

## MÍDIA, COMPORTAMENTO E SUBJETIVIDADE: JOVENS E CRIANÇAS NO FANTASIOSO MUNDO MIDIÁTICO

***Ermaela Cícera Silva Freire<sup>1</sup>, José Luis Sepúlveda Ferriz<sup>2</sup>, Adriana Freire Pereira Ferriz<sup>n</sup>***

<sup>1</sup>Universidade Estadual da Paraíba, Departamento de Comunicação Social, Rua Manoel Aires de Queiroz 82, Malvinas, ermaela@yahoo.com.br

<sup>2</sup>Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Filosofía, Rua Manoel Aires de Queiroz, 82 Malvinas, Campina grande-PB, jl-junior2008@hotmail.com

<sup>n</sup>Universidade Federal da Paraíba/Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Rua Manoel Aires de Queiroz, 82, Malvinas, Campina grande-PB, adriana\_jua@yahoo.com.br

**Resumo-** A reflexão acerca da relação entre os campos do conhecimento da Comunicação Social e da Psicologia é um tema pertinente. Essas áreas do conhecimento possuem um caráter amplo e variado, e também por revelarem aspectos próprios como a definição de várias tendências de estudo. Logo, após se pretende estabelecer padrões de comportamentos provenientes do advento dos meios de comunicação. Pois esse fenômeno traz transformações consideráveis, no que diz respeito ao desenvolvimento e a formação da identidade dos indivíduos da contemporaneidade. Após tal discussão cabe uma reflexão sobre os efeitos midiáticos produzidos no comportamento infantil e juvenil, levando em consideração os estágios de desenvolvimento pelo qual esses indivíduos passam. O mundo atual possui como características principais o capitalismo informacional, as grandes inovações tecnológicas, porém o predomínio da mídia em vários setores da vida cotidiana revela-se parte importante e integrante desse meio social. Impactos nocivos ou não podem surgir nos componentes, ou seja, nas pessoas de forma geral. De maneira que, nos jovens e crianças, esses efeitos podem produzir prejuízos muito sérios com relação à formação de suas personalidades. Busca ainda explorar o lado positivo da utilização da televisão dentro do processo de formação da infância e da juventude.

**Palavras-chave:** Comunicação Social. Psicologia. Mídia. Comportamento Infanto- juvenil.

**Área do Conhecimento:** Ciências Sociais Aplicadas

### Introdução

Na relação entre as áreas do conhecimento, há sempre a necessidade de interdisciplinaridade daquelas que caminham em direções afins e muitas vezes contrárias. Sendo assim, a Psicologia e a Comunicação Social são pólos do saber onde essa interação torna-se possível.

Na Psicologia, apesar de cada vertente teórica ter objetos de estudos específicos, de uma maneira geral pode-se afirmar que é o homem o norte das pesquisas psicológicas. Quando se transfere o foco para a Comunicação Social também são consideradas às manifestações humanas par esclarecer qual seu objeto de estudo.

Diante disso, tratar a questão da formação da infância e da adolescência dentro do contexto da mídia é extremamente necessário. Observar como o desenvolvimento de crianças e adolescentes é afetado pelos meios de comunicação é o intuito desse trabalho.

O artigo objetiva também demonstrar uma perspectiva positiva do uso da televisão no processo de aprendizagem das crianças. Além disso, os conteúdos televisivos utilizados de forma adequada podem incutir nos adolescentes valores benéficos.

Atentando para as áreas existentes no campo do conhecimento percebe-se uma vasta produção, que muitas vezes, esferas do saber distintas se entrelaçam. Por conta dessa realidade surge a conexão interdisciplinar como forma de contraposição ou em caráter de completude.

As instâncias do saber Psicologia e a Comunicação Social apresentam suas analogias, pois são áreas de atuação que privilegiam as ações do homem. A relação entre as áreas aparecem em teorias da Psicologia utilizadas para estudar os efeitos da mídia no comportamento das pessoas.

Um bom exemplo é a Teoria Behaviorista, uma corrente psicológica que estuda o comportamento e, pode ser um subsídio para o estudo dos impactos das propagandas comerciais

veiculadas na televisão, bem como em outros meios de comunicação.

É importante frisar que o poder da mídia é imenso dentro das mentes humanas. A mídia influencia na cultura, no modo de ser e agir e, são evidentes os aspectos psicológicos envolvidos nas mensagens midiáticas.

