

EM BUSCA DO PROGRAMA IDEAL

Uma pesquisa indica a receita para um bom programa infanto-juvenil — e quais as atrações que mais se aproximam dela

Ricardo Valladares

Há quase um ano, a ONG Mídia-tiva e o instituto de pesquisas MultiFocus trabalham num grande estudo sobre a qualidade da programação infanto-juvenil na televisão brasileira. A primeira fase da pesquisa foi concluída em março e resultou numa tábua de regras que deveriam ser seguidas na criação de um "programa ideal" para crianças e adolescentes. Agora, uma segunda fase do estudo está pronta, será divulgada num evento no próximo dia 2 e mostra o que acontece quando atrações reais da TV são confrontadas com aqueles mandamentos, ordenados numa hierarquia (veja quadro). Foram ouvidas 270 pessoas das classes A, B e C — pais, mães e filhos na faixa etária entre os 4 e os 17 anos, que se reuniram diante da televisão para avaliar cinquenta atrações (é claro que o papel dos mais novos era simples-

mente dizer se gostavam ou não do que estava no ar). A conclusão é que existe, sim, uma programação na TV aberta que os pais consideram de qualidade e a garotada aprova, mas ela se ocupa muito mais de mandamentos tidos como "secundários" do que dos "essenciais". Em outras palavras, há muito mais programas que "têm fantasia", "são atraentes" e "não são apelativos" do que aqueles que "confirmam valores", "incentivam a

Os dez mandamentos

O que a programação infanto-juvenil deveria proporcionar, na visão dos pais

- 1 Confirmar valores**
Transmitir conceitos como respeito à família e ao próximo
- 2 Incentivar a auto-estima**
Não reforçar preconceitos nem estereótipos
- 3 Preparar para a vida**
Propor temas importantes para a futura vida profissional e social
- 4 Gerar curiosidade**
Despertar o gosto pelo saber
- 5 Não ser apelativo**
Não banalizar a sexualidade nem a violência e não incentivar o consumismo
- 6 Ser atraente**
Ter música, ação, humor
- 7 Despertar o senso crítico**
Fazer a criança e o jovem refletir
- 8 Mostrar a realidade**
Apresentar a vida como ela é, apontando os limites e as consequências de cada ação
- 9 Gerar identificação**
Mostrar situações próximas da vivência das crianças e dos jovens
- 10 Ter fantasia**
Estimular a brincadeira e fazer sonhar



auto-estima" ou "preparam para a vida". "Os pais não demonizam a televisão. Pelo contrário, eles gostariam que ela fosse uma aliada mais efetiva no trabalho de transmitir ensinamentos aos seus filhos", diz Beth Carmona, presidente da Mídia-tiva e da emissora pública TVE.

As famílias que integraram a pesquisa foram divididas em três grupos, de acordo com a faixa etária dos filhos: dos 4 aos 7 anos, dos 8 aos 11 e dos 12 aos 17. Para que um programa fosse ligado a um certo mandamento, era preciso que ao menos metade dos participantes de cada grupo fizesse essa associação. Em todos os casos, houve mandamentos que ficaram ignorados. Por exemplo, das doze atrações direcionadas ao público mais novo (entre as quais desenhos co-

A boneca Emilia, o personagem de desenho animado Bob Esponja e a série sobre animais do Fantástico (abaixo): é preciso mais do que entreter

Programas de qualidade

As produções com os melhores valores para espectadores de três faixas etárias

4 a 7 anos

- Castelo Rá-Tim-Bum (TV Cultura)
- Sítio do Picapau Amarelo (Globo)
- O Pequeno Urso (TV Cultura)

8 a 11 anos

- Castelo Rá-Tim-Bum (TV Cultura)
- Bob Esponja (Globo)
- Eliana na Fábrica Maluca (Record)*

12 a 17 anos

- Jornal Nacional (Globo)
- Fantástico (Globo)
- Altas Horas (Globo)

* O programa deixou de ser exibido em março

mo *Os Anjinhos*, shows de auditório como *Xuxa no Mundo da Imaginação* e novelinhas como *Ilha Rá-Tim-Bum*), nenhuma foi considerada apta a cumprir os objetivos de preparar para a vida, despertar o senso crítico e mostrar a realidade. No outro extremo, nenhum dos programas vistos pela garotada entre 12 e 17 anos satisfaz o propósito de incentivar a auto-estima de seu público. Mas é claro que também há destaques positivos. Criado uma década atrás pela TV Cultura, emissora educativa do Estado de São Paulo, o *Castelo Rá-Tim-Bum* continua muito apreciado pelas crianças e elogiado pelos pais, embora hoje em dia só passe em reprises. Ele é tido como um programa de qualidade para meninos e meninas entre os 4 e os 11 anos (veja quadro). Além disso, a julgar pelos

resultados da pesquisa, foi uma pena a decisão da apresentadora Eliana de deixar o público infantil para concentrar-se nos adolescentes. Seu programa *Eliana na Fábrica Maluca*, extinto em março, satisfazia várias regras de qualidade em seu nicho, dos 8 aos 11 anos. Outro sucesso é o *Fantástico*. Segundo pais e filhos, a "revista eletrônica" da Rede Globo cumpre nada menos do que sete mandamentos de um programa de qualidade. Só lhe faltam fantasia e o poder de incentivar a auto-estima e gerar identificação entre os jovens de 12 e a 17 anos.

O caso do *Fantástico*, um programa que agrada aos jovens embora não seja feito especialmente para eles, chama atenção para outro fenômeno identificado pela pesquisa: há pouquíssimas opções direcionadas a crianças e adolescentes na televisão noturna. E elas fazem falta. Basta dizer que, segundo um levantamento patrocinado em 2003 pelos canais brasileiros de TV paga, e que serviu de subsídio ao estudo Mídia-tiva/MultiFocus, quase 40% das crianças de até 11 anos ficam na frente da televisão diariamente até as 23 horas. Obviamente, essa proporção cresce à medida que a idade aumenta, e passa-se das crianças aos adolescentes. Estes últimos, aliás, são os que têm menos programas especificamente voltados para eles no cardápio das grandes emissoras. Dos dez programas preferidos pelos jovens entre 12 e 17 anos, somente dois —

Malhação e *Altas Horas*, ambos da Globo — se dirigem a eles. "A televisão brasileira tem um débito com a criança e o jovem. Já está mais do que na hora de começar a pagar essa dívida", diz Beth Carmona, que anuncia para setembro a consequência final da pesquisa patrocinada pela Mídia-tiva: a entrega de um prêmio àqueles que têm se empenhado em criar uma televisão de qualidade para a meninada brasileira. ■

Conheça a pesquisa completa em www.veja.com.br