos cenários onde decorre a acção, procura-se sempre transmitir dinamismo ao argumento, mediante uma grande variedade de planos, não importando quão elaborados são os mesmos. Mas a criatividade desta série reside sem dúvida na transmissão das suas mensagens, já que atrás de um humor penetrante e muitas vezes irónico esconde-se um fundo formativo subtil, que pretende demonstrar as imperfeições e manias das pessoas através da compreensão e de um profundo respeito, características argumentativas que fazem com que esta série seja engenhosa e divertida.

Na nossa opinião, estes são os programas de imagem infográfica para um público pré-escolar que melhor representam os parâmetros de qualidade identificados ao longo deste trabalho.

Para crianças com idades compreendidas entre os 7 e os 9 anos (Primária 1), podemos identificar:

ARTHUR

Nacionalidade: Canadá.

Produtora: Cinar Animation.

Ano de Produção: 1996.

Sinopse: Nesta série narram-se as aventuras de uns animaizinhos, personificados em crianças, com amigos, pais e irmãos. Além disso, expõem-se os problemas ou dificuldades que as crianças dessa idade podem ter e as peripécias e deduções envolvidas em resolvê-las.

As características que definem esta série são muitos semelhantes às descritas sobre o programa pré-escolar Caillou, já que ambas as séries provêm da mesma produtora. Ou seja, do ponto de vista audiovisual ressalta-se a variedade de expressões faciais e movimentos corporais dos protagonistas, simulando continuidade e realismo, para além de os cenários serem trabalhados com uma variedade de detalhes, procurando assemelhar-se às decorações de um cenário real. Mas sem dúvida alguma o que mais merece ser sublinhado nesta série é a transmissão de valores, predominante em cada um dos seus capítulos. Valores como a amizade, a felicidade, o respeito pelos pais e professores fazem parte do fio condutor de cada episódio, tornando-o assimilável, agradável e didáctico.

GEORGE SHRINKS

Nacionalidade: Canadá.

Produtora: Nelvana Limited.

Ano de Produção: 2001.

Sinopse: George é uma criança muito peculiar – é muito pequeno (do tamanho de um polegar) e anda sempre montado numa espécie de nave que o leva para todo o lado. Vive com os pais e um irmãozinho bebé que o adora. Toda a família vive em cada capítulo diversas aventuras que têm lugar na loja de brinquedos, no aquário, no parque, etc.

Do ponto de vista de qualidade, são apresentados cenários muito trabalhados, uma variedade de movimentos de câmara (especialmente o plano subjectivo, simulando que o espectador voa na mesma nave que o protagonista), assim como o movimento continuado e realista das personagens. Se do ponto de vista audiovisual a série está consolidada, também o está do ponto de vista da transmissão de valores, contendo um forte conteúdo moral no que diz respeito às relações familiares, pois aborda com frequência a relação que o protagonista mantém com o seu irmão mais novo e os seus pais; tudo isto em episódios cheios de fantásticas aventuras, muitas delas inverosímeis, que conseguem cativar e agradar ao telespectador infantil.

ART ATTACK

Nacionalidade: Espanha.

Produtora: Walt Disney Televisión.

Ano de Produção: 2005.

Sinopse: Programa de trabalhos manuais apresentado por Jordi Cruz, que consiste na elaboração de vários trabalhos manuais simples e surpreendentes, usando como materiais todo o tipo de objectos e utensílios ao alcance da criança na sua casa. Deste modo os telespectadores podem fazer trabalhos, objectos, etc. muito divertidos e úteis em certas ocasiões, de uma forma simples, didáctica e divertida.

Este programa diferencia-se claramente dos outros no sentido em que não é uma série de desenhos animados, mas um conteúdo programático incluído num programa-contendor que utiliza a imagem real: personagem de carne e osso e cenários tanto no estúdio como no exterior, todos eles reais.