Os dois campos Mídia e Psicologia congregam fatores similares como o contato com o lado afetivo, emocional e psicológico das pessoas que vivem em sociedade.

### **Metodologia**

Na elaboração desse estudo o método utilizado foi a análise bibliográfica das obras A Psicologia e as Psicologias de Ana Bock e o livro Teorias da Comunicação de Antonio Hohnfeldt que serviram para embasar as reflexões.

Outro referencial adotado foi a Constituição Federal, mais especificamente o capítulo V no artigo 221 que prevê como deve ser a produção e a programação das emissoras de rádio e televisão. Assim na tentativa de entender como a lei garante a proteção da pessoa e da família a respeito dos conteúdos televisivos emitidos adotou-se esse método analítico.

Além disso, foram analisados artigos publicados no ano de 2009 no Conselho Federal de Psicologia cujo tema foi Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade. Destacando os autores Guilherme Canela e Ana Olmos.

### **Resultados**

As várias áreas existentes no campo do conhecimento possuem um caráter amplo e variado. Em virtude disso cada uma apresenta aspectos próprios como a definição de métodos e de objetos de estudo. E dentro de suas investigações, com o intuito de abranger seus estudos e pesquisas, acabam emergindo relações entre campos distintos ou semelhantes.

Na busca por pontos de interseção, comparações, e diferenciações, os domínios teórico/prático se beneficiam constantemente. De forma que, a união desses campos resulta em ações produtivas que acrescentam melhorias e benefícios para todos os espaços do saber que procedem desse modo.

A partir desse pensamento, a Psicologia e a Comunicação Social apresentam suas familiaridades ou similitudes. Pois os estudos psicológicos enquanto ciências estão voltadas para o homem, ou seja, para as expressões sociais, culturais, enfim toda produção proveniente da ação humana. Tendo em vista que a comunicação é uma manifestação intrínseca ao

comportamento do ser humano, logo se localiza aqui a relação entre estas áreas do conhecimento.

O comportamento e o convívio em sociedade, desde sempre foram regidos por determinadas instituições sociais, destacam-se entre elas a família, a escola e a igreja. Sendo assim, esses órgãos de socialização estipulam as normas, os costumes, as crenças e os valores a serem seguidos por uma coletividade.

O advento dos meios de comunicação traz transformações consideráveis, no que diz ao desenvolvimento e a formação da identidade dos indivíduos da contemporaneidade, a qual é caracterizada pelo predomínio da mídia em vários setores da vida cotidiana atual.

Nesse contexto, os meios de comunicação de massa passam a exercer influência considerável em várias camadas da sociedade. Todavia, os efeitos produzidos pela mídia são mais acentuados nas crianças e nos adolescentes, por estarem em um estágio do desenvolvimento onde incorporam valores, modelos e visões de mundo.

Os meios de comunicação de massa exercem forte influência no desenvolvimento da personalidade e no comportamento dos indivíduos da sociedade contemporânea, porém é principalmente nos jovens e nas crianças que os impactos adquirem maior abrangência.

É no período que compreende a fase da infância até a adolescência que é construída a personalidade, então a acessibilidade dessa faixa etária à mídia ocorre com facilidade, de modo que, os conteúdos diversificados emitidos pelos meios de comunicação os afetam direta e indiretamente.

Cada vez mais cedo as crianças têm acesso aos meios de comunicação, e por conseqüência aos conteúdos transmitidos por estes veículos de longo alcance. As quantidades de informações contidas nas mensagens midiáticas são verdadeiros bombardeios do imaginário, isto é, a mídia incute na mente das crianças desde tenra idade seus estereótipos.

Piaget apud Bock descreve os estágios de desenvolvimento do pensamento das crianças em quatro etapas: sensório-motor, pré-operatório, operatório concreto e operatório formal.

Na fase do estágio sensório- motor que compreende o período que vai do nascimento até os 2 anos de idade, a criança percebe o mundo através de suas ações e movimentos. As representações abstratas não são consideradas nessa etapa do desenvolvimento cognitivo infantil, assim o toque, os sons, a boca e as mãos são os principais mecanismos de investigação do mundo pelas crianças nessa fase.

Na fase do estágio pré- operatório dos 2 aos 6 anos de idade, a criança já possui capacidades mais elaboradas. Nesse período, por

exemplo, a imaginação é uma das capacidades da criança, mesmo que seu comportamento ainda esteja associado a estímulos diretos. Por volta dos 3 ou 4 anos pode fixar a atenção e por mais tempo e passa a mostrar interesse por atividade lúdicas.

