

TELEVISÃO PARA CRIANÇAS: UMA QUESTÃO DE ÉTICA, REGULAMENTAÇÃO E EDUCAÇÃO

TV FOR CHILDREN: AN ETHICAL, REGULATORY AND EDUCATIONAL ISSUE

TÉLÉVISION POUR LES ENFANTS: UNE QUESTION D'ÉTHIQUE, DE RÉGULATION ET D'ÉDUCATION

**Ilana Eleá*

RESUMO: Este artigo tem como proposta discutir questões de ética, regulamentação da televisão para crianças e mídia-educação. Parte-se do pressuposto de que o direito à liberdade de expressão e regulamentação não são incompatíveis, mas complementares – e fundamentais para o exercício democrático. O texto apresenta exemplos de regulação pública, auto-regulação e co-regulação de televisão para crianças em contexto principalmente europeu, com destaque para o modelo sueco. Iniciativas para garantir conteúdos considerados de qualidade, assim como ações para evitar que conteúdos potencialmente nocivos possam ser exibidos nas grades de programação pública são apresentados, assim como a importância do enfoque paralelo e contínuo em ações mídia-educativas.

PALAVRAS-CHAVE: Crianças; Televisão pública, Regulamentação; Ética; Mídia-educação.

A TELEVISÃO NO COTIDIANO INFANTIL

Não obstante os desafios sofridos atualmente - corte em publicidade, fragmentação do expectador, novas modalidades de consumo televisivo entre os jovens (RICHERI, 2016), e a diversidade de suportes e telas nas quais os programas tem sido assistidos, a televisão continua sendo o meio de comunicação de massa mais utilizado por crianças no mundo inteiro. Assistir televisão (aqui entendida não apenas em seu formato tradicional, mas também como tv a cabo, tv satelitar, tv paga, tv online, tv no celular, programas gravados de tv e *streaming*) faz parte da vida cotidiana de crianças, com múltiplos desdobramentos em seus comportamentos, visões de mundo, nas suas dimensões cognitivas e emocionais, e nos seus desenvolvimentos social, cultural e educacional (LEMISH, 2013).

Crianças podem decerto desenvolver conceitos e sentimentos a partir do que assistem, porém, estes vem acompanhado de outros conceitos, normas, valores e sentimentos que já foram adquiridos ou estão sendo adquiridos no contexto de suas vidas, no seio da família,

* Pedagoga, doutora em Educação pela PUC-Rio, Coordenadora científica da The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg, Suécia. E-mail: ilanarvore@gmail.com

escola, círculo de amizades e comunidade (FEILITZEN, 2013). Os conteúdos exibidos não influenciam *diretamente* ou *unicamente* as ações de jovens. Isto significa que não foram comprovados efeitos imediatos, no sentido em que, ao assistir violência na televisão, crianças se tornariam *automaticamente* mais violentas. Há diversos fatores que influenciam significados que crianças – e adultos - dão ao mundo, assim como suas atitudes. Ainda assim, é importante reconhecer que a televisão ensina fatos, comportamentos, valores, normas, visões de mundo, percepções sobre si e sobre grupos, percepção sobre minorias, desejos de consumo, auto-imagem corporal, e sobre o que é considerado normal ou desvio.

Pensar eticamente sobre os conteúdos da programação infantil para televisão é fundamental. Entendemos que crianças formam um público especial e que merecem, por essa mesma razão, serem protegidas de conteúdo potencialmente prejudicial. Isto não pressupõe que devemos enfatizar apenas seus aspectos problemáticos. Pelo contrário. Crianças aprendem muito com produtos audiovisuais. É importante incentivar a produção e difusão de programas de qualidade para este público – o que significa ter como princípios o respeito a pluralidade, diversidade cultural e inclusão. As vozes das crianças devem ser ouvidas e vistas na televisão a partir de seus contextos, países, sotaques, habilidades, deficiências e sonhos. Crianças precisam ter acesso a um repertório cultural ampliado, o que significa entrar em contato com contextos distintos do seu próprio (KOLUCKI ; LEMISH, 2011). A televisão deve ser um lugar para todos.

Este artigo, então, tem como proposta discutir questões de ética, regulamentação dos canais de televisão, e mídia-educação como um todo. Não podemos lutar em prol de uma televisão *para* todas as crianças e *com* todas as crianças se não houver uma regulamentação do setor audiovisual. E não podemos confiar apenas nas regulamentações: é necessário repensar a formação de professores e a estrutura dos currículos escolares de modo em que estes incluam os usos cotidianos que crianças e jovens fazem das mídias rumo a atividades que enfatizem análises e produção de conteúdo para as mídias de uma maneira crítica, ética e criativa.

LIBERDADE DE EXPRESSÃO X REGULAMENTAÇÃO DAS MÍDIAS?