A trama argumentativa é criativa e bastante original, visto que por meio de explicações simples e precisas, dadas pelo apresentador, o telespectador pode fazer trabalhos manuais surpreendentes, reciclando tudo o que encontra em casa. A isto junta-se uma caracterização visual irrepreensível: grande variedade de planos e movimentos de câmara (a maioria utilizada para facilitar a compreensão do telespectador quanto à elaboração dos trabalhos manuais), um cenário com uma decoração colorida e na qual não faltam detalhes para contextualizar o programa. Para completar esta caracterização audiovisual impecável, o programa está dotado de uma grande quantidade de efeitos especiais de pós-produção que o tornam mais atraente para o público infantil. Todos estes parâmetros audiovisuais estão à mercê do verdadeiro objectivo do programa: ensinar, divertindo, a elaboração de todo o tipo de trabalhos manuais, com apenas a ajuda da imaginação e das indicações do apresentador.

Em seguida descrevemos os conteúdos programáticos, mais especificamente séries de desenhos animados, que melhor se ajustam aos critérios de qualidade recomendados para as crianças entre os 7 e os 9 anos.

CÉDRIC

Nacionalidade: França – Canadá.

Produtora: Cinar Animation.

Ano de Produção: 2005.

Sinopse: Cédric é um menino travesso mas com grandes rasgos de maturidade e reflexão, que está muito apaixonado por uma menina chamada Chen. O enredo dos capítulos é idêntico em todos eles: Cédric fala todas as noites com a sua avó Matilde (já falecida), olhando para a Lua, e conta-lhe todas as suas vivências, temores e expectativas, que podiam ser as de qualquer criança da sua idade. Cédric vive com os pais e um avô resmungão que adora e que será o seu melhor conselheiro no que se trata de conquistar Chen.

Pouco podemos comentar sobre esta série tremendamente divertida devido à perspicácia e ao humor sarcástico que definem o protagonista. Cada capítulo tem como enredo algum problema de Cédric, uma criança inquieta e muito curiosa, que sente muito carinho pelo seu avô, com quem partilha uma grande amizade, situação familiar-social que salienta um valor moral até agora não abordado em nenhuma série de desenhos animados: a relação que avô e neto mantêm. Este tipo de representação, tão óbvia mas que ainda não tinha sido abordada pelas produtoras, é interessante do ponto de vista de uma criança que vê o avô como o seu melhor conselheiro, um grande amigo e uma pessoa por meio da qual aprenderá, episódio após episódio, os valores, as experiências, etc.

EL AUTOBÚS CON MAGIA. (A CARRENHA MÁGICA)

Nacionalidade: Canadá.

Produtora: Nelvana Limited.

Ano de Produção: 1994.

Sinopse: Os alunos desta escola têm uma professora muito especial: a senhorita Rizos, que, no seu autocarro mágico, vai levar a sua turma até ao espaço, ao interior do corpo humano ou aonde for preciso, desde que as crianças aprendam, de uma forma prática e experimental, cada uma das matérias das suas disciplinas.

Sem dúvida alguma, esta é uma das poucas séries que existem na programação em que a educação e o entretenimento se fundem de uma maneira perfeita, sem deixar de possuir uma estética audiovisual bastante cuidada. Considerámos interessante salientar os conceitos de educação e entretenimento, pois são os mais relevantes e representam uma clara diferença face ao resto das séries expostas: esta série apresenta lições de anatomia, física, natureza, astronomia, etc. Dá-se igual importância à didáctica moral ou transmissão de valores e à educação em matérias muito concretas que poderiam perfeitamente pertencer a um programa escolar de qualquer escola actual. Cada episódio é divertido e educativo de forma equilibrada, já que a didáctica se divide com grande habilidade entre explicações amenas e perspicazes que compõem a trama argumentativa, apresentando, de uma forma simpática e não enfadonha, aventuras atractivas em que personagens divertidas aprendem ao mesmo tempo que se divertem.

LAS AVENTURAS DE JIMMY NEUTRON, EL NIÑO INVENTOR.

Nacionalidade: Estados Unidos da América.

Produtora: Nickelodeon.

Ano de Produção: 2005.

Sinopse: Jimmy é um pequeno génio de 9 anos que não goza de muita popularidade na sua escola, dado que não é exactamente uma pessoa humilde ou modesta no que toca a falar da sua inteligência. Vive na cidade de Retroville com os pais, os amigos e o seu cão robô (Goddard), inventado por ele mesmo. Em cada capítulo idealiza uma nova e estrambólica invenção no seu laboratório cheio de cabos eléctricos e computadores. Com base em noções de física, tempo e espaço, consegue solucionar todos e cada um dos problemas que lhe surgem.