No período do estágio operatório concreto, que vai dos 7 aos 8 anos de idade a criança elabora atividades mais complexas. E é nesse estágio que ela desenvolve a capacidade de formar conceitos, ou seja, fazer ligações entre objetos e suas relações internas.

No período do estágio operatório formal que começa aos 12 anos de idade a criança possui nessa fase o pensamento abstrato. Dessa maneira, ocorrem no pensamento infantil as reflexões, hipóteses, deduções, sistemas e teorias abstratas.

Atentando-se para esses estágios do desenvolvimento do pensamento infantil se pode perceber que as crianças são vulneráveis a estímulos externos. Então se o meio ao qual a criança está inserida possui uma influência dos meios de comunicação, certamente esses causaram algum efeito, uma vez que a criança não compreende totalmente o mundo a sua volta.

Dessa maneira os padrões dominantes da mídia que representam valores a serem seguidos, podem ser inculcados na mente incipiente das crianças. "A indústria televisiva, por exemplo, regida pelo mercado publicitário, está encarregada das necessidades imaginárias das crianças que ainda vivem, no Brasil, o analfabetismo funcional". (OLMOS, 2009, p.260)

A socialização da criança para o consumo pode ocorrer através dos meios de comunicação de massa, como também pelos efeitos da propaganda direcionada a esse público.

Isso acontece devido à sociedade atual basear-se no consumo, então desde muito cedo as crianças são condicionadas a comprar e comprar seguindo o modelo dos pais. "O modelo de mídia predominante no mundo representa valores de maneira geral irrelevantes para as reais necessidades da maioria de crianças e adolescentes. A razão disso é o papel central que exerce uma sociedade que se baseia no consumo: a mídia os pressiona, desde pequenos, para comprar, comparar e comprar." (OLMOS, 2009, p.261-262)

Dentro desse contexto abrangente dos meios de comunicação de massa, o veículo que atinge mais significativamente as crianças, sem sombra de dúvidas é a TV, que causa forte impacto no processo de desenvolvimento das crianças. "Meninos e meninas podem ser estudados como receptores de produtos midiáticos. Diferentes mensurações realizadas ao longo dos últimos anos por grupos distintos de pesquisadores destacam que, em média, crianças

e adolescentes passam mais tempo em frente da televisão do que realizando qualquer outra atividade, exceto a de estar na escola." (CANELA, 2009, p.233)

É certo que os meios de comunicação de massa de uma forma ou de outra, em maior ou em menor grau causam influência na sociedade. Nesse contexto, a televisão aparece como uma dos veículos de massivos mais abrangentes e potentes. Isso se deve a seu caráter popular e de longo alcance, pois em praticamente todo lar se pode encontrar um aparelho de televisão.

E pela presença tão forte funciona como elemento quase que fundamental no ambiente familiar, isso é inegável. Então, tendo em vista a forte presença da televisão nos lares e conseqüentemente no processo de formação da personalidade e do comportamento das crianças das crianças

Então, tendo em vista a forte presença da televisão nos lares e conseqüentemente no processo de formação da personalidade e do comportamento das crianças das crianças surgem questões pertinentes. Como por exemplo, qual a programação televisiva direcionada as crianças?

Geralmente, a programação das grandes emissoras atende a interesses mercadológicos, sendo assim a lógica comercial se sobrepõe aos princípios constitucionais.

O capítulo V da Constituição Federal de 1988 refere-se à Comunicação Social e o artigo 221 diz:

A produção e a programação das emissoras de rádio e televisão atenderão aos seguintes princípios:

I – preferência a finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas;

II – promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação;

III – regionalização da produção cultural, artística e jornalística conforme percentuais estabelecidos em lei;

IV – respeito a valores éticos e sociais da pessoa e da família.

Os incisos do artigo 221 da Constituição Federal garantem os direitos a uma programação de qualidade que respeite os princípios institucionais. "Assim é preciso desenvolver sistemas regulatórios mais precisos para a proteção dos direitos de crianças e adolescentes a partir do veiculado pela mídia. A classificação indicativa e suas diversas potencialidades é uma das alternativas concretas à disposição das democracias contemporâneas" (CANELA, 2009, p.241)

As construções ideológicas interferem de tal forma que a necessidade da criança de imitar, de se identificar e de se tornar igual aos outros é

muito forte. E cada vez mais, ela está exposta à mídia. O quadro se agrava com a fragilidade do posicionamento dos pais que não assumem o lugar da autoridade.

