



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Sandra Isabel Borges Tavares

**A programação para crianças na televisão
por cabo em Portugal: estudo da oferta dos
canais temáticos infantis em 2005**



Universidade do Minho

Instituto de Ciências Sociais

Sandra Isabel Borges Tavares

**A programação para crianças na televisão
por cabo em Portugal: estudo da oferta dos
canais temáticos infantis em 2005**

Tese de Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de Especialização em Comunicação, Cidadania e
Educação

Trabalho efectuado sob a orientação da
Professora Doutora Sara de Jesus Gomes Pereira

Índice

Introdução	1
Capítulo I – A Televisão e as Crianças: estudos e perspectivas	
1. O papel da televisão no mundo das crianças.....	6
2. A programação televisiva e o seu conceito.....	10
3. A importância da programação infantil no quadro da oferta televisiva geral.....	20
4. Estudos sobre a programação infantil.....	29
Capítulo II – Metodologia e Contexto de Realização do Estudo	
1. Apresentação temática do estudo.....	47
2. O objecto de estudo.....	51
3. Questões de partida e objectivos do estudo.....	52
4. Opções Metodológicas.....	54
5. Apresentação dos canais e suas principais características.....	59
Capítulo III – Análise dos dados	
1. Análise dos canais: principais características e definições.....	66
2. A elaboração da programação de cada canal.....	79
3. Perspectivas e concepções para o futuro da programação infantil dos canais por cabo.....	98
Conclusões e perspectivas	101
Bibliografia.....	106

Resumo

A relação entre as crianças e a televisão é um tema que tem sido bastante discutido, seja no meio académico ou entre educadores, pais e responsáveis pelo crescimento dos jovens. Hoje em dia a televisão faz parte do quotidiano das famílias e tem um papel muito importante na vida das crianças, devido à sua presença. Existe, de facto, um enorme consumo televisivo por parte dos mais jovens o que leva ao interesse da investigação sobre os efeitos e a relação da televisão na vidas dos mesmos. As crianças não são, de todo, telespectadores passivos, e têm necessidade e o direito, da mesma forma que os adultos, a uma televisão de qualidade, que vá ao encontro das suas necessidades e que contribua para o seu desenvolvimento.

Perante este cenário, discute-se cada vez mais a importância e os efeitos da televisão na vida das crianças e as questões da oferta de uma programação de qualidade televisão de qualidade. Partindo deste quadro, e no âmbito do mestrado na área das Ciências da Comunicação, especialização em Comunicação, Cidadania e Educação, pretende-se, com este estudo, contribuir para um melhor conhecimento da oferta da programação dos canais temáticos infantis difundidos pela televisão por cabo em Portugal, durante o ano 2005. Para tal, procedeu-se a uma caracterização dos seguintes quatro canais infantis e juvenis da televisão por cabo portuguesa: Panda, Disney Channel, Cartoon Network, e Nickelodeon.

Este trabalho apresenta-se como um complemento para uma melhor compreensão do estado da programação infantil em Portugal e pode ser utilizado como referência para a contínua investigação na mesma temática.

Abstract

Television for children is a topic that has been widely debated not only among academics but also by educators, parents and all responsible for the development of children. Nowadays television is part of the daily routine of families and it plays a very important role in children's social development, due to its presence in their lives. There is a great amount of television consuming by children and this has led to different investigations about the effects and the relations between television and children.

Children are not passive viewers at all, and therefore, they need, like adults need, quality programming that can answer their questions and needs and also contributes for their social and intellectual development. Taking into consideration this scenario about the relation between children and television, there has been an increase of discussion and debates towards the effects and the provision of quality television programming for children. Therefore, within the Master course of Communication, specialization in Communication, Citizenship and Education, this investigation aims to contribute to a better understanding of the current provision of television programming for children in the Portuguese cable TV, during the year 2005. For that purpose, one has proceeded to the depiction and analysis of the following four children thematic channels available on the Portuguese cable television: Panda, Disney Channel, Cartoon Network and Nickelodeon.

Additionally, this work is also a complement for a better understanding of the current state of the television programming for children in Portugal and it can also be a step forward for other investigations about the same topic.

Introdução

O binómio crianças-televisão tem sido bastante debatido, quer no seio académico como também entre todos os interessados sobre esta temática. A preocupação em torno dos efeitos e da presença da televisão na vida e no quotidiano das crianças tem suscitado o interesse de investigações, não só na perspectiva dos efeitos mas também na tentativa de perceber a forma como a programação para este público é conduzida e perspectivada pelos responsáveis dos canais.

Hoje em dia é completamente ingénuo dizer-se que a actividade televisiva se apresenta como uma produção e emissão de mensagens que, por conseguinte, são recebidas, de forma passiva, pelas crianças ou pelos jovens. A televisão faz, indubitavelmente, parte do dia a dia das crianças, integra-se no seu quotidiano, contribuindo para o seu processo de socialização, ocupando a maioria dos tempos livres (Pereira, 2003; Pinto, 2000) e influenciando-as nas suas atitudes e desenvolvimento. Esta presença da televisão no mundo das crianças faz também parte de um universo maior que diz respeito a uma cultura submersa em tecnologias e novos meios de comunicação, criando, como Livingstone (2002) designa, a chamada “*bedroom culture*”, ou seja, um novo mundo com um vasto leque de meios tecnológicos e acesso à informação, que está constantemente presente no seu quotidiano, nos seus quartos, através do qual têm acesso a vários tipos de informação. Mediante esta “*bedroom culture*” a “caixinha de pandora” também se encontra presente, seja no ambiente familiar, no quarto ou até mesmo na escola, quando se discute o que se “viu na televisão”.

Independentemente de algumas ideias de que a televisão poderá influenciar, negativamente, ao persuadir e manipular as camadas mais jovens,

ou contribuir para o insucesso escolar, é pertinente olhar de uma outra forma e ponderar, a ideia de perspectivar as crianças como as vítimas passivas da televisão. Existe, de facto, uma outra visão da televisão de que todos gostamos, e que nos faz questionar sobre a verdadeira essência da relação entre a televisão e as crianças, ou, por outras palavras, tal como Wilbur Schramm afirmou, saber o que as crianças fazem com a televisão é mais importante do que saber o que a televisão faz às crianças (Schramm in Pereira, 2003: 3).

Partindo deste quadro de análise, do poder que a televisão tem como meio de divulgação e de educação, da sua influência no desenvolvimento sócio-cultural dos jovens e na interferência que pode exercer nas suas experiências e crescimento, é de facto importante estudar e analisar, mais aprofundadamente, a actual oferta da nossa televisão para o público infanto-juvenil, uma vez que este é um segmento das audiências mais susceptível às influências e, por conseguinte, mais carente de um olhar crítico e permanentemente atento ao que a nossa televisão tem para oferecer.

Mediante as várias fases que a televisão portuguesa passou e as alterações que se deram no campo da oferta da programação infantil, o advento da televisão por cabo trouxe, também, mudanças que afectaram esse mesmo cenário. As emissões televisivas via cabo são um fenómeno tecnológico que acarretaram mudanças no panorama televisivo em todos os países, inclusive em Portugal. Desde o início das primeiras emissões, em 1994, o número de alojamentos cablados tem vindo a aumentar, e segundo dados da ANACOM¹ o número de assinantes e de alojamentos cablados tem crescido desde então, tal como se pode verificar na tabela demonstrativa 1.

¹ ANACOM – Autoridade Nacional de Comunicações em Portugal ver : <http://www.anacom.pt>

1 - Número de alojamentos cablados
(unidade: milhares de alojamentos)

1996	977,4
1997	1.466,2
1998	1.826,5
1999	2.258,6
2000	2.600,6
2001	3.023,8
2002	3.361,0
2003	3.488,0
2004	3.624,0
2005	3.770,0
2006	+3,9 milhões

Actualmente o mercado da televisão por cabo conta com 17 operadores de rede de distribuição por cabo que cobrem Portugal continental e as ilhas. Este crescimento deve-se ao facto desta nova forma de emissões e conceito de programação se apresentar como uma alternativa à televisão generalista, não só nos seus programas e canais temáticos, como também nos horários e na emissão ilimitada sem barreiras de horários. Sendo este um fenómeno recente, em que se destacam vários factores relacionados com alterações da programação e até mesma a sua regulamentação, é importante entender, de igual forma, as suas consequências e o tipo de oferta em detrimento das emissões via hertzianas.

Considerando alguns trabalhos já realizados sobre a programação infantil em Portugal, como por exemplo o estudo realizado por Cristina Ponte (1998), sobre a oferta da programação infantil na televisão portuguesa entre 1957 e 1991, e o da Sara Pereira (2004), sobre a mesma oferta mas num período diferente (1992-2002), este trabalho é certamente reformador no sentido em que ainda não foi, até à data, realizado qualquer estudo aprofundado sobre a programação infantil dos canais por cabo em Portugal. Adicionalmente, o trabalho a apresentar poderá também servir, concomitantemente com outros já elaborados, nomeadamente o de Pereira (2004) e o da Cristina Pontes (1998), que voltaremos a tomar como referência, como um complemento para uma visão mais ampla da televisão para crianças em Portugal. Assim sendo, o ponto de partida do estudo apresentado centra-se exactamente na questão do conhecimento mais aprofundado da actual oferta da programação infantil, mas num universo mais pequeno, no âmbito da televisão por cabo, em Portugal. Dada a complexidade e as novas dinâmicas que envolvem os processos da programação infantil na televisão por cabo, avançou-se, então, para a análise, de forma a poder compreender que alterações ou que novidades este novo meio televisivo, ou forma de “fazer televisão” trouxe para os jovens e crianças em Portugal. Assim sendo, e com o sentido de poder contribuir para os objectivos já anteriormente referidos, o presente estudo basear-se-á na caracterização da programação dos seguintes quatro canais infantis emitidos via cabo, durante o ano 2005: canal Panda, o Cartoon Network, o Disney Channel e o Nickelodeon.

A relevância deste trabalho prende-se com a importância do conhecimento da programação destinada ao público mais jovem, nomeadamente quando se trata de uma nova forma de apresentar essa programação ou quando existem alterações na oferta televisiva no contexto nacional. Adicionalmente, e como já foi referido, este estudo vem complementar o quadro da análise da oferta da programação infanto-juvenil, em Portugal, sendo a única área na qual ainda não tinham sido realizados quaisquer estudos.

A televisão por cabo em Portugal e os seus canais temáticos alteraram completamente a noção de horários, de oferta de programas, possibilitando a

visualização de programas durante 24 horas, com uma oferta de programação infantil durável e ilimitada em termos de horários. De certa forma, poder-se-á afirmar que as emissões via cabo vieram preencher algumas lacunas do horário da televisão generalista, no sentido em que consagram um leque mais diversificado de oferta de conteúdos para as crianças, sem constrangimentos nem pressões de horários. Contudo, este novo panorama merece algum destaque de análise, nomeadamente no que respeita à oferta da programação infanto-juvenil emitida pelos canais infantis da cabo. A análise da programação infantil é um segmento da área da televisão para crianças que se revela bastante útil para pais e educadores, uma vez que dá a conhecer a programação infantil por cabo, de uma forma aprofundada e detalhada, para que posteriormente possam ser tomadas medidas ou decisões em torno dessa mesma programação. Este conhecimento possibilita também um melhor acompanhamento e mediação entre o visionamento televisivo e as crianças. Neste aspecto, e partindo de algumas conclusões tiradas de trabalhos de investigadores, tais como Pereira (2003) e Pinto (2000), sobre os processos de mediação desenvolvidos pelas famílias em relação à actividade televisiva das crianças, conclui-se muitos dos pais desconhecem a oferta da programação destinada à infância, ou até mesmo os programas infantis que os seus filhos vêem, isto porque as crianças não são acompanhadas ou porque também os pais não estão ou não têm informação sobre os programas em si. Consequentemente, pretende-se, com este trabalho, elucidar os pais, educadores, jovens, e todos ligados a esta área sobre a actual programação infantil por cabo, contribuindo para uma maior participação na actividade televisiva das crianças e nas opções que melhor se coadunam com as suas idades e horários.

Por último, mas importante de destacar, é a relevância desta investigação no campo das Ciências Sociais, área científica em que insere, e o contributo que representar na investigação da actividade televisiva para crianças em Portugal.

Capítulo I – A Televisão e as Crianças: Estudos e Perspectivas

Este capítulo aborda as principais perspectivas teóricas e investigações realizadas no âmbito da relação entre as crianças e a televisão. Apresenta-se como um auxílio para um melhor entendimento do que já foi feito nesta área e indica as principais ideias e conclusões que tirados a partir dessas investigações.

1. O papel da televisão na vida das crianças

Entre os vários meios de comunicação, a televisão ocupa um lugar predominante na vida das pessoas, nomeadamente nas camadas mais jovens, antecedendo, o fenómeno da internet. No que diz respeito ao público infantil, segundo dados Marktest Audimetria/ Mediamonitor², durante os primeiros 11 meses do ano 2004, as crianças portuguesas com idades compreendidas entre os 4 e os 14 anos viram uma média diária de três horas de televisão. Esta realidade não é diferente do resto da Europa, onde se destaca uma enorme presença da televisão na vida dos mais jovens e um excessivo consumo por parte dos mesmos. Em 1999, de acordo com os dados da Marktest (2005), 99.7% dos lares portugueses tinham televisão, sendo que 97,9% tinham televisão a cores e 64,4% dos mesmos lares tinham mais do que televisor. Num contexto de acessibilidade, a presença da televisão nos lares poder-se-á dizer que se tornou quase como uma saturação, ou, tal como Manuel Pinto afirma, a televisão passou a fazer parte do espaço doméstico como uma presença, ou companhia, coexistindo, muitas vezes com outras actividades. Aliás, o autor

² Dados fornecidos pela Mediamonitor em Maio de 2005 disponíveis online em http://www.marktest.pt/produtos_servicos/Mediamonitor/default.asp?c=1485&n=1135

afirma ainda que “existe uma saturação no que se refere à presença da TV nos lares” (Pinto, 2001). A televisão é, de facto, um fenómeno que, aliado a outros meios de comunicação, completam o “ecossistema informativo” em que as crianças nascem e crescem. É neste contexto que é pertinente estudar não só a parte quantitativa do número de televisores ou número de horas de consumo, mas também as práticas televisivas que ocorrem dentro do espaço doméstico. Tal como a linha de orientação que Manuel Pinto seguiu no seu estudo sobre a relação entre as crianças e a televisão, com base em cerca de 800 crianças em idades escolar de diferentes meios sociais e geográficos do Norte de Portugal, o mais destacável e significativo é entender os meios de comunicação como configuradores de um “ecossistema informativo” e não só como dispositivos tecnológicos ou emissores de conteúdos. Ou seja, embora os dados estatísticos ajudem a compreender o cenário de um determinado fenómeno, é necessário analisar as práticas e interpretar os sinais dos mesmos fenómenos através de uma análise mais profunda dessas actividades no quotidiano (Pinto, 2000).

A televisão tem certamente um papel importante na vida das crianças, da mesma forma que a família e outros agentes sociais também têm, mas é preciso olhar para as práticas televisivas não de uma forma isolada, mas num contexto mais amplo das suas próprias implicações sociais e quotidianas. Isto porque mesmo o conceito de criança, ou de infância é susceptível a diferentes designações. Ou seja, cada criança é um “mundo”, resultante de um fenómeno social e cultural específico, e tal como Sara Pereira realça, no seu trabalho de investigação sobre as crianças e a televisão, os significados televisivos nem sempre incidem da mesma forma em todos os pequenos espectadores (2003). Contudo, como parte integrante da vida e quotidiano dos mais jovens, a televisão ocupa uma posição importante e acaba por ser um dos equipamentos que mais se encontram nos quartos das crianças. O conceito “bedroom culture”³ de Sonia Livingstone (2002) explica exactamente o mundo privado que as crianças criam nos seus quartos, equipados com TV, audio, e outros

³ Conceito utilizado por Sonia Livingstone para definir uma nova forma de estar dos jovens e a quantidade de informação e equipamentos electrónicos que têm acesso a partir dos seus quartos, ou seja, a criação de uma nova cultura em que o quarto é o mundo onde os jovens passam mais tempo, quando estão em casa.

equipamentos electrónicos e que são resultado de uma cultura ou processo em que as crianças passam a criar o seu espaço privado e também consequência do tempo que passam dentro dos seus quartos. Neste trabalho, realizado no Reino Unido, Livingstone constata que, de facto, a televisão é importante para as crianças como forma de socialização e integração com amigos na escola. Para além disso, a televisão representa uma forma de entretenimento e um símbolo de estatuto perante os colegas e amigos. E tal como acontece no Reino Unido (Livingstone, 2002), também noutros países a televisão ocupa metade do tempo dos mais jovens, seja por razões de entretenimento, diversão, ou por interesse em determinados programas. Por estas razões, é inevitável contrariar esta tendência, uma vez que a televisão é uma parte integrante da vida das crianças pelas mais variadas razões. Contudo, esta tendência não deve ser meramente olhada como um fenómeno natural, e os efeitos que este meio de massas pode incidir sobre os mais jovens deve ser cuidadosamente estudado e analisado de forma a proporcionar aos pais, educadores e todos os agentes sociais envolvidos, informação sobre os efeitos da televisão. Por conseguinte, a única forma para compreender o equilíbrio entre os malefícios e benefícios ou oportunidades da televisão é através da investigação empírica. Por outro lado, é também relevante olhar para as crianças como actores sociais, conceito este que foi introduzido pela sociologia da infância na década de 90 aquando da introdução do conceito de infância como objecto de estudo sociológico. Ou seja, o conceito de infância passa, assim, a ser perspectivado de uma forma diferente, como um fenómeno social e cultural e consequentemente o desenvolvimento da criança é visto, tal como os adultos, como um processo de adaptações, processos de socialização, de apropriação, reinvenção e reprodução (Corsaro, 1997).

A televisão representa também um sistema de mensagens que são emitidas através dos seus conteúdos ou programas (Fiske e Hartley, 1988), e segundo o que alguns estudiosos defendem, tal como George Gerbner (1970), o conteúdo dessas mensagens são, na maioria das vezes, a representação dos valores da sociedade, ou seja, a produção das mensagens televisivas são como

que uma parte activa do nosso ambiente cultural e social. Partindo deste pressuposto, e segundo o autor, para compreender e analisar em profundidade as mensagens televisivas é necessário olhar para várias dimensões: existência, prioridades, valores e relações. Na primeira dimensão dever-se-á compreender e analisar o resultado ou efeito das mensagens, a quantidade e a frequência que é emitido determinado conteúdo em detrimento de outros; na segunda dimensão pretende-se salientar o que é importante, prominente ou intenso em determinados factores ou elementos; nos valores dever-se-á olhar para questões de julgamentos ou decisões que estão implícitas no sistema cultural da mensagem; e, por fim, a dimensão de relações abrange as ligações ou relações nos significados dos conteúdos, o que está relacionado com o quê, e qual a estrutura do significado da mensagem. Ao olhar para estas dimensões é possível, então, compreender o significado das mensagens televisivas, que muito embora sejam diferentes da realidade, são claramente o manifesto simbólico da nossa sociedade. Desta forma, a televisão para crianças representa também um conjunto de significados que são produto da nossa sociedade e que têm, muitas das vezes, um objectivo específico, dependendo de cada programa, programação ou canal. Consequentemente, cabe também aos pais, programadores, educadores, e todos os que exercem influência na vida das crianças, contribuir para que estas representações ou mensagens televisivas possam ajudá-las no seu desenvolvimento, ao acompanharem e ajudarem na interpretação, para que os mais jovens possam tornar-se em actores sociais, participativos na sociedade activos nas suas escolhas.

Por último, uma nota que é relevante para um melhor entendimento da relação entre crianças e a televisão, diz respeito à orientação dos estudos sobre esta temática. É importante compreender as *“experiências e práticas televisivas das crianças, situando-as no contexto mais vasto das suas práticas quotidianas”* (Pereira, 2003), ou seja, parafraseando Buckingham, é necessário seguir também uma orientação sociocêntrica em detrimento da mediocêntrica, perspectiva esta que é originalmente defendida por Denis McQuail. Deve-se destacar alguns factores que contribuem para uma melhor compreensão da

relação entre as crianças e a televisão, tais como o meio geográfico, o contexto social em que a criança se insere e vive, a idade, sexo, nível de desenvolvimento cognitivo, social e afectivo, assim como também os próprios programas televisivos, que “constituem importantes filtros na relação que a criança estabelece com o pequeno ecrã” (Pereira, 2003:2).

2. A programação televisiva e o seu conceito

Seguindo o pensamento de Pierre Bourdieu (1997), a televisão apresenta-se como um “monopólio de informação dos cérebros de uma parte importante da população”, ou por outras palavras, é uma das principais fontes de informação dos cidadãos. Partindo deste pressuposto, as decisões da programação televisiva estão susceptíveis a influências que provêm do próprio interesse das cadeias televisivas e dos produtores. Ou seja, seja da parte de quem decide a programação ou quem a produz, a programação acaba sempre por reflectir um conjunto de ideias de quem tem controlo sobre a mesma.

Embora a programação televisiva seja muitas vezes perspectivada de uma forma abrangente, e tenha um significado comum para algumas pessoas, esta definição envolve mais do que um sentido, quando aprofundado em pormenor. Tal como Lorenzo Vilches aponta no trabalho que realizou para a Eurofiction⁴, a programação televisiva envolve vários aspectos relacionados com o conjunto de decisões e opções de um canal ou do sistema televisivo da direcção de um canal, que por sua vez resulta num conjunto de escolhas de vários programas televisivos e também no seu enquadramento em termos de horários e períodos da emissão dos mesmos. Por outras palavras, entende-se que a programação televisiva não se limita ou se circunscreve à escolha dos programas mas também está ligada a decisões que dizem respeito a horários,

⁴ Eurofiction faz parte do Observatório Europeu de Audiovisual de Espanha

pressões do mercado, competitividade e, por conseguinte, questões explicitamente relacionadas com o público-alvo.

O conceito de programação está também intrinsecamente ligado ao conceito de audiência, sendo este último um dos principais factores de decisão da programação e da escolha de determinados programas ou horários em detrimento de outros. Um dos exemplos disto, que se verifica no panorama da programação televisiva portuguesa, é o fenómeno que se dá no início da década de 90, com o fim do monopólio televisivo público, resultando num novo cenário televisivo através do qual a *“programação dos canais públicos começou a seguir critérios comerciais e a ceder à lógica dos índices de audiências”* (Pereira, 2005:2). Assim sendo, os níveis de audiências e os interesses comerciais têm um papel importante nas decisões relacionadas com a programação televisiva, afectando muitas vezes o que se chama de uma programação de qualidade. Este conceito, por sua vez, intrinsecamente ligado ao conceito de programação, é uma das questões mais debatidas sobre a televisão e a sua programação. O conceito de qualidade televisiva, ou qualidade na programação, é algo que não é estático, e tal como Vilches aponta, é definido por um conjunto de factores tais como a sociedade, emissores, receptores, produtores, que criam e estabelecem os padrões para uma programação de qualidade.

Atendendo às diferentes perspectivas sobre o conceito de programação televisiva e os debates em torno deste tema, é pertinente destacar alguns autores que têm vindo a contribuir para um conhecimento mais crítico do conceito de programação e da importância da televisão. François Jost, por exemplo, é um dos especialistas dos media que defende a ideia de que a televisão dos dias de hoje move-se perante os seus espectadores de uma forma sublime, colectiva, e que vai ao encontro das expectativas do seu público, através dos vários *“pactos”* que poderão estar relacionados nomeadamente com o espectáculo, aprendizagem, hospitalidade, comércio, mélanges, e emissões específicas (Jost, 2001). Ou seja, na maioria dos casos, a programação é repensada mediante as tendências que apelam os espectadores e também e os público-alvos de cada cadeia televisiva. O que o autor pretende dizer é que cada

género apresentado pelo canal recai quase sempre, directa ou indirectamente, sobre a promessa de um mundo, seja ele ficcional, lúdico, real ou um misto (Jost, 1997). E, esta categorização de géneros, assim como os seus objectivos são indiscutivelmente usados para agradar o vasto leque de opções da parte dos espectadores que, simultaneamente, acabam por condicionar a crença do público. Partindo deste pressuposto, poder-se-á concluir que, de certa forma, a televisão de hoje assim como o conceito de programação estão estritamente ligados à apresentação de uma diversidade de oferta que por conseguinte, tem por objectivo único agradar os diferentes públicos. Ou seja, seguindo o pensamento de Jost (1997), a programação não é perspectivada, à priori, como um caminho ou meio de introduzir novos meios de socialização, aprendizagem ou divertimento, mas sim, de conquistar e alcançar o maior número de espectadores, sendo para isso necessário ir ao encontro dos seus gostos e preferências. Embora esta ideia tenha, algumas vezes, uma certa conotação extremista, no sentido em que nem sempre representa a realidade, não deixa de ser, em muitos casos, o cenário com que nos deparamos, principalmente quando se trata de alcançar resultados na conquista de audiências por parte dos canais.

A programação televisiva diz respeito às mensagens veiculadas inseridas no conteúdo dos programas, através de vários códigos utilizados, formatos, géneros e toda a forma como se articula a produção dos conteúdos televisivos (Pereira, 2003). Adicionalmente, e como já foi referido anteriormente, a actividade televisiva está longe de ser uma actividade simples e linear, e por isso, a programação também é uma actividade complexa, que engloba aspectos que se relacionam com o discurso televisivo e a forma como os programas se articulam. À semelhança da análise que é feita sobre a articulação dos programas numa programação, também se pode fazer o mesmo para casos particulares, como por exemplo, o público infanto-juvenil. Quando se trata da programação para crianças que é o objecto de estudo deste trabalho, poder-se-á analisar o conteúdo dos programas para a infância, contudo, não se exclue a hipótese da programação televisiva, no geral, apresentar programas dirigidos

aos adultos nos quais as crianças também são espectadores. O caminho que se pretende seguir neste estudo é semelhante ao que Sara Pereira refere quando se trata da análise da programação televisiva, ou seja, essa avaliação debruça-se sobre o “...tipo de códigos utilizados, formatos, géneros e outros aspectos formais e processuais relacionados com a produção dos conteúdos televisivos...” (Pereira, 2003:3) para a infância na tentativa de se obter e compreender o “discurso televisivo”. Assim sendo, a forma de olhar e entender a programação televisiva altera-se mediante o tipo de público a que se destina. A noção de programação implica os termos género, conteúdos, formatos, duração, horários, origem de programas, tendências, entre muitos outros, que constituem e definem uma programação no seu geral.