A série possui um argumento cuidado, que procura romper a todo o momento com a monotonia da linha narrativa, dando espaço ao imprevisto e à surpresa, tudo isto com grandes doses de humor e ironia vindas de um protagonista que se diferencia claramente dos outros: é um génio, é responsável e acredita que o seu objectivo no mundo é tornar a vida dos seus familiares e amigos mais fácil, através das suas invenções. O problema é que nem sempre o consegue. Se do ponto de vista do entretenimento a série está muito bem realizada, também o está do ponto de vista audiovisual, graças à técnica inovadora utilizada para a produzir, que rompe com a estética tradicional dos desenhos animados: em termos audiovisuais, parece que estamos mais na presença de uma estética do videojogo do que do desenho infográfico.

As séries comentadas são representativas mas não as únicas existentes actualmente na grelha televisiva dirigida ao público infantil. A elas podemos acrescentar, sem nenhum tipo de problema e cumprindo os parâmetros de qualidade apresentados, séries como:

- *Cyberchase* (Canadá/2002): série de aventuras em que três jovens heróis usam a matemática e o seu poder mental para fazer frente ao cobarde Hacker, que tenciona apoderar-se do mundo cibernético. Cada episódio narra uma excitante missão, carregada de aventura, em que recorrem à lógica e destreza matemáticas para resolver todo o tipo de problemas.
- *Tommy Y Oscar* (Itália/2001): série em que Tommy (um miúdo inteligente e corajoso) viaja, acompanhado pelo seu inseparável amigo extraterrestre Óscar, pelos quatro cantos do mundo para resolver todo o tipo de mistérios e derrotar vilões. Tudo isto enriquecido com uma mensagem que defende a honestidade, a amizade e a tolerância.

Sendo assim, podemos apresentar uma síntese com o objectivo de designar aspectos que sejam partilhados por todas as séries, seleccionadas pela sua representatividade em relação ao conceito de qualidade descrito:

1. Nenhuma das séries comentadas é de nacionalidade ou fabricação asiática. Este é um dado muito positivo, visto que, como iremos mencionar mais à frente, habitualmente os desenhos animados produzidos por este

continente regem-se pelo princípio de produção do maior número de sequências possível, no menor espaço de tempo, ao menor custo. Nos anos 80 verificava-se a realidade inversa.

2. A grande maioria é de nacionalidade canadiana: das onze apresentadas como exemplo, seis são originárias deste país. Este dado demonstra que as produtoras deste país, de forma generalizada, dão atenção aos aspectos estéticos, lúdicos e educativos quando criam as suas produções. Este é um dado interessante que deveria ser levado em consideração pelas outras cadeias televisivas na hora de escolher entre comprar esta ou aquela série. Evidenciamos certo “estilo” ou modo de confeccionar em cada produtora audiovisual.
3. As produções de âmbito nacional também estão representadas nos exemplos expostos, o que comprova a importância que as produtoras espanholas atribuem à qualidade programática infantil: criam cada vez mais produções e de melhor qualidade.

Rua Sésamo já tem substitutos: a função lúdico-educativa dos programas infantis de animação manual

Em 1969 começou a ser transmitido nos Estados Unidos da América o programa infantil *Sesame Street*, também conhecido como *Plaza Sésamo* na América Latina ou *Barrio Sésamo* em Espanha. Naquela altura, o seu criador, Jim Henson, não poderia imaginar que um programa baseado exclusivamente em marionetas e animação fosse marcar a história dos programas infantis, tornando-se um exemplo a seguir para produtoras e cadeias de televisão.

A *Rua Sésamo* conseguiu apresentar, de uma maneira bem sucedida e sem precedentes, conteúdos lúdicos que cativaram a atenção dos mais novos mas também dos mais velhos, com a ajuda dos seus famosos protagonistas e apresentadores: marionetas que se assemelhavam a pessoas ou que representavam animais ou monstros, das mais variadas cores e tamanhos. Ao mesmo tempo, utilizando os seus simpáticos protagonistas como “gancho” comunicativo, ofereciam os mais variados conteúdos didáticos: incentivo à leitura; aprendizagem das cores, das letras, dos números ou dos dias da semana; também ofereciam lições sobre habilidades básicas como atravessar a rua com segurança, a importância da higiene, etc. Tudo isto contribuindo para recordes de audiência, tanto que o programa foi exportado para muitos países, com as devidas adaptações à cultura de cada lugar em que era implantado pelas cadeias televisivas locais.