Ao falar sobre regulamentação da televisão, muitas vezes entende-se que esta comprometeria a liberdade de expressão. É importante deixar claro que essa visão é equivocada. A liberdade de expressão é fundamental, contanto que não interfira no garantir a

liberdade de informação, pluralidade, diversidade e direitos das crianças. Caso contrário, quem teria liberdade de expressão? Os “donos” das mídias? As forças políticas e comerciais? Os conglomerados da mídia global? Muitos representantes do setor das mídias argumentam que a regulamentação da televisão vai contra a liberdade de expressão. Mas se o poder concentra-se nas mãos de poucos, se os donos e investidores das mídias são políticos ou pessoas que consideram a televisão como um negócio que gera lucro, a qual liberdade estamos nos referindo?

Hoje em dia, os oito maiores conglomerados – Alphabet Inc., Comcast, The Walt Disney Company, Fox, AT&T, Time Warner, Viacom and Sony, - controlam uma fatia expressiva do setor audiovisual global (MEDIA DATABASE, 2015). Os tópicos sobre a regulamentação e propriedade das mídias aparecem como questões importantes no âmbito das negociações comerciais regionais e globais. A UNESCO têm mostrado uma grande preocupação em relação à concentração das mídias há muito tempo. O relatório McBride de 1980 tornou-se uma referência internacional clássica, e que ressalta o papel importante das emissoras públicas na oferta de canais que representam a sociedade como um todo e que não tenham como objetivo final ser uma vitrine de produtos. Os países nórdicos são aqueles que mais fomentam a liberdade de expressão, inclusive com os maiores investimentos em seus canais de televisão em rede pública (CARLSSON, 2013). Na Suécia, mesmo com notável queda ao longo dos últimos anos, a televisão ainda é o meio preferido entre jovens (NORDICOM, 2013), assim como na Finlândia (SUONINEN, 2013). No Reino Unido, Alemanha e França, mais de 40% dos canais são emissoras públicas, o que significa que não podem obter lucro.

No caso brasileiro, os canais de televisão são predominantemente privados: o oligopólio midiático no Brasil desafia a democracia. Os donos de emissora de televisão no país podem controlar não só canais audiovisuais, como também emissoras de rádio, jornais e revistas. No Brasil, apenas 11 famílias detêm o controle de toda a informação que circula no País, o que inclui partidos e políticos atuando fortemente como lobistas no setor de rádio e televisão (WIKIPÉDIA, 2016). Como promover a informação, diálogo e pluralidade se os espaços estão nas mãos de pessoas cujo objetivo final é obter lucro? A desregulamentação do setor permite a sua exploração política e comercial. Contudo, há exemplos de resistência. Em países como Noruega, Dinamarca, México, África do Sul e Coréia do Sul, a legislação permite subsídios do governo para promover a produção cinematográfica pela indústria

doméstica. Na Suécia e Noruega, existe uma proibição de publicidade voltados para crianças na televisão.

Dizer que a promoção da proteção das crianças nas mídias é sinônimo de ser a favor da censura é uma acusação infundamentada. Ao garantir o respeito à liberdade de expressão, isto não implica que o Estado não deva se comprometer com atividades regulamentares. Como criar um equilíbrio entre a proteção dos direitos da criança e o direito fundamental à liberdade de expressão? Deveriam os países permitir aos anunciantes que ponham no ar propaganda para crianças sem regras? Não seria a regulamentação uma garantia fundamental dos direitos da criança? Acreditamos que a regulamentação da televisão seja importante em sociedades democráticas, onde esta pode inclusive ser vista como uma maneira de promover um equilíbrio entre as vozes, imagens e mensagens passíveis de serem transmitidas (ANDI, 2009).

A referência internacional em termos da proteção dos direitos da criança está na Convenção dos Direitos da Criança aprovada pelas Nações Unidas em 1989, e que hoje encontra-se ratificada pela maioria dos países do mundo. O artigo 13 determina que cada criança “deve ter o direito de liberdade de expressão, e este direito inclui o direito de buscar, receber e difundir informação [...]”. O artigo 17 visa “garantir que a criança tenha acesso a informação e material de uma diversidade de fontes nacionais e internacionais, especialmente aquelas voltadas à promoção de seu bem-estar social, espiritual e moral, saúde física e mental”. Mais adiante, o mesmo artigo refere-se à necessidade da “criação de regras apropriadas para proteger crianças de informação e material prejudiciais a seu bem-estar”. (UNITED NATIONS, 1989, online). A União Européia, através das diretivas do programa Televisão Sem Fronteiras aprovadas em 1989 (UNIÃO EUROPEIA, 1989), diz que o “conteúdo televisivo não deve conter programas que possam prejudicar o desenvolvimento físico, mental e moral de menores”, referindo-se particularmente à inclusão de cenas de violência na programação infanto-juvenil. O artigo 16 diz que a propaganda televisiva:

[...] (a) não deve incentivar menores a comprar produtos ou serviços que explorem a sua inexperiência; (b) não deve incentivar menores a persuadir seus pais ou outros a comprar os produtos e serviços anunciados; (c) não deve explorar a confiança que menores depositam em pais, professores e outros. (UNIÃO EUROPEIA, 1989, online)

A diretiva também incentiva cotas e serviços de suporte financeiro a produções européias. É importante que crianças tenham acesso a conteúdos que reflitam seus anseios e

também a sua cultura. Crianças têm o direito de verem a si mesmas e suas comunidades espelhadas nas mídias. Ao falar sobre ética na televisão para crianças, me refiro a: 1) propaganda direcionada a crianças de um determinado grupo, e 2) todo conteúdo de forma geral, como desenhos animados, notícias, filmes, dramaturgia, *reality shows*, documentários e etc.