A programação tem também vindo a sofrer várias transformações no que diz respeito aos géneros, a sua constituição, e a sua definição. A ideia da paleo-televisão versus neo-televisão é inicialmente denominada por Umberto Eco (1986) e depois realçado por outros autores, tais como François Jost e Casetti e Odin, de forma a exemplificar o significado da actual programação televisiva em detrimento da “antiga” televisão, ou conceito antigo de programação. Perante esta dualidade de paleo versus neo-televisão, destaca-se o facto da neo-televisão privilegiar uma lógica de contacto, enquanto que a paleo-televisão recorre mais a um tipo de comunicação pedagógica com o espectador. A televisão de hoje, ou a neo-televisão, como os autores referem, é constituída por uma forma de contacto mais fragmentada, enquanto que a paleo-televisão utilizava uma forma de “socialização” para com os espectadores. Consequentemente, alega-se que a televisão passou assim de uma fase de “socialização” para uma relação mais individualizada e indiferente para com os espectadores e o meio. A paleo-televisão, que surge por volta da década de setenta, acarreta, assim, uma mensagem de uma forma diferente que a neo-televisão, sendo que esta nova forma de programação e de entender o público centra-se mais numa mensagem “escondida” e subtil ao invés da paleo-televisão, em que a mensagem se encontrava nitidamente manifesta (Jost, 1997). Assim sendo, a neo-televisão vai ao encontro das expectativas dos espectadores,

criando e moldando os géneros que melhor se adaptam ao público em si. Jost realça a ideia de que esta nova forma de televisão, ou de programação televisiva, ter como objectivo agradar os diferentes gostos e “sonhos” de cada espectador, apresentando-se como algo original, mas que subtilmente responde aos desejos de cada público. E, neste sentido, tanto Jost como Jérôme Bourdon (Bourdon e Jost, 1998) chamam a atenção para a necessidade e relevância de reflectir e ponderar sobre a enunciação televisiva, mantendo um olhar atento e crítico sobre este aspecto, não deixando que passe ao lado como um fenómeno natural. Deve-se classificar e entender a programação como se fosse um texto literário, através do qual existe uma relação entre a televisão e o espectador como um modelo de conversação, uma interacção entre ambos, onde uma mesma emissão ou programa pode provocar sentimentos totalmente diferentes. No caso particular das crianças, ou da audiência infantil este aspecto é ainda de maior importância, uma vez que as crianças precisam de ser acompanhadas e muitas vezes guiadas para perceberem o que estão a ver. Deve haver uma mediação entre o que é visto e o que é entendido aquando do visionamento televisivo, de forma a não deixar dúvidas ou mal interpretações nas crianças. Tal como Dorr salienta, a “ televisão oferece experiências importantes para o crescimento das crianças...” (Dorr, 1986:7) o que as torna ainda mais susceptíveis às mensagens veiculadas. O autor vai mais além e evidencia o facto do conhecimento das crianças ser limitado em relação a todos os aspectos do mundo social e físico em que vivem, o que torna a televisão o primeiro contacto com essa realidade. Por estas razões a programação dirigida ao público infantil deve ser cuidadosamente acompanhado pelos pais ou educadores, utilizando a mediação como “chave” para um uso crítico da televisão.

Remetendo para a questão da qualidade da programação, este assunto têm gerado várias perspectivas e debates em torno da questão da definição de qualidade. Um dos principais obstáculos, já referidos anteriormente, está intrinsecamente ligado aos parâmetros de classificação e definição de qualidade, e em muitos casos, este ponto está também ligado a laços culturais já

estabelecidos em cada sociedade, ou país. No caso particular do público infantil e da necessidade de uma programação de qualidade, um dos principais problemas é o facto de ainda se olhar para as crianças como um grupo homogéneo, ou seja, em que todas têm os mesmos gostos e tendências quando se refere à programação televisiva (Buckingham,1999: 8). De facto, existem vários tipos de crianças, oriundas de vários meios, culturas, experiências, formas de viver e entender o conceito de educação ou lazer e, tal como os adultos, não deveriam ser catalogadas como que idênticas no seu todo. Segundo Buckingham (1999), mediante as suas vivências e gostos, cada criança escolhe e interpreta os seus programas televisivos. No entanto, esta escolha é feita perante um universo disponível e por isso, torna-se, de certa forma, complexo definir uma programação que vá ao encontro dos gostos de cada criança, ou seja, que inclua diversidade, programas educacionais, entretenimento, e ficção. A programação infantil poderá e deveria ser ajustada culturalmente, tentando combinar a parte atractiva ou comercial com um lado mais educacional, indo ao encontro das necessidades das crianças no seu contexto social e cultural.

A questão da qualidade e da diversidade são dois aspectos que estão estritamente ligados, (Pereira, 2003) e embora vários autores defendam que uma programação de qualidade deve apostar na diversidade, o que se tem verificado é que existe uma preocupação da parte dos programadores em agradar os gostos de uma maioria em detrimento de uma maior aposta na diversidade da oferta televisiva para as crianças. Consequentemente, as “preocupações têm incidido mais naquilo que as crianças querem do que naquilo que as crianças precisam” (Pereira, 2003), ou seja, no caso deste público específico, os programadores olham de uma certa forma como uma oportunidade de mercado, ou público-alvo, para atingir determinados fins lucrativos, em vez de um público que precisa de informação, entretenimento e programas que possam ajudar no desenvolvimento das crianças. Adicionalmente, a confusão gerada em torno da definição e medição de qualidade da programação tem resultado em muitos debates e algumas incertezas do seu significado e do melhor caminho a seguir. Porém, uma das

melhores formas para garantir a qualidade da programação para os mais jovens passa pela aposta de uma programação “pensada e decidida em função das experiências e não (apenas) dos índices de audiência” (Pereira, 2003:11). Ou seja, uma programação que não se baseie na uniformização e massificação da oferta, evitando, sempre que possível, programas com objectivos de exploração comercial dos mais jovens. Aliás, um dos aspectos realçados na programação para crianças, segundo Barbara Mates e Aimee Dorr (1980) é o facto de existir uma necessidade e, simultaneamente, uma dificuldade em conciliar o tipo de programação atractiva com alguns conteúdos comerciais e uma programação educacional. Estes dois aspectos da programação são contrastantes e difíceis de concretizar embora exista um certo esforço, por parte dos programadores, em tornar programas educativos atractivos ou com uma vertente mais lúdica. A Rua Sésamo, por exemplo, é um programa pioneiro neste sentido, ao conseguir reunir os vários aspectos que atrai um público, neste caso o pré-escolar, e ser, simultaneamente, um programa com objectivos educacionais (Ball, Bagatz, 1970).

A programação infantil com o fim de ensinar ou educar as crianças sempre esteve em mutação e já desde há 20 anos para cá que têm existido mudanças significativas no que respeita à qualidade da programação (Mates e Dorr, 1980). Segundo as autoras, na altura deste estudo já existia um melhoramento na programação com base nas informações provenientes de pais, educadores, comunidades, e até mesmo programadores ou responsáveis pela produção de programas para crianças. De facto, até mesmo a nível nacional, o cenário da televisão para crianças têm se vindo a alterar ao longo dos anos, contudo, não se poderá afirmar se essas mudanças têm contribuído para uma melhor ou pior qualidade da programação infantil. Os estudos a nível nacional conduzidos até à data, mencionados anteriormente, apontam para alterações no cenário da televisão para crianças mas sempre com outros aspectos que se destacam como lacunares nessa mesma programação.

Entre os vários tipos de programação existentes para crianças destacam-se três vertentes que estão constantemente em desenvolvimento: a

programação comercial, a programação educacional e a programação de instrução. Segundo Barbara Mates (Mates e Dorr, 1980) a primeira programação inclui muitos conteúdos com o fim de entreter, sendo que alguns conteúdos têm também informação relevante. O segundo tipo de programação, educacional, tem como principal objectivo educar e ensinar as crianças, sendo muitas vezes usado como recurso escolar, e por fim, a programação de instrução é emitida durante o horário escolar, nas escolas, com o fim exclusivo de ensinar e auxiliar a aprendizagem, que no caso de Portugal não existe um tipo de programação contemplada ou produzida para esse fim.

A necessidade de estudar determinados públicos, como aconteceu na altura da produção da Rua Sésamo, onde não havia, até à data, quaisquer estudos ou dados sobre a audiência pré-escolar (dos 3 aos 5 anos), fez com que essa informação fosse recolhida e mais tarde utilizada para outros programas com destino para o pré-escolar (Mates e Dorr, 1980). Por outro lado, uma programação bem preparada e planeada para o público em questão também pode ter os efeitos desejáveis por parte dos programadores. Bruce Watkins, Aletha Huston e John Wright são alguns dos autores que defendem esta ideia (Dorr, Watkins *et al*, 1980). As tentativas de usar a televisão como uma forma de “ ensino” ou aprendizagem iniciou-se nos Estados Unidos, por volta de 1950, e de facto, nessa altura, a televisão era vista como uma forma efectiva de educação massiva, uma vez que atingia uma grande parte da população Americana. Durante a mesma altura, sensivelmente entre 1950 e 1960, existiam poucos programas educativos para as crianças, tanto nos Estados Unidos como no resto do mundo. Em 1967, um grupo de académicos, pesquisadores e produtores decidiram juntar-se e trabalhar em conjunto para a criação de séries que fossem de entretenimento e educativas para as crianças. A Rua Sésamo^{5*}

⁵ Rua Sésamo foi uma produção americana de séries educativas e pedagógicas destinado ao público pré-escolar. Produzidas pela organização americana sem fins lucrativos, *Sesamo Workshop*, também conhecido na altura como CTW (Children’s Television Workshop), foi a produção mais duração na história, contando com cerca de 4.100 episódios produzidos em 36 temporadas. A co-produção portuguesa teve início em 1989.

nasceu, assim, a partir deste projecto, da mesma forma que *Electric Company*⁶ e outras séries do mesmo género. Estas séries provaram que é possível criar programas que associam a parte educativa ou intelectual com o entretenimento, aliando, assim, estes dois componentes nas produções para crianças.

Os aspectos relacionados com a qualidade da programação infantil tornam-se mais complexos com o advento e proliferação da televisão por cabo. O conceito de programação altera-se com o cenário do aparecimento das emissões via cabo, e tal como Barbara Mates indica (Mates e Dorr, 1980), inicialmente os programas começaram a ser produzidos para um número crescente de audiências específicas, ou seja, a ir ao encontro de determinadas audiências, delimitando assim o mercado em termos de público-alvo. Aliás, uma das razões apontadas para o sucesso e crescimento dos assinantes dos serviços televisivos por cabo, no início do aparecimento da televisão por cabo nos Estados Unidos, deve-se ao facto da haver uma maior disponibilidade e oferta de programação, de ser um serviço mais-valia e dos custos serem razoáveis pelo serviço em si. Ou seja, de uma forma geral, os assinantes da televisão por cabo esperam vantagens na programação, ou seja, mais variedade, qualidade, e canais temáticos que ofereçam conteúdos específicos na sua programação. Desta forma, as emissões da televisão via cabo acarretam mudanças que transformaram completamente o cenário do conceito de programação. Se por um lado, no panorama das escolhas do público, este fenómeno significou a abundância na escolha e o desaparecimento da hegemonia das audiências, por outro lado, o espectador deixou de ser perspectivado de uma forma mais individualizada para passar a ser visto numa perspectiva mais internacional e inserido num grupo de audiências, mediante o interesse dos canais ou programadores. A questão do aumento da possibilidade da internacionalização das transmissões faz com que exista uma quebra de barreiras de lugar, nacionalidade, língua, e até mesmo laços culturais (McQuail, 1994), ou seja, a televisão por cabo sintetizou e alterou completamente a forma

⁶ *Electric Company* é uma produção americana de séries educacionais realizadas pela CTW (*Childre's Television Workshop*), actualmente *Sesame Workshop*. Esta produção teve início em 1971 até 1985

de como o conceito de audiências era entendido na era da supremacia da televisão hertziana. Consequentemente, os canais hertzianos tiveram que se adaptar a estas novas circunstâncias, criando meios para superar este novo fenómeno tecnológico e reestruturando a forma de “fazer televisão”. De uma forma geral, a televisão por cabo acarretou mudanças por completo no panorama da televisão em si, não abolindo completamente o conceito de audiências, até à data bem definido, mas de certa forma, criando uma audiência fragmentada, que por sua vez passa a ter um papel mais activo nas suas decisões. Ou seja, o público deixou de ficar confinado a um único pacote de informação, passando a ter opções múltiplas no que diz respeito a programas e horários.

A programação infantil, sofreu, de igual forma, alterações com o advento da televisão por cabo. De uma forma positiva, o público deixou de ficar confinado às únicas opções dos canais existentes via hertziana, passando a ter um maior leque de escolha que, consequentemente, gerou um papel mais activo nas decisões nas escolhas dos programas. Nesta perspectiva, a programação por cabo também foi estruturada tendo em consideração os aspectos ligados à diversidade, oferta e competição de audiências. Tal como McQuail aponta (1994), a parte comercial da televisão exige lucros para sobreviver e por isso, muitas das decisões tomadas neste sentido afectam, directa ou indirectamente o público. O caso da televisão por cabo não é diferente, sendo até uma forma mais viável de criar mercados e oportunidades para cada canal. O conceito de programação infantil alterou-se com a chegada da televisão por cabo, uma vez que passou a existir canais temáticos dirigidos unicamente para este público, o que por sua vez criou oportunidades e obstáculos para os programadores. Uma das características da programação da televisão por cabo é o facto de poder acarretar mais transmissões e controlar melhor quem pode receber um sinal, em detrimento da televisão aberta (Wikipédia, 2006) . Outro aspecto da programação da televisão por cabo é o facto da percentagem dos comerciais ser inferior à da televisão hertziana, isto porque a televisão por cabo já impõe uma

taxa pelos seus serviços, o que resulta numa necessidade menor de obter lucros através dos tempos comerciais.

3. A importância da programação infantil no quadro da oferta televisiva geral

A televisão, no geral, deve proporcionar uma programação variada, incluindo uma programação dedicada e repensada para cada público em particular. No caso da televisão para as crianças, deve haver um cuidado redobrado, em que a programação seja pensada, em que se invista na investigação sobre a necessidade do público, de forma a que a oferta possa agradar e ir ao encontro das necessidades dos mais pequenos. Isto porque a televisão proporciona, não só pelo seu conteúdo, mas também pela forma que ocupa os tempos livres das crianças, experiências que são cruciais para o crescimento das mesmas, providenciando formas de interagir socialmente, promovendo informação e o desenvolvimento de actividades (Dorr, 1986). O visionamento televisivo pode muitas vezes encorajar ou desencorajar a interacção social nos mais pequenos. A programação ou a televisão para crianças é um processo mais complexo do que se possa imaginar. Ao contrário da televisão para adultos, a televisão infantil não é produzida por elas mas sim para elas, centrando-se sobre os adultos e não sobre os desejos ou fantasias das próprias (Buckingham *in* Bazalgette e Buckingham, 1995). Esta ideia de Buckingham leva-nos a ponderar sobre todos os aspectos que estão por detrás da complexidade aquando da elaboração da programação infantil. Por um lado, trata-se de um público mais susceptível a influências, aprendizagens, envolvimentos e, quando comparado com os adultos, as crianças são de facto uma audiência especial, cuja principal característica, como já foi referido anteriormente, é o facto do seu conhecimento ser limitado em relação a todos os aspectos do mundo social e físico em que vivem. A televisão, por sua vez, representa muitas das vezes o primeiro contacto que as crianças têm com esse mundo físico e social, e por isso, ela tem um

papel determinante na influência e no processo de desenvolvimento da criança. A perspectiva construtivista da interpretação das mensagens que Dorr aponta alerta para o facto das crianças não terem o mesmo conhecimento ou “background” que os adultos, e por essas razões, poder muitas vezes “falhar” ou criar mal entendidos na compreensão de determinados conteúdos televisivos. Por estas razões, a televisão para crianças exige um trabalho activo e mais aprofundado, de forma a dar sentido aos conteúdos e para que a mensagem possa ser veiculada de forma efectiva possa proporcionar hipóteses para o desenvolvimento da criança, através de uma programação cuidada. Um exemplo disto é o ênfase que a cadeia televisiva pública Britânica, a BBC, tem vindo a dar em torno da programação infantil. Ou seja, existe já há muito tempo um acervo de programação e vários trabalhos que a BBC desenvolve centrado numa programação infantil educacional (Buckingham, Davies e Oswell *in* Briggs, 2006). Marie Davies salienta ainda, dando o exemplo da série *Teletubbies*, que a BBC tem por tradição produzir programas para crianças que estimulem a aprendizagem, as capacidades cognitivas e o desenvolvimento de um pensamento crítico e imaginativo (Davies, 2001:58).

Hilde Himmelweit⁷ e Wilburn Schramm⁸ são dois pesquisadores pioneiros que desenvolveram estudos sobre das transformações causadas nas crianças pelo efeito da televisão, através do qual defendem que as crianças devem ser participantes activos para determinarem o significado da televisão nas suas vidas. Consequentemente, produtores e programadores podem também contribuir e ajudar as crianças a captarem um melhor sentido das mensagens televisivas comerciais se optarem por produzirem programas que expliquem o que é tratado e tenham o cuidado de apresentar a informação de uma forma mais clara, sem a necessidade de um conhecimento prévio e quaisquer habilidades construtivistas. Ou seja, os programas devem ser o mais simples

⁷ Himmelwiet foi a primeira professora de Psicologia Social, em Inglaterra, que fundou o Departamento de Psicologia Social no LSE (London School of Economics and Political Science). Os seus trabalhos contribuíram para uma melhor compreensão do mundo contemporâneo, nomeadamente para uma melhor percepção da influência da televisão na sociedade e nas crianças.

⁸ Schramm foi o fundador do Instituto de Pesquisa em Comunicação na Universidade de Illinois. A sua influência no campo da comunicação deve-se à obra publicada em conjunto com a UNESCO “*Mass Media and National Development*”.

possível, no sentido de ensinar as crianças e para isso é preciso ter em conta as suas capacidades para decifrar ou interpretar determinadas ideias ou informação. É, muitas das vezes, difícil também para os produtores ou programadores colocarem-se na posição das crianças como espectadores quando se está a produzir ou criar programas para as mesmas, sendo sempre uma incógnita a forma como estas irão interpretar ou criar ideias sobre o que veem, contudo os estudos e pesquisas que já foram feitas sobre os efeitos e a audiência infantil deve servir de base e auxílio para os produtores. Tal como a Associação Internacional de Sociologia⁹ defende, a infância não deve ser só encarada através daquilo que as instituições adultas esperam, mas também devem ser abordadas como um grupo específico que produz e reproduz a vida social. Tendo em conta que se trata de um público especial, cujo seu desenvolvimento envolve um processo social, a programação, no geral, deve ter em conta todos estes aspectos e considerá-los aquando das decisões da programação infantil.

Cada criança é um mundo, e tal como Livingstone refere, cada criança ou jovem constrói identidades, novos grupos sociais, e aprendem a negociar significados culturais, através dos quais a televisão e os outros media têm um papel central nestas decisões (Livingstone, 2002). O facto de que se tratar de um público activo, ao contrário da ideia de que as crianças são passivas perante a televisão, é outro aspecto que deve ser equacionado perante as decisões da programação, sendo realmente pertinente ter estes aspectos em consideração quando se trabalha ou discute a programação infanto-juvenil e a sua importância no quadro da programação geral. Embora se trate de um público diferente, Prout afirma que não se deve separar as crianças dos adultos de uma forma arbitrária (Prout 2005), isto porque a infância pode ser entendida e perspectivada como uma “rede”, ou seja, como um conjunto de ordens sociais diferentes, por vezes

⁹ A Associação Internacional de Sociologia (ISA) é uma associação sem fins lucrativos com objectivos científicos na área da Sociologia e das Ciências Sociais. Fundada em 1949 sobre o auspício da UNESCO o seu principal objectivo é representar sociólogos de toda a parte do mundo, sendo constituída por membros oriundos de cerca de 109 países.

competitivas, outras vezes conflituosas, ou seja, elas também negociam, compartilham e criam culturas com os adultos.

A televisão ocupa um lugar importante na vida das crianças, constituindo um fenómeno de socialização, educação e desenvolvimento (Pinto, 1995). A criança é um espectador activo e a relação presente entre este público e a televisão pode ser analisado mediante várias relações possíveis. Seguindo o exemplo que Manuel Pinto expõe (Pinto, 1995), existem três vertentes que podem ser usadas para avaliar esta relação: a dimensão institucional da televisão, as audiências, e através dos textos ou mensagens que são veiculados através da televisão ou dos seus conteúdos. Segundo o autor, estes são como três vértices e um triângulo de relações que são possíveis e necessárias na relação entre crianças e televisão. Ou seja, quando se discute a relação entre a televisão e as crianças deve-se ter em conta os vários aspectos mencionados atrás.

Remetendo ainda para a ideia de Dorr, as crianças são, de facto, uma audiência especial (Dorr, 1986) e, por isso mesmo, a programação para esta audiência deve ser cuidadosamente estudada e analisada. Um dos principais problemas nas decisões da programação televisiva, no geral, é o facto de se encarar o público infantil como um grupo homogéneo, quando na realidade existem diversidades culturais, sociais e educacionais entre as crianças, da mesma forma que existem entre o público adulto. Mesmo o aspecto das idades e a definição de um segmento de idades dentro do público infantil, deve ser considerado como um aspecto de diferença em termos de oferta de programação. Assim sendo, uma programação de qualidade pressupõe diversidade e a programação infantil não deve deixar de fora a questão das diferenças que existem no universo do público infanto-juvenil. O público infantil deve ser encarado como uma audiência específica mas intrinsecamente diversificado, cuja programação deve ser pensada com detalhe e de forma a ir ao encontro às diferentes necessidades das crianças. Contudo, a programação infantil também deve ter como objectivo educar e entreter as crianças e também os pais, através de programas que possam atrair a família e convidar os pais a

assistirem com as crianças. As práticas televisivas são bastante diversificadas e encontram-se entrelaçadas com as práticas quotidianas, da mesma forma que a “relação família-televisão é social e culturalmente mediada pelo quadro social da vida quotidiana” (Pereira, 2003:6). Ou seja, se as crianças vêem muita programação que é destinada à audiência familiar, os pais podem exercer uma influência no processo de mediação e ajudá-las a melhor interpretarem o significado de algumas ideias ou questões. Adicionalmente, tendo em conta que muitas das vezes os pais desconhecem a programação destinada aos mais jovens, o acompanhamento no visionamento com os seus filhos não só abre novos horizontes como também proporciona um melhor conhecimento dos conteúdos e dos tipos de programas para as crianças. Com este tipo de envolvimento é, posteriormente, possível tomar decisões sobre o tipo de programas que devem ser vistos e os que devem ter um acompanhamento de forma a explicar algumas dúvidas que possam surgir.

O público infantil tornou-se um público-alvo onde se focam vários interesses comerciais por parte dos programadores e produtores. Este cenário surgiu principalmente quando se começou a perceber que as crianças poderiam realmente representar um segmento de mercado televisivo e oportunidades de aumentar os lucros dos comerciais. A ideia da criança como um consumidor é algo que já tinha sido tido em conta por alguns produtores, contudo, este conceito tem vindo a desenvolver-se, ao ponto da criança ser, hoje em dia, quase como um público-alvo para o “niche marketing” (Buckingham, 2000). Este factor, e outros aliados à presença da televisão no quotidiano das crianças, criou e abriu portas para uma maior oferta televisiva, mas não significa, contudo, que essa oferta seja em benefício das crianças. Mediante este cenário, a responsabilidade dos emissores televisivos em relação ao desenvolvimento das crianças aumentou e em alguns casos, como no Reino Unido, passou a existir um maior debate em torno do estatuto de responsabilidade dos responsáveis das emissões televisivas para crianças (Buckingham, 2000). O resultado destes debates surge também em 1990 após a nova regulamentação *British Broadcasting Act*, que veio transformar a forma como a televisão e a rádio eram

regulamentadas até à data, criando uma certa desconfiança relativamente à qualidade na oferta dos programas televisivos.

Quando se analisa a programação televisiva para crianças na última década, deparamo-nos com um cenário que engloba duas questões marcantes e pertinentes para compreender o desenvolvimento dessa programação. Por um lado existe a história da concepção da infância ao longo da época, e por outro lado as funções da televisão na sociedade (Pinto, 1995). A infância só começa a ganhar estatuto de objecto de estudo a partir da década de 90, e só então é que a criança passa a ser considerada como fenómeno social e cultural. Por outro lado, no que diz respeito às funções da televisão na sociedade, a história conta também com mudanças muito significativas no panorama audiovisual em Portugal. O fim do monopólio estatal televisivo e a nova situação de concorrência entre os operadores públicos e privados provoca várias mudanças, nomeadamente na forma de olhar para o público infantil, que por sua vez passa a ser perspectivado como uma hipótese de um novo mercado e uma audiência até aquela data pouco explorado.

O público infanto-juvenil passou, assim a significar uma oportunidade, nomeadamente para alguns fins comerciais, aparecendo como um novo mercado no panorama geral da televisão. Ou seja, as crianças, perspectivadas como uma audiência activa mas simultâneamente mais susceptível e vulnerável, passaram a ser vistas como um alvo comercial aos olhos dos produtores e programadores. Aliás, parafraseando Valerie Crane, uma das principais razões pela qual a publicidade para crianças só apareceu mais tarde, por volta de 1970, deve-se ao facto de os programadores não considerarem, durante muitos anos, as crianças como um grupo ou mercado para a publicidade (Crane in Dorr, 1980). A partir do momento em que este grupo é perspectivado como um público-alvo, os produtores passam a utilizar a publicidade como forma de reduzir os custos dos programas para crianças, da mesma forma que o fazem, na maioria dos casos, para os outros programas. Conscientes de que as crianças passam grande parte do seu tempo a ver televisão, seja por diversão ou por preenchimento das horas livres, e do papel deste meio de comunicação

no seio da família e nos espaço doméstico, os produtores, programadores e responsáveis pela programação televisiva sabem exactamente como alcançar os seus objectivos de audiências e lucros comerciais.

Pelas razões pontadas anteriormente, é crucial que se dê cada vez mais ênfase à questão da programação infantil no quadro geral da oferta televisiva, de forma a combater os interesses comerciais e lucrativos da parte das cadeias televisivas, criando pressões para evitar as mesmas tendências e melhorar a oferta da programação infanto-juvenil. Para tal, é necessário estudar e conhecer melhor as formas através das quais a audiência do público infantil tem sido tratado e perspectivado, olhando para o exemplos de outros países e o que tem sido feito neste sentido. Na Austrália, por exemplo, existe uma forte regulamentação, que parte sobretudo da entidade reguladora *Australian Broadcasting Authority – ABA*¹⁰, com o fim de zelar pelo cumprimento das normas sobre a televisão infantil. A legislação australiana sobre a programação para crianças baseia-se em vários princípios, tais como a provisão de uma oferta de programas de qualidade para as crianças, uma programação que compreenda as várias idades dentro do público infanto-juvenil, e uma programação de diversidade, através do qual as crianças possam ter a escolha de eleger os seus programas favoritos. Adicionalmente é incumbido à televisão comercial a responsabilidade pública de fornecer este tipo de programas. As principais medidas que partiram do *Children’s Television Standards*, em 1992, foram também exemplares, no sentido em que estabeleceram critérios para a produção e emissão dos programas para crianças, estabelecendo a definição do que deve ou não ter um programa infantil. Entre os vários critérios destacam-se a importância da compreensão e experiência das crianças e a contextualização do programa a nível cultural, ou seja, produzido para as crianças australianas, através de produções nacionais. O Australian Broadcasting Authority também tem a tarefa de classificar os programas mediante as idades ou público infantil a

¹⁰ Australian Broadcasting Authority surge, em 1992, na sequência da entrada em vigência das “Normas sobre Televisão Infantil”, como um organismo público que visa zelar pelo cumprimento dessas mesmas normas. Ver: <http://www.aba.gov.au/what/programs/kids/index.htm>

que se destina, no caso dos programas que são contemplados perante os requisitos anteriormente referidos.

Paralelamente a este trabalho, que têm vindo a ser desenvolvido na Austrália, existem outras entidades e organismos públicos que têm contribuindo, de igual forma, para um melhoramento da programação televisiva para as crianças, seja através de estudos sobre a actual programação ou com acções que influenciam a forma como a programação é perspectivada e conduzida. A Annenberg School for Communication¹¹ é um dos exemplos dessas entidades. Com o principal objectivo de promover a investigação nas diferentes áreas da comunicação, a Annenberg School of Communication tem desenvolvido várias pesquisas sobre a televisão, nomeadamente sobre a a televisão para os mais pequenos. Entre 1996 e 1997, por exemplo, esta instituição levou a cabo um projecto muito interessante sobre a cobertura da televisão para crianças pelos jornais americanos, de forma a perceber até que ponto essa mesma cobertura jornalística afectou as decisões da Comissão Federal de Comunicações (FCC)¹². Parte da escola, o *Annenberg Public Policy Center* desenvolve um relatório anual sobre a programação emitida pelos canais hertzianos e cabo, para as crianças na zona da Filadélfia, considerando os aspectos da quantidade e qualidade. (Pereira, 2004:175) Este centro produz também relatórios sobre a actividade televisiva americana, de forma a combater as situações de desregulamentação.

No Reino Unido a Ofcom¹³ trabalha também no sentido de regular e pressionar as cadeias televisivas para uma programação de qualidade, através de pesquisas e novas leis sobre as emissões e os programas.

¹¹ Fundada em 1959 pelo filantropista Walter Annenberg, a *Annenberg School of Communication* tem como principal objectivo de promover pesquisas, educação e serviços relacionado com a comunicação na vida pública.

¹² A *Federal Communications Commission* (FCC) é uma agência governamental independente, criada a partir do *Communications Act* de 1934, com o fim de regular todas as comunicações inter- estatais e internacionais, de rádio, televisão, cabo e satélite.

¹³ Ofcom é a entidade reguladora independente para a indústria da comunicação no Reino Unido, stabelecida através do *Communications Act 2003* . Ver http://www.ofcom.org.uk/tv/psb_review/childprog/tor/

O trabalho que está por detrás destas entidades e centros de investigação é fulcral para um desenvolvimento da qualidade da programação. Segundo Buckingham, um dos passos para uma programação de qualidade, que vá ao encontro das necessidades das crianças mediante o seu meio cultural, passa não só pela análise dos programas e da programação em si, mas também pelos indivíduos e instituições que estão por detrás das decisões da produção de programas para os mais jovens (Buckingham, 1999). Este é um dos inúmeros segmentos quando se pretende analisar a programação infantil, uma vez que, segundo o autor, a definição de audiência infantil tem um poder infinito. Adicionalmente, o crescimento simbólico da televisão na vida das crianças não deve ser só olhado de uma forma negativa nem pessimista, mas deve ser discutida de forma a entender até que ponto as crianças poderão beneficiar da televisão como um leque de opções para partilha de experiências (Buckingham, 1999).

Remetendo para a questão da qualidade da programação infantil, sendo esta uma das principais preocupações de pais, programadores, educadores e todos envolvidos nesta temática, uma programação televisiva de qualidade deve contemplar vários padrões definidos pelos programadores, pais e responsáveis dos canais, mas não deve excluir os gostos do público infantil nem considerá-lo como um grupo uniforme e homogéneo, uma vez que as crianças, mediante as suas idades têm preferências e gostos que divergem à medida que vão crescendo ou conforme o ambiente em que estão inseridas. A oferta televisiva, no geral, deve contribuir para o desenvolvimento socio-educacional dos jovens espectadores ao introduzir novas formas de aprendizagem, entretenimento e interação com as outras crianças, família e todos que contribuem para a formação e crescimento social da criança. Segundo o filósofo norte-americano, George Herbert, o jogo infantil, através de representações de papéis e de brincadeiras de “ faz de conta” consituem um passo essencial na constituição, desenvolvimento e construção da autoconsciência da criança (Pinto, 1995) e por isso, a televisão pode proporcionar estas experiências através de uma programação que vá ao encontro das necessidades dos mais pequenos. Poder-se-á, então, afirmar que a televisão, para além de uma forma de entretenimento e diversão, complementa-se como um

fenómeno de desenvolvimento social e educacional, contribuindo para vários aspectos da vida das crianças e até mesmo dos adultos, que por sua vez podem aprender com os mais pequenos. Porém, ao contrário desta visão ideal da contribuição da televisão, é necessário que pais, educadores, e programadores mantenham um olhar crítico e uma postura activa mediante a oferta da programação, nomeadamente no caso da programação infantil.

4. Estudos sobre a programação infantil

Actualmente existem inúmeros estudos e trabalhos realizados sobre a temática da programação infantil e as suas características, embora segundo diferentes orientações teóricas e metodológicas. Em Portugal, no entanto, esta temática ainda se encontra bastante em desenvolvimento, nomeadamente no que diz respeito à oferta de trabalhos sobre a programação televisiva para as crianças. Paraphrasing Manuel Pinto (1995), em Portugal domina ainda “um certo silêncio” relativamente à investigação nesta área. Ou seja, embora este tema esteja presente nos debates públicos e na consciência dos cidadãos portugueses, em termos académicos existe uma lacuna que começa agora a ser preenchida com o aparecimento de pesquisas e estudos sobre esta área. Surge, portanto, uma presença e um enorme interesse que se tem vindo a demonstrar em discursos e em debates entre teóricos, pais, e outros envolvidos e interessados nesta temática, reflectindo a preocupação e interesse sobre este assunto, assim como também o desenrolar de novas pesquisas e estudos académicos sobre o tema.

De uma forma geral, alguns estudos sobre a programação infantil apontam para o facto deste ser um campo muito complexo, uma vez que envolve várias condicionantes, tais como a questão dos efeitos, a questão da qualidade da programação, o contexto social e cultural em que se insere cada

tipo de programação e as pressões do mercado, ou a dinâmica económica em que se insere cada emissor televisivo.

Já mencionado anteriormente, David Buckingham tem vindo a contribuir, ao longo da sua carreira como professor e pesquisador, para um melhor entendimento da programação infantil, através dos seus estudos e análises sobre esta temática. Num dos trabalhos realizados por Buckingham e Cary Bazalgette (1995), no âmbito do desempenho da televisão pública Britânica em termos de oferta televisiva para os mais jovens, destaca-se a dificuldade da BBC em produzir programas para as crianças em idades pré-escolares. O facto do público pré-escolar ser considerado uma categoria muito específica e simultaneamente, na altura, desconhecida para o canal, fez com que houvesse uma maior necessidade de investigação e a criação de programas de raiz. Ou seja, a BBC teve que criar programas para as crianças em idades pré-escolares partindo de diferentes métodos, uma vez que este grupo infantil nunca tinha sido contemplado na sua programação. Este trabalho envolveu pesquisas e estudos no sentido de perceber as necessidades das crianças nestas idades. Considerado um canal pioneiro, no que diz respeito à programação infantil, a BBC criou de facto vários programas que revolucionaram a forma de perspectivar a audiência infantil, nomeadamente os programas para crianças em idades pré-escolar, e de fazer televisão com qualidade para o público mais jovem. A produção de programas pensados para a família que criavam, de certa forma, uma ligação entre mãe e filho, foram inovadores na forma de repensar a programação infantil como algo que poderia trazer à família uma ligação, interacção e mediação (Bazalgette e Buckingham, 1995). Um destes exemplos foi o programa *“Watch with Mother”*¹⁴, que posicionava a mãe numa situação de moderadora e interveniente, criando um espaço de entretenimento e lazer entre a criança e a mãe. O facto de muitas das vezes os programas parecerem ser mais dirigidos para os pais, nas suas perspectivas, do que propriamente para as

¹⁴ “Watch with mother” foi um ciclo de programas para crianças, criado por Freda Lingstrom (produtora e pioneira da produção de programas para crianças nos inícios de 1950) e emitido pela BBC em 1950. Originalmente conhecido como “For Children” o programa mudou de nome em 1952 para “Watch with mother”, sendo o primeiro programa televisivo da BBC para crianças em idades pré-escolar.

crianças tinha como principal objectivo criar uma “ponte” ou uma ligação entre o que se vê e o que se entende, sendo os pais, nestes casos, agentes mediadores. Este aspecto é bastante interessante e criativo na forma como se pode fazer televisão para crianças, criando algumas certezas nas interpretações e ajudando a desmitificar o que as crianças assimilam quando estão a ver programas televisivos. A presença dos pais posiciona a criança numa situação em que interage e acaba por demonstrar as suas preferências e sentimentos relativos ao programa. Uma das particularidades da programação infantil, como já foi referido anteriormente, é o facto desta não ser feita pelas próprias, mas sim pelos adultos, o que resulta, muitas das vezes, numa programação centrada sobre os adultos e não sobre os desejos e fantasias das crianças. Buckingham (1995) tenta explicar este fenómeno da dificuldade de criação de uma televisão para crianças explicando que um dos principais obstáculos é o facto de os adultos não conseguirem colocar-se na posição das crianças como espectadores quando realizam e produzem programas para elas. As questões que se colocam sobre a forma como a criança vê o apresentador ou o desenho animado, como este se deve apresentar, a colocação de voz, o tipo de programa, entre muitas outras coisas, são algumas das muitas incógnitas que se apresentam e que é impossível prever a reacção. Por estas razões, é de destacar a importância da presença dos pais, algumas vezes, como forma de mediação e de maneira a interpretar os gostos e reacções da criança.

No quadro internacional, existem vários estudos sobre a programação infantil e as suas características, alguns destes centrados na qualidade da ficção televisiva para crianças, como é o caso do trabalho desenvolvido por (Vilches *et al*), levado a cabo pela Eurofiction, que pertence ao observatório Europeu de Audiovisual de Espanha. Este trabalho apresenta, de uma forma simples e clara, os processos que estão por detrás da tentativa de criação de uma programação de qualidade para as crianças, discutindo, como já foi mencionado anterioremtne, a questão da qualidade da programação.

A questão da qualidade deve ser debatida perante cada contexto social, entre pais, educadores, programadores, repectores e emissores. Mediante esse

contexto cultural e económico, os responsáveis pela programação devem decidir quais são os melhores padrões para definir qualidade na programação televisiva. Contudo, e tal como Buckingham afirma, a questão da qualidade tem uma grande vertente económica, ou seja, o que autor pretende dizer é que o conceito de qualidade pode estar muitas vezes ligado a interesses económicos e que este aspecto não tem necessariamente qualquer relação com falta de popularidade ou falta de material que não pode ser vendido (Buckingham, 1999).

A diversidade é uma das palavras-chave para a qualidade de uma programação, no entanto, esta diversidade deve ser entendida como algo mutável, que deve ser constantemente analisada. Segundo Lorenzo Vilches¹⁵, uma programação de qualidade passa pela consciência da diversidade da audiência, diversidade dos conteúdos dos programas, dos géneros, dos formatos, das indústrias de produção entre muitos outros aspectos prementes na programação. Segundo Vilches chama a atenção para a análise dos programas, não só numa perspectiva sincrónica, mas também diacrónica, tendo sempre em atenção o tipo de reacção que os programas podem suscitar nas crianças. Este trabalho realça também alguns aspectos dos efeitos que determinados temas podem ter, nomeadamente a violência, sexualidade, linguagem e medo, chamando a atenção para a necessidade de debater, em público, estas questões quando presentes na programação infantil. Outro ponto mencionado, e dado como exemplo neste trabalho, é o da análise e da interpretação da representação da violência nos desenhos animados. Segundo os autores, é necessário fazer uma contextualização e análise histórica da origem dos desenhos animados, olhar de uma forma mais crítica para a origem deste tipo de animação e as suas implicações culturais, e observar os programas ou filmes de forma a perceber ou detectar se existem alguns tópicos conflituosos neste produtos. Esta deveria ser a posição e atitude dos canais quando compram novos programas ou adaptam à realidade das suas audiências. Contudo, muitas

¹⁵ A qualidade da ficção televisiva para crianças, em <http://www.audiovisualcat.net/publications/Q8calidad.pdf>

das vezes o que acontece é exactamente o contrário, em vez de ir ao encontro das respostas e curiosidades das crianças ou dos jovens, os responsáveis pela produção televisiva usam este novo tipo de audiência para vender e comercializar os produtos, não olhando às consequências ou efeitos que poderá ter a longo prazo. A televisão poderá representar vários modelos sociais, desde a ideia e consciencialização de que já se nasce com a televisão e nada poderá ser feito, vista como um sistema de contar histórias, com um fenómeno cultural de massas, ou como um estilo de vida, onde existe uma relação entre horas de consumo e estilo de vida do espectador. De uma forma geral, este estudo chama a atenção para a actual veracidade do consumo televisivo pelas crianças, destacando que as crianças europeias passam cada vez mais tempo em frente à televisão, e também alerta para a lacuna que actualmente existe sobre os efeitos, directos e indirectos, da violência nas crianças. De acordo ainda com o estudo da Eurofiction, coordenado pelo Prof. Vilches, existem realmente muitos debates em torno da programação e dos efeitos da televisão nas crianças, contudo, há ainda uma grande necessidade de investigar os efeitos da violência ou de outras características da televisão, seja a nível comportamental, emocional ou cognitivo. E, estas questões são sobretudo problemas de ordem social e política, em que é necessário avançar com provas empíricas e incontestáveis sobre o assunto.

Remetendo para a questão da diversidade da audiência, as idades também são muito importantes para compreender que tipo de programas são mais adequados. Segundo este trabalho, as crianças entre os 3 e os 8 anos são muito mais sensíveis ao medo e aparências externas, tais como o escuro. As crianças entre os 9 e 12 anos são mais sensíveis a agressões físicas, ou histórias de vítimas e os adolescentes receiam mais a violência física, situações relacionadas com a escola ou o ambiente social, catástrofes ou agressões globais. Esta diversidade de sentimentos e a forma de ver o mundo devem ser consideradas na escolha dos programas e na temática dos mesmos. Uma televisão de qualidade ou educativa, como é referida neste estudo, deve contemplar programas com qualidade, pensados com um conteúdo educativo e

produzidos com esse fim, e programas destinados a entreter mas que não excluem mensagens construtivas ou leccionadoras. Conseqüentemente, a obrigação das cadeias televisivas é a de repensar a programação infantil, não deixando que o crescente interesse das crianças como consumidoras se torne numa vantagem comercial para os canais. A própria análise textual dos desenhos animados e a sua estética divide-se em três partes, que constituem historicamente mudanças no conceito da animação. Os desenhos animados com suporte cinematográfico da Disney são os mais conhecidos e os primeiros a aparecerem, seguindo-se os japoneses, já no final dos anos 70 e, por fim, o aparecimento das séries animadas produzidos por computadores, para a nova era da televisão digital. Perante este cenário da evolução do formato animado, este estudo aponta para os japoneses como sendo os de maior risco, com imagens e conteúdos violentos, e por conseguinte, os que mais carecem de análise. Segundo Vilches e os outros colegas neste trabalho, as séries japoneses apareceram como uma alternativa para as televisões, com baixos custos e simultaneamente oferta de imagens e novas histórias totalmente diferentes para a televisão ocidental. Os seus conteúdos são completamente diferentes dos da Disney, alegando-se que existe uma desumanização e estética de despersonalização, ao contrário do mundo doce e idílico da Disney. Ao romperem com a tradição, o mercado japonês apresenta-se como um desafio e uma nova oferta de estética de ficção infantil, sendo por isso necessário analisar a sua linguagem, significado cultural e educativo.

De uma forma geral, este estudo aponta para vários aspectos negativos das séries animadas japoneses, alertando para a necessidade da análise da narrativa apresentada, das imagens e dos conteúdos envolvidos, chamando a atenção para as diferenças nos temas e no tratamento dos assuntos que são abordados nas histórias.

Ainda num contexto internacional, voltando ao trabalho realizado por David Buckingham e Carey Bazalgette (1995), já referido anteriormente, os autores têm vindo a dedicar-se na área da programação televisiva para crianças, debruçando-se sobre questões relacionadas com a complexidade deste tipo de

audiência, a sua particularidade e as questões da televisão pré-escolar, nomeadamente no Reino Unido. Ao longo do trabalho realizado neste âmbito, destaca-se o facto de que o público infantil é um público muito especial, não só porque as crianças não produzem os seus programas, ao contrário dos adultos, mas também porque existe uma grande dificuldade em criar programas de ficção para as crianças. Num dos capítulos intitulado “ *On the impossibility of children’s television*” (Bazalgette e Buckingham, 1995), David Buckingham afirma mesmo que é impossível criar ficção para as crianças, uma vez que são os adultos que fazem os programas, não sabendo ao certo o que é ficção na perspectiva dos mais pequenos. Desta forma, teriam que ser as crianças a produzirem os seus próprios programas para conseguirem produzir algo que fosse ao encontro das suas expectativas. Esta ideia, embora pessimista, é uma forma de encarar a programação infantil e ter consciência do tipo de público com que se está a lidar. Por outro lado, também transmite a ideia de que os adultos, ao produzirem programas para crianças, centram-se inevitavelmente sobre os seus desejos e fantasias, esquecendo, muitas vezes, que o público em questão, ou os receptores são as crianças. Esta dificuldade de nos colocarmos na posição das crianças, de imaginar o que sentem, como vêem o apresentador, como lhes soa a voz, que tipo de linguagem é utilizada, que tipo de assuntos devem ser abordados, são alguns dos aspectos que devem ser considerados, segundo o autor, quando se pensa na programação e se produz programas para os mais jovens.

Muitas das vezes, ao contrário do que é indicado, a televisão para crianças é usada como uma forma de veicular imagens e sonhos dos adultos e, seguindo esta linha de pensamento, o futuro da televisão para crianças poder-se-á desenhar como um pesadelo pós-moderno com um objectivo meramente de consumismo (Bazzalgette e Buckingham, 1995). Tal como menciona Greg Myer¹⁶, o simples facto do poder que os heróis de banda desenhada, e outras ficções televisivas, exercem sobre as crianças nas suas atitudes e decisões, pode levar à utilização dessa influência para introduzir publicidade de uma forma

¹⁶ Professor Universitário e pesquisador na área sobre a influências dos desenhos animados nas crianças

mais subtil, tal como venda de produtos relacionados com as personagens nos supermercados, locais públicos e outros sítios (Bazalgette e Buckingham, 1995:62). Esta forma de publicidade é pensada pelos adultos, neste sentido, a produção de determinados programas são muitas vezes já pensados com o fim de lançar produtos de consumo. De acordo com o estudo levado a cabo pela Eurofiction, em 1994, cerca de 90% dos programas infantis Norte-Americanos ficaram conhecidos como “merchandise-driven”, ou seja, tal como já foi referido, são programas que serviam unicamente para o lançamento de produtos para crianças. Um dos maiores sucessos, e exemplo de produtos “merchandise-driven” foi o fenómeno do *Pokemon*, que originou o lançamento de milhares de produtos e lucros sem fim. Os desenhos animados e séries infantis de ficção têm um enorme impacto nas crianças, principalmente o papel que o herói representa. A ideia de que as séries animadas e as personagens, tais como os heróis, exercem uma influência nas atitudes e decisões das crianças, motiva, muitas das vezes, os produtores a desfrutarem dessa influência para fins comerciais, e publicitários. Um dos exemplos é a quantidade de publicidade e produtos relacionados com determinadas ficções infantis que se encontram nos supermercados ou outros espaços comerciais. E no que diz respeito a estudos sobre este tema no Reino Unido, Myer dá alguns exemplos de séries onde se pode observar este panorama tais como os desenhos animados “*Captain Planet and the planeters: the power is yours!*”, cuja utilização dos heróis e personagens criou a possibilidade de comercializar produtos relacionados com a série. O crescimento da comercialização e da indústria de programas para crianças provém essencialmente da dificuldade de tirar lucros a partir da televisão para crianças. Ou seja, assim sendo, começa a haver uma comercialização de produtos relacionados com os programas infantis resultando num cenário de géneros televisivos com o fim “*merchandising*” ou “*product-based animations*”. Mais de 85 séries animadas, com custos de produção entre 15 a 20 milhões de dólares, foram produzidos nos últimos anos devido aos interesses e licenças do “merchandising toy”, envolvendo produtos relacionados com as séries, e

utilização do espaço dos 30 minutos dos comerciais para publicitar (Bazalgette e Buckingham, 1995).

Remetendo para outros aspectos da programação infantil e das suas características, e voltando ao estudo realizado pela Eurofiction, um dos resultados apresentados ao longo do trabalho foi a caracterização ou estudo do conteúdo das séries animadas da televisão pública espanhola. À semelhança do estudo e resultados apresentados nesta tese, esta análise contribuiu também para um melhor conhecimento da animação televisiva para crianças na televisão espanhola. Contudo, paralelamente a essa informação, este estudo da Eurofiction serviu de igual forma como exemplo de metodologia e o melhor caminho para analisar conteúdos. Tratando-se de uma análise qualitativa, que teve como objecto de estudo 18 séries de desenhos animados (um total de 23 séries), as conclusões que se chegaram foi que existia uma predominância de oferta de produções animadas de origem Norte-Americana, destacando-se de seguida as produções japonesas, um único de origem nacional (Espanhol) e, por fim, uma co-produção Europeia. Esta realidade não é muito diferente do panorama actual da programação infantil na europa, tendo em consideração que os as séries e filmes animados têm vindo a apresentar-se, gradualmente, mais sofisticados, não só nas suas estruturas narrativas como também nas imagens, que se apresentam visualmente avançadas e algumas vezes até complexas. Uma vez mais, destaca-se a diferença na análise de conteúdos com a introdução da animação Japonesa, cujas histórias e modelos de narrativa são completamente opostos aos desenhos animados Ocidentais. Enquanto no modelo ocidental o herói contrapõe-se ao vilão, no modelo Japonês existe uma contraposição do natural *versus* sobrenatural. A complexidade do conteúdo, imagens e linguagem aumenta à medida que as séries se afastam mais do modelo da *Disney*. Este modelo, por sua vez, criado dentro do mundo *Disney*, é perspectivado como um mundo de conto de fadas e de sonhos, é também visto como um impedimento para o desenvolvimento intelectual das crianças, e como uma forma de infantilização. Embora defendendo a mesma ideia, Jim Henson,

autor e criador dos “Muppet”¹⁷, explica que embora o mundo da *Disney* e o tipo de programação que assenta neste modelo não é de todo prejudicial. Contudo, o aparecimento doutras formas de fazer programas para as crianças, tais como a *Rua Sésamo*, os *Muppet Show* ou os contos *Story Teller*, vieram transformar o panorama na forma de produzir programas para os mais pequenos. Estes novos programas, ou séries, introduziram dinâmicas inovadoras, quebrando as estratégias homogêneas e fechadas da *Disney* e desafiando positivamente as crianças para a criatividade e para as suas capacidades críticas. De facto, olhando para o modelo de programas para crianças no universo da *Disney*, quase todas as famosas séries seguem uma certa sincronia, unidimensionalidade e uniformidade, afigurando-se, quase sempre, a um musical, ao imitar muito o estilo musical de Hollywood de 1930. Alguns exemplos deste modelo são os tradicionais e conhecidos desenhos animados da “Branca de Neve e os Sete Anões”, “Aladin”, entre muito outros, cuja principal ênfase se reflecte nos aspectos musicais, nas melodias e na simplicidade do enredo da história. O próprio mundo é apresentado aos mais jovens através de uma dicotomia, onde o bom contrasta com o mal, a felicidade com a infelicidade. As alterações que a programação infantil sofreu, com a chegada de novas séries, afectaram completamente das estratégias standard da *Disney* mas, simultaneamente, criaram um desafio e uma maior necessidade de avaliar estes novos programas.

Embora não esteja estritamente ligado à programação infantil, os estudos sobre a audiência em si, e em torno do conceito de infância, são também relevantes para o entendimento deste tipo de público. Na maioria das vezes, a noção de entretenimento, ou lúdico é difícil de definir, principalmente para as crianças, uma vez que existe, cada vez mais, uma grande diversidade e mistura de ofertas. Consequentemente, e tal como David Buckingham afirma (Buckingham et al, 1999), esse tempo de entretenimento tem vindo a tornar-se, gradualmente, privatizado, e acontece essencialmente dentro de casa, onde os

¹⁷ Os “Muppets” são um grupo de fantoches, criados por Jim Henson, posteriormente usados na *Rua Sésamo* e muitas outras séries para crianças.

pais estão presentes e podem tomar decisões relativamente à presença da televisão no seio familiar. A preocupação do desenvolvimento das crianças como cidadãos activos e participativos na sociedade abrange muitas questões relacionadas com a educação e a diversão, ou a parte lúdica. As alterações e diferentes formas de encarar o conceito de infância foram fundamentais para o papel dos media, principalmente nesta questão da programação infantil. Ao contrário das teorias de Neil Postman (1983) que defende a sua ideia metafórica do “desaparecimento da infância” e as suas críticas direccionadas à televisão para crianças, Meyrowitz (1985), vê estas mudanças como uma forma de desenvolvimento e de uma certa democratização, embora alegue que possam existir várias consequências no futuro no que diz respeito à socialização das crianças. De facto, Buckingham baseia-se nas teorias de Postman e Meyrowitz, chegando à conclusão de que, hoje em dia, as diferenças entre o tipo de programas destinados às crianças e aos adultos está cada vez mais difuso, porque ambos os públicos começam a ver o mesmo, partilhando os programas sendo, por isso, difícil criar uma linha de separação.

No caso da análise feita por David Buckingham *et al* sobre a televisão para crianças no Reino Unido (1999), o propósito deste estudo foi o de entender as alterações que se reflectiram na programação para crianças no Reino Unido, não só por este factor em si, mas também pela constante mutação do conceito de infância, nomeadamente ao longo dos últimos 10 anos. As questões levantadas, no decorrer da pesquisa realizada, passam pela forma como a audiência infantil é definida, que alterações ocorreram ao longo dos anos, nomeadamente após 1980, com a entrada das emissões por cabo e satélite, e que resultados tiverem essas mudanças no conceito de audiência infantil. Num dos capítulos, os autores olham também para a forma como a indústria televisiva conduz pesquisas ou estudos sobre a audiência infantil, de forma a perceber como é que a esta audiência é perspectivada por emissores, empresas e produtores contemporâneos.

Uma das conclusões deste trabalho foi que o advento da televisão por cabo e satélite no Reino Unido, por volta dos anos 80, originou alterações no

conceito e forma de ver a audiência infantil, passando a haver uma desregulamentação, o que levantou questões sobre os possíveis mercados de competição e uma maior luta por audiências. Nesta perspectiva, a criança passa a ser o centro de objetivos por parte do canais e programadores, seja na forma de consumidor, cultural, paternalista ou até um actor social. Resumidamente, em 1980 o movimento da televisão infantil no Reino Unido passa de um serviço público para um sistema mais comercial, criando assim uma necessidade de ajustar ou repensar a programação infantil. Com o advento da televisão por cabo, levantam-se várias questões sobre a qualidade, diversidade, identidade cultural e entretenimento, entre muitas outras.

Tanto David Buckingham como outros teóricos internacionais, tais como Aimeé Dorr, Van der Voort e Sonia Livingstone, têm vindo a contribuir com várias pesquisas sobre a programação infantil. Buckingham, mais centrado nas questões da forma como a audiência infantil é perspectivada, na análise e nas alterações da programação infantil no Reino Unido e no papel da televisão na vida das crianças, tem realizado várias pesquisas e estudos destacando-se *Children's Television in Britain, In Front of the Television e Small Screens*, sendo estes os mais relevantes para a temática abordada aqui neste trabalho. Todos os seus trabalhos debruçando-se sobre o estado ou a análise da programação, critérios de qualidade, e o conceito de audiência infantil.

Van der Vort centra mais os seus estudos na área da psicologia e nos efeitos da televisão nas crianças. Em co-autoria com outros autores têm vindo a contribuir para um melhor conhecimento da influência da televisão na imaginação das crianças e nos processos de imaginação que se desenvolvem aquando do visionamento das mensagens televisivas. No contexto da programação infantil, destaca-se o trabalho desenvolvido em co-autoria com Nillen sobre os parâmetros de qualidade para os programas infantis através da análise da escrita dos críticos de televisão, *"Quality standards for children's programs in the writings of television critics"* (Peter Nikken e Tom A. Van der Voort, 1999).

Também ligada à área da psicologia, Sonia Livingstone é professora de psicologia social no departamento dos Media e Comunicação do *London School of Economics*, em Inglaterra . No decorrer da sua carreira como investigadora, tem contribuindo com várias pesquisas na área das audiências com um especial interesse nas camadas mais jovens. “*Young People and the New Media*” (Livingstone, 2002) é uma das suas obras que retrata a relação entre os mais jovens e os novos media, nomeadamente a cultura “bedroom culture”, em que se assiste a uma presença de vários meios de comunicação no quarto dos jovens como forma de entretenimento e também como um contexto social na vida das crianças.

Todos estes trabalhos, oriundos de diferentes países e culturas podem ser, muitas vezes, utilizados como base ou exemplos para outros trabalhos, seja na forma de abordar o tema ou até no tipo de metodologia utilizada na investigação. O trabalho levado a cabo por Marie Messenger Davies¹⁸, por exemplo, sobre a televisão para crianças entre 1992 e 1996, no Reino Unido, segue uma linha muito simples de análise, sendo não só um contributo para os estudos e entendimento da televisão infantil, como também serve de base para futuros trabalhos, no que diz respeito à linha de pensamento e metodologia utilizado para analisar concretamente o que as crianças vêem num determinado período. Posteriormente a este trabalho, e de certa forma a dar continuidade à área de investigação, o estudo “What Children Watch”¹⁹, levado a cabo por Kam Atwal *et al* (2003) tem como objectivo analisar a oferta da programação televisiva sete anos após o estudo de Messenger Davies, ou seja entre 1997 e 2001. Uma das conclusões retiradas dos dois estudos é que a oferta da programação infantil tem vindo a aumentar significativamente. As razões por detrás deste aumento de oferta podem estar relacionadas com a

¹⁸ Marie Messenger Davies é professora dos Estudos do Media, em Inglaterra, e em bora já tenha leccionado nos Estados Unidos e em Inglaterra, é actualmente membro executivo do Comité para Associação de Media, Comunicação e Estudos Culturais. A sua principal área de pesquisa é sobre a audiência infantil, políticas dos media e aspectos de regulação sobre este tipo de audiências.

¹⁹ “What Children Watch” foi um estudo levado a cabo pela Broadcast Standard Commission e Independent Television Commission com o fim de analisar a oferta da programação televisiva para crianças entre 1997 e 2001, em Inglaterra.

consciencialização das potencialidades que este novo público pode ter para as cadeias televisivas como um novo mercado, e como público-alvo, mas também devido ao facto da introdução de canais por cabo e por satélite, dirigidos unicamente a este público mais jovem.

Focando agora num contexto mais específico, existem alguns estudos sobre a programação infantil e as suas características em Portugal, como é o caso do trabalho desenvolvido por Cristina Ponte (1998), o qual se debruça sobre a actividade da produção da programação infantil num contexto nacional, as suas características e as mudanças que ocorreram na televisão Portuguesa e que afectaram, significativamente, a programação infantil ou a forma de fazer televisão para os mais jovens. Este trabalho foca essencialmente um período da oferta durante o monopólio televisivo da RTP, através de uma certa caracterização do que consistia, nessa altura, uma programação infantil e as mudanças que se deram entre os anos 80 e 90 perante a viragem de uma “televisão de ofertas” para uma “televisão de procuras”, ou seja, com a entrada dos canais privados. Aqui também, e uma vez mais, a autora afirma que a audiência infantil é perspectivada como uma unidade complexa, singular e diferente dos adultos, que têm uma certa dinâmica e um crescimento acelerado. Este estudo baseou-se numa análise longitudinal, em que se avaliou os tempos de emissão, os diferentes géneros e circulação internacional de programas nacionais, as principais manchas horárias ocupadas pela programação infantil, vias operacionais de emissão e a origem da programação. A análise da televisão para crianças em Portugal foi feita com base no estudo entre 1957 e 1991, durante a passagem do monopólio da RTP para uma maior abertura a canais privados em Portugal. A análise propriamente dita da programação infantil compreende os 34 anos de programação infantil portuguesa (1957-1991), focando-se na transição de uma televisão mais “fechada” para uma televisão mais “liberal”, acompanhando os processos e mudanças políticas em Portugal e as tendências do mercado televisivo. Este estudo contribuiu para uma melhor compreensão da evolução da programação infantil em Portugal e para o conhecimento da oferta de programação para os mais jovens, ao longo dos

tempos, reflectindo sobre um período de mudanças no panorama da televisão portuguesa.

Perante as várias conclusões que foram tiradas deste estudo, destaca-se a predominância, com o avançar dos anos e abertura a outros mercados, de programas de origem norte-americana, Japonesa e Europeia, sendo principalmente as séries norte-americanas as mais predominantes. É durante este período que a televisão portuguesa emite a primeira série japonesa “Heidi” e também aposta numa das melhores séries educativas, “ A Rua Sésamo” através de uma co-produção que recriou os objectivos originais e educacionais do programa americano “ Sesamo Street “.

Complementar a este trabalho, Ponte faz referências a vários aspectos relacionados com a relação das crianças e a televisão, nomeadamente a relevância do meio social e familiar nas escolhas dos programas e na importância da primeira infância, como um período importante de aquisições de padrões de visionamento, através dos quais as experiências decorrem mediante as rotinas familiares. Para tal, a autora recorre a vários teóricos na área da sociologia da infância e da televisão infantil, para dar relevância ao papel da família como uma variável importante.

De forma a concluir o seu trabalho e mediante os resultados obtidos nesse mesmo estudo, Ponte evidencia o facto dos Estados Unidos serem o principal fornecedor de programas para todo o mundo, seguindo uma lógica económica da televisão por cabo que define uma programação mais diversificada, segmentação por idades, e séries para públicos diferentes dentro do infanto-juvenil, pré-escolar, juvenil, e infantil). O Japão, como também já foi referido anteriormente, é a principal referência na produção de programas infantis, desde os anos 70, nomeadamente séries de ficção. É curioso, contudo, e de se destacar, que o Japão, independentemente das críticas ao seu modelo de séries de desenhos animados, é um dos países onde mais se investe na produção e na programação educacional.

Conclusivamente, a pesquisa levado a cabo por Ponte tem um papel muito importante na área da oferta da programação televisiva para as crianças

em Portugal, traçando as principais características dessa programação durante o monopólio da RTP e finalizando com o advento da entrada dos canais privados e da liberalização dos mercados televisivos em Portugal.

Posteriormente, o trabalho de Sara Pereira (2004) sobre as ofertas e os critérios de programação dos canais generalistas em Portugal, entre 1992 e 2002, foi pensado de forma a dar continuidade ao estudo de Ponte, perante a necessidade de completar a análise da oferta da programação infantil em Portugal, naquela altura. Desta forma, e tal como Pereira aponta, o seu trabalho veio assim permitir “continuar a história da televisão para crianças em Portugal, que Cristina Ponte começou a construir” (Pereira, 2004:26), completando, assim, o estudo da oferta da programação infantil dos canais hertzianos em Portugal, desde 1957 até 2002. À semelhança do trabalho anterior, Pereira também optou pela análise de conteúdo utilizando várias variáveis para o cruzamento de dados sobre as principais características da oferta televisiva para os mais jovens, tais como a categorização do tipo de programas, faixas etária, tempos totais de emissão, evolução da oferta da programação infantil ao longo dos anos analisados, classificação dos programas por géneros, tempos de programação durante a semana e o fim-de-semana, e localização dos programas infantis nas grelhas. Adicionalmente, a autora também conduziu várias entrevistas, de forma a auscultar profissionais de diferentes áreas e experiências no campo, e recorreu a outros recursos documentais como informação adicional para o estudo, cujos dados contribuíram para a análise qualitativa do trabalho desenvolvido.

Ao analisar os critérios da oferta televisiva para as crianças durante o período em questão, Pereira inevitavelmente abordou, num quadro teórico, as várias questões relacionadas com a sociologia da infância, a sociologia da educação e a sociologia dos media, expondo ideias de vários teóricos e entendidos na área. Ao concluir, este estudo deixou várias pistas e informações sobre o caminho que ainda tem que ser percorrido na área da programação infantil em Portugal. Segundo Pereira, uma das conclusões da pesquisa indicam que, embora a oferta da programação infantil tenha tido um aumento significativo

entre 1992 e 2002, esse aumento não significou necessariamente aumento na diversidade da programação. Pelo contrário, durante o mesmo período, a programação sofreu algumas alterações devido à lógica comercial ou de lucros das cadeias televisivas. As produções portuguesas começaram a ser substituídas por programas importados e toda a lógica da elaboração da programação para crianças passou a ficar condicionada a factores internos e externos tais como os mercados, a conquista por audiências, a competição entre programação, e a influência e lucros da publicidade. Os programas “contentores” ou “Omnibus” foram também introduzidos como uma novidade no contexto da programação, sendo uma nova forma de ligar os mesmos tipos de formatos num só programa, que antecede a um apresentador.

Na sequência deste estudo levado a cabo por Sara Pereira, surgiu então o interesse de complementar a análise da oferta da programação infanto-juvenil, através da caracterização da oferta da programação por cabo, sendo a única área que não tinha sido abordada, até à data, como tópico de investigação sobre a oferta da programação, em Portugal. Tal como Pereira refere no seu trabalho, por razões que se prenderam com os objectivos da sua investigação e também por limite de tempo, os canais infantis por cabo não foram contemplados para o seu estudo (Pereira, 2004:14). Consequentemente, e de forma a concluir a investigação sobre a oferta da programação infantil em Portugal, surge assim um interesse em analisar a oferta da programação para crianças, nos canais dirigidos a este público, via cabo.

Embora não exista, até à data, nenhum outro trabalho em Portugal que se debruce sobre a caracterização da oferta dos canais temáticos infantis difundidos por cabo, existem outros estudos, a nível internacional, que são exemplares na forma de conduzir essa investigação. A investigação conduzida por Buckingham, por exemplo, sobre a televisão para crianças no Reino Unido, em co-autoria com Bazalgette (1995), já referido anteriormente, aborda, a determinado ponto programação dos canais infantis difundidos por cabo e satélite, apresentando dados sobre as características de cada canal. Focando na análise da oferta dos canais por cabo Disney Channel, Nickelodeon, Cartoon

Network, Foxkids e Trouble, uma das principais conclusões que se tira é que o cenário da programação dos canais por cabo dirigidos às crianças, era na altura, ou seja, em 1998, muito diferente do cenário dos Estados Unidos, por ser um fenómeno ainda recente em Inglaterra e até mesmo no resto da Europa. Todavia, nas conclusões deste estudo já se presenciava a predominância de uma programação de origem estrangeira, sobretudo norte-americana. Para além destas conclusões, este trabalho forneceu dados relevantes sobre a análise da oferta da programação e foi utilizado como exemplo para este estudo.

Partindo deste leque de informação sobre os vários trabalhos, conhecimentos, teorias e metodologias usadas para a investigação na área da programação infantil, avançamos, assim, para o campo de investigação sobre este tema e para outras questões ligadas à televisão por cabo em Portugal.

Capítulo II – Metodologia e Contexto de Realização do Estudo

Este capítulo expõe os caminhos percorridos para a análise do objecto de estudo. Poder-se-á compreender quais são as principais opções metodológicas e as que melhor que enquadram para esta investigação.

1. Apresentação temática do estudo

Mediante o panorama da importância da programação infantil para as crianças, e com o advento da televisão por cabo, surge então a necessidade de se aprofundar este campo, ou seja, tentar perceber o que é que a televisão por cabo e o aparecimento dos variados canais temáticos trouxeram de novo para este público. Considerando os vários estudos sobre o estado da programação infantil em Portugal, tais como o da Cristina Ponte (1998), que se debruça sobre a produção e programação televisiva portuguesa para os mais pequenos, entre 1957 e 1991, e o da Sara Pereira (2004), no mesmo sentido mas olhando para a programação e critérios de oferta entre 1992 e 2002, este trabalho, vem assim dar continuidade aos estudos que tem sido realizados até à data, apresentando da mesma forma, uma análise da oferta da programação televisiva infantil na televisão por cabo, durante o ano 2005. Assim sendo, este estudo apresenta os mesmos passos, ou semelhantes, aos dos trabalhos anteriormente referidos, uma vez que se trata da análise da programação, focando-se na caracterização da oferta televisiva e não em questões de recepção ou efeitos da programação da televisão para as crianças.

A necessidade do estudo da programação infantil por cabo é uma temática que tem vindo a ser referenciada através dos trabalhos feitos nesta área, em Portugal. Contudo, existe escassa informação académica sobre a

actual caracterização da programação infantil por cabo, no que respeita a estudos mais aprofundados. O conceito de programação para a infância na televisão por cabo tem sido chamado durante vários debates e encontra-se presente em vários estudos, tais como o da Sara Pereira, o que leva a concluir que existe, de facto, uma necessidade de olhar para este tema com mais detalhe, sobretudo através de uma análise ou de um trabalho mais fundamentado, que possa mostrar mais informação. Existem, porém, vários estudos sobre a oferta televisiva da programação infantil por cabo realizados noutros países, que podem servir como referência para uma melhor compreensão da análise da programação infantil por cabo em Portugal e no desenvolvimento da mesma. No Reino Unido, por exemplo, vários pesquisadores já se debruçaram sobre este tema, através de diferentes perspectivas, e conseqüentemente a relevância dada a esta nova temática tem originado vários estudos que, por sua vez, contribuem para uma melhor visão do cenário da programação para as crianças. Um exemplo disto é a importância dada pelo Broadcasting Standard Commission, que encomendou um estudo sobre a oferta televisiva da programação infantil no Reino Unido, que contempla a oferta da programação por cabo neste país. De forma a dar continuidade ao trabalho da Máire Messenger, para o Broadcasting Standard Commission, o trabalho de Kam Atwal et al “What Children Watch”(2003)²⁰, foi também realizado com o mesmo objectivo num período diferente, após o estudo anteriormente referido.

Seguindo os objectivos semelhantes aos dos estudos anteriormente mencionados, este trabalho visa dar a continuidade aos trabalhos realizados no âmbito da oferta televisiva para as crianças em Portugal e complementar, de certa forma, o estudo da televisão para crianças em Portugal, apresentando um quadro analítico-teórico que permita identificar as principais tendências da programação para os mais pequenos, via cabo.

²⁰ “What Children Watch” trata-se de um estudo sobre a análise da oferta da programação infantil entre 1997 e 2001 no Reino Unido. Este trabalho, levado a cabo por vários pesquisadores, dá continuidade ao estudo anterior, entregue a Máire Messenger e apresenta também várias entrevistas feitas a crianças entre os 6 e os 12 anos sobre os seus hábitos e as suas opiniões sobre a programação televisiva.

A televisão por cabo é um sistema de distribuição audiovisual de televisão, rádio e outros serviços através de cabos coaxiais fixos, ao invés do tradicional sistema de transmissão via antenas de rádio ou televisão aberta, e surgiu em Portugal em 1994, inicialmente através da empresa TV Cabo²¹, na altura detida totalmente pelo grupo Portugal Telecom. O principal objectivo, à semelhança de todas as outras operadoras por cabo, foi a intenção de prestar serviços de distribuição de canais televisivos generalistas e temáticos no território de Portugal Continental. A introdução da televisão por cabo afectou, como já foi mencionado, os canais generalistas e a forma de ver televisão, não só da parte dos espectadores, como também da parte dos programadores, que tiveram que se adaptar a um novo conceito de programação.

No caso da programação infantil, também esta sofreu alterações, passando a haver uma maior oferta, sem limites de horários e sem restrições de programação para outros públicos. Pelas razões apontadas e a necessidade de compreender o quadro geral da programação por cabo, este trabalho foca essencialmente o resultado da caracterização da programação infantil, especificamente durante o ano 2005, com o principal objectivo de oferecer um panorama da televisão por cabo em Portugal e demonstrar, de uma forma geral, as tendências que esta nova forma de televisão oferece ao público mais jovem. Assim sendo, e de forma a abranger a maior quantidade de dados possíveis, durante um ano, foram contemplados todos os programas dos canais, Disney, Panda, Cartoon Network, e Nickelodeon, durante a segunda semana dos respectivos meses de Fevereiro, Maio, Agosto, Novembro e Dezembro de 2005, como se pode ver no quadro em baixo.

²¹ TV Cabo, parte do grupo PT Multimédia, é actualmente a empresa líder do mercado de televisão por cabo em Portugal, contando com 1.521 milhões de clientes. Para além dos vários serviços, a TV Cabo conta, no segmento televisivo, com oferta de 80 canais generalistas e temáticos, assim como também alguns canais premium, abrangendo quase a totalidade do território nacional através de uma rede de cabo e uma plataforma de satélite.

Análise da programação infantil por cabo nos respectivos meses de 2005

Mês	Fevereiro	Maio	Agosto	Novembro	Dezembro
Semana	7-13	9-14	8-13	7-13	26-31

Ou seja, uma vez que seria impossível em questões de tempo olhar para todos os meses do ano em análise, decidiu-se analisar os meses intercalados de três em três meses. Embora não estivesse inicialmente contemplado, o mês de Dezembro é a única excepção por ser um mês particular no que respeita à época festiva do Natal e ao período de férias, por isso, a amostra de programação deste mês incide na semana de Natal, ou seja, a última semana do mês.

Tentou-se, por este meio, incluir o máximo de informação que pudesse reflectir as tendências de cada canal, e simultaneamente, mostrar as opções de oferta num quadro geral. Qualquer ponto de partida para um estudo da televisão deve-se basear, como é natural, no que é emitido pela televisão, e a análise de conteúdo faz exactamente isso, ou seja, baseia-se numa análise não selectiva dissecando através de um ou uma equipa de investigadores, os resultados do conteúdo da televisão, durante um período específico (Fiske e Hartley, 1978). Desta forma, a extrapolação de informação sobre cada programa, utilizando diferentes variáveis de tempo e de conteúdo, permitiu, com uma análise quantitativa, caracterizar a programação infanto-juvenil por cabo e perceber, ao cruzar os dados, a actual oferta que a televisão por cabo nos apresenta.

2. O objecto de estudo

O objecto de estudo deste trabalho é a programação infanto-juvenil difundida por cabo, mais especificamente a sua caracterização, ao analisar os canais temáticos que são unicamente dirigidos ao público mais jovem, via cabo, em Portugal, sendo eles o Disney Channel, o Panda, o Cartoon Network, o Nickelodeon e por último, o mais recente, o Baby TV. Cada canal tem uma forma diferente de elaborar e fazer televisão para crianças, utilizando diferentes formas de programação, horários, e escolha de programas, mediante o tipo de público que pretende alcançar e de acordo com o estilo e conceito de cada. No geral, pretende-se, com o cruzamento dos dados sobre a oferta de géneros, tempos e outras variáveis relevantes, recolher uma amostra da actual oferta da programação televisiva infantil por cabo.

Remetendo para o objecto de estudo deste trabalho, poder-se-á dizer que este é muito importante para o contexto do conhecimento da programação infantil em Portugal. Ou seja, como já foi anteriormente referido, este estudo vem dar continuidade aos trabalhos já realizados neste âmbito, no sentido em que é novo e por isso proporcionará uma nova perspectiva do actual panorama da oferta televisiva para crianças em Portugal. É, simultaneamente, uma área pertinente relevante para dar a conhecer à sociedade, no geral, e aos pais, educadores e responsáveis, um pouco mais do que está para além da grelha de programação, de forma a que estes possam fazer as suas escolhas e fiquem com uma ideia mais aprofundada do que existe e das opções de escolha.

Sendo o objecto de estudo os canais difundidos por cabo dirigidos ao público infanto-juvenil, pretende-se com a análise da programação desses canais não só proporcionar uma visão da actual oferta, mas também tirar conclusões e ilações sobre o estado da oferta da programação infantil, de forma a que se possa contribuir para um melhoramento da programação infantil em Portugal. Assim, partindo deste estudo, deixar-se-á várias pistas e questões que posteriormente deverão ser analisadas pelos responsáveis da programação televisiva para crianças, e a sociedade em que está inserida.

3. Questões de partida e objectivos do estudo

Voltando à assunção de que qualquer ponto de partida para um estudo da televisão deve-se focar no que se passa na televisão (Fiske e Hartley, 1978), após considerar vários estudos na mesma área, realizados por pesquisadores tais como o da Sara Pereira (2004) e Cristina Ponte (1998), conseguiu-se obter uma visão da televisão infantil em Portugal, os quais, por sua vez, levantam questões sobre o futuro do cenário da televisão para crianças, nomeadamente com o advento das emissões por cabo. O fenómeno das emissões televisivas por cabo, à semelhança das mudanças que se deram no panorama audiovisual português, no início dos anos 90, com o fim do monopólio estatal televisivo, são aspectos fulcrais para repensar ou discutir ideias sobre o futuro da programação e o seu conceito, neste caso mais particular, sobre a televisão para os mais jovens. Desta forma, e seguindo o exemplo do modelo de investigação empírica e a metodologia apresentada por (Quivy & Campenhoudt, 2003)²², a questão de partida para este trabalho surgiu, inicialmente, sobre a questão da televisão por cabo se apresentar ou não como uma alternativa à oferta da programação para os públicos infantil e juvenil. Quando se refere a alternativa, quer-se dizer no sentido qualitativo e não quantitativo, uma vez que se pressupõe que em termos de emissões horárias os canais por cabo apresentam vantagens em relação aos canais hertzianos. O que se pretende obter a partir da questão de partida é uma visão do que os canais por cabo trouxeram de novo à programação infantil, se contribuem para uma melhor oferta da programação ou não. Embora os canais difundidos pela televisão por cabo apresentem uma maior quantidade de programas específicos para os mais pequenos, a oferta inteiramente dedicada ao público infanto-juvenil e pensada para este público não exclui a hipótese ou necessidade de análise, sendo ainda mais necessária no caso dos canais temáticos por cabo, uma vez que a maioria destes são estrangeiros, e por isso, seguem conceitos, critérios de programação e escolha de programas de forma

completamente diferente do caso dos canais nacionais, tentando sempre adaptá-los à realidade do contexto da programação portuguesa, ou seja, embora muitos dos programas sejam importados, a programação é estruturada de uma forma cultural e enquadrada no contexto nacional.

O interesse pela televisão por cabo apareceu devido ao facto da importância que esta representa, cada vez mais, no seio familiar, seja como forma de entretenimento ou como forma educativa. Desde o aparecimento do primeiro canal temático português, a Sport TV (em Setembro de 1994), a quantidade de lares com televisão por cabo tem vindo a aumentar, devido à possibilidade de oferta de outros canais e programação mais diversificada²³. O aparecimento da televisão via cabo e a possibilidade de oferta de canais temáticos inteiramente dedicados ao público infanto-juvenil alterou o cenário da programação infantil e suscitou interesse em torno destes novos canais. Partindo assim da ideia de que o aparecimento de canais temáticos dirigidos ao público infantil, através da televisão por cabo, veio alterar o conceito da programação infantil, criar novos espaços e ideias sobre um tipo de programação diferente da que existia até aquela data. Consequentemente, este aspecto levou à necessidade de fazer uma caracterização da programação infanto-juvenil difundida pela televisão por cabo, em Portugal, de forma a apresentar um quadro com as principais características dessa mesma programação. A questão de partida para este trabalho centra-se no facto de tentar perceber se o advento da televisão por cabo e dos canais temáticos para o público infantil apresenta-se como uma alternativa em relação à programação já existente. Por oferta de programação alternativa entende-se uma programação que seja diversificada, compreenda várias idades dentro do público infantil, conteúdos e produções de diferentes origens, que corresponda,

²³ Dados da ANACOM sobre a evolução do número de alojamentos cablados e de assinantes de televisão por cabo em Portugal indicam que tem havido um crescimento significativo desde o ano 2000, em que se registaram um número 925.000 assinantes, até ao ano 2003, com um número de assinantes que ascendiam os 1.334.000. Durante o ano 2005, em que se incidiu este trabalho, os número de clientes do serviço de televisão por cabo aumentou 4,3% em relação ao ano homólogo, dados estes que poderão ser consultados em www.anacom.pt

sobretudo, a alguns padrões de qualidade e que apresente novos géneros ou novidades em relação à forma de fazer ou produzir programas para crianças.

A tentativa de ir ao encontro desta questão de partida levar-nos-á ao estudo da programação dos canais temáticos e à apresentação das suas principais características, de forma a que, posteriormente, se possam fazer conclusões e contribuir para mudanças, apoios ou até mesmo decisões da parte dos espectadores, sejam eles os mais jovens ou a sociedade, envolvendo todos interessados e responsáveis pela educação e desenvolvimento das crianças. Resumidamente, pretende-se dar a conhecer o actual panorama da programação infantil por cabo para crianças em Portugal. Para tal, decidiu-se fazer uma descrição e análise dos programas dos canais em questão durante o ano 2005, propondo-se uma análise trimestral, de forma a abranger, várias épocas, tais como o Natal e a Páscoa.

4. Opções metodológicas

Tratando-se de um estudo que envolve a programação televisiva e a sua caracterização, optou-se, em termos metodológicos, pela análise de conteúdo, que inicialmente abrange a simples recolha e de dados relacionados com o conteúdo, não se focando em interpretações, respostas, nem em questões de qualidade e, só numa fase mais avançada é que se interpreta e apresenta os dados, de uma forma coerente e demonstrativa.

Partindo, de uma certa forma, pelo mesmo caminho e pensamento que outros pesquisadores da mesma área, tentou-se seguir um rumo deixado pelas pistas de outros trabalhos já realizados sobre o mesmo tema, de forma a dar o melhor contributo na forma como o estudo é abordado em termos metodológicos. Fiske e Hartley (1978), por exemplo, referem que um estudo de televisão deve-se basear na análise de conteúdo, deixando de fora questões de qualidade ou respostas, confinando a análise à pesquisa do conteúdo. Este foi

um dos primeiros passos a serem tomados, como já foi referido anteriormente. Porém, e tal como os autores referem, existe uma diferença entre conteúdo manifesto e conteúdo latente, e a leitura das mensagens ou conteúdos televisivos deve progredir da análise manifesta para uma análise mais oculta ou latente, como os autores referem. Tentou-se seguir este exemplo, ao olhar para aspectos da programação que não são visíveis de imediato e tentar perceber outros tipos de mensagens que se encontram ocultas nos conteúdos dos programas televisivos. Para tal, foi necessário abordar os principais pontos relacionados com a caracterização da programação tais como os géneros televisivos, horários, público-alvo, formatos, e muitas outras variáveis que nos foram úteis para a extrapolação de informação sobre a programação dos diferentes canais.,

Algumas questões e pistas deixadas por Manuel Pinto (2000) por exemplo, no seu trabalho para a tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, despertaram o interesse sobre o aspecto da dimensão institucional da televisão assim como os factores que estão por detrás da concepção, realização e produção das mensagens televisivas. E, para tal, é necessário conhecer em que contexto se insere cada canal, origem dos programas, tendências comerciais, pressões de mercado, entre muitos outros factores, que são determinantes para a produção das mensagens televisivas. Adicionalmente, e seguindo o exemplo dado por Gerbner (1978:30) para compreender as mensagens televisivas deve-se estudar as quatro principais dimensões que definem os conteúdos:

- Existência – quais são os resultados das mensagens televisivas, qual a percentagem desse conteúdo e a frequência que nos é apresentado?
- Prioridades- O que é importante? Até que ponto determinados factores ou elementos são proeminentes, intensos ou centrais?
- Valores – Quais são os valores implícitos sobre os elementos no sistema cultural da mensagem?
- Relações – O que é que está relacionado com o quê? Quais são os significados estruturais da mensagem?

A análise de conteúdo, que foi uma das opções para este estudo tende a concentrar-se na primeira e na segunda dimensão apresentadas. Ou seja, seguindo o exemplo dado, o caminho para obter a informação sobre o conteúdo dos programas recai sobretudo nas dimensões de “existência” e “prioridades”, nos resultados e nas percentagens das mensagens televisivas, e no que é determinante ou premente, intenso ou central nessas mesmas mensagens.

Tendo como base este desafio e a hipótese de dar continuidade aos trabalhos que se tem vindo a fazer em Portugal sobre este tema, nomeadamente os que já foram referidos anteriormente, esta análise da programação da televisão por cabo surge, assim, como um estudo que deve ser abordado através de uma perspectiva metodológica quantitativa, porque só desta forma é que é possível fazer uma caracterização da programação e obter resultados que se traduzam na representação da actual programação por cabo para o público mais jovem. Se por um lado os dados quantitativos vão proporcionar o cruzamento de informação e obter respostas sobre a frequência de determinados tipos de programas, horários e géneros, por outro lado, esses mesmos dados irão dar uma ideia do panorama da programação infantil apresentada pelos canais temáticos via cabo. Não se pode dizer que este estudo nos levará a uma análise qualitativa, porque seriam necessários outros indicadores, critérios de avaliação e um tempo mais prolongado para esse tipo de análise, contudo, a conclusão da análise quantitativa é já por si mesma relevante para esboçar algumas ideias sobre a qualidade da programação, mediante alguns parâmetros que possam ser criados a partir dos dados existentes.

De forma a reunir o máximo de informação sobre a programação dos cinco canais para o público infanto-juvenil, utilizou-se como auxiliar o programa SPSS (acrónimo de Statistical Package for the Social Sciences – programa estatístico para Ciências Sociais). Através do SPSS foi possível inserir e cruzar os dados sobre as variáveis estabelecidas para o estudo. De uma forma geral, optou-se por criar variáveis, ambas de tempo e de conteúdo, para obter resultados quantitativos sobre a programação no geral e também

particularmente, sobre cada canal. Uma vez que a caracterização da programação resume-se não só ao que cada canal oferece mas simultaneamente ao conjunto dos cinco canais em estudo, o cruzamento de dados e a informação quantitativa permitirá obter uma ideia e um quadro da oferta televisiva para crianças por cabo.

O Manual de Investigações em Ciências Sociais de Quivy e Campenhoudt (2003) foi imprescindível como guia e introdução do trabalho em questões de opções metodológicas e decisões relacionadas com a metodologia. Este estudo centra-se na área das Ciências da Comunicação, mais especificamente na temática da televisão para as crianças e na programação televisiva para o público infantil. No entanto, este estudo não tem como objectivo debruçar-se sobre questões de recepção ou análise de efeitos perante a recepção, delimitando, assim, as opções metodológicas e simplificando este campo.

O manual de investigação utilizado não só foi crucial para ajudar a delimitar e compreender a melhor forma de estudar fenómenos relacionados com a área das Ciências Sociais, como também serviu de guia para os vários passos da investigação.

A metodologia utilizada baseou-se essencialmente no cruzamento, interpretação e análise dos resultados sobre as variáveis relacionadas com a programação e com os programas de cada canal. Partindo da revisão de bibliografia, conseguiu-se perceber quais as variáveis mais importantes a estabelecer para que se pudesse obter informação relevante para a caracterização da programação. O resultado desses dados foram, posteriormente, lidos e interpretados dando relevância à informação, tal como a atenção a detalhes de variáveis de qualidade, à variedade, aos conteúdos, à própria descrição e definição de cada canal, ou até mesmo a capacidade de conseguir corresponder ou não a vários pressupostos que estão ligados à qualidade de uma programação. Por outro lado, a análise quantitativa é a que se traduz na maior parte do estudo porque é a que essencialmente se traduz nos resultados que apontam e caracterizam o canal. Neste sentido, as variáveis utilizadas para este fim são variáveis de

tempo, que incluem blocos horários em que os programas são inseridos, duração do programa, número de vezes que o programa é emitido durante um mês, número de horas durante cada mês; variáveis relacionadas com o gênero, ou seja, se aproxima mais do gênero lúdico, ficção, ou informativo, se é um programa educativo, híbrido, contendor; variáveis de origem, que indicam em que país o programa foi produzido; variável público, ou seja a que idades se destina; variável imagem, se o programa é de imagem real, animada ou misto. As variáveis que resultam em dados qualitativos são as de conteúdo, no entanto, e como já foi mencionado, este estudo preocupa-se, essencialmente com a provisão de dados que caracterizem a programação infantil dos canais infantil por cabo. Enveredar-se-á pelo caminho de perceber as principais tendências através dos dados obtidos sobre o conteúdo e não tanto perceber, detalhadamente, que tipos de assuntos são tratados nos programas, que personagens, tipo de mensagens, ou tipo de linguagem utilizada, embora esta seja uma abordagem muito interessante mas que implica um trabalho mais complexo e moroso, que neste caso seria impossível de concretizar em termos de tempo.

Sendo também impossível, tanto em questões de tempo, como de exequibilidade, incluir todas as variáveis que ajudariam a perceber melhor a televisão por cabo para crianças, tentou-se analisar o mais crucial, de forma a obter uma ideia do panorama geral da televisão infanto-juvenil para crianças. A interpretação de outros dados paralelamente ligados ao aparecimento da televisão por cabo, e toda a bibliografia auxiliar para este trabalho, incluindo informação adicional sobre cada canal e alterações que têm vindo a sofrer no que diz respeito às decisões de programação, foram incluídos como dados qualitativos e complementares ao cruzamento de dados quantitativos.

5. Apresentação dos canais e suas principais características

Os canais propostos para o estudo são os canais por cabo actualmente dedicados ao público jovem em Portugal, que por sua vez compreende o público pré-escolar, infantil, e juvenil. Actualmente existem cinco canais agrupados na temática infanto-juvenil da televisão por cabo em Portugal. Seguindo a definição da maior operadora por cabo em Portugal, a TV Cabo, o Disney Channel é um canal codificado e sujeito a uma mensalidade da operadora Portuguesa, sendo basicamente de “...entretenimento, com valores e a qualidade Disney...”, entendendo-se por isto como um canal lúdico e educativo, que procura abranger diferentes públicos dentro do infanto-juvenil, com uma programação diversificada com mensagens positivas, ou seja, com mensagens que transmitam valores positivos na nossa sociedade. Embora seja um canal dirigido ao público mais jovem, também transmite programas e filmes para a família, alegando, assim, que não é estritamente um canal infantil, mas sim de família. O Disney Channel, designadamente, o único canal que estreia grandes filmes de animação da Disney, com uma emissão de 24 horas. A língua utilizada é o Português, com legendas e dobragens.

Embora seja um canal norte-americano, com a variada programação da Walt Disney Pictures, a sua aposta em Portugal tem sido veiculada através de uma adaptação cultural e peculiar no que diz respeito à animação didáctica. Patricia Bogalho, responsável pelo marketing do canal, fez a apresentação das novidades para o ano 2005, destacando-se, no regresso às aulas, a série de desenhos animados Os Heróis de Higglytown, inseridos na rubrica *Playhouse* cujo principal objectivo é o de ensinar às crianças em idades pré-escolar o mundo das profissões, valor das amizades e o trabalho em equipa. O canal também aposta noutras séries dirigidas a um público mais crescido, mas a iniciativa de dar ênfase ao pré-escolar, incluindo actividades e divulgação dos programas, através de visitas aos infantários, é, sem dúvida inovador em Portugal, nomeadamente quando se trata de um público que precisa de ser encaminhado para as ofertas que existem na televisão, isto porque é o único

grupo, ou público que conta com menor percentagem de oferta televisiva. Remetendo para questões mais culturais, o Disney Channel também tem vindo a contribuir para uma aproximação do seu modelo com algumas séries que possam estar culturalmente ligadas ao nosso país e que o público mais jovem se identifica. Um bom exemplo disto foi a introdução, em Outubro de 2005, de uma produção Portuguesa, O Clube das Chaves, que se mudou da TVI para o cabo. Esta foi a primeira compra de uma produção nacional da parte do Disney Channel, exclusivamente para Portugal, Moçambique e Angola, e de certa forma, representou um passo importante para um avanço na forma de repensar a programação infantil em Portugal, passando a apostar, posteriormente, noutras produções nacionais, entre elas a “Floribella”, que é uma série de imagem real e “João Sete”, uma longa-metragem de desenhos animados, contribuindo, assim, para um melhor enquadramento cultural no que respeita à programação e também numa adaptação à realidade da programação infantil portuguesa.

Lançado pela TV Cabo, o Disney Channel apareceu assim na televisão por cabo portuguesa em 2001, através de um acordo entre a *Walt Disney Television International*²⁴, a Premium TV²⁵ e a TV Cabo. O lançamento do Disney Channel veio dar mais relevância à presença deste canal na Europa, onde já atingia, na altura do lançamento em Portugal, 10 milhões de casas no Reino Unido, França, Espanha, Itália e Alemanha. Durante o ano 2005 o Disney Channel foi o segundo canal temático infantil da televisão por cabo mais visto, com um share de 1.1% no universo dos 78 canais emitidos via cabo, colocando-se na 12ª posição da tabela geral do universo de todos os canais. Em 2006 e

²⁴ *Walt Disney Television International* é responsável pelos canais com marca *Walt Disney* e pelos três canais com programação Disney por toda a Europa: Disney Channel, Playhouse Disney, Toon Disney, abc1 e Disney Cinemagic.

Desde 1995 foram lançados 20 canais Disney Channel nos países de EMEA (Europa, Médio Oriente e África), sendo que a *Walt Disney Television EMEA* fornece ainda 50 blocos Disney em 45 territórios EMEA, todos os meses.

²⁵ Premium TV Portugal é uma empresa que foi formada pela TV Cabo, pela Portusat e com a participação da Lusomundo e da Sport TV, que por sua vez emite canais “Premium”, ou codificados.

2007, o Disney manteve-se na mesma posição, em relação aos canais infantis, ou seja, no segundo lugar, embora com percentagens de shares diferentes, e posições diferentes em relação ao universo dos canais emitidos por cabo. Em 2006 encontrava-se na 19^a posição, com um share de 0.6%, e no primeiro semestre de 2007 na 22^a posição também com 0.6% de share.

Encontrando-se em primeiro lugar no ranking dos canais infantis difundidos via cabo, o Panda é o canal mais visto pelas crianças portuguesas, segundo dados da Marktest. Surgiu em 1996 em Portugal, na altura sob o nome Panda Club e pertence, conjuntamente com muitos outros canais, ao grupo Multicanal, que é a principal distribuidora e produtora de canais temáticos em Espanha e em Portugal. Com uma média de 16 horas de programação diária durante todo o ano, o canal Panda emite exclusivamente para Portugal, tendo uma forte componente educativa e lúdica, cujo principal objectivo é o de entreter as crianças e ir ao encontro das suas preocupações e desejos. Segundo a Multicanal, outro dos objectivos do Panda é o de proporcionar uma programação variada, ou seja, uma programação que inclua a vertente educativa mas que ofereça, simultaneamente, diversão e entretenimento. Para além da programação o canal também oferece actividades lúdicas e outros projectos que decorrem durante o ano, pelo país fora. Em 2005, o canal Panda encontrava-se no primeiro lugar dos canais infantis no ranking geral de canais, ocupando a 6^a posição com um *share* de 2,2 %, sucedendo o mesmo no ano 2006 e 2007, onde se manteve na primeira posição dos canais infantis, colocando-se na 7^a posição do universo dos canais emitidos via cabo, ou seja, com um share de 2.3% em 2006 e 2.6% no primeiro semestre de 2007, segundo dados da PT Conteúdos (Anexo1). Ou seja, analisando os quatro canais da televisão por cabo dirigidos ao público infantil, no ranking geral do universo dos canais, o Panda continua a ser o mais visto pelas crianças portuguesas e o que maior destaque tem na programação infantil em Portugal, uma vez que se mantém na posição mais próxima do 1^a lugar e o que apresenta maior percentagem de share de audiências. Segundo Isabel Mimoso, directora do canal, o Panda atingiu uma posição privilegiada no segmento infantil e um reconhecimento notório junto dos

pais e crianças portuguesas. Trata-se de um canal que, segundo a directora, têm vindo a adquirir mais conteúdo e identidade não só através das suas séries como também nas produções próprias, sendo hoje um líder de programação infantil, entre os 4 e os 14 anos, com mais de 40 por cento de share. Corroborando os dados anteriormente apresentados da PT Conteúdos, a Multicanal, destaca o facto de que em 2006 o Panda foi o segundo canal mais visto no total dos canais temáticos cabo, com uma quota de 7,5 por cento durante esse ano. E, limitando essa informação só aos canais infantis, esta estação liderou as audiências no ano 2006, com uma vantagem de 73 por cento em relação ao Disney Channel. Embora com percentagens diferentes, o mesmo se passou nos anos seguintes, até ao primeiro semestre de 2007, data em que foi feita a última apresentação do ranking dos canais em termos de audiências. Adicionalmente, embora no início das suas emissões o canal Panda fosse caracterizado pela apresentação de uma programação com um elevado número de programas de origem japonesa, ao longo dos 10 anos de presença no mercado audiovisual português, o canal têm vindo a apostar em produções próprias e programas educativos. Exemplo disto foi a introdução do “Panda Profissões”, que foi o primeiro programa de produção própria a ser apresentado em 2006, com o objectivo de mostrar vários aspectos de uma profissão, com uma duração seis minutos por cada programa. O “Panda Dicas” foi outro formato que foi apresentado às crianças, como uma forma de sensibilizar crianças e pais para questões de segurança, seja na rua, na escola, no trânsito ou em casa. No geral, e com a introdução destes formatos de produção própria o Panda pretende, segundo Isabel Mimoso, mostrar valores positivos às crianças, sendo esta uma das principais estratégias do canal.

Criado pela *Turner Broadcasting*²⁶ e pertencendo à *Time Warner*²⁷, o Cartoon Network surgiu pela primeira vez nos Estados Unidos em 1992,

²⁶ A *Turner Broadcasting* é uma empresa norte-americana, parte do grupo *Time Warner*, e é a principal responsável pela produção de notícias e produtos de entretenimento, especialmente para canais emitidos por cabo.

²⁷ A *Time Warner Inc.* é uma das maiores empresas de media norte-americana, com produtos relacionados com a Internet, publicações, filmes, telecomunicações e televisão. A Aol, Time Warner Cable, Warner Bros, e Cartoon Network são algumas das empresas subsidiárias da Time Warner.

dedicando-se essencialmente à exibição de desenhos animados. O canal estreou-se em Portugal em 1997, com as suas séries animadas e a particularidade de emitir programas que são maioritariamente de origem norte-americana e japonesa e apresentando um tipo de desenhos animados mais dirigidos a um público juvenil. Actualmente o canal está associado à TCM (Turner Classic Movies) e por isso tem na sua programação vários clássicos dos desenhos animados mundialmente conhecidos, como é o caso do Scooby Doo. Trata-se de um canal muito específico, uma vez que embora esteja integrado no grupo temático infantil, apresenta-se como um canal que dificilmente tem oferta para o público infantil Português, porque todo ele é emitido em Inglês. Embora muitas crianças assistam às emissões do canal, pelo encanto dos desenhos animados e o apelo ao entretenimento visual, a compreensão dos conteúdos, da linguagem e acompanhamento das histórias são dificilmente levadas a cabo pelo público mais pequeno, uma vez que a língua é desconhecida. Esta barreira da língua delimita, de certa forma, o público em si e torna o canal mais peculiar no sentido em que atrai um público fora do infantil ou juvenil, ou seja, mais visto pelos adultos do que propriamente pelas camadas mais jovens. Tendo em consideração estes aspectos, mesmo assim o canal destacou-se na 26ª posição do ranking geral de canais durante o ano 2005, correspondendo a um *share* de 0,5 % e antecedendo-se ao Nickelodeon, o que o coloca numa posição de penúltimo. Em 2006 o canal encontrava-se numa posição semelhante, na 27ª posição, continuando em 3º lugar no ranking dos canais infantis e no primeiro semestre de 2007 o Cartoon Network manteve a sua posição no que respeita aos canais infantis, colocando-se na terceira posição, com um *share* de 0.3%, e em 30º lugar do ranking geral dos canais emitidos por cabo (Anexo1). Todavia, esta informação não indica, de todo, que a audiência seja infantil, o que pressupõe que a análise deste ranking seja somente considerada em relação à audiência de um público geral, independentemente de idades ou sexo. Contudo, no total, entre os canais dirigidos ao público mais jovem, o Cartoon Network encontra-se em 3º lugar num total de cinco canais da mesma temática.

O Nickelodeon ou Nick, como é conhecido por muitos, está também contemplado na lista dos canais temáticos que se dedica à programação para as crianças, abrangendo o público infanto-juvenil. Trata-se de um canal norte-americano de televisão por cabo que faz parte da Viacom²⁸, uma grande empresa Norte-Americana de media. O Nickelodeon teve as suas primeiras emissões experimentais em Portugal em Maio de 2005, sendo anunciado no dia seguinte ao público. As emissões regulares tiveram início do dia Mundial da Crianças, 1 de Junho de 2005, contando ainda com pouca experiência no campo da televisão por cabo em Portugal. Embora tenha só sido lançado em Maio de 2005, o canal já apresenta uma grande popularidade encontrando-se actualmente no 55º lugar do ranking dos canais emitidos por cabo, durante o ano 2005, subindo em 2006 para 38º lugar e no primeiro semestre de 2007 em 37º lugar. No que respeita à classificação entre os canais infantis da televisão por cabo, o Nickelodeon ainda se encontra em último lugar, embora tenha vindo a assumir, com o decorrer dos anos, uma posição mais presente e uma maior proximidade com os outros canais relativamente ao ranking e à audiência (Anexo1). Com uma emissão de 24 horas por dia, os principais programas ou géneros do Nickelodeon são os desenhos animados, que se destinam a um público-alvo de idades compreendidas entre os 4 aos 14 anos. A programação do Nickelodeon encontra-se dividida em duas partes, o pré – escolar e o escolar. Ou seja, o canal aposta fortemente nestas duas áreas dividindo a programação em dois conceitos, o Nick Jr, que é um tipo de programação pré escolar, cuja principal função é pedagógica, incluindo o incentivo à aprendizagem do Espanhol e Inglês (no caso do programa Dora a Exploradora), e a programação para crianças em idade escolar, com programas mais elaborados e pensados para este público.

Embora não tenha sido incluído no estudo, devido ao facto de não estar contemplado no tempo para análise, o Baby TV é um canal que também faz parte do grupo temático do infantil, iniciando as suas emissões na televisão por

²⁸ Viacom é uma empresa de media com interesses nas redes de televisão por cabo e satélite, contentora de várias empresas tais como MTV, Nickelodeon, VIVA, Comedy Central e dos estúdios de cinema Paramount e Dreamworks.

cabo portuguesa em Novembro 2005. Este canal merece especial destaque por ser a mais recente aquisição da TV Cabo e também por ser um canal exclusivamente dirigido ao público mais pequeno que o pré-escolar, ou seja com idades até aos 3 anos. Trata-se de um canal que tem como principal objectivo ensinar as crianças e dar a conhecer todo o processo de aprendizagem das coisas essenciais para as suas idades, utilizando a interacção e o acompanhamento dos pais, ou educadores. Lançado nos Estados Unidos, através do serviço de satélite e digital, este canal também tem levantado muitas questões e criado algum cepticismo entre teóricos e educadores devido ao facto de ser um canal dedicado a crianças com idades inferiores a 3 anos. Embora o conceito parta da ideia de tirar vantagem da televisão para ensinar as crianças e criar laços de interacção com os pais, ao inclui-los nessa interacção e processo de aprendizagem, muitos críticos pensam que esta não é a forma mais saudável de o fazer, especialmente a partir da televisão. Contudo, a inserção deste canal veio, de certa forma, completar uma lacuna em termos de idades e acaba por complementar a programação infantil por cabo, passando a existir cinco canais, todos eles especificamente dirigidos a idades específicas do grupo infanto-juvenil.

Capítulo III – Análise dos Dados

Este capítulo ilustra as principais características dos quatro canais, através da análise previamente realizada. Apresenta, de igual forma, os principais resultados do cruzamento de dados.

1. Análise dos canais: principais características e definições

A programação infantil por cabo em Portugal encontra-se actualmente limitada aos cinco canais temáticos - Disney, Panda, Cartoon Network, Nickelodeon e Baby TV - que produzem e emitem programação destinada a ao público infanto-juvenil, sendo também muitas vezes também acompanhado por uma percentagem de audiência mais crescida, como é o caso de pais ou até mesmo adultos que gostam de ver este tipo de programas. Contudo, embora a programação infantil no seu geral seja destinado a uma audiência infanto-juvenil, alguns dos canais em estudo são mais específicos para determinadas idades ou escalões de idades. Ou seja, dentro do público infantil, ou juvenil, existem diferentes idades que consistem num tipo de audiência ou grupo a quem a programação deve ser cuidadosamente escolhida. Assim sendo, como já foi mencionado anteriormente, o pré-escolar inclui as crianças com idades compreendidas entre os 2 e os 5 anos; o infanto-juvenil idades entre os 6 e os 11 anos; e o juvenil representa uma camada jovem mais crescida, ou seja, os adolescentes ou jovens com idades entre os 12 e os 16 anos. Esta divisão de idades ou categorização de grupos é relevante para o estudo em questão quando se trata de entender a programação que cada canal emite e o tipo de audiência a que se destina, uma vez que a programação infantil não pode ser pensada nem perspectivada, ao contrário de outro tipo de programação, como

algo universal que abrange um grupo de crianças. É portanto relevante que se tenha em consideração a questão da diferença das idades e o tipo de necessidades de cada criança, ou grupo, mediante as suas idades e desenvolvimento socio-cultural.

A programação analisada dos cinco canais temáticos diz respeito aos seguintes meses intercalados do ano de 2005: Fevereiro, Maio, Agosto, Novembro e Dezembro. Num total, foram considerados para estudo 203 programas, sendo que informação obtida resumiu-se a apenas 195 programas.

Antes de proceder com a apresentação dos resultados sobre a análise dos quatro canais, é relevante ter em conta algumas noções e definições de conceitos, que são fulcrais para um melhor entendimento do tratamento da informação obtida. Desta forma, pretende-se esclarecer o significado em torno dos géneros televisivos, e a forma que se usou para quantificar a presença dos géneros, uma vez que estas variáveis são umas das mais importantes para compreender e caracterizar a programação televisiva. Assim sendo, entre os vários géneros de programas, foram utilizados três principais géneros: o lúdico, o informativo e o ficção. Por lúdico entende-se aqueles programas que têm características de entretenimento, embora muitas vezes misturado com outras características, tais como passatempos ou concursos. No que diz respeito ao informativo, este género inclui todos os programas que contêm informação específica sobre determinados temas, podendo ser representado com programas tais como magazines, documentários, programas científicos, ou até mesmo debates ou programas educativos. O género ficção abrange a programação factual, ou fictício, tais como filmes ou séries televisivas e todos os programas que incluem conteúdos de ficção. É igualmente importante destacar o que se entende por programas educativos, híbridos ou contentores. O primeiro conceito diz respeito aos programas que são produzidos com o fim de educar, através de diferentes meios ou géneros. Embora muitos programas tenham conteúdos educativos, quando se refere, neste estudo, ao educativo, pretende-se indicar somente aqueles programas que são especificamente criados com esse fim, e que todo o programa, do princípio ao fim, visa ensinar os mais

jovens. Adicionalmente, só são considerados programas educativos os que explicitamente indicam que são, através da sua descrição, por parte dos programadores ou produtores. Os programas híbridos são aqueles que englobam mais do que um género, sendo muitas vezes difícil definir exactamente o tipo de género a que se circunscreve. E, por fim, os programas contentores são aqueles que reúnem vários programas com o fim de se apresentar ao público de forma unitária. Por outras palavras, o programa contendor é “uma transmissão cuja unidade reside apenas na declaração de unidade para efeitos de formato mas que, no seu interior, pode albergar uma espécie de organização transversal com todos os géneros do espaço televisivo” (Wolf in Pereira, 2004:60). Adicionalmente os programas contentores incluem, quase sempre, um apresentador.

Remetendo agora para a análise dos canais e a interpretação dos resultados sobre essa mesma análise, tal como já foi referido anteriormente, o Disney é um dos canais contemplados para análise, sendo um canal codificado, emitido em Português, através de legendas ou dobragem. Com uma emissão diária via cabo de 24 horas, o Disney foi o canal que apresentou um maior número de programas durante os cinco meses em análise (Gráfico 1). Num total de 204 programas, sem incluir repetições, 94 fazem parte deste canal, correspondendo assim a 48% do número de programas emitidos, ou seja, quase metade da quantidade dos programas, quando comparado com os outros canais. No que diz respeito ao tipo de público, ou grupos de idades, a que o canal mais se identifica, poder-se-á dizer que o público infanto-juvenil é o que mais se destaca, ou seja, as crianças com idades compreendidas sensivelmente entre os 6 e os 11 anos são o principal público-alvo do Disney Channel. Durante o período em análise, os programas emitidos foram principalmente destinados ao público infanto-juvenil, à semelhança dos outros canais, correspondendo neste caso a 57% da programação, ou seja, mais de metade. Estes dados poderão também estar relacionados com o facto do Disney Channel ser um canal cuja sua programação é, de certa forma, familiar, ou seja, acaba por incluir programas que são destinados aos mais jovens mas também para o resto da família, tais

como séries ou filmes. Seguindo-se ao infanto-juvenil, o público juvenil é o segundo que mais se identifica com a programação deste canal. No total, 34 programas do Disney emitidos durante o mesmo período foram destinados a este grupo de jovens, o que corresponde a 37% da programação (Gráfico 2). E, sendo um canal Americano, cuja sua programação deriva, maioritariamente, das produções e programação da Walt Disney Pictures, identificou-se que dos 93 programas em estudo, todos são de origem Norte-Americana.

Gráfico 1 – Percentagem da quantidade de programas apresentados por cada canal

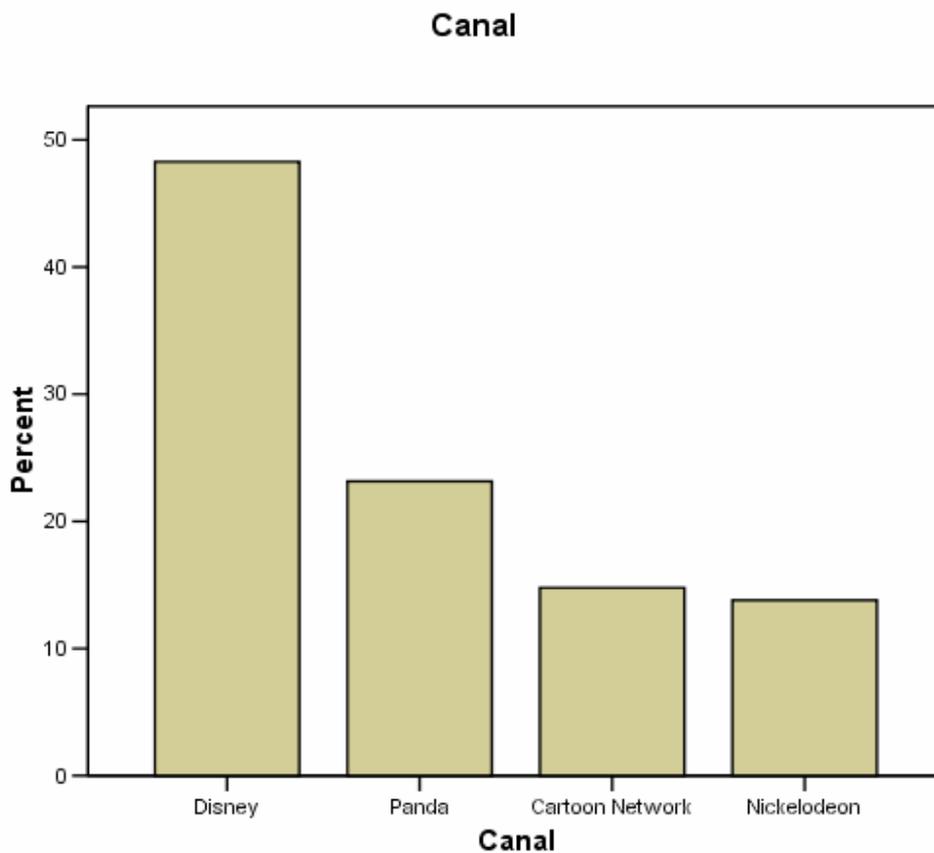
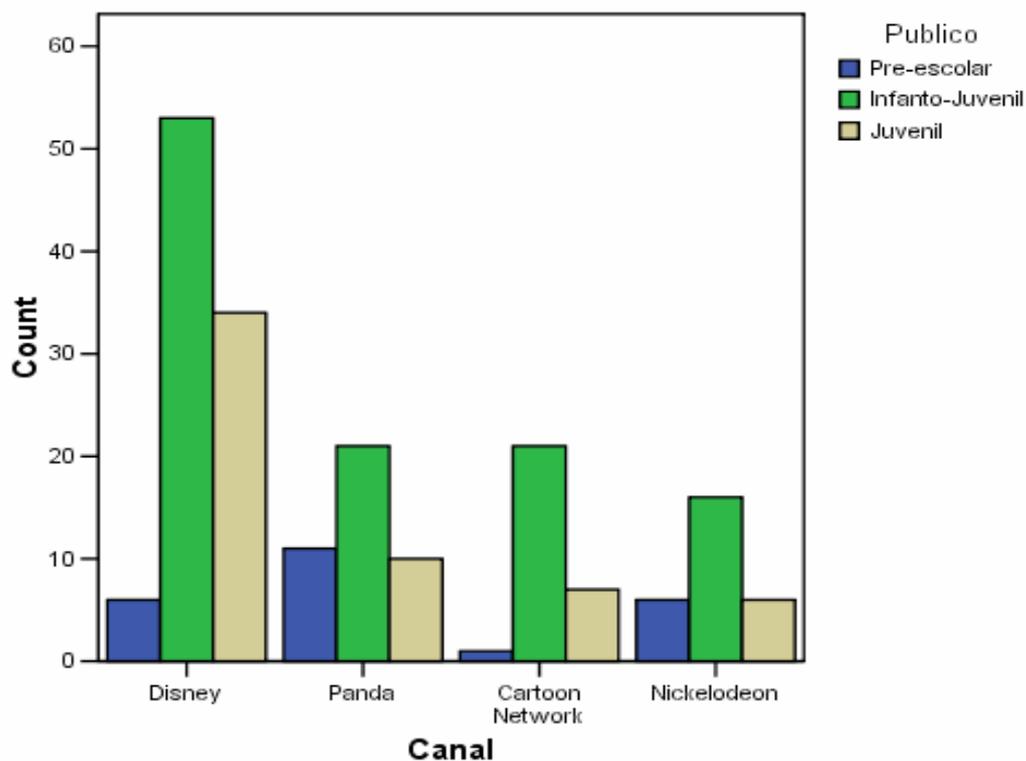


Gráfico 2 – Público-alvo para cada canal



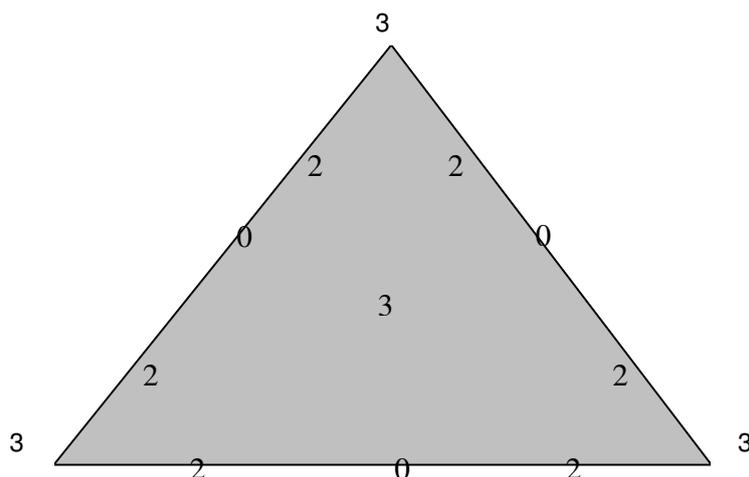
Através da extrapolação de dados sobre os géneros televisivos, e usando o triângulo ilustrativo de Jost¹, para melhor identificar o tipo de géneros ou a proximidade com os três vértices dos principais géneros televisivos, conclui-se que este canal apresenta uma grande percentagem de programas que se designam como “pouco lúdicos”, ou seja, que se situam entre o lúdico, o informativo ou ficção. No entanto, isto não indica que os programas, no geral, não são de carácter lúdico, mas sim que uma grande parte situa-se no “pouco”, em detrimento dos restantes. Assim sendo, 50% dos programas, ou metade,

enquadram-se no lúdico mas não são, todavia, exclusivamente programas virados para o género lúdico².

1- Triângulo exemplificativo, seguindo o exemplo de François Jost



2- Triângulo de avaliação de proximidade com os principais géneros



- 2- Os valores utilizados para indicar a proximidade com cada vértice, ou género são os seguintes: **0- nada, 1- pouco, 2-médio, 3-muito**. Cada vértice corresponde ao valor máximo, ou seja, a cada género em si: Lúdico, Ficção e Informativo e os restantes valores indicam a proximidade.

Em contrapartida, 38% dos programas emitidos por este canal durante os cinco meses encontram-se mais próximos do género lúdico, designando-se esta proximidade como “médio”. Já no que respeita ao género ficção, o Disney apresenta uma maior quantidade de programas que se aproximam mais deste género, ou seja, 50% dos programas aproximam-se mais do género ficção em detrimento do lúdico ou do informativo. Relativamente aos programas que se classificam como educativos, uma grande percentagem, ou a maioria dos programas da Disney não se enquadram neste género, excepto um ou dois analisados durante este período. Adicionalmente, não se registaram quaisquer

programas designados como híbridos ou mesmo como contentores, excepto um ou dois, o que significa que a percentagem de programas deste carácter são quase raros nas emissões do Disney Channel, durante os meses em análise.

A predominância da imagem animada é um dos factores mais prementes nos cinco canais (Gráfico 3 e Gráfico 4), incluindo no Disney, que representa mais de 50% dos programas. Este facto poderá estar relacionado com a quantidade de desenhos animados emitidos nos canais, e também com o facto de que a maioria dos programas para crianças serem apresentados com imagem animada, em detrimento da imagem real ou misto, por ser o formato mais apelativo para este tipo de audiências, em particular.

Gráfico 3 – Tipo de imagem utilizada em cada canal

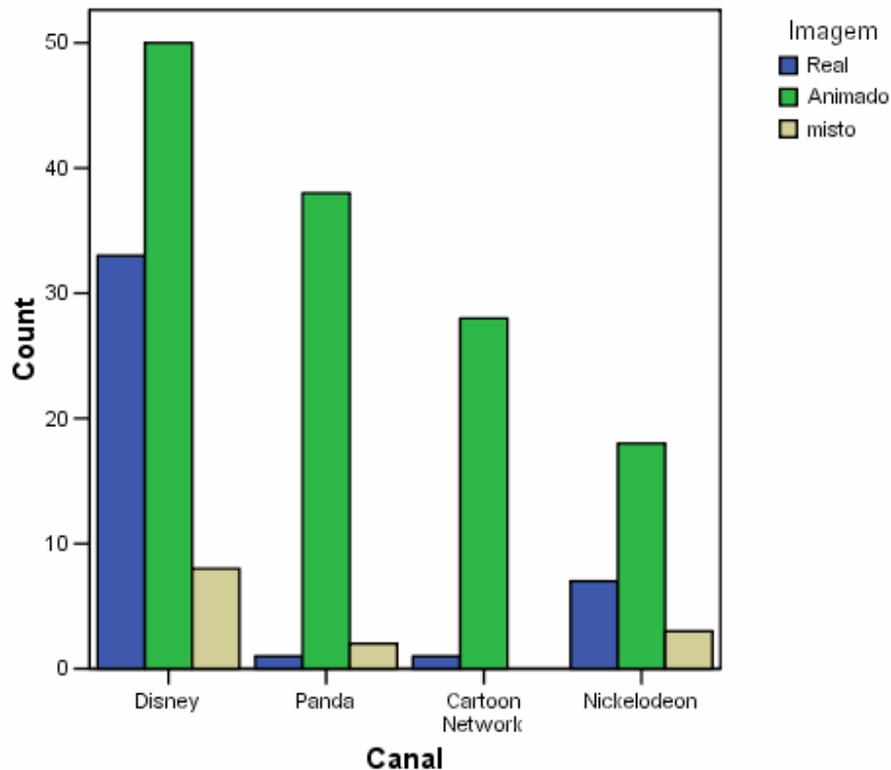
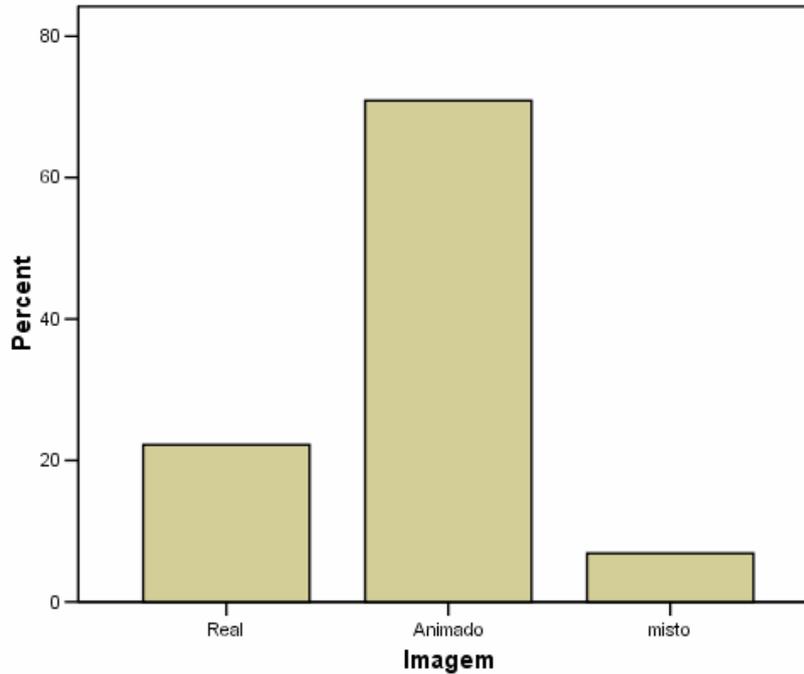
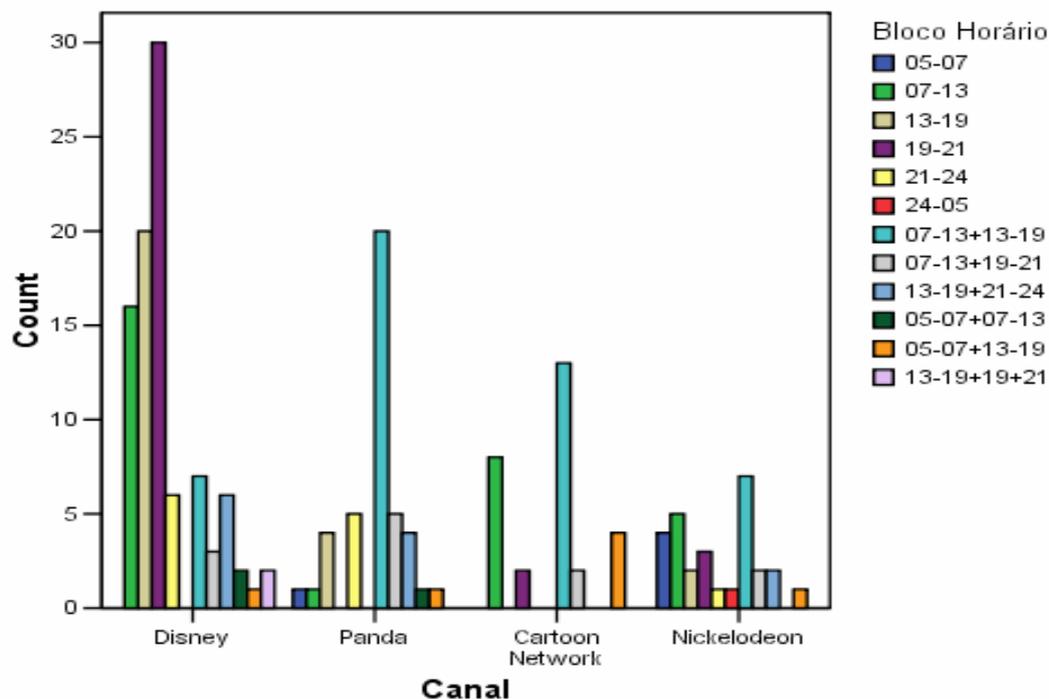


Gráfico 4 – Percentagem do tipo de imagem usada nos cinco canais



Através do estudo dos blocos horários, conclui-se que uma grande percentagem dos programas incidem nos horários entre as 19h00-21h00 e as 07h00-13h00, ou seja, durante estes horários existe uma maior diversidade de programação, com mais quantidade de programas em detrimento dos outros horários. Tal como se pode verificar no gráfico 6, no que respeita aos meses em análise, o mês de Maio foi o que registou o maior número de programas emitidos do total dos 93 programas em estudo, seguindo-se os meses de Dezembro, Novembro, Fevereiro e Agosto. Estes dados indicam que 47% dos programas durante os cinco meses foram emitidos no mês de Maio, seguindo-se de 46% em Dezembro, o que leva a concluir que durante estes dois meses a oferta foi mais diversificada em contraste com os restantes meses.

Gráfico 5 -Percentagem dos programas dos canais durante os respectivos blocos horários



O canal Panda apresentou, por sua vez, um total de 47 programas, sem incluir repetições, durante o tempo em análise, ou seja, representando assim 23% da programação durante os cinco meses no que diz respeito à quantidade de programas emitidos (Gráfico 1). Sendo um canal com uma emissão de 16 horas diárias, o número de programas emitido é inferior ao do Disney, que por sua vez tem uma emissão de 24 horas. A programação abrange essencialmente o público infanto-juvenil, seguindo-se do pré-escolar e por fim o público juvenil. Num total, 50% da programação destina-se ao grupo infanto-juvenil, seguindo-se de 26% para o pré-escolar e só 23% para o público juvenil (Gráfico 2). O canal Panda é, assim sendo, predominantemente um canal para os mais pequenos

dentro do grupo das crianças e adolescentes, e não tanto dirigido aos adolescentes. Embora se trata de um canal falado em português, a maioria dos seus programas são de origem norte-americana, ou seja 42%, seguindo-se das produções europeias e japonesas, representando cerca de 25% para cada tipo de oferta. A mistura entre programas de origem japonesa e europeia reflecte ainda uma predominância de programação ocidental em detrimento da hegemonia ou invasão da programação oriental ou japonesa. Contudo, o mercado norte-americano, neste caso, continua a dominar a programação do canal Panda, reflectindo-se em programas que podem ser culturalmente diferentes da programação ideal para o público infanto-juvenil português.

Remetendo para a questão dos géneros apresentados pelo canal Panda, uma das ilações retiradas do cruzamento de dados aponta para uma maior proximidade e identificação com uma programação que vai ao encontro do género lúdico e ficção em detrimento dos outros géneros. Num total de 41 programas, 39 encontram-se no ponto 2 “médio” da escala de proximidade com o género lúdico, representando 95% da totalidade dos programas ou da programação. Adicionalmente, 21 programas encontram-se na escala 2 “médio” do género ficção e 18 programas no ponto 3 “muito”, representando respectivamente 51% e 41% (Anexo1). Assim sendo, a caracterização do Panda reflecte-se numa programação mais virada para o lúdico e ficcional, não apresentando quaisquer programas de carácter educativo durante o tempo em análise. As séries são o formato mais predominante na apresentação dos programas, constituindo 89 % da programação do canal, e 92% dos programas são também de imagem animada (Gráfico 3).

Remetendo para a questão dos blocos horários (gráfico 5), num total de 42 programas, 20 incidem no bloco horário das 07h00-13h00 e 13h00-19h00, ou seja, existe uma maior oferta de programas nos períodos indicados, que remete para uma aposta nas manhãs e no período da tarde. Por conseguinte, os períodos com menos programas, talvez por incluírem mais repetições ou programas mais extensos, são emitidos entre as 21h00-24h00, as 05h00-07h00 e 07h00-13h00, períodos em que não existe audiência para esta programação, o

que explica as percentagens inferiores em detrimento da escolha dos outros blocos horários (Gráfico 5). Isto poderá também indicar que a programação é estruturada para estes horários, de forma a emitir o maior número de programas, deixando para as outras horas ou blocos, repetições ou comerciais.

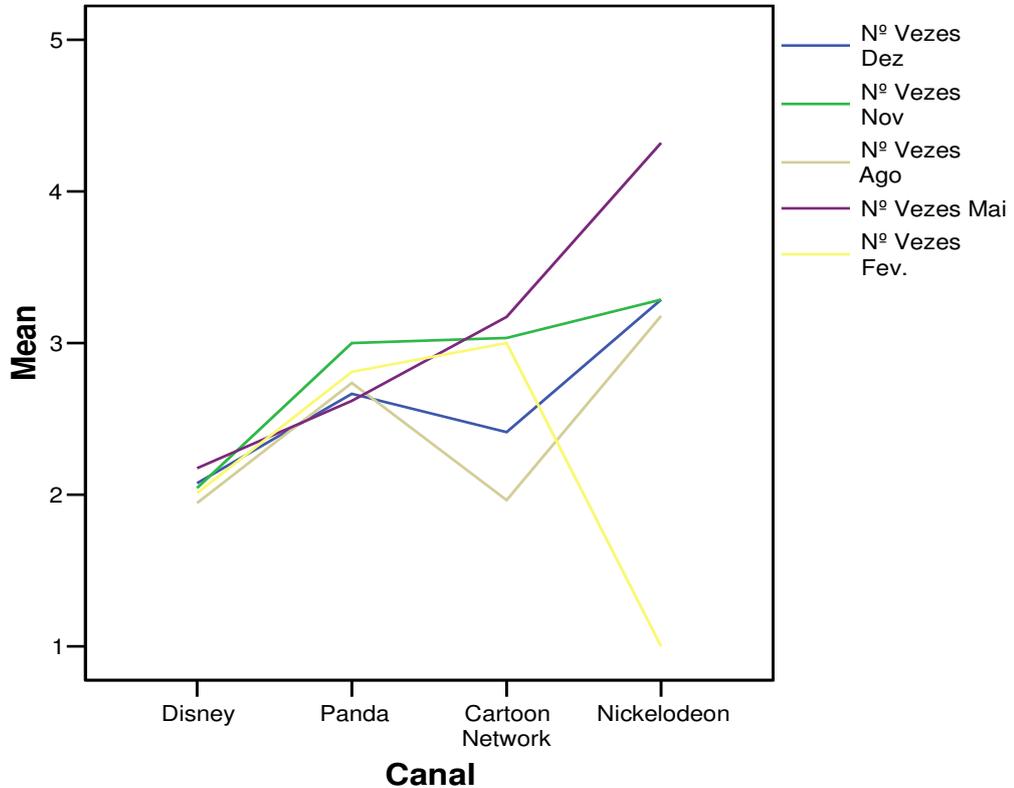
O resultado dos dados sobre os meses em análise, indicam, de acordo com o gráfico 6, que os meses de Fevereiro e Novembro foram os meses que registaram maior número de programas emitidos, perante o universo de 42 programas Fevereiro, 64% do total dos programas foram emitidos, deixando de fora 15 programas, ou seja, em termos percentuais, 36%. Já no mês de Novembro, dos 42 programas, 26 foram exibidos durante este mês, correspondendo a 62% da programação. Estes dados demonstram que Fevereiro e Novembro foram os meses que tiveram um maior número de programas, quando comparado com os outros meses. Isto também poderá indicar, como já foi referido anteriormente, que estes meses tiveram uma maior oferta de programação e maior diversidade de programas, talvez pela introdução de novas séries ou pelo facto de uma aposta na diversidade.

Seguindo-se ao canal Panda, o Cartoon Network apresentou, no total, 30 programas durante este estudo, o que representa cerca de 15% da oferta de programação infantil por cabo durante os meses em análise. Todo ele emitido em Inglês, durante 24 horas por dia, a programação do Cartoon Network é inteiramente dedicada ao público infante-juvenil, sendo que num total de 29 programas, 21 desses são mais enquadrados para este público que outro qualquer. Ou seja, e tal como se pode verificar no gráfico 2, 72% da programação deste canal, durante os meses em análise, são dedicados à camada de jovens do infante-juvenil, com idades entre os 6 e os 11 anos. Embora uma das características da programação do Cartoon Network seja a predominância de programas de origem norte-americana e japonesa, durante o período em análise, os programas em questão são maioritariamente produções de origem norte-americana, não existindo, contudo, qualquer programa de origem japonesa. Assim sendo, 93% dos programas analisados são produções de origem norte-americana, seguindo-se de 7% de produções europeias.

No que respeita aos géneros, a programação do Cartoon Network é caracterizada por uma abundância de programas lúdicos e também de alguma ficção. Ou seja, através da extrapolação dos dados sobre os géneros, 28 programas encontram-se de certa forma próximos do género lúdico, o que corresponde a quase 100% dos programas e 16 dos 29 programas também têm uma certa proximidade com o género ficção. Poder-se-á concluir que os programas em análise situam-se entre os dois vértices do lúdico e do ficção, no triângulo ilustrativo de Jost (1998). Outro aspecto importante na análise da programação deste canal é o facto de não se ter verificado, durante os meses em estudo, qualquer programa educativo, contentor ou híbrido. Isto poderá significar que a programação do Cartoon Network é uma programação para um público mais crescido que o infantil, e que de certa forma, não apresenta características de uma programação que visa incluir programas educativos, ou com tendência para tal. Adicionalmente, o facto de ser um canal que emite muita programação da Turner Classic Movies, e que inclui uma grande variedade de séries animadas – cerca de 99% no caso da programação analisada (gráfico 3), em detrimento doutros tipos de formatos - mundialmente conhecidos, resulta numa programação muito específica, sem necessidade de programas contentores ou híbridos.

Relativamente à análise dos blocos horários, os resultados dos programas analisados do Cartoon Network mostram que o bloco horário das 07h00-13h00 e 13h00-19h00 são os que passam uma maior quantidade de programas mediante o universo em análise. Dos 29 programas analisados, 45% são emitidos durante estes blocos horários, como se pode concluir através da demonstração do gráfico 5. Os meses de Fevereiro e Maio foram os que tiveram um maior número de programas do total dos 29 programas emitidos, ou seja, 72% dos programas foram emitidos durante estes meses, sendo o mês de Agosto o que emitiu um menor número de programas, correspondendo a 32% do total de programas (gráfico 6).

Gráfico 6 – Percentagem de programas emitidos por cada mês



Lançado em Portugal, via cabo, em Maio de 2005, o Canal Nickelodeon conta com apenas dois anos de experiência de mercado na televisão por cabo em Portugal. Durante este estudo foram analisados 28 programas do Nickelodeon, o que resulta em 14% da programação por cabo durante o ano de 2005 (gráfico 1). Embora sendo o canal com o menor número de programas, as informações extrapoladas foram suficientes para indicar algumas tendências apresentadas por este canal de origem norte-americana. Numa primeira abordagem, notou-se que o principal público público-alvo deste canal é também o infanto-juvenil, todavia, e tal como se pode verificar através da visualização do gráfico 2, alguma percentagem da programação, embora inferior, é também destinada ao público juvenil e ao público pré-escolar, representando cerca de

21% da programação para cada um destes grupos de idades. À semelhança dos outros canais estudados, a maioria da programação do Nickelodeon é de origem norte-americana, neste caso 89% dos programas. Os programas são maioritariamente de carácter lúdico, sendo que 85% encontram-se próximos do lúdico, ou são razoavelmente lúdicos, seguindo-se de 57% de programas de ficção ou próximos deste género. Existe, contudo, uma pequena percentagem de programas neste canal que se enquadram na categoria de “educativos”, “contentores” ou “híbridos”, correspondendo ainda a uma percentagem de 10%, em detrimento de outros canais que apresentaram uma percentagem nula de programas deste género. Existe também uma predominância nos programas de desenhos animados, em detrimento da imagem real ou misto. E, relativamente aos blocos horários, o principal bloco horário em que incide a maioria da programação, ou maior percentagem do número de programas é o bloco das 07h-13h e 13h-19h, embora a programação se encontre proporcionalmente distribuída. No entanto, este bloco horário representa cerca de 25% da programação, sendo o bloco horário em que se reflecte a maior quantidade de programação (gráfico 5).

Embora também faça parte dos canais temáticos para o público infantil, o Baby Tv não foi contemplado para este estudo uma vez que só iniciou as suas emissões na televisão por cabo portuguesa a 15 de Novembro do ano 2005, estando, portanto, fora do período de análise, uma vez que só cobria um mês para análise. Este canal, dedicado essencialmente ao público infantil até aos três anos de idade, tem vindo a despertar interesses e alguns debates sobre um novo tipo de programação e conteúdos que visa ensinar os mais pequenos através de programas de duração entre dois e dez minutos. O Baby TV surgiu, assim, como uma alternativa para a lacuna da programação para este público, sendo como que uma preparação para o visionamento televisivo, aliando a isto a componente pedagógica e a aprendizagem. Os debates e discussões em torno deste novo canal surgem no sentido em que algumas instituições e pesquisadores discordam com a ideia da exposição televisiva de crianças com

menos de 2 anos, tal como por exemplo, a Associação Americana de Pediatria²⁹, que defende firmemente esta ideia. Contudo, outros teóricos e interessados nesta área discordam com esta ideia, achando até que estas assunções são de alguma forma excêntricas ou fundamentalistas. Tal como Manuel Pinto comenta, no Weblogue *Jornalismo e Comunicação* (2005), seria como que colocar as crianças, logo à nascença, numa redoma, isolando-as do resto do mundo, o que se trata “de uma posição neo-rousseauiana que assenta na velha ideia de que a infância é pura e sadia e que a sociedade é que a corrompe” (Pinto, 2005). Aliás, este tipo de programação já há algum tempo que tem vindo a ser pensado por outros canais, nomeadamente a RTP, no sentido em que existe uma preocupação em proporcionar oferta de programação televisiva para as crianças até aos dois anos. Todavia, é relevante manter um olhar atento sobre a programação e conteúdos deste canal, que, segundo a opinião de Sara Pereira, aquando do início das primeiras emissões, lhe pareceu manter uma certa preocupação no que diz respeito aos conteúdos adequados para esta faixa etária. Desta forma, embora o Baby TV não tenha sido incluído neste estudo, poder-se-á concluir que este canal veio decisivamente complementar a programação infantil na televisão por cabo, ao oferecer um tipo de programação para um público que até à data não estava contemplado na programação infantil em Portugal.

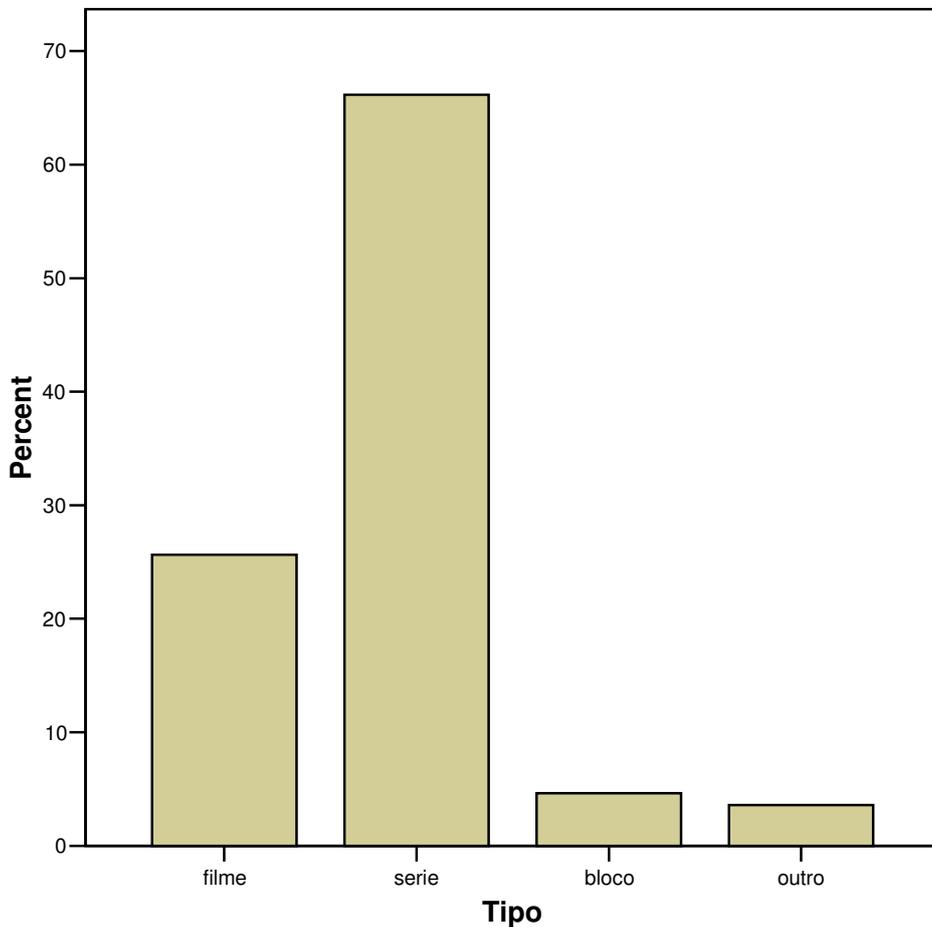
Após um breve olhar sobre cada canal e suas principais características, é relevante debruçarmo-nos agora sobre a programação infantil por cabo, no geral, através de uma análise mais aprofundada da oferta e dos conteúdos da programação dos quatro canais anteriormente apresentados. Assim sendo, uma das principais conclusões retiradas deste estudo sobre a programação infantil por cabo em Portugal é que uma grande parte da programação destina-se essencialmente a um público infanto-juvenil, ou seja, com idades compreendidas entre os 6 e os 11 anos. Embora exista oferta de programação para outras idades, a maioria dos programas destinam-se ao infanto-juvenil. Neste aspecto, poder-se-á dizer que a oferta da programação infantil por cabo

29

não difere muito do cenário da oferta da programação infantil dos canais generalistas entre 1992 e 2002, aquando do estudo conduzido pela Sara Pereira. À semelhança das conclusões retiradas durante o estudo das ofertas e critérios da programação durante esses dez anos de programação, o mesmo se reflecte na programação por cabo, embora durante um período de análise mais curto. Ou seja, existe uma lacuna na oferta da programação para o público pré-escolar e juvenil, sendo o grupo pré-escolar o mais preocupante, uma vez que as crianças nestas idades não frequentam o jardim-escola, e por conseguinte, passam mais tempo expostas à televisão (Pereira, 2004). Da mesma forma que Sara Pereira aponta no seu estudo para o facto de que a maioria da programação infantil da televisão aberta se destinar às crianças do ensino básico, também neste estudo se verifica que a maioria da programação se destina a esse público, ou seja, ao infante-juvenil, que compreende idades entre os 6 e os 11 anos.

Adicionalmente, e olhando para o gráfico 7, as “séries” televisivas são o formato mais comum utilizado na programação por cabo, sendo o tipo ou formato de programas mais frequente na programação, seguindo-se depois dos filmes e, por último, os blocos.

Gráfico 7 – Tipo de formato dos programas



Relativamente aos horários escolhidos para emissão dos programas, o bloco horário em que incidem o maior número de programas é o bloco das 07h-13h/ 13h-19h, representando um total de 47 programas ou seja, 27% da totalidade dos programas envolvidos no estudo. Estes dois período representam a escolha horária em que a maioria da programação é emitida. Uma grande quantidade de programas recai nestes horários, que, curiosamente, são os horários em que as crianças têm mais disponibilidade para ver televisão, ou seja, as manhãs e as tardes. Esta informação indica que alguns programas são emitidos mais do que uma vez por dia, ou em diferentes horários, sendo por exemplo possível que a emissão de um determinado programa inclua o bloco

07h-13h/ 13h-19h, o que se traduz por ou uma repetição do programa no mesmo dia ou a aposta noutra horário para além do da manhã ou do da tarde. Existe, contudo, uma maior percentagem de programas que são emitidos durante o bloco horário indicado em detrimento dos outros apresentados. Os seguintes blocos horários que apresentam um maior número de programas emitidos são o das 19h-21h, com 18% e o das 07h-13h, com 15% dos programas. Estes resultados, que podem ser visualizados no gráfico 8, apontam para o facto de que uma grande percentagem de programas passa em dois horários, havendo assim uma maior aposta nesses programas e uma maior flexibilidade em termos de horários. Ao longo da análise temporal da programação, notou-se que existem repetições de programas em horários diferentes, talvez como forma de “cobrir” os tempos totais de emissão, ou para que outros públicos possam ver esses programas, passados em horários diferentes. Muitos dos blocos são emitidos durante o horário nobre e depois mais tarde, como repetição, em períodos “mortos”, que se traduzem por períodos de menor percentagem de audiências.

Durante os meses em análise, Maio foi o mês que apresentou, na totalidade, um maior número de horas relativamente à duração dos programas, seguindo-se do mês de Novembro e Dezembro. Estes meses apresentaram uma percentagem elevada de programas cuja sua duração varia entre as 2 a 4 horas ou mais que 5 horas. Estes dados poderão estar relacionados com o facto destes meses apresentarem mais filmes ou programas com maior duração que as séries (gráfico 9).

Gráfico 8 – Percentagem do número de programas nos respectivos blocos horários

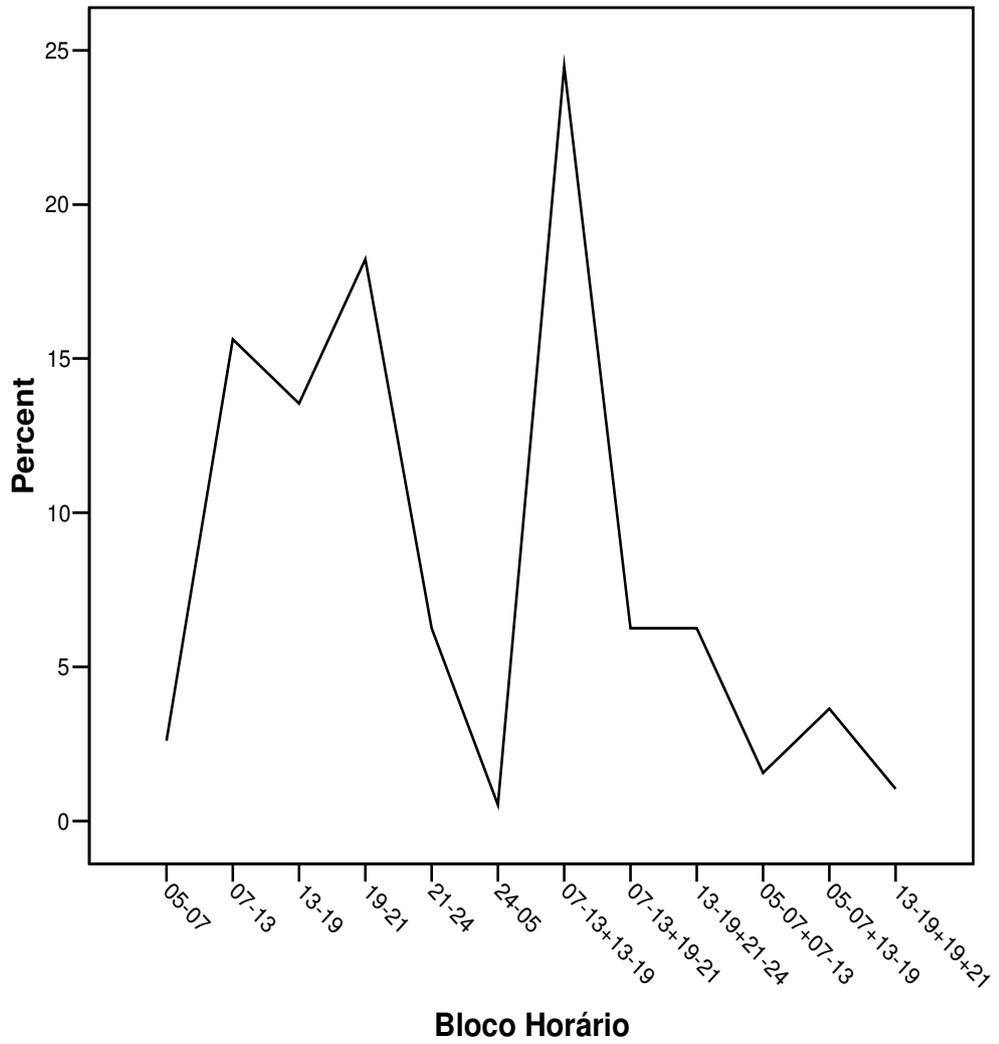
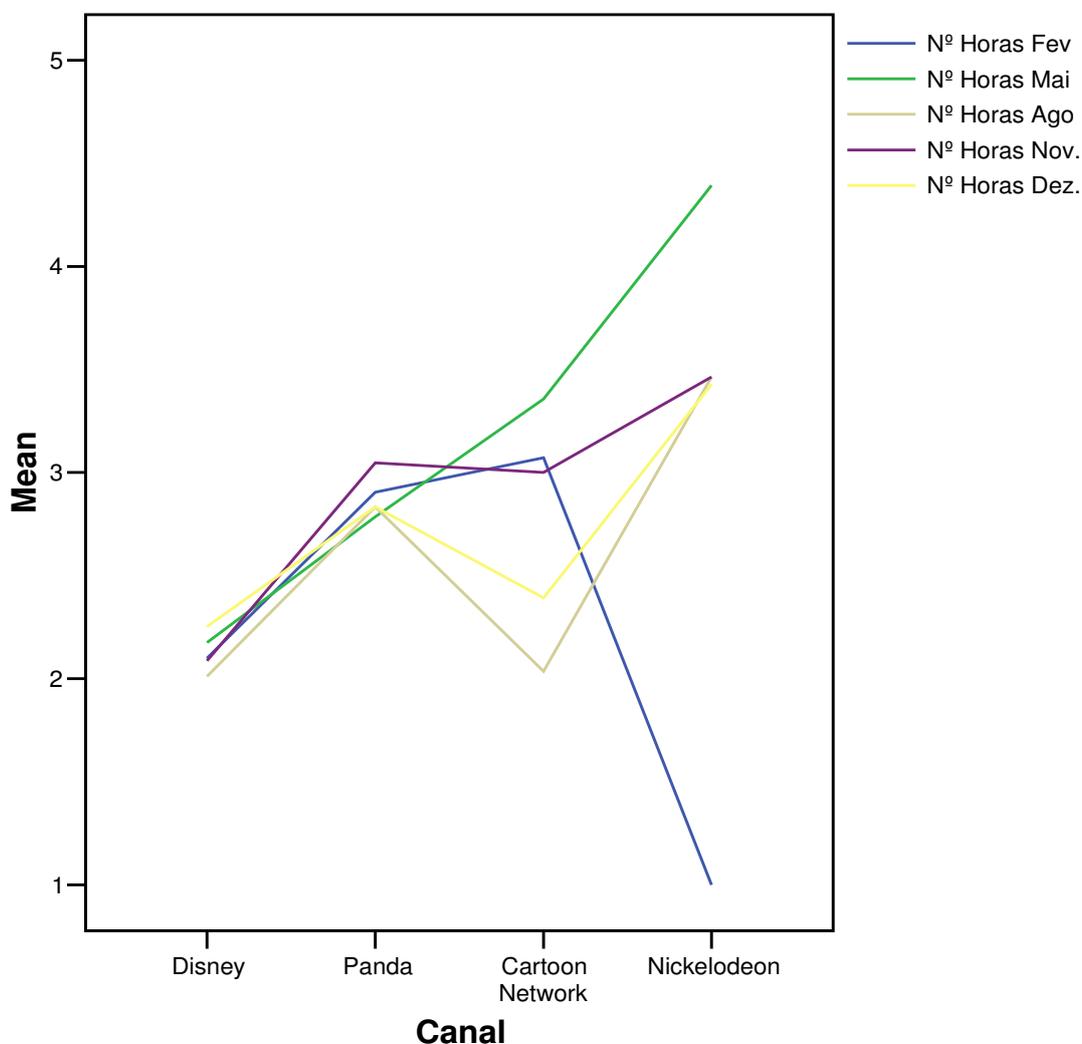


Gráfico 9 – Número de horas por cada mês em relação aos respectivos canais

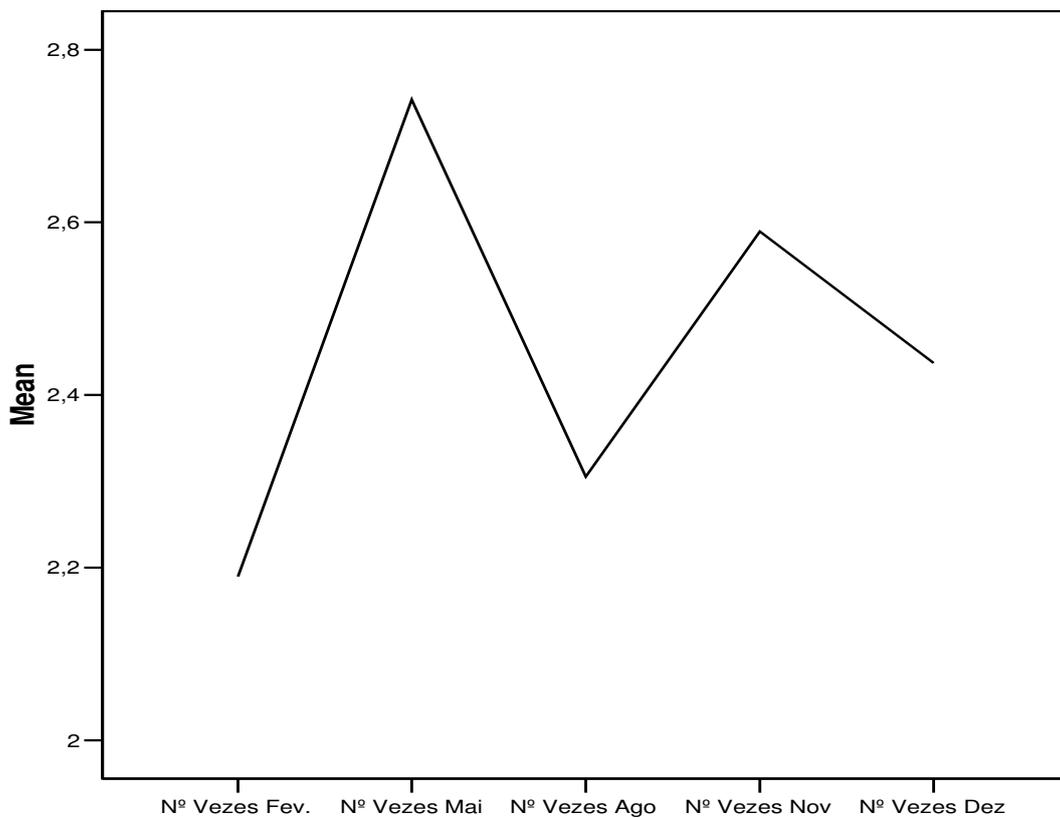


Outro ponto importante a destacar diz respeito ao número de horas de cada mês em relação aos canais. Os programas do Disney Channel, por exemplo, têm quase todos a mesma duração, durante os cinco meses, contudo, o mesmo já não acontece com os outros canais, nomeadamente o Cartoon Network, que apresenta algumas oscilações na duração dos programas durante os meses de Fevereiro, Agosto e Dezembro. Ou seja, a duração dos programas oscila

mediante os meses, notando-se uma quebra em Agosto, mês em que a duração dos programas fica reduzida, presumindo-se que exista uma maior repetição ou diversidade de programas em detrimento dos outros meses. Na maioria dos casos isto também se deve ao facto de haver muitas “mini-séries”, seguidas umas às outras, como acontece no canal.

No que respeita ao número de vezes ou repetições dos programas, os meses de Maio, Novembro e Dezembro foram, de igual forma, os que apresentaram um maior número de programas emitidos repetitivamente, com uma percentagem superior os restantes meses (Gráfico 10).

Gráfico 10 – Percentagem dos programas em relação ao número de vezes que foram emitidos por cada mês



No geral, a oferta da programação infantil por cabo apresenta-se de uma forma homogénea no que diz respeito às tendências de cada canal. Ou seja, embora esteja premente que alguns canais são dirigidos mais especificamente para determinados grupos ou tipos de audiências, pelas características dos seus programas, o que é certo é que, de uma forma geral, todos apresentam tendências comuns no que diz respeito ao tipo de imagem, blocos horários ou formatos utilizados para o seu público.

Um aspecto importante a destacar é o facto de que o Cartoon Network, por exemplo, ser um canal emitido em Inglês, sem dobragens ou legendas, o que cria, de certa forma, uma barreira para a visualização dos programas, nomeadamente para o público pré-escolar e infanto-juvenil, que são os grupos que ainda não têm um conhecimento forte da língua inglesa para acompanharem os programas. Mesmo o público infanto-juvenil, muitas das vezes, poderá ter algumas dificuldades em conseguir compreender a linguagem de alguns dos programas deste canal, por ser emitido numa língua diferente. Assim sendo, o Cartoon Network apresenta-se como um canal que embora se dirija ao público infanto-juvenil, ou juvenil, no caso do público português, não se enquadra em nenhum destes, acabando por ser mais dirigidos a uma camada adulta que às crianças.

A análise da oferta da programação infantil por cabo aponta para uma lacuna em programas educativos, o que representa, no quadro da oferta de qualidade da programação, um ponto negativo neste aspecto. Pretende-se dizer com isto que, a lacuna de programas educativos, aliado a um tipo de linguagem violenta, ou imagens violentas, são, segundo os critérios do Annenberg Public Policy Center, um dos parâmetros que determina a qualidade da programação infantil. Neste caso, o objectivo não é analisar a qualidade da programação, mas caso fosse, seria pertinente pegar na informação obtida e aprofundá-la com o fim de investigar e analisar a qualidade da programação, tal como já foi feito noutros estudos, usando os critérios da Annenberg Public Policy Center.

Todavia, é de realçar o facto da tendência da oferta de programação para um público escolar, em detrimento de outros, tais como o pré-escolar, e também o número reduzido de programas educativos, ou com conteúdos educativos. O aparecimento do canal Baby TV, porém, poderá representar uma alternativa para esta lacuna, uma vez que se apresenta como um canal de programação educativa, com o fim de se dedicar ao público pré-escolar.

2. A elaboração da programação de cada canal

A televisão tem um papel importante no desenvolvimento das crianças como cidadãos activos e participativos na nossa sociedade, e por isso, a programação para este tipo de público deve ser pensada e estruturada para esse fim, de forma poder contribuir para essa formação. A televisão continua a ser a principal forma de diversão das crianças, afectando as suas experiências (Buckingham, 1999) e por isso é pertinente perceber como é que este público é perspectivado pelos produtores e responsáveis da programação, ou perceber como é que a audiência infantil é definida. No que diz respeito a este tema, é importante realçar, uma vez mais, o estudo realizado por Buckingham *et al* (1999) sobre a programação e o conceito de audiência infantil, de forma a ter uma ideia mais clara de como a audiência infantil é perspectivada por programadores e produtores. Focando-se sobre a análise da programação para crianças no Reino Unido, este trabalho deve-se essencialmente ao facto de terem ocorrido alterações na programação e também pela mutação, cada vez mais premente, do conceito de infância. Assim sendo, e através de entrevista realizadas a diferentes profissionais, poder-se-á concluir que existem dois tipos de opiniões, bem formadas, que divergem entre as perspectivas paternalistas (centrado na criança) , e na ideia de criança como consumidor e actor social. A era da televisão por cabo e por satélite também influenciou o conceito de infância ou a forma como era perspectivada até à data. Ou seja, com a infindável oferta de

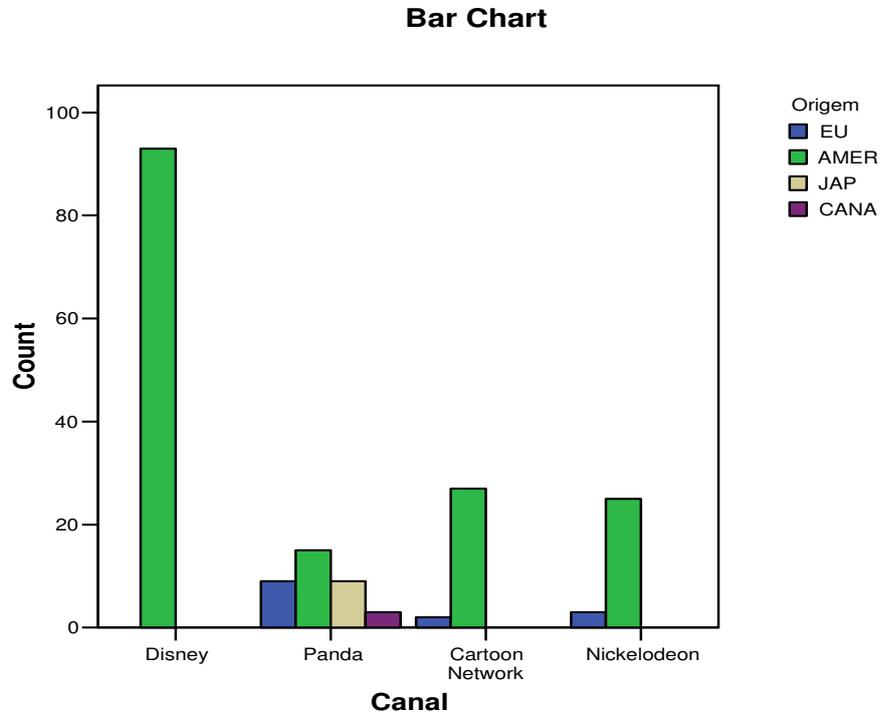
programação para este público, a audiência infantil é transformada, novamente, tornando-se cada vez mais problemática não só na perspectiva de consumidor ou actor social, como anteriormente foi referido, mas também culturalmente, e no que diz respeito a questões de mercado de competição por audiências dentro do infantil. Segundo Buckingham, em 1980 nota-se que existe um movimento da televisão de serviço público, para um sistema mais comercial, que por conseguinte levanta questões sobre qualidade, diversidade, identidade cultural e muitos outros aspectos ligados à complexidade deste tema. Curiosamente, da mesma forma que durante este estudo levado a cabo por Buckingham se concluiu que a oferta de canais dirigidos ao público infantil cresceu ao longo dos tempos, também o mesmo se observou no panorama português, com o advento da televisão por cabo e digital, possibilitando uma maior oferta de programação para os mais jovens. Contudo, e tal como é apontado nesse mesmo estudo, o financiamento para produções na televisão por cabo ou satélite ainda é bastante reduzido, o que faz com que a programação seja muita mas não diversificada. O mesmo se observa nos canais infantis da televisão por cabo portuguesa. Dos cinco canais, todos eles diferentes em termos de indústrias, ou “filosofias”, não existem diferenças significativas no que diz respeito à oferta. Pode-se afirmar que a programação infantil por cabo é toda ela igual, no que respeita à oferta de géneros, público-alvo, horários e origem das produções.

Remetendo para cada canal, em específico, o Panda é o canal que apresenta uma maior aposta em produções europeias, em detrimento dos outros canais. Tal como se pode ver no gráfico 11, o canal Panda tem a maior percentagem de produções europeias, correspondendo a 25% do total dos programas analisados. Este aspecto é bastante importante no que diz respeito à qualidade da programação. Segundo alguns pesquisadores, tais como Jocelyn Hay e David Buckingham, a qualidade é um conceito vago e muitas vezes invocado nos debates sobre a televisão (Buckingham, 1999:54). Todavia, e menor percentagem em programas de origem norte-americana. Embora muitas vezes a qualidade seja vista como algo intrinsecamente ligado à comercialização, no Reino Unido, por exemplo esta ideia está a começar a

vulgarizar-se e a perder o sentido. Ou seja, um programa importado já não é necessariamente lacunar em qualidade, desde que cumpra determinados critérios que estão associados à definição de qualidade. Por isso, os argumentos em torno deste conceito, são, muitas vezes excessivamente proteccionistas, ao sugerirem que a noção de qualidade deva funcionar como um correctivo para as preferências das crianças. O facto deste canal ter uma maior percentagem de produções europeias deve-se também ao facto de não ser um canal que pertença a um grupo de media norte-americano. Parte da empresa Multicanal, que é o grupo de distribuição e produção de conteúdos televisivos por cabo, o Panda é definido como um canal “ com uma forte componente educativa e formativa que tem como base o ponto de vista das crianças e tenta reflectir as suas inquietações e preocupações.” Adicionalmente a empresa Multicanal também descreve o Panda como um canal que oferece uma programação variada e educativa, aliada à diversão e ao entretenimento. Os seus conteúdos são adaptados “ aos gostos dos mais pequenos com a realização de inúmeros programas de produção própria”. Todavia, os programas de origem norte-americana são predominantes neste canal, mas não têm um peso tão grande como nos outros canais. O Panda é também o único canal de programação infantil por cabo que apresentou, durante o estudo, programas de origem japonesa, sendo um tipo de programas, ou desenhos animados que, embora rompam com a tradição e apresentem uma qualidade de conteúdos e audiovisual totalmente diferente, a sua qualidade não pode ser meramente analisada com base nestes factores. Porém, os desenhos animados japoneses são, segundo Vilches, uma nova oferta estética de ficção infantil, cuja sua linguagem, significado cultural e educativo urgem para uma atenção especial e estudo mais aprofundado.

As séries animadas do canal Panda são mais apropriadas ao público infantil europeu, enquadrando-se, culturalmente no tipo de audiência, ou seja, sendo uma canal que pertence a um grupo Espanhol de produção e distribuição os seus programas e séries não seguem as mesmas narrativas dos programas da Disney, ou dos clássicos.

Gráfico 11 – Nº de programas por origem



A idade, ou públicos – alvo, é umas das formas de segmentar o mercado na televisão por cabo, e no que respeita ao canal Panda, este é decisivamente um canal mais dirigido aos mais “pequenos”. Embora a principal percentagem dos programas seja dirigida ao público infanto-juvenil, existe também uma grande percentagem de programas dirigida ao pré-escolar, dos 2 aos 5 anos de idade, quando comparado com os outros canais.

Em relação à diversidade na oferta da programação, alguns géneros começam a desaparecer, com o surgimento de novos géneros que misturam conteúdos educativos, lúdicos, informativos. Este fenómeno está presente em toda a programação infantil analisada neste trabalho, contudo, no caso particular do canal Panda poder-se-á afirmar que os géneros dos programas apresentados também se misturam, através da sua proximidade com o género lúdico e o ficção. Embora seja muito difícil separar os géneros nestes novos programas, o

que se verifica é a criação de programas inovadores que, no geral, apresentam mais do que um género.

Olhando agora para a programação do Disney Channel, tal como já foi mencionado anteriormente, podemos verificar que este canal apresenta-se mais como um canal mais familiar do que um canal exclusivamente para as crianças. Tal como Buckingham afirma, durante o seu estudo sobre a programação infantil no Reino Unido, nomeadamente a programação por cabo, também o Disney é apontado como um canal de família, em que as séries ou clássicos da Disney são bastante atractivos para os mais velhos, que acompanharam a geração. O facto da programação abranger o público adulto e os mais jovens torna a programação mais complexa e, de certa forma, poderá ser visto de uma forma positiva, ou seja, considerado como um desafio à capacidade intelectual das crianças (Vilches). Adicionalmente, o Disney apresenta muitos filmes de produção própria, com imagem real, animada e misto, o que torna a programação atractiva para o resto da família. Neste estudo, a oferta da programação do Disney é também definida da mesma forma, sendo o único canal que apresenta a maior percentagem de programas designados no seu formato ou “tipo”, como filmes. Num total de 93 programas, 50 são filmes, ou seja, 54% da programação, em detrimento dos outros canais, que não apresentaram nenhum filme durante o tempo analisado. O suporte cinematográfico da Disney apresenta um tipo de narrativa nos seus desenhos animados e outros programas que diferem muito das produções dos outros canais. A linearidade da estrutura narrativa, com um princípio, desenvolvimento e conclusão e uma única história, são algumas das características apresentadas pela programação da Disney, sendo muitas vezes única e inconfundível na programação infantil, no geral.

Alguns filmes da Disney ou séries foram emitidas mediante as épocas festivas em Portugal, ou seja, existiu uma certa preocupação em ajustar a programação ao contexto cultural português, proporcionando, assim, temas e conteúdos relacionados com as mais diversas épocas. No Natal, por exemplo, há uma grande quantidade de séries e filmes relacionados com a época festiva,

na Páscoa alguns desenhos animados que fazem alusão a esta época entre muitos outros programas escolhidos para serem emitidos em determinadas alturas do ano. Assim sendo, poder-se-á concluir que existe uma preocupação na programação, mediante o contexto cultural.

Para finalizar, e como já foi também referido anteriormente, o Disney Channel também apresenta algumas iniciativas com o fim de introduzir animação didáctica na sua programação. Através da aposta em determinados programas, que são mais adequados para este fim, o Disney passa então a fazer promoções exaustivas, através de infantários e escolas em Portugal, com o fim de familiarizar as crianças com o novo programa, através de concursos baseados em trabalhos manuais. Já mencionado anteriormente, um dos programas didácticos que foi promovido junto dos infantários, por ser um novo programa didáctico, foram os “Heróis de Higglytown”. Esta iniciativa foi levada a cabo para dar a conhecer aos mais pequenos o novo programas. Adicionalmente, e relativamente ao enquadramento cultural, o Disney também demonstra algum interesse em lançar produções nacionais, tal como aconteceu com “O Clube das Chaves”, que foi a primeira e talvez não a última iniciativa do Disney.

Uma das principais características do Cartoon Network, que o distingue e de certa forma distancia do público infantil português, é o facto de ser emitido em inglês. Contudo, embora seja maioritariamente dirigido ao público infanto-juvenil, o Cartoon Network é também muitas vezes assistido por adultos, que compreendem a língua e se interessam por desenhos animados. Parte do grupo Time Warner, embora o seu principal objectivo seja dedicado à emissão de desenhos animados, representando 97% da programação tal como o Panda, este canal tem vindo gradualmente a atrair telespectadores fora da sua principal audiência, com o advento de desenhos animados japoneses, mais voltados para um público adolescente e mais adultos. Contraditoriamente, uma das características da programação do Cartoon Network, durante o período em estudo, é o facto da maioria da programação ser principalmente de produções

norte-americanas, seguindo-se de europeias, não existindo quaisquer indícios de programas de origem japonesa.

A programação do Nickelodeon é uma programação que se divide, essencialmente, em dois grupos: o pré- escolar e o escolar. No pré-escolar o Nickelodeon tem investido numa programação para crianças ainda não em idade escolar, tendo esta programação uma função pedagógica, através de programas que despertam e motivam as crianças para a aprendizagem, tal como por exemplo, aprender o inglês, ou o espanhol. Para um melhor entendimento da elaboração da programação deste canal, contactou-se a coordenadora de Marketing do Nickelodeon em Portugal, Maria Krupenski, que nos explicou esta divisão da programação e indicou os principais programas que são inseridos na programação pré-escolar, entre eles “Dora, a exploradora”, “Peppa, a porquinha”, “O pequeno Bill”, e a “Janela da Allegra”. A programação escolar, por sua vez, abrange o grupo infanto-juvenil e juvenil, que no caso do período em estudo representam a maioria do público a que os programas são dirigidos, ou seja, tal como já se indicou anteriormente, o infanto-juvenil representa 57% da programação e o juvenil 21% a mesma percentagem que o pré-escolar. À semelhança do Disney, o Nickelodeon é um dos dois canais que apresenta uma percentagem de programas educativos, embora pequena, em detrimento dos outros canais, que não apresentaram quaisquer programas na categoria de “educativos”.O mesmo se sucede com os programas contentores, sendo o Disney e o Nickelodeon os únicos que apresentaram programas contentores, e o Nickelodeon o que apresentou um maior número de programas contentores. (Gráfico 12 e 13).

Gráfico 12 – Nº de programas “educativos”

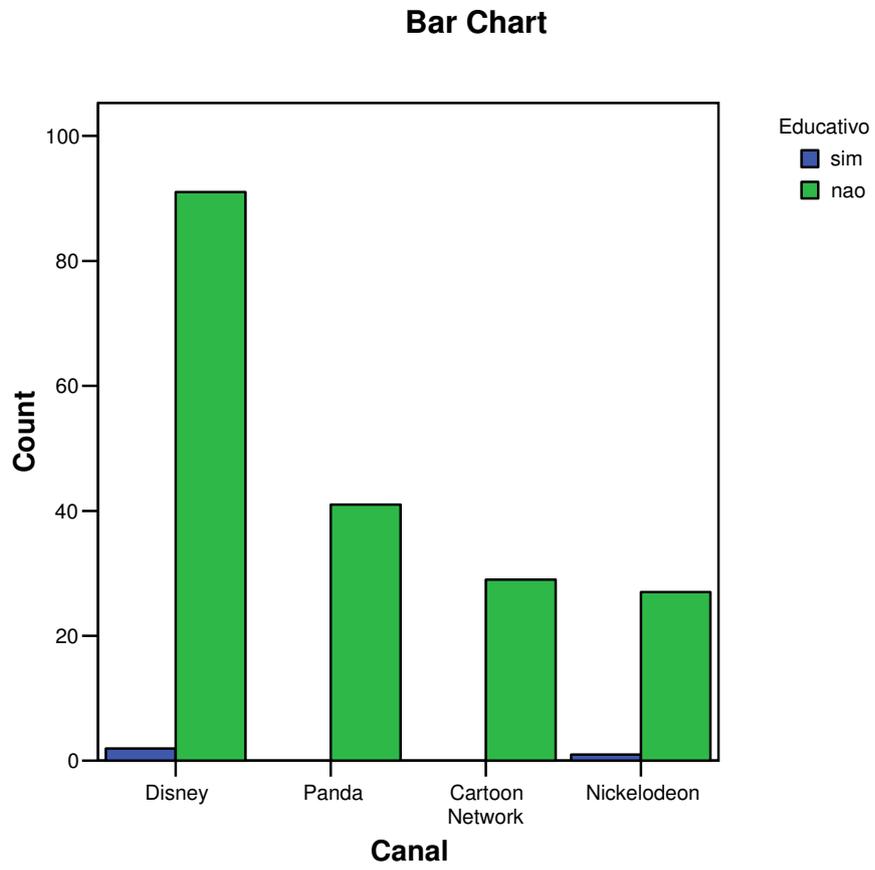
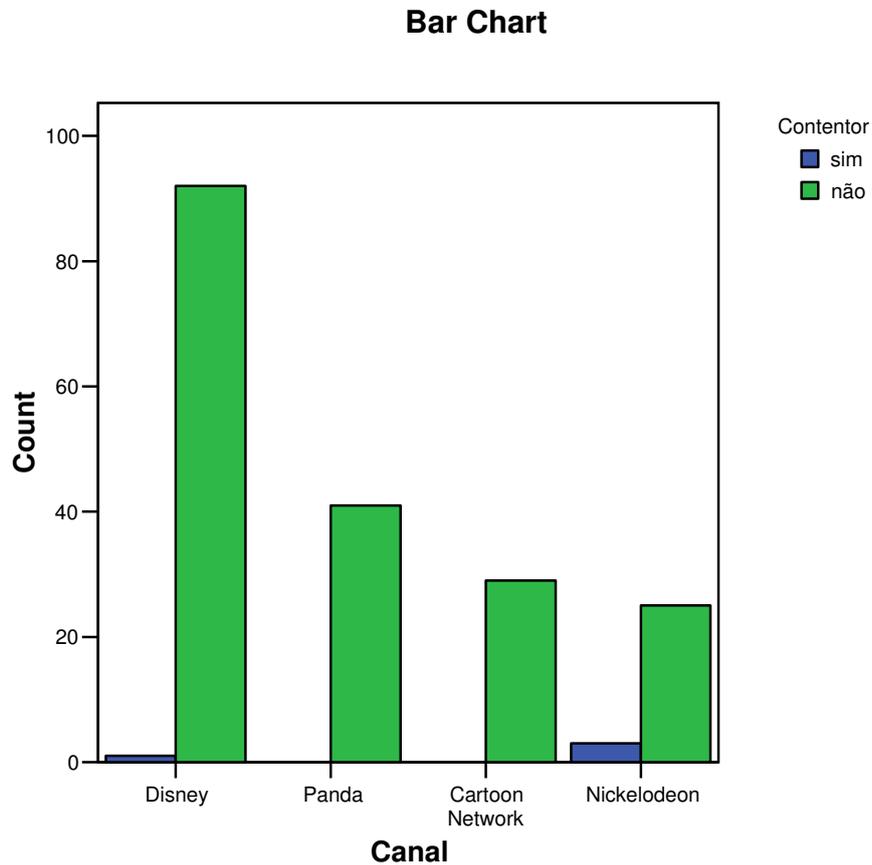


Gráfico 13 – Nº programas “contentores”



Sendo um dos principais rivais do Disney Channel, o Nickelodeon tem tido um enorme sucesso internacional, ao entrar em vários países, através da televisão por cabo ou satélite. Segundo Buckingham (1999), o Nickelodeon apresenta uma retórica de “poder da crianças” *versus* discurso centrado na criança, ao criar a noção de “kid Zone”, que já foi descrito como “um tipo de relegião”. A acrescentar ao fenómeno do sucesso do Nickelodeon entre as crianças está o facto de que este canal trouxe novos géneros centrados na animação/comédia, mas com algumas lacunas nos géneros factual/drama (Buckingham, 1999).

3. Perspectivas e concepções para o futuro da programação infantil por cabo

Durante o período em estudo, 2005, os canais dirigidos ao público infantil na televisão por cabo apresentaram-se como uma nova oferta de programação para os mais pequenos, no que diz respeito aos horários, em detrimento da programação de televisão aberta. Com o advento dos canais temáticos via cabo, a maioria deles com emissões de 24 horas, o público infantil passou a ter uma oferta de programação intensa, diariamente, tal como já acontecia com o público mais adulto, através dos canais hertzianos. Assim sendo, o conceito de programação infantil altera-se, ao deixar de ficar confinado às pressões horárias dos canais e gestão de espaços de emissão televisiva. A programação infantil passa então a ser perspectivada de uma forma mais atenta, especialmente a partir da noção de que o público infantil apresenta-se como um mercado e uma oportunidade de fazer lucros através da televisão. Todavia, e embora a programação por cabo apresente diferentes critérios de programação, devido à sua característica, o que é notável, no caso da oferta da programação infantil via cabo, é que esta acaba por seguir, de certa forma, os mesmos passos e tendências da oferta da programação infantil na televisão hertziana. Ou seja, o facto da televisão por cabo apresentar diversas vantagens que podem favorecer a sua oferta de programação em detrimento da televisão para crianças nos canais hertzianos, como é o caso de canais especificamente dirigidos a determinados públicos, e facilidade de tempos de emissão, o que se verifica é que, no conjunto dos quatro canais em análise, embora todos eles com características diferentes, têm como principal foco o mesmo grupo etário, o mesmo formato de programas e origem de produções. No entanto, esta também poderá ser uma análise precoce da programação infantil por cabo, uma vez que alguns dos canais, tais como o Nickelodeon e o Baby Tv são relativamente recentes aquando da realização do estudo, e por isso contam com pouco tempo no mercado da televisão por cabo Portuguesa. Por outro lado, e ao contrário de outros países, nomeadamente os Estados Unidos, a televisão por cabo chegou

mais tarde a Portugal, enquanto que nos Estados Unidos já existe desde a os anos 70. Isto indica que ainda o cenário da televisão infantil por cabo ainda está a se desenvolver e muitos aspectos poderão ser melhorados, mediante a vontade dos programadores ou responsáveis pela programação. Com o advento de novos canais temáticos e novas empresas de produção de programação infantil, a televisão por cabo em Portugal tem certamente várias oportunidades para a aposta numa programação de qualidade e diversidade. O advento do canal Baby TV, por exemplo, veio incrementar e expandir a oferta para a audiência infantil, ao proporcionar programação para crianças que até à data não tinham qualquer oferta de programação televisiva. Existem ainda outros canais dedicados ao público mais novo que podem, mais tarde, pertencerem aos canais temáticos infantis, dependendo da vontade de aposta das operadoras por cabo. Exemplos disto é o canal Locomotion, que inicialmente se dedicava à emissão dos clássicos desenhos animados mas posteriormente a sua programação começou a ser mais orientada para um público adulto, com desenhos animados japoneses, dedicando-se também a experimentações de diferentes tipos de programas e origens. O Boomerang (subsidiário do Cartoon Network), Jetix, Tiji (destinado ao público dos dois aos seis anos, actualmente com emissão em Portugal, através do *meo*, da PT – serviço triple-play, que permite, através do software da Microsoft, aliar oferta integrada de internet, televisão e telefone), Piwi, Teletoon (canal canadiano bilingue, que conta com 90% de desenhos animados), Mangas, Gulli (canal francês que tem como objectivos programas para pais e crianças, unindo-os com a sua programação) são, entre muitos outros, canais que têm oferta para diferentes públicos e contêm programação diferente da norte-americana, uma vez que são, na sua maioria, canais de origem europeia.

Através de alguns estudos, nomeadamente o de Marie Messenger Davies e Beth Corbeth sobre o estado da oferta da programação infantil no Reino Unido, conclui-se que embora a televisão por cabo e satélite traga vantagens em termos de tempos de emissão e flexibilidade de horários, o que se nota é que existe uma propensão para o declínio de determinados programas, tais como

aqueles dedicados ao pré-escolar, e falta de diversidade nos conteúdos. Semelhante a este cenário, a televisão por cabo em Portugal caracteriza-se da mesma forma, ou melhor, caracterizava-se, na altura do estudo realizado por Cristina Ponte e Sara Pereira. Embora exista uma oportunidade para criação de novos programas e canais, o que se sucede é que na maioria dos casos existe falta de diversidade. Seria importante olhar para outros casos, nomeadamente de países com mais experiência neste campo, e tentar seguir os mesmos passos, tirando vantagem do melhor que a televisão por cabo pode oferecer aos mais novos. No caso de Portugal, a programação de origem europeia faz todo o sentido e uma vez que a oferta dos canais infantis por cabo são quase todos de origem norte-americana, é necessário repensar a programação com base na oferta de outros países. França, por exemplo, é um dos países da Europa que tem a maior quantidade de canais para crianças, com cerca de 22 canais para este público na televisão por cabo e satélite. A programação canais francófona apresenta uma grande variedade de canais que no caso dos canais temáticos para o público infantil por cabo, seria talvez uma boa aposta por razões culturais e de diversidade.

Conclusões e Perspectivas

Através deste estudo foi possível ficar a conhecer, de uma forma mais aprofundada, a oferta da programação infantil por cabo, difundida pelos canais temáticos, durante o ano 2005. Embora o estudo se centre no ano 2005, chega-se à conclusão que as mudanças que ocorreram durante os seguintes anos não foram significativas ao ponto da conclusão da análise poder ser diferente. O Baby TV foi o único canal adicionado ao pacote dos canais temáticos infantis da televisão por cabo e a maioria dos canais passaram a apostar, com o decorrer do tempo e experiência no mercado nacional da televisão por cabo, numa programação mais enquadrada com o público infantil português, através de produções nacionais e outros tipos de eventos cujo principal objectivo é o de interagir ou divulgar novas séries para os mais pequenos.

Durante o estudo foi também possível perceber que a programação dos canais em análise é ainda muito dirigida a um público com idades compreendidas entre os 6 e os 11 anos, ou seja, excluindo geralmente o público pré-escolar ou até mesmo com idades inferiores aos 3 anos. De uma forma geral, esta é a tendência geral da programação por cabo, que não difere muito da programação da televisão hertziana, aquando do estudo da Cristina Ponte (1998) sobre a programação infanto-juvenil da RTP entre 1957 e 1991, e também do estudo de Sara Pereira, que deu continuidade ao anterior ao apresentar as principais características da oferta televisiva para as crianças na televisão aberta durante o anos seguintes até 2002. Adicionalmente, a falta de programas educativos ou com conteúdos pedagógicos envolvendo a aprendizagem é um dos outros pontos que se destacam na conclusão deste trabalho de investigação. Não existem, durante o ano em análise, muitos programas educativos assim como também não existem programas com

conteúdos que visem ensinar os mais pequenos ou encaminhá-los para qualquer tipo de aprendizagens relacionadas com o dia a dia. A maioria dos programas enquadram-se no género lúdico, e por isso mesmo, têm como principal tendência entreter e não ensinar, o que levanta muitas das vezes questões sobre a qualidade da programação para este público. Por outro lado, e contrariamente aos resultados desta análise, nota-se que com o decorrer do tempo existe, como já foi mencionado anteriormente, uma preocupação em preencher esta lacuna, através da aposta de outros tipos de programas e num melhor enquadramento da programação a nível nacional. Ou seja, tendo em conta o pouco tempo de experiência da televisão por cabo em Portugal, que conta com 13 anos de existência no mercado audiovisual português, poder-se-á dizer que esta nova forma de emissão televisiva ainda tem muitos caminhos a percorrer e experiências por fazer, nomeadamente com a programação infantil difundida pelos canais infantis.

A televisão por cabo apresenta características diferentes da televisão hertziana. Por um lado, a possibilidade de emissão durante 24 horas, através dos canais temáticos, para um determinado e exclusivo público, apresenta-se como uma nova oportunidade e uma vantagem para programadores e produtores alcançarem os seus objectivos. Não existem constrangimentos de horários, e sobretudo, pressões em agradar todo o tipo de audiências, uma vez que os canais são mais focados num tipo de público mediante os seus conteúdos. Do lado dos espectadores, o conceito de programação também se altera completamente. Ou seja, passa a existir uma maior diversidade e oferta de conteúdos semelhantes que vão de encontro aos gostos de cada grupo de espectadores, ou público-alvo, uma vez que a televisão por cabo apresenta-se como um sistema que oferece aos seus subscritores uma vantagem distinta, ao contrário da televisão hertziana. Os espectadores da televisão por cabo esperam, assim, uma programação especial e de qualidade, com oferta de conteúdos diferentes da televisão aberta. (ComQuest, 1975:8) Mediante estes aspectos, a programação infantil difundida pelos canais temáticos via cabo poder-se-ia apresentar como uma alternativa à programação difundida na

televisão aberta, no sentido em que tem mais oportunidades de emitir, num único canal, um tipo de programação dirigida a um público específico. No entanto, o que acontece é que ainda existe alguma falta de diversidade, quer da parte dos canais apresentados, quer nos seus conteúdos e tipos de programas. Considerando as vantagens que são apresentadas por esta nova forma de emissão televisiva, concluí-se que estas vantagens não foram ainda bem exploradas, havendo ainda muito por fazer para uma melhor programação infanto-juvenil dos canais difundidos por cabo, embora seja da competência da ERC – Entidade Reguladora da Comunicação Social – decidir sobre os canais que possam ser difundidos pela televisão por cabo.

O aparecimento dos desenhos animados japoneses e a predominância de produções norte-americanas são outros dois aspectos que se destacam na conclusão deste trabalho, o que deixa algumas dúvidas sobre um investimento de produções nacionais ou até mesmo europeias. Neste contexto, e relembando as conclusões do estudo da Eurofiction, existem diferenças entre os desenhos animados tradicionais, ou “ocidentais” e as novas séries animadas japonesas, que devem ser debatidas e analisadas. Um dos aspectos está ligado ao tipo de narrativa ou forma de contar a história. Adicionalmente, o tipo de imagem, de linguagem e até mesmo os assuntos que são abordados nos desenhos animados japoneses são completamente diferentes dos das produções ocidentais e, por isso mesmo, apresentam um maior risco de serem mal interpretados ou causarem efeitos negativos nos mais pequenos. Não se pretende optar por uma atitude extremista em relação às produções japonesas, mas deve-se ter em conta que o advento destas séries deve ser acompanhado e analisado de forma a poder enquadrar e explicar aos mais jovens tudo o que possa ser diferente do que estão habituados.

Por programação diversificada entende-se aquela que apresenta programas com conteúdos que vão ao encontro de vários gostos e que também inclua diferentes géneros televisivos, entre eles o lúdico, educativo, ficcional, informativo e muitos outros que possam estar subjacentes. Sendo a diversidade um dos parâmetros para uma programação de qualidade, dever-se-á partir deste

aspecto para tentar contribuir para uma melhor programação. Perante os resultados obtidos neste estudo, poder-se-á concluir que embora os canais infantis analisados sejam muito diferentes uns dos outros, mediante as suas principais apostas e público-alvo, todos eles apresentam características semelhantes no que diz respeito às variáveis utilizadas para o estudo. Como já foi mencionado anteriormente, as séries animadas são predominantes no total da programação dos cinco canais, assim como as produções de origem norte-americana, o tipo de formato “série” e o público-alvo dos 6 aos 11 anos. Embora cada canal tenha a sua particularidade e forma de abordar a programação para os mais pequenos, todos eles acabam por ser semelhantes na oferta da programação.

Como conclusão, poder-se-á afirmar que a programação dos canais infantis difundidos pela cabo não se apresentam como uma alternativa de oferta em relação à programação dos canais abertos, uma vez que as suas apostas e programação é bastante lacunar em relação a outros tipos de géneros e públicos. Cada canal analisado é muito específico em relação ao tipo de público que pretende alcançar e, por isso mesmo, a programação tende a ser dirigida a esse mesmo público. Adicionalmente, quando se olha para o conjunto da programação dos quatro canais, conclui-se que existe uma predominância de determinadas variáveis em detrimento de outras, e uma vez mais, alguns aspectos da programação não se encontram presentes.

É relevante que o conjunto da programação emitida pelos canais temáticos infantis difundidos pela televisão por cabo possam proporcionar uma variedade de programação que seja emitida dentro de horários que vão ao encontro das audiências e que se apresentem como uma alternativa para algumas lacunas da televisão aberta. Só desta forma é que se poderá considerar a programação infantil da cabo como um complemento ou alternativa da televisão generalista. E, para tal, é necessário que exista uma maior oferta de canais, para além dos actuais cinco, para que possam responder às necessidades dos diferentes grupos etários e gostos das crianças.

Outro aspecto conclusivo desta análise remete para a falta de programas educativos. Por educativos entende-se os programas que não só têm conteúdos educacionais, como é o caso de alguns, mas que também sejam produzidos e designados como tal, ou seja, exclusivamente para esse fim. Este é dos aspectos mais importantes da programação infantil e gerado críticas. Uma programação de qualidade deve proporcionar programas que vão ao encontro das crianças, mas que também sejam educativos, no sentido de serem um apoio para o desenvolvimento cognitivo e pessoal das mesmas.

Sendo um fenómeno relativamente recente em Portugal, os operadores da televisão por cabo deveriam apostar numa maior diversidade de canais e diversidade de programação. Para tal, a ERC (Entidade Reguladora da Comunicação) os operadores e responsáveis pela gestão das emissões por cabo deveriam proporcionar essa oferta, nomeadamente de forma a ir ao encontro ao público infantil. Por exemplo, não faz qualquer sentido ter canais que são só emitidos em Inglês, sem legendagens ou dobragens, para um público infantil como o português. Estes tipos de canais são dirigidos a um específico público, que por sua vez não se coaduna com o público infanto-juvenil português. Consequentemente, é importante ter consciência destes aspectos quando se discute a oferta da programação infantil, em qualquer das circunstâncias, seja nos canais abertos, por cabo ou satélite.

Bibliografia

- Adorno, T., (1954). *Television and the Patterns of the Mass Culture*. *Quarterly of Film, Radio and Television*, vol 8; util. trad. Francesca: <La Television et les patterns de la Culture de masse> Réseaux, nº 44/45, CNET, 1990
- Bourdieu, P., (1997). *Sobre a Televisão*. Celta Editora
- Bourdon, J e Jost, F., (1998) *Penser la Télévision, Actes du Colloque de Cérisy*. Paris: INA7Nathan
- Briggs, M., (2006). *Beyond the audiences: Teletubbies, Play and Parenthood*. *European Journal of Cultural Studies*, 9, 441.
- Casetti, F., e Chio, F., (1999). *Análisis de la Television – Instruments, Métodos y Prácticas de Investigacion*. Barcelona: Paidós.
- Chalvant, M., Corset, P., e Souchon, M., (1991). *L´enfant devant de la television des années 90*. Paris: Casterman
- Davies, M. M., (2001). *Dear BBC: Children, Storytelling and the Public Sphere*. Cambridge: Cambridge University Press
- Bazalgette, C. e Buckingham, D., (1995). *In front of the Children: Screen Entertainment and Young Audiences*. London: British Film Institute.
- Buckingham, D., (1999). *Children’s Television in Britain*. London: British Film Institute
- Buckingham, D., (2002). *Small Screens: Television for Children*. London: Leicester University
- Delgado, A., e Muller, F., (2005). *Sociologia da Infância, pesquisas com crianças*. *Educ. Soc.*, Campinas, Vol 26 n. 21, p 351-360, Maio/Agosto 2005, <<http://www.cedes.unicamp.br>>
- Dorr, A. (1986). *Television and Children*. Michigan: UMI.
- Eco, U., (1986) *Viagem na irrealidade quotidiana*. Lisboa: Difel
- Fiske, J., e Hartley, J., (1988) *Reading Television*. New York: Routledge

- Jost, F., (2001) *La télévision du quotidien: entre la réalité et fiction*. Bruxelles: De Boeck Université
- Jost, F. (1992). *Un monde à notre image: énonciation, cinéma, télévision*. Paris: Meridiens Klincksieck
- Livingstone, S. (2002). *Young People and the Media*. London: Sage
- Melo, M., (2001). *A programação infantil ao fim-de-semana nos canais generalistas*. Braga: CESE/ IEC.
- McQuail, D., (1994). *Mass Communication Theory* (3rd edition). London: Sage Publications
- Nikken, P e Van der Voort, T. (1999). Quality standards for children's Programs in the writings of television critics. *Journal of Educational Media*, 24, 7-23
- Pereira, S., (1999). *Televisão na família*. Braga: CESC/ Universidade do Minho.
- Pereira, S., (2005). *A Qualidade na Televisão para as Crianças*. Braga: Universidade do Minho
- Pinto, M., (2000). *A Televisão no quotidiano das crianças*. Braga: Edições Afrontamento.
- Pinto, M., (2001). A televisão, a vida quotidiana e o direito de participação das crianças na escola e na comunidade. *Revista Ibero Americana*, nº 26.
- Pinto, M., (2005). *Jornalismo e Comunicação: Weblogue Colectivo do Projecto Mediascópico, A Propósito da "Baby TV"*. Consultado em 2 de Fevereiro de 2007, <<http://webjornal.blogspot.com/2005/12/propsito-da-baby-tv-o-francisco-rui.html>>
- Ponte, C., (1998). *Televisão para Crianças: o direito à diferença*. Lisboa: escola Superior S. João de Deus
- Postman, N. (1983). *The Disappearance of Childhood*. London: W.H. Allen.
- Prout, A., (2005). *The future of Childhood: towards the interdisciplinary study of children*. New York: Routledge

URL:

- Eurofiction. La calidade de la ficción televisiva para ninos (em linha)

URL: <<http://www.audiovisualcat.net/publications/Q8calidad.pdf>

- Chasqui De medio y fines en comunicación (em linha) URL:

<http://comunica.org/chasqui/kaplun.htm>