Actualmente podemos observar como os cânones impostos pela *Rua Sésamo* foram imitados e seguidos pelas cadeias de televisão com a firme convicção de que a fusão entre o entretenimento e a educação, mediante um tipo muito concreto de imagem – marionetas –, é a chave para conseguir a atenção de uma audiência específica: a pré-escolar. Deste modo, podemos encontrar hoje em dia este tipo de programas lúdico-educativos que tentam, em maior ou menor medida, imitar os seu predecessores e que conseguem, de uma forma ou de

outra, cumprir com as suas obrigações: entreter e educar um público pré-escolar, que pode escolher entre uma grande variedade de programas.

Na grelha televisiva infantil espanhola temos diversos exemplos deste tipo de programas, demonstrando a clara tendência das produtoras e cadeias televisivas para continuar o legado deixado pela *Rua Sésamo*.

A cadeia televisiva anglo-saxónica BBC é um bom exemplo de como, mediante produção própria ou delegando-a a uma produtora, se prestou especial atenção a este tipo de criações audiovisuais, com a intenção de chegar até um público infantil pouco considerado, devido às suas características específicas e à dificuldade em que toca a medir audiência: o público pré-escolar.

Tendo isto em conta, em 1997 a BBC começou a emitir os *Teletubbies*, série claramente dirigida a uma audiência pré-escolar e com objectivos didácticos que se tornou num êxito de programação infantil em poucos meses. Prova disso é o facto de ter sido, tal como a *Rua Sésamo*, exportada para outros países, entre eles a Espanha, onde continuou a somar êxitos de audiência.

Os *Teletubbies* abriram a porta aos *Tweenies*, também considerados um êxito de programação infantil, programa emitido actualmente em Espanha, em que quatro divertidíssimas personagens, Bella, Milo, Fizz e Jake, juntamente com o seu cão Doodles e os sábios avós Max e Judy, vivem os seus dias cantando, brincando, aprendendo, contando histórias e comendo fruta. Com uma demarcada finalidade didáctica, o enredo tenta ensinar os mais pequenos ao mesmo tempo que os diverte com canções e danças contagiantes, jogos, histórias e diálogos com os mais velhos.

Talvez os *Tweenies* sejam a criação da BBC que alcançou mais sucesso em Espanha, mas esta cadeia televisiva possui outro programa emitido no nosso país com as mesmas características, que também procura conquistar o público pré-escolar: trata-se de *Fimbles*, série infantil cujos protagonistas são três bonecos vestidos com um padrão às riscas e que fazem o papel de seres ignorantes que têm de aprender tudo através de pequenas descobertas. Os seus nomes são Fimbo (o mais velho, com riscas verdes e amarelas), Florrie (a do meio, com riscas azuis e lilás) e Pom (a mais nova, com riscas verdes e cor-de-rosa); a última é a mais infantil e inocente. Podemos ainda encontrar outras personagens como Rockit (uma rã que não pára de dar saltos), o sábio Roly (uma toupeira que só sai de madrugada para contar histórias muito instrutivas, sempre com uma moral) e Desi (uma galinha, que é a mais esperta de todos e que descobre sempre utilidade para as coisas que encontra). Procurando imitar os seus homólogos, os objectivos pedagógicos são evidenciados pelas cores vivas das personagens e o uso regular de efeitos especiais de pós-produção, captando assim a atenção do público pré-escolar.

No nosso entender, e sendo o formativo e o lúdico, assim como a estética audiovisual, características tão importantes para a qualidade da programação infantil, a BBC constitui um exemplo a seguir pelas outras cadeias televisivas nacionais europeias pelo facto de dar prioridade a este tipo de produção própria na sua programação infantil dirigida a um público-alvo pré-escolar.

Analisando este tipo de programas no âmbito nacional, isto é, tomando como marco contextual os programas existentes na grelha televisiva espanho-

la, não podemos esquecer-nos do grande êxito que foi para a TVE a criação do seu programa de marionetas *Los Lunnis*, os pequenos “monstrinhos” habitantes de Luna Lunera, que fazem companhia aos mais pequenos de manhã e de tarde.