Muitos estudos apontam para os efeitos nocivos da alta exposição de crianças e adolescentes aos conteúdos televisivos.

Ao ter acesso através da televisão a uma enorme quantidade de informações, por passarem bastante tempo em frente a ela, e por vezes sem o monitoramento dos pais, o público infantil e juvenil toma conhecimento de assuntos impróprios para a sua idade.

Isso faz com que as crianças apresentem comportamentos típicos dos adultos, esse efeito é desastroso, porque toda etapa imprescindível no crescimento infantil. “Se crianças e adolescentes não são o mesmo que adultos, é necessário compreender que há características socialmente aceitas (ou em debate ao menos), contemporaneamente, que diferenciam esse dois grupos sociais.” (CANELA, 2009, p. 249)

Se não for feita uma reeducação familiar com relação ao que é oferecido aos infantes, essa situação continuará e ceifará parte da infância de muitas crianças.

Os efeitos dessa exposição sem controle das crianças a conteúdos inadequados são maléficis, pois se cada vez mais surgirem cópias em miniatura dos adultos ocorrerá sérios prejuízos à infância, fase da vida tão importante e que se não for preservada pode ser acelerada, ou então extinguida completamente.

“Hoje, crianças e adolescentes são vistos como prioridades absolutas, como merecedores de uma atenção especial em virtude de se encontrarem na condição de indivíduos em formação, mas em uma perspectiva totalmente diferente daquela atribuída no passado. ” (CANELA, 2009, p.248)

Este tipo de programação traz inúmeros benefícios para o processo de desenvolvimento cognitivo das crianças e adolescentes. A utilização desse veículo deve ter essa finalidade, então se faz necessário a vigilância constante dos pais, pois o controle sobre os conteúdos que chegam até as crianças é essencial para o aproveitamento das contribuições dos meios de comunicação sem que isso cause maiores conseqüências.

Adorno (1995) afirma ainda, que a televisão assume duas funções na formação cultural dos indivíduos: uma (de)formativa e a outra formativa. Como função (de)formativa a TV contribui para a divulgação de ideologias dirigindo de maneira equivocada a consciência dos espectadores, ao mesmo tempo, como meio de comunicação, ela contribui com a divulgação de informações e esclarecimentos, representando um papel importante na formação cultural das

crianças, assumindo assim sua função formativa. (ADORNO apud:: REIS: OLIVEIRA, 2007)

Outro ponto relevante na discussão da influência dos meios de comunicação na psicologia são os efeitos provocados nos jovens. É preciso efetuar uma análise sobre como a juventude se projeta na mídia televisiva brasileira, para poder diagnosticar os problemas provocados pela interferência midiática.

A mídia é considerada como lugar onde são produzidos mensagens de alto teor ideológico. Nesse espaço, o corpo feminino está preso à armadilha estética, ou seja, há uma submissão a modelos corporais exigidos pela mídia.

Os discursos que os meios de comunicação propagam em escala mundial é a busca por um padrão de beleza perfeito. A mulher, mais especificamente as adolescentes e jovens, são a classe mais afetada por esta imposição, porém se deve levar em conta que a beleza masculina também é cobrada só que em menor grau.

Desse modo, surge como conseqüência de todas essas exigências o aparecimento de distúrbios alimentares e psíquicos. Muitas jovens, localizadas em meio a essa sociedade da ditadura da magreza, acabam por desenvolver Anorexia e Bulimia transtornos de alimentação que possuem forte ligação com as intensas cobranças feitas pela mídia. É preciso fazer reflexões sobre que sociedade é esta e quais são os valores que ela prega de forma tão contundente.

## Discussão

Dentro dessa realidade, se deve levar em conta a contribuição da TV no processo educativo, na aquisição de cultura, na formação de noções éticas e morais. Existem no Brasil muitos canais televisivos com programações voltadas para a Educação Infantil, a exemplo da TV Cultura, um canal que divulga arte, música, esporte, meio ambiente e muitos outros temas de relevância.

O programa Vila Sésamo é direcionado ao público infantil de três a seis anos de idade e objetiva aproximar as crianças com o alfabeto, números, sons, cores, formas. Porém sem deixar de ressaltar a grande exposição de crianças a conteúdos inadequados.

Exemplo disso são as crianças de hoje que estão tendo contato com conteúdos sobre sexo, violência, padrões de beleza, de maneira cruel e precoce. E também muitos jovens que reproduzem na vida real os conteúdos violentos que assimilam da televisão. “Atualmente, graças ao impacto da TV, qualquer criança sabe mais sobre sexo, violência e aberrações do que qualquer adulto de um passado não tão remoto.

Não é preciso ser psicólogo para prever as distorções afetivas, psíquicas e emotivas dessa perversa iniciação precoce. A inocência infantil está sendo impiedosamente banida. (FRANCO, apud: REIS; OLIVEIRA, 2007)

Os meios de comunicação têm um importante papel nesse contexto, porque são características das sociedades modernas e é através deles que crianças e jovens entram em contato com o mundo e constroem suas identidades sociais e culturais.

Por isso, é de extrema importância o monitoramento do uso desses meios, pois esse tema possui uma dualidade tanto podem trazer inúmeros benefícios, como também podem causar prejuízos sérios à formação social e emocional de crianças e jovens. E assim os danos nas mentes e no comportamento infanto-juvenil podem ser irreparáveis e os grandes prejuízos são sentidos justamente nessa faixa etária tão atingida.

### Conclusão

As discussões acerca de Psicologia e Comunicação Social mostram que ainda existem questões fundamentais para debate entre a mídia e Psicologia. Todos os impactos sofridos na construção do comportamento dos indivíduos, principalmente nas crianças e jovens, são provenientes da utilização dos meios de comunicação de massa. Pois, a mídia possui uma importante característica a de causar forte influência na vida das pessoas. Percebe-se, no âmbito da recepção dos conteúdos televisivos, uma grande emergência pelo controle do acesso do público infantil e juvenil. Outro ponto relevante também é enxergar as possibilidades positivas do uso da televisão. O meio de comunicação televisivo deve direcionar o foco para questões que respeitem e garantam o bom desenvolvimento de crianças e jovens. Isso pode ocorrer com o monitoramento dos pais, detentores do controle sob os filhos, que devem procurar programações adequadas que sejam preocupadas com a qualidade de seus programas. Diante dessa realidade, é necessário atentar para os efeitos produzidos midiáticos nas crianças, distúrbios de comportamento, e nos jovens distúrbios alimentares e de ordem emocional. No entanto, é claro, deve-se frisar a importância da mídia na história da sociedade tanto dos primórdios da imprensa como na contemporaneidade, e os efeitos que provém dela são resultado de seu mau uso. A mídia deve ser tratada como um mecanismo de registro da realidade, bem como uma instituição social que pode reger

comportamentos e estilos de vida dependendo da sua utilização.

### Referências

- BRASIL, Constituição Federal: 1988; Texto constitucional de 5 de outubro de 1988
- CANELA, Guilherme. *Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade*. 2ed. / Conselho Federal de Psicologia, 2009.
- HONL FELDT, Antonio. (et. al) *Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 8 ed. – Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.
- MATTELART, Armand e Michèle. *História das teorias da comunicação*. 1995.
- NAPOLITANO Marcos. *Como usar a televisão em sala de aula*. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2008
- OLMOS, Ana. *Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade*. 2ed. / Conselho Federal de Psicologia, 2009.
- OLIVEIRA, Maria Pereira. (et. al) *A influência da televisão no comportamento da criança de educação infantil*. Disponível em [jatai.ufg.br/ojs/index.php/acp/article/viewFile](http://jatai.ufg.br/ojs/index.php/acp/article/viewFile). Acesso em 20 de julho de 2010-08-09
- PIAGET, Jean. *A epistemologia genética: sabedoria e ilusões da Filosofia; problemas de Psicologia genética*. Trad. Nathanael C. Caixeiro; Zilda A. Daeir e Célia E. A. Di Piero. 2. Ed. São Paulo, Abril Cultural, 1983.
- VENÍCIO, Artur Lima. (et. al.) *Comunicação e Televisão. Desafios da pós-globalização*. São Paulo: Hacker, 2004.
- VIGOTSKI, L. S. *A formação social da mente*. São Paulo, Martins Fontes, 1984.

**XIV INIC**

Encontro Latino Americano  
de Iniciação Científica

**X EPG**

Encontro Latino Americano  
de Pós Graduação

**IV INIC Jr**

Encontro Latino Americano  
de Iniciação Científica Júnior