CONTEÚDO POTENCIALMENTE PREJUDICIAL PARA CRIANÇAS

Como exemplo de conteúdo potencialmente nocivo para crianças na televisão, podemos ressaltar a correlação entre a visualização da televisão e violência (VON FEILITZEN, 2009; VON FEILITZEN, 2010), e televisão e obesidade como preocupações comuns (EKSTRÖM; TUFTE, 2007; BOND et.al, 2013). Há uma crise da obesidade infantil sem precedentes, onde 20% de crianças vivendo nos Estados Unidos e na Europa são obesas. A maioria da propaganda de comida na televisão direcionada às crianças é dividida em 5 categorias: cereais açucarados, balas e doces, salgados, refrigerantes e cadeias de restaurantes de *fast food* (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2013). Não há efeitos diretos ou imediatos, ou seja, o mero fato das crianças serem expostas a propagandas de comidas não saudáveis não as torna necessariamente obesas, já que a obesidade também resulta de outros fatores na vida da criança (AMERICAN ACADEMY OF PEDIATRICS, 2011; LEMISH, 2006). No entanto, há indicações cumulativas que dizem que o efeito da propaganda de comidas mostra-se bastante convincente em relação ao risco apresentado (OFCOM, 2004).

O consumo de comidas e bebidas potencialmente não-saudáveis é considerada o maior risco significativo de obesidade infantil na Europa, e também de maior desenvolvimento de doenças crônicas relacionadas à dieta, tais como ataques cardíacos, derrames cerebrais, câncer, doenças respiratórias e diabetes. No setor de comidas e bebidas, as categorias de produtos mais anunciadas na televisão são refrigerantes, cereais matinais açucarados, biscoitos, salgados, refeições prontas e *fast food*. Seria ético ter crianças como público-alvo para anunciantes cujo objetivo é vender produtos prejudiciais à saúde infantil?

CONTEÚDO INFANTIL DE QUALIDADE

Pensar em ética também está ligado à oferta de conteúdo audiovisual infantil de qualidade. Países devem investir, especialmente através de suas emissoras de televisão

públicas, em conteúdos como programas de produção nacional e internacional, concebidos para todas as idades, e que ofereçam uma gama de gêneros como informação, dramaturgia, ficção, documentários, contos de fadas, notícias, ciências, esporte, música, educação, entretenimento - e não só desenhos animados oferecidos por conglomerados globais (ENLI, 2013; ENLI; STAKSRUD, 2013; PETTERSON, 2013; RYDIN; SJÖBERG, 2010).

Ragna Wallmark, ex-produtora de programas infantis e chefe do departamento infantil da SVT (Televisão Sueca) e da UR (TV Educativa Sueca) defende a televisão aberta com produções domésticas, isso porque:

Se você não vê ninguém na televisão com quem você possa identificar-se, você vai querer se tornar outra pessoa. [...] Ser visto é uma das necessidades fundamentais, e ser visto na televisão é uma forma de ser visto no mundo. [...] Ao ler um roteiro ou assistir um programa, faça as seguintes perguntas: A criança é o foco? O programa é *sobre* crianças ou é *com* crianças? É possível identificar todos os aspectos mencionados acima?. (WALLMARK, 2014, p.29)

A publicação da UNICEF “Communicating with children” (KOLUCKI; LEMISH, 2011) apresenta uma estrutura teórica e prática sobre como produzir conteúdo infantil inclusivo e de qualidade, com alguns exemplos internacionais e casos de estudo. Dafna Lemish (2011) publicou um texto chamado relatando os resultados de entrevistas com 135 profissionais de mídia em 65 países de todos os continentes durante 4 anos. Eles foram questionados sobre o que consideravam uma produção de conteúdos infantis de alta qualidade. Igualdade, diversidade, complexidade, semelhança, união, família, autenticidade e expressividade foram selecionados como os 8 princípios. Devido à limitação de espaço, vou comentar 4 deles:

1) Há maior *igualdade* quando meninos e meninas são tratados de forma equânime, [...] ao passo que suas semelhanças e diferenças são reconhecidas e respeitadas; 2) O princípio da *diversidade* é atingido quando crianças são representadas em uma variedade de personagens, e dentro de categorias sociais de gênero, raça, etnicidade, classe, religião, idioma e sotaques, geografia, história, capacidades, idade, sexualidade, família, esfera doméstica, comidas, tradições, ambiente urbano ou rural, estilos culturais, moda e classes sociais; 3) A *complexidade* visa produzir personagens com maior complexidade e que fogem dos padrões e estereótipos; 4) O princípio da *expressividade* é atingido quando programas apresentam pontos-de-vista das próprias crianças e representados por elas mesmas. (LEMISH, 2011, p. 19-28)

O “The Children’s Television Charter”, apresentado por Anna Home, chefe do Children’s Programmes, da BBC Television, no primeiro Encontro Mundial sobre a Televisão para Crianças em Melbourne, Austrália, em março de 1995, tem sido usado ativamente por várias organizações e segue na mesma linha ao afirmar que:

Crianças devem ter programas de alta qualidade feito especificamente para elas, e que não as explorem. Estes programas, além de entretê-las, devem permitir que crianças desenvolvam o seu potencial físico, mental e social; Crianças devem poder ouvir, ver e ter expressividade sobre sua cultura, seu idioma e experiências de vida através de programas de televisão que afirmam o sentido de si próprio, comunidade e de lugar; Programas infantis devem promover o conhecimento e apreciação de outras culturas em paralelo ao pertencimento cultural da própria criança; Programas infantis devem ser diversos em gênero e conteúdo, mas não devem mostrar cenas gratuitas de sexo e violência; Programas infantis devem ser exibidos em intervalos regulares nos horários em que as crianças estão disponíveis para assisti-los; Recursos suficientes devem ser disponibilizados para que estes programas atinjam a melhor qualidade possível. (HOME, 2015, p.59)

REGULAMENTAÇÃO PÚBLICA DE TV PARA CRIANÇAS

Em relação à regulamentação da televisão, existem três estruturas regulatórias principais (PALZER; SCHEUER, 2003). A *regulamentação pública*, o sistema regulatório tradicional em que a autoridade pública é o principal agente regulador. A *auto-regulamentação*, quando produtores de televisão criam suas próprias regras e tomam responsabilidade por seu monitoramento através de códigos de conduta e diretrizes. *Co-regulamentação*, onde as autoridades públicas, as emissoras e a sociedade civil colaboram, e onde classificação por faixa etária compulsória e descrição de conteúdo são usados. A regulamentação da televisão no contexto da proteção dos direitos da criança significa leis, “watershed” (o horário noturno em que conteúdo para adultos é exibido progressivamente), alertas (mensagens como “o próximo programa contém cenas de violência e linguagem forte e pode ser inadequado para crianças pequenas”), classificação etária, os ombudsman e filtros tecnológicos (AROLDI, 2003; FRAU-MEIGS, 2003).

Mas a regulamentação da televisão também inclui esforços de oferecer conteúdos de qualidade e diversidade para crianças, especialmente em produções caseiras através da exibição de cotas e códigos de conduta midiática (BLUMENAU, 2011; ENLI, 2008; LUSTVIK, 2013). Em termos de qualidade sobre o conteúdo doméstico, ou, a regulação positiva, as emissoras podem adotar as seguintes diretrizes: guia com condutas profissionais,

cotas para produção doméstica, apoio e financiamento. Um dos objetivos principais na regulamentação de conteúdo de programas infantis é a proteção das crianças onde a intenção é protegê-las de material que possa causar danos morais, psicológicos e físicos. Alguns exemplos: Suécia, Noruega, Finlândia e Canadá têm proibido o endossamento comercial de programas de televisão infantis; a Irlanda proibiu o uso de personagens de desenhos animados para promover consumo de comidas; e a França passou leis que obrigam a veiculação de mensagens saudáveis que acompanham anúncios de comidas e bebidas de alto teor de açúcar, sal ou com edulcorantes (BOND et al., 2013).

A estrutura de regulamentação britânica proíbe propaganda de comidas com alto teor de açúcar, gordura e sal em programas infantis (STEEMERS, 2012). Essa proibição baseia-se no argumento principal que crianças não possuem habilidades cognitivas suficientemente desenvolvidas que as permitam diferenciar mensagens de entretenimento e mensagens persuasivas.

Na Suécia (RADIO AND TELEVISION ACT, 2010), a propaganda comercial nas emissoras de televisão não pode ser concebida para chamar a atenção de crianças menores de 12 anos, não pode aparecer imediatamente antes ou depois de programas infantis, e aqueles personagens que são protagonistas em programas infantis não podem aparecer nos anúncios. Na Suécia, programas de televisão que mostram cenas de violência de natureza realística ou imagens pornográficas devem ser precedidas de um aviso verbal ou conter um texto de aviso exibido continuamente durante a exibição. Estes programas não podem ser mostrados em horários e de modo a criar um risco considerável para crianças que os assistem a não ser que a transmissão seja defensável em circunstâncias especiais. Estes programas são contemplados para o horário “watershed” entre 21 horas e 05.30 da madrugada (PETERSSON, 2013). No Reino Unido, conteúdos que exiba, drogas, solventes, álcool, violência, linguagem ofensiva, conteúdo sexual e nudez só devem ser exibidos entre estes mesmos horários.