Lucho, a bruxa Lubina, o professor Lutecio, Lulú, Lulo, Lupita e Lucanero, além de viverem fabulosas e surpreendentes aventuras, dão conselhos na hora de dormir, ensinam inglês, viajam pelo mundo para mostrar diferentes lugares da geografia nacional e internacional, mostram diversas reportagens sobre temas variados como a fabricação do chocolate, a ida ao dentista, etc. Os objectivos do programa são claros: apresentar-se como um programa lúdico, que agrada às crianças por meio da sinergia e simpatia suscitadas pelos protagonistas, ao mesmo tempo que transmite um forte conteúdo pedagógico.

O aspecto didáctico foi sempre imperativo no programa, que tem apresentado temas actuais com uma finalidade prioritariamente pedagógica.

Na época de Natal foram emitidos vários capítulos cujos argumentos abordavam o valor moral de partilhar e de não ser egoísta, ajudando a pensar que existem crianças que não têm as mesmas possibilidades económicas e/ou sociais do público ao qual apelavam.

Durante a aprovação da lei do matrimónio homossexual em Espanha foram realizadas várias reportagens, que explicavam de um modo muito simples e com grande humor o que era um casamento homossexual e um casamento heterossexual. Estas reportagens foram duramente criticadas por diversas associações, que consideraram o tema inapropriado para aquela faixa etária. Parece claro que a intenção era abordar, de um modo lúdico-educativo, um tema social que tende a tornar-se aceite.

Aquando da celebração do IV Centenário de D. Quixote, a obra universal de Miguel de Cervantes, os Lunnis emitiram vários capítulos, em série, em que um dos Lunnis se convertia em Cervantes e o capitão Lucanero e o seu companheiro Lurdo representavam o D. Quixote e o Sancho Pança, respectivamente. Em cada capítulo de curta duração representava-se uma das histórias mais conhecidas da obra, com a clara intenção de dar a conhecer a mesma ao público infantil.

É na selecção de conteúdos, e não no seu tratamento ou apresentação, que cremos existir algum desequilíbrio. São abordados, com frequência, temas que estão na agenda dos meios de comunicação, mas que não são os únicos temas actuais nem os únicos importantes.

Los Lunnis representam, hoje em dia, um êxito sem precedentes em Espanha, só comparável ao conseguido pelo seu antecessor *Rua Sésamo*. Nunca antes uma produção nacional com estas características tinha conseguido agradar tanto às crianças e receber o aplauso de pais e educadores.

Situação actual e tendências da programação infantil em Espanha

Em 1995, um estudo sobre programação infantil realizado pelo professor Matilla (1995: 71) revelava que este tipo de programação era composto em

cerca de 70% por desenhos animados e que era a indústria japonesa a que fornecia o maior número de produções às cadeias televisivas espanholas. A razão era meramente económica: as produções nipónicas conseguiam produzir este género infográfico a um custo mais baixo do que qualquer outra produtora nacional, europeia ou americana. Contudo, o custo em termos qualitativos que o jovem telespectador pagava era subestimado naquela altura. As produções japonesas, tanto as anteriores como as de agora, caracterizam-se por não cumprir com as variáveis que seleccionámos como integrantes do conceito de qualidade audiovisual. Nestas produções, não só japonesas mas asiáticas em geral, podemos distinguir como características generalizadas: violência injustificada, luta entre maus e bons sem dar espaço ao diálogo, incentivo ao individualismo e egoísmo, capacidade de obter as coisas sem o menor esforço e o mais fácil e rapidamente possível, conteúdos sexuais inadequados. São estes alguns dos valores que estes desenhos animados transmitem. Se do ponto de vista de transmissão da mensagem estas séries deixam muito a desejar, não são muito melhores as técnicas de estética audiovisual utilizadas: pouco se pode esperar de um desenho animado elaborado exclusivamente através do computador, dando origem ao mimetismo de planos, enquadramentos e até cenas; expressividade pouco palpável por parte das personagens, movimentos pouco realistas e, na maioria dos casos, sem continuação. Em suma, desenhos animados semelhantes entre si, em que a única diferença que lhes atribui exclusividade é a mudança de personagens, já que o fio argumentativo, baseado numa débil linearidade de causa e efeito, é sempre o mesmo: bons muito bons e maus muito maus que lutam entre si (em qualquer tipo de cenário) para se converterem em heróis. Em seu favor, devemos reconhecer que alguns deles, como o *Digimon* ou o *Pokémon*, registaram grandes índices de audiência e geraram fenómenos de *merchandising* transculturais jamais previstos.

Numa nota positiva, podemos confirmar que os dados mudaram em relação à década de 90 em prol de conteúdos programáticos de qualidade. Assim, actualmente, a programação infantil em Espanha está definida deste modo:

1. O género “desenhos animados” continua a ser maioritário neste tipo de programação, com cerca de 55,61 %, pouco mais de metade do total. Surgiram duros adversários a este género, de um lado os caracterizados por conteúdos com imagem real (programas contentores, na sua maioria de produção nacional) que abarcam 25,81%, e do outro os programas de marionetas, como os comentados anteriormente, que correspondem a 12,97% da programação infantil. Estes outros géneros têm vindo a ganhar terreno ao longo destes anos num campo que parecia exclusivo do género infográfico. Consideramos importante sublinhar esse discreto terceiro lugar ocupado pelas personagens do tipo marioneta porque, tal como já afirmámos anteriormente, este tipo de programas dirige-se a um público muito específico, o pré-escolar, com objectivos educativos e de entretenimento muito claros.
2. A nacionalidade das produções infográficas e da grelha televisiva infantil também mudou desde 1995. Se nesse ano a grande maioria das

séries provinham do Japão, os dados recolhidos por este projecto nos anos de 2004 e 2005, ou seja, dez anos depois, revelam mudanças surpreendentes:

- Os programas de produção própria, programas contentores, séries de desenhos animados e programas importados de outros países, mas produzidos no âmbito nacional, estão no topo da grelha infantil, com 41,34 % em 2004 e 41,65% em 2005.
- Seguem-se, bem próximas, as produções americanas (género infográfico na sua totalidade), com uma percentagem de 32,11% em 2004 e de 31,55% em 2005.
- A indústria japonesa ficou relegada a um terceiro lugar, com evidentes indícios de declínio ano após ano: se em 2004 a programação de origem nipónica era de 14,94%, em 2005 o valor reduziu para 9,98%, aproximadamente menos 5%. Esta redução é significativa no que se refere à qualidade programática: uma menor percentagem de séries provenientes do país nipónico, caracterizadas por níveis baixos de qualidade, incentiva paralelamente ao consumo de outros tipos de produções, provenientes de outros países, esses cumpridores, em maior ou menor medida, dos parâmetros de qualidade estabelecidos.
- As produtoras canadianas ocupam o quarto lugar do *ranking*, com uma clara tendência para o crescimento: se em 2004 apenas 5,56% das produções provinham deste país, os dados em 2005 revelam um crescimento de cerca de 3% (com 8,10%). Seria desejável que esta percentagem aumentasse, visto que as produções provenientes deste país (do género infográfico na sua totalidade) caracterizam-se por cumprir, em maior ou menor grau, os parâmetros de qualidade desejados: argumento cuidado com muitas lições morais e/ou educativas; uma produção audiovisual surpreendente e invejável para um desenho animado criado para o pequeno ecrã; e, obviamente originalidade no argumento, dotando-o de imprevistos e surpresas, características indispensáveis para que uma série seja interessante. Para comprovarmos estas afirmações apenas temos de reparar na nacionalidade das séries expostas neste trabalho como representativas: a grande maioria é canadiana.
- O resto da produção é disputado pelas produtoras europeias: França, Itália, Alemanha e Reino Unido, sendo esta última a melhor colocada devido à sua grande contribuição para a grelha infantil no género de marionetas, como já foi mencionado (ver Gráficos 2 e 3).

Consideramos que os dados são positivos no que diz respeito aos conteúdos programáticos de qualidade dirigidos ao público infantil. Neste sentido prevê-se não apenas uma continuação do crescimento das produções canadianas, mas também um aumento das produções europeias, incluindo as nacionais e, conseqüentemente, uma melhoria na qualidade programática infantil espanhola, aspecto considerado necessário, desejado e muito conveniente.

Através da análise descritiva tanto de séries e/ou programas como dos dados oferecidos no que se refere à nacionalidade e ao tipo de imagem que caracterizam a grelha televisiva infantil espanhola, pretendemos demonstrar que, apesar de ser verdade que a grelha televisiva dirigida aos menores possui conteúdos de violência ou mensagens e/ou vocabulário incorrecto ou desproporcional, provenientes, maioritariamente, das séries de produção asiática, também é possível, porque actualmente isso existe, uma grelha televisiva onde imperem as séries e/ou programas com conteúdos educativos-formativos, com uma produção audiovisual respeitável e além disso divertida.

Os exemplos anteriormente mencionados encontram-se na grelha televisiva infantil, portanto não estamos a falar de uma utopia mas de experiências concretas que, cada vez mais, ganham terreno numa programação ainda minoritária.

O que se pretende com o estudo que apresentamos é fazer ver que uma televisão de qualidade, entendida como aquela que concilia em maior ou menor número as variáveis mencionadas, é possível. Existem exemplos claros e actuais que o demonstram. É simplesmente uma questão de fazer com que todos, pais, produtores, cadeias televisivas e educadores, trabalhem para o conseguir e deixem para trás o emaranhado de acusações que imputam uns aos outros numa infinidade de congressos, investigações e trabalhos realizados a este respeito.

Não é uma tarefa fácil, já que estamos perante um público tremendamente exigente e infiel, como bem sabem as produtoras. Mas também é o trabalho das mesmas esforçaram-se por emitir programas de qualidade, seguindo as variáveis estabelecidas no presente estudo. É conveniente que arrisquem um pouco e dêem espaço às criações de produtoras nacionais, europeias, americanas e latino-americanas, que, apesar de não serem tão rentáveis como as japonesas, cuidam da qualidade da maioria dos seus conteúdos audiovisuais.

Também convém que os pais, como os educadores no primeiro nível de socialização dos seus filhos, ensinem as crianças a ver televisão, a escolher em prol da qualidade da televisão. Este é o grande desafio para o futuro: aumentar a competência audiovisual das crianças. É necessário criar matérias específicas que abordem este assunto na escola e, paralelamente, consciencializar os pais, disponibilizando-lhes informação mais concreta e correcta sobre os conteúdos televisivos que podem escolher para ocupar os tempos livres e de diversão dos seus filhos.

GRÁFICOS

Gráfico 1

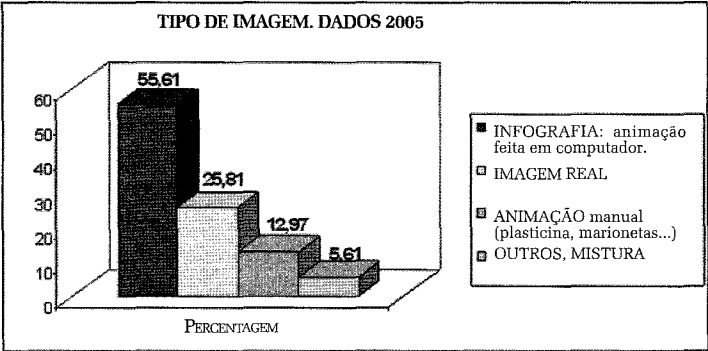


Gráfico 2

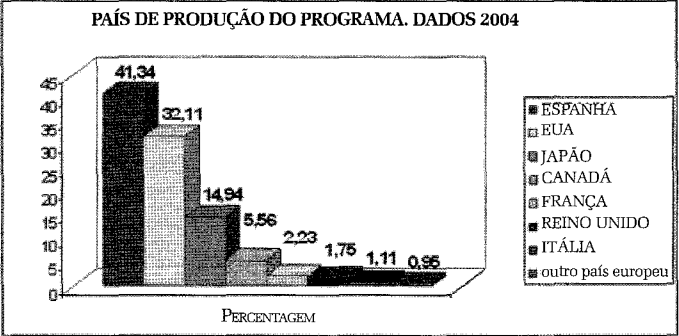
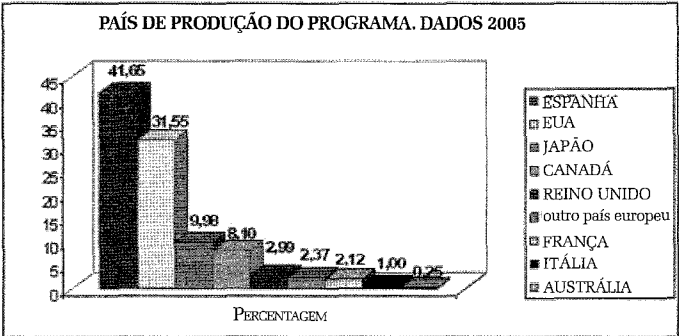


Gráfico 3



BIBLIOGRAFIA

- Alonso Erausquin, M., Matilla, L. Vázquez, M. (1981), *Los Teleniños*, Barcelona, Laila.
- (1995), *Teleniños Públicos, Teleniños Privados*, Madrid, De La Torre.
- Alonso Erausquin, M. (1992), "La programación va por dentro", in *Infancia y Sociedad*, n.º 14, Abr.-Mar.
- Cajella Ramos, B. (1992), "Producciones Infantiles en las televisiones españolas", in *Infancia y Sociedad*, n.º 14, Abr.-Mar.
- Contreras Tejera, J. M. (1992), "La programación Infantil en TV", in *Infancia y Sociedad*, n.º 14, Abril-Março.
- De Moragas, M. e Prado, E. (2000), *La televisión pública a l'era digital*. Barcelona, Pòrtic (Col·lecció Centre d'Investigació de la Comunicació).
- Durand, J. et al. (1992), "La qualité des programmes de télévision. Concepts et mesures", in *Dossiers de l'Audiovisuel*, n.º 43, pp. 12-64.
- Ellis, J. (1990), "What's the point?", in Mulgan, G. (ed.), *The question of quality*, London, British Film Institute Publishing.
- Informes 2004 e 2005, *Calidad de los contenidos audiovisuales – programáticos y publicitarios – de televisión destinados al target infantil (4-12 años)*. Códigos: (GRE03-14) (SEJ2004-01830/CPOL). MEC/Feder, Universidad de Alicante. España. Investigadora Principal: Profesora Doutora Victoria Tur Viñes (inédito)
- Ishikawa, S. e Muramatsu, Y. (1991), "Quality Assessment of Broadcasting programming Research subject for the future", in *Studies on Broadcasting*, Theoretical Research Center, NHK Broadcasting Culture Research Institute, Tokio, n.º 27, pp. 207-220.
- Larrègola, G. (1994), "Miniput 94. Desgranando programación televisiva", in *Cinevideo'20*. Madrid: Dezembro, n.º 113, pp. 8-9.
- (1999), "Quan els programes de televisió són estimulants. Input'99, la Conferència Mundial de televisió pública", in *Treballs de Comunicació*, Barcelona, Societat Catalana de Comunicació, Dezembro, n.º 12, pp. 147-154.
- (2000), "Algunes reflexions necessàries sobre la televisió pública. Crònica de l'Input 2000", A: *Treballs de Comunicació*. Barcelona, Societat Catalana de Comunicació, Dezembro, n.º 13-14, pp. 189-196.
- Mariet, F. (1994), *Déjenlos ver la televisión*, Barcelona, Urano.
- Pujadas, E. (2002), *Contextualització teòrica als estudis sobre qualitat i televisió des del punt de vista de l'emissor en QUALITAT i TELEVISIÓ. El concepte de qualitat i la seva aplicació a la televisió. La perspectiva dels directores i caps de programació de TVE1, La 2, TV3, Canal 33, Telecinco, A3TV i Canal +*. (Coordinado por M.Terribas). Barcelona: Publicaciones del Consejo Audiovisual de Cataluña [online] Disponible en <<http://www.audiovisualcat.net/box0.html>> [Consulta: 10/12/2003].
- Terribas, M. (Coord.) (2002), *QUALITAT i TELEVISIÓ. El concepte de qualitat i la seva aplicació a la televisió. La perspectiva dels directores i caps de programació de TVE1, La 2, TV3, Canal 33, Telecinco, A3TV i Canal +*. Publicaciones del Consejo Audiovisual de Cataluña [online], Barcelona. Disponible em <<http://www.audiovisualcat.net/box0.html>> [Consulta: 10/12/2003].
- Tur Viñes, V. (2004), *Comunicación Publicitaria de Juguetes en Televisión*. Alicante. Universidad de Alicante.

Tradução de Liliana Arcanjo