

Da caverna do dragão ao fundo do mar: a participação dos desenhos na vida das crianças

Camilla Ramos Milheiro¹

A influência da televisão sobre as crianças existe e não deve ser desprezada. A televisão como um meio de massa é um importante veículo de socialização de informações através dos jornais e outros programas de diversão como: seriados, desenhos, novelas e filmes. A socialização sendo assim é um processo que requer responsabilidade das áreas envolvidas. Uma criança adquire muito mais “normas” vista numa televisão do que um adulto. Pois a criança está ainda desenvolvendo seu conceito sobre o mundo real. A TV ocupa um espaço relativo na vida das pessoas. Cabe aos pais ter o controle do que é cabível para suas crianças assistirem, mas levando em conta que a televisão tem um grande papel de incentivo na vida dos menores.

[...] a criança relaciona-se com a TV do mesmo modo que se relaciona com o que está a sua volta. Para ela, a TV constitui-se em um jogo simbólico, como são as brincadeiras infantis. A criança é receptiva das mensagens veiculadas a TV, ela recria de acordo com suas experiências em um processo de troca de conhecimentos. Ela incorpora o que vê e ouve de maneira criativa, retirando o que lhe interessa naquele momento. (POUGY apud PROCÓPIO, 2005, p. 02).

Segundo Lazar a criança imita porque ao longo dos espetáculos televisivos pode encontrar uma personagens que ache particulamente simpático ao ponto de desejar assemelhar-se.

Riquelme, uma criança de apenas 5 anos de idade vestido de Homem-Aranha salvou um bebê de 1 ano e 10 meses no Sul do Brasil em 2007. Segundo relatos o menino brincava perto da casa que estava pegando fogo e ao ver a fumaça saiu correndo, entrou na casa pela porta da frente e conseguiu salvar o bebê que estava dormindo. O incêndio destruiu 80% da casa e felizmente ninguém saiu ferido. O garoto diz ser o filho do Homem-Aranha e que em momento algum sentiu medo.

Esse ato de coragem poderia ter acabado em uma fatalidade. No primeiro filme do Homem-Aranha podemos presenciar uma cena parecida ao que aconteceu no Sul do Brasil, onde o prédio

¹ Graduanda do Curso de Publicidade e Propaganda do IESP, e da Habilitação de Radialismo, do Curso de Comunicação Social da UFPB.

pegando fogo é salvo pelo Herói, que sem medo retira as vítimas do prédio. Uma cena basicamente igual à de Riquelme só que com os perigos reais.

Crianças imitam o que vêem, desta forma, são extremamente vulneráveis às mensagens transmitidas pela televisão, pois, sofrem influência na sua percepção, na personalidade e definição de valores e modelos de comportamentos.

Quanto mais violência as crianças assistem na televisão, mais normal elas vão passar a achar aquela cena e podendo passar a praticar atos violentos em qualquer lugar.

[...]Cenas violentas poderiam tornar as crianças habituadas a violência, e para elas isto passaria a ser de algo normal. Além do mais, é possível que as crianças poderiam tentar imitar a violência dos personagens, porque muitas vezes as cenas são consideradas como engraçadas e sem conseqüências mais sérias. Um exemplo disso seriam a cenas que o envolvem o Bip Bip e o Coiote - muitas cenas mostram o coiote caindo em um precipício ou sendo esmagado por uma imensa pedra, mas ele sobrevive sempre ao final de cada episódio. (JAMA, 2000)

A televisão tem diversos canais voltados só para o mudo infantil, canais fechados a exemplo da *Discovery Kids* que passa através de seus desenhos aprendizagem e cultura. Toda sua grade é voltada ao aprendizado das crianças. Seus desenhos e suas propagandas sempre ensinam algo como: contar de um até dez, diferenciar as cores, saber ver a hora ou até mesmo falar em inglês, com isso fazendo com que a criança interaja com a televisão de uma forma bastante educativa.

[...]Já outro desenho animado capaz de contribuir no processo educativo da criança é o das Trigêmeas, que tem como possibilidades estimular na criança o habito da leitura, trabalhando também a construção de valores. Já no Cartoon, canal de TV paga, o desenho animado – O Laboratório de Dexter apresenta situações que ressaltam hábitos de higiene e questões da natureza e ciência. Suas experiências desafiam as leis científicas de tempo e espaço. Os desenhos da Turma da Mônica, por sua vez, despertam na criança sua capacidade crítica e sua consciência para questões como solidariedade, amizade e convivência em grupo, enfatizando o estímulo à formação de valores e atitudes (CUNHA apud PROCÓPIO, 2005, p. 05).

Segundo Jeane a televisão se tornou uma parte integrante do cotidiano das pessoas e devido à forte influência que ela exerce sobre as pessoas em especial as crianças, é que as escolas devem tomá-la como aliada a educação. A mídia pode ser usada para que os professores discutam temas atuais nas salas de aula, instigando os alunos a exporem suas idéias e explicando alguns conceitos que possam aparecer. Auxiliando-os na formação de valores.

A televisão também é uma grande abertura para o consumo das crianças, que fascinadas pelo mundo irreal consomem o que vêem.

A maioria das propagandas de hoje em dia estão voltadas de alguma maneira para elas. Até

mesmo os comerciais de carro trazem um atrativo para chamarem atenção delas, como é o caso do comercial da Ford que traz bichinhos de pelúcia falantes em vez de pessoas. Uma grande forma de chamar atenção das crianças e fixar na cabeça delas o comercial. Segundo o documentário “Criança a alma do Negócio” bastam 30 segundos para uma marca influenciar uma criança e que 80% de compra de uma casa vêm delas.

O mercado de produtos infantis movimenta mais de 50 bilhões de reais só no Brasil entre vários segmentos como: brinquedos, higiene e beleza, chocolates e outros afirma Arnaldo Rabelo. Podemos ver crianças já com seus dois anos de idade onde exigem produtos de certos personagens. Ao entrar em uma farmácia com meu primo de 3(três) anos podemos ver como ele se intusiasmou com “shamppos” em formato de carrinhos da “Hot Wheels” e do Bob Esponja; seus olhos brilhavam e ele pedia para que sua mãe comprasse. Levei ele para ver os shamppos da “Seda”, “Payot”... e perguntar se ele queria no lugar dos da “Hot Wheels” e Bob Esponja os normais da “Seda” e em casa tentativa um não vinha como resposta e o retorno do garoto para perto dos “shampoos” estilizados. Produtos com o mesmo conteúdo e qualidade, só mudando a embalagem atraem muito mais as crianças, fazendo deles um forte consumidor.

Referências

DE OLIVEIRA, Jeane. **Criança, televisão e educação**. Disponível em:

www.cce.ufsc.br/fialho/BasesCogInfo/.../artigo_FialhoJeanne.doc

JAMA. **Desenhos Animados Podem ser Prejudiciais aos Seus Filhos**. Disponível em:

<http://boasaude.uol.com.br/lib/showdoc.cfm?libdocid=3181&fromcomm=3&commrr=src>

PROCÓPIO, Valeska e MENDES, Joana. **Uma reflexão sobre a influência dos desenhos animados e a possibilidade de utilizá-los como recurso pedagógico**. Disponível em:

http://webserver.falnatal.com.br/revista_nova/a3_v2/artigo_8.pdf

RABELO, Arnaldo. **Estratégia de marcas e personagens**. Disponível em:

http://www.marketinginfantil.com.br/mktinfantil/site/capitulos/capitulos_rascunho.asp?id_capitulo=21

Sites consultados:

<http://cartassemselo.wordpress.com/2007/11/14/menino-aranha-salva-bebe-reflexoes/>

<http://www.youtube.com/watch?v=dX-ND0G8PRU>

<http://manassesqueiroz.blogspot.com/2006/08/desenhos-animados-podem-ser.html>