Do ponto de vista de uma emissora pública, as questões relativas a conteúdo devem ser discutidas em um contexto mais amplo, além de regulamentações e proibições. Crianças devem ter o direito ao acesso à informação e material de uma diversidade de fontes nacionais e internacionais. O licenciamento da SVT (Televisão Pública Sueca) implica uma obrigação de ter um cuidado especial sobre representações de violência, sexo e drogas, e conteúdos que possa ser percebido de forma discriminatória contra pessoas em termos de gênero ou etnicidade. A SVT têm a obrigação de atender a crianças com uma programação variada e

com um alto investimento em produções originais. A programação infanto-juvenil deve incluir drama e comédia, além de gêneros mais factuais como documentários e programas educativos, programas de variedades, esportes e notícias, com os objetivos de:

Despertar a fantasia, curiosidade, empatia e vontade de aprendizado; Manter uma auto-imagem positiva da criança e de seu entorno; Mostrar seres humanos em posição de igualdade embora vivam em condições de vida diferenciados; Considerar o público como o seu empregador e dar espaço para opiniões diversas, experiências, e estimular a participação; Dar ao público compreensão e conhecimento sobre diferenças sociais e culturais. (WALLMARK, 2014).

No âmbito europeu, a European Union Recommendation on the Protection of Minors (1998; 2006), incentiva o setor audiovisual e a indústria de serviços de informação a evitar e combater toda e qualquer discriminação baseada em gênero ou origem étnica ou racial sem infringir no direito de liberdade de expressão ou da imprensa.

As Diretivas de Serviços da Mídia Audiovisual da União Européia (antes conhecida como Diretivas da Televisão Sem Fronteiras) exige que todos os canais de televisão dediquem a maioria (pelo menos 50%) de seu tempo de transmissão a conteúdo de origem européia de modo que reflita as especificidades linguísticas e culturais de cada Estado-membro. As emissoras comerciais na Suécia são exigidas a exibir pelo menos 7 horas de conteúdo infantil para um público de menos de 12 anos de idade, cuja metade deve ser em sueco ou em outro idioma da região nórdica. No Canadá, as emissoras públicas precisam exibir pelo menos 60% de conteúdo canadense diariamente, enquanto as emissoras comerciais devem exibir pelo menos 50%. Em contrapartida, apenas 35% da música transmitida nas rádios canadenses deve ser originária do país.

Na Austrália, o Children's Television Standards (2005) classifica programas infantis em termos de programas "P" para crianças em idade pré-escolar, e "C" para crianças de idade maior do que a pré-escolar. Uma emissora deve exibir um total de 130 horas de programas "P" e pelo menos 260 horas de programas "C" por ano. Na Suécia, existe uma série de subsídios públicos e isenção de impostos destinados à produção cinematográfica. Na Austrália, as fontes de financiamento do governo dão conta de aproximadamente um terço do financiamento total da produção nacional de dramaturgia infantil para televisão. A legislação governamental pode estipular que uma certa porcentagem de financiamento para produção local de televisão e cinema deve ser alocada para programas infanto-juvenis. O Instituto de Cinema Dinamarquês (Danska Filminstitutet - DFI) recebe 25% dos subsídios do governo

anualmente para a produção de histórias contadas a partir da perspectiva das crianças dinamarquesas.

AUTO-REGULAMENTAÇÃO DE TV PARA CRIANÇAS

A auto-regulamentação é voluntária. Dentro deste modelo, a indústria das mídias define as próprias regras e limitações em relação à comunicação com as crianças. A publicidade é frequentemente auto-regulamentada. Um dos pontos de debate mais polêmicos hoje em dia se refere à eficácia das iniciativas auto-regulamentares em relação à propaganda de comidas (não-saudáveis) para crianças. Programas de auto-regulamentação que visam reduzir a proporção de publicidade de comidas pouco saudáveis para crianças não têm obtido muito êxito (MATTHEWS, 2008). Várias pesquisas sobre iniciativas na Austrália (REVEE, 2013), Canadá (ASQUITH, 2009), Espanha (FERNÁNDEZ-MARTÍNEZ; LÓPEZ-DE-AYALA-LÓPEZ, 2011), e Estados Unidos (KUNKEL et al, 2009), comentam sobre o fato que, embora as indústrias alimentícias afirmem que o marketing de comidas para crianças se restrinja a comidas saudáveis e uso mais cuidadoso de licenciamento de personagens (especialmente de desenhos animados infantis), a propaganda de comidas não-essenciais (com alto teor de gordura, açúcar e sal) persiste, inclusive em horários em que muitas crianças assistem televisão. Segundo Palzer e Scheuer (2003), como o Estado não está envolvido nesse tipo de regulamentação, as autoridades públicas não podem sancionar estas medidas.

A Espanha optou pela auto-regulamentação em 2004 (Self-regulation Code on Television Contents and Children). O Código estabelece uma série de princípios gerais para a programação exibida entre 6 e 20 horas, o que é considerado legalmente como o horário seguro para crianças, e também classifica o conteúdo por faixa etária, assim obrigando as emissoras a indicar a idade e o público-alvo antes do início de cada programa. Essa obrigação inclui evitar a inclusão de conteúdo indecente e com linguagem ofensiva, assim como comportamentos prejudiciais à saúde, a espetacularização de conflitos pessoais e familiares, mensagens e cenas de violência ou sexo explícito, e, em alguns casos, mensagens de relevância social ou de cunho informativo que justifiquem a exibição desses conteúdos, e avisar os telespectadores sobre a sua inadequação para um público infantil.

Pesquisas mostram que este Código não tem sido respeitado e relatórios confirmam que a responsabilidade social permanece apenas como teoria ao constatar que estas intenções ainda encontram-se muito aquém de serem traduzidas em ações concretas.

CO-REGULAMENTAÇÃO DE TV PARA CRIANÇAS

O sistema de co-regulamentação pressupõe que a próprio setor e o governo têm uma responsabilidade conjunta na implementação de medidas que protejam o público infanto-juvenil de más influências das mídias. “Kijkwijzer”, o nome dado ao sistema holandês de classificação usado desde 2001, é um exemplo de sucesso de cooperação entre autoridades públicas, o setor das mídias e a sociedade civil (OFCOM, 2008, p. 8). A classificação de produtos de mídia é feito por profissionais contratados por produtores e distribuidores de mídia.

O Netherlands Institute for the Classification of Audiovisual Media (NICAM) é responsável pela classificação de produtos audiovisuais e o “Kijkwijzer” provê informações sobre os efeitos prejudiciais de filmes, vídeos, DVDs e programas de televisão, incluindo videoclipes. O sistema de classificação tem 2 elementos: por faixa etária e por elementos que descrevem o conteúdo. Esses elementos são apresentados como ícones e referem-se a violência, sexo, medo, abuso de drogas e álcool, discriminação e linguagem ofensiva. A publicidade, por outro lado, não recebe nenhuma classificação (PALZER; SCHEUR, 2003; AROLDI, 2003). Outros exemplos positivos de co-regulamentação na União Européia e Austrália são apresentados por Schulz e Held (2006).

MÍDIA-EDUCAÇÃO

Em suas origens, o objetivo principal da Mídia-Educação voltava-se para proteger crianças contra o que vinha sendo percebido como os perigos das mídias. Hoje em dia, o campo têm mostrado uma maior preocupação no preparo de crianças para que possam compreender e participar mais ativamente na cultura mediática em que se encontram. Neste processo, as escolas, as organizações não governamentais e bibliotecas desempenham um papel fundamental (ELEÁ, 2014).

Crianças e jovens encontram-se imersos em um mundo em que a informação, mídia e cultura popular, televisão, internet, redes sociais, filmes, e vídeos e jogos eletrônicos são fontes de prazer e entretenimento para jovens no mundo inteiro. No entanto, pesquisas

mostram que jovens têm pouca ou nenhuma interação com seus pais sobre o uso desses produtos. Além disso, há pouca oportunidade para diálogo, no âmbito da escola, para que se discuta a complexa rede entre entretenimento, socialização e informação. Temas como as relações entre a violência na televisão e no mundo, publicidade para crianças e jovens, auto-imagem física, questões de gênero, representações de racismo, discursos de ódio, sexualização de crianças, pornografia, cyber-bullying, uso excessivo de mídia e perda de privacidade, têm recebido muita atenção no campo da Mídia-Educação em tempos recentes e precisam ganhar visibilidade crescente nas esferas educativas habitadas por jovens. A regulamentação da televisão sob uma perspectiva ética é fundamental, mas ao considerar que o conteúdo midiático ultrapassa as fronteiras nacionais e não se limita a um único meio, recomenda-se ações mídia-educativas. Crianças e jovens podem aprender e/ou aprofundar como acessar informação, como avaliar programas de televisão, e examinar e compreender como o conteúdo é produzido (inclusive os seus próprios conteúdos digitais compartilhados em redes sociais), ao mesmo tempo que possam discutir questões de representação, diversidade e pluralidade da mídia e da informação. A combinação entre proteção (através da regulamentação das mídias) e a capacitação (através da mídia-educação) se faz necessária. O termo *Media and Information Literacy* (MIL) foi cunhado pela UNESCO em 2011 e refere-se à capacitação necessária para acessar mídia e informação, para analisar mídia e informação de modo crítico; e para criar informação e comunicação em diversos contextos. O currículo sugerido pela UNESCO (WILSON et al., 2011; COMUNICAR, 2012; CARLSSON; CULVER, 2013) oferece diretrizes para professores e capacitadores sobre como trabalhar com certas competências de acordo com o ano escolar de modo a atingir as metas, e que pode inclusive ser adaptada à pré-escola com crianças muito jovens.

Em suma, o objetivo principal do MIL é desenvolver a compreensão crítica e estimular a participação ativa, além de capacitar jovens a interpretar e tomar decisões embasadas enquanto consumidores (e produtores) de mídias e de informação. Além disso, enquanto analistas, produtores criativos e compartilhadores de produtos de mídia, buscamos incentivar crianças, jovens, adultos e idosos a tornarem-se participantes plenos, defensores de ideais democráticos não apenas no seio de suas famílias, escolas e espaços de convívio entre pares nas esferas offline e online, mas como atores ativos na comunidade, sociedade e mundo global como um todo.

TV FOR CHILDREN: AN ETHICAL, REGULATORY AND EDUCATIONAL ISSUE

ABSTRACT: This article aims to discuss issues of ethics, television regulation for children and media-education. The assumption is that the right to freedom of expression and regulation is not incompatible, but complementary - and fundamental for democratic exercise. The text presents examples of public regulation, self-regulation and television co-regulation for children in a mainly European context, especially by the Swedish model. Initiatives to ensure quality content, as well as actions to prevent potentially harmful content from being displayed in public programming grids are presented, as well as the importance of a parallel and continuous focus on media-educational actions.

KEYWORDS: Children; Public television; Regulation; Ethics; Media and information literacy.

TÉLÉVISION POUR LES ENFANTS: UNE QUESTION D'ÉTHIQUE, DE RÉGULATION ET D'ÉDUCATION

RÉSUMÉ: Cet article a pour objectif de discuter des questions liées à l'éthique, à la régulation de la télévision pour les enfants ainsi que l'éducation aux médias. Tout au long de la recherche, il est présupposé que le droit à la liberté d'expression et la régulation ne sont pas incompatibles mais plutôt complémentaires voire même cruciales pour l'exercice de la démocratie. Cette publication présente des exemples de régulation publique, d'autorégulation et de co-régulation de la télévision pour les enfants notamment dans le contexte européen, avec une attention particulière au modèle suédois. Certaines initiatives visant à assurer la qualité des contenus diffusés sont présentées ainsi que les actions à mettre en place pour prévenir la diffusion de contenus potentiellement nocifs dans les grilles de programmation publiques. Il est également souligné l'importance du focus parallèle et continu sur les actions des médias éducatifs.

LES MOTS-CLÉS: Enfants; Télévision publique; Régulation; Éthique; Media; Éducation.

REFERÊNCIAS

AMERICAN ACADEMY OF PEDIATRICS. Policy statement: children adolescents, obesity, and the media. *Pediatrics*, v.128, n.1, 2011, p.201-208.

ANDI. Comunicação e Direitos. *Infância e comunicação: uma agenda para o Brasil*. Brasília/DF: ANDI, 2009.

AROLDI, P. Television and protection of minors in some european countries: a comparative study. In FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. *Promote or protect: perspectives on media literacy and media regulations* Göteborg : Nordicom/Göteborg University, 2003. p. 179- 195.

ASQUITH, K. A critical analysis of the childrens food and beverage advertising self-regulatory initiatives. *Democratic co- muniqué*, v. 23, n.2, 2009, p.41-58.

BLUMENAU, J. *Children's media regulations: a report into state provisions for the protection and promotion of home- grown children's media*. Save Kids TV. 2001. Disponível

em: <http://www.thechildrensmediafoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/SKTV-competitor-territory-research-post-final-updated-24.4.11.pdf>> Acesso em: 11 de maio de 2017.

BOND, B.J.; RICHARDS M.N.; CALVERT S.L. Media and obesity. In: LEMISH, D. (Ed.) *The routledge international handbook of children, adolescents and media*. New York: Routledge, 2013. p. 232-239

CARLSSON, U. (Ed.). *Freedom of expression revisited citizenship and journalism in the digital era*. Göteborg: Nordicom/University of Gothenburg, 2013.

CARLSSON, U.; CULVER, S.H. (Ed.). *Media and information literacy and inter-cultural dialogue*. MILID Yearbook 2013. Göteborg: Nordicom/ University of Gothenburg, 2013.

COMUNICAR. Teachers training in media literacy: the UNESCO curriculum. *Comunicar: Scientific Journal of Media Education*, v. 10, n.39, 2012. Disponível em: <https://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar39-en.pdf>> Acesso em: 10 de maio de 2017.

D'ARMA A., S. G.; STEEMERS J. *Serv- ing children in public service media*. In LOWE, G. F. (Ed.) *The public in public service media*. Göteborg: Gothenburg University/ Nordicom, 2010. p.227-242.

ELEÁ, I. *Agentes e vozes: um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha*. Göteborg: Nordicom / University of Gothenburg, 2014.

ENLI, G.S. (2008). *Serving the children in public service broadcasting: exploring the tv-channel NRK SUPER*. Presented at RIPE@2008, Mainz, October 9-11.

ENLI, S.E.; STAKSRUD E. PSB serv- ing children: past, present and future In: CARLSSON, U. (Ed.) *Public service media from a nordic horizon*. Göteborg: Gothenburg University / Nordicom, 2013. p. 117-130.

ENLI, G.S. Defending nordic children against Disney: PBS children's channels in the age of globalization. *Nordicom Review*, v. 34, n.1, 2013, p. 77-90.

ENLI, S.E.; STAKSRUD, E. PSB serving children: past, present and future In: CARLSSON, U. (Ed.) *Public service media from a nordic horizon*. Göteborg: Gothenburg University / Nordicom, 2013. p. 117-130.

EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU). *Media freedom and pluralism*. 2013. Disponível em: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Viewpoint-MediaFreedom_EN.pdf > Acesso em: 11 de maio de 2017.

FEILITZEN, C.V. *Influences of mediated violence: a brief research summary*. Göteborg: Nordicom / University of Gothenburg, 2009.

FEILITZEN, C.V; CARLSSON, U. *Promote or protect: perspectives on media literacy and media regulations*. Göteborg: Nordicom/Göteborg University, 2003.

FERNÁNDEZ-MARTÍNEZ, A.; LÓPEZ-DE-AYALA-LÓPEZ, M. C. “Television and children: five years after the self-regulation code”. *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 66, 2011, p.31-62.

FRAU-MEIGS, D. Media regulation, self-regulation and education: debunking some myths and retooling some working paradigms. In: FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. *Promote or protect: perspectives on media literacy and media regulations* Göteborg: Nordicom/Göteborg University, 2003. p.23-39.

HOME, A. *The children’s television charter*. Australia: Wsmcf, 1995. Disponível em: <<http://www.nordicom.gu.se/en/clearinghouse/childrens-television-charter>> Acesso em: 11 de maio de 2017.

KUNKEL D.; MCKINLEY C.; WRIGHT P. *The impact of industry self-regulation on the nutritional quality of foods advertised on television to children*. Oakland: Children Now. 2009. Disponível em: <http://www.childrensaidsociety.org/files/upload-docs/adstudy_2009.pdf> Acesso em: 11 de maio de 2017.

KOLUCKI, B.; LEMISH, D. *Communicating with children: principles and practices to nurture, inspire, excite, educate and heal*. UNICEF. 2011. Disponível em: <[https://www.unicef.org/cwc/files/CwC_Web\(2\).pdf](https://www.unicef.org/cwc/files/CwC_Web(2).pdf)> Acesso em: 11 de maio de 2017.

LEMISH, D. *Children and television: a global perspective*. Hoboken: Wiley-Blackwell 2007.

LEMISH, D. Eight working principles for change in children’s television: the views of producers around the world. In: VON FEILITZEN, C.; CARLSSON, U.; BUCHT, C. (Ed.). *New questions, new insights, new approaches: contributions to the research from at the World Summit on Media for Children and Youth 2010* . Göteborg: University of Gothenburg/Nordicom, p.19-28.

LUSTYIK, K. Media regulation: the protection and promotion of home-grown children’s television. In: LEMISH, D. (Ed.). *The routledge international handbook of children, adolescents and media*. New York: Routledge, 2013, p.378- 385.

MATTHEWS, A.E. Children and obesity: a pan-european project examining the role of food marketing. *European Journal of Public Health*, v.18 , n.1, 2008, p.7-11.

MEDIA DATABASE. Institute of Media and Communications Policy . 2015. Disponível em: <<https://www.mediadb.eu/en/data-base/international-media-corporations.html>> Acesso em: 10 de maio de 2017.

OFCOM. (Office off Comunication). Childhood obesity: food advertising in context. 2004. Disponível em: <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0020/19343/report2.pdf> Acesso em: 10 de maio de 2017.

OFCOM. (Office off Comunication). *Identifying appropriate regulatory solutions: principles for analysing self- and co-regulation*. 2008. Disponível em: <https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0019/46144/statement.pdf> Acesso em: 10 de maio de 2017.

PALZER, C.; SCHEUER, A. Self regulation, co-regulation & public regulation. In: FEILITZEN, C.; CARLSSON, U. *Promote or protect: perspectives on media literacy and media regulations*. Göteborg: Nordicom/Göteborg University, 2003. p. 165-178.

PETTERSSON, Å. *Tv for children: how swedish public service television imagines a child audience*. Linköping: Linköping University, 2013.

RADIO AND TELEVISION ACT. Ministry of Culture, Sweden. 2010. Disponível em: <http://www.radioochtv.se/Documents/Styrdokument/Radio%20and%20Television%20Act.pdf>> Acesso em: 10 de maio de 2017.

RYDIN, I.; SJÖBERG, U. From TV viewing to participatory cultures: reflections on childhood in transition. In: CARLSSON, U. (Ed.). *Children and youth in the digital media culture from a nordic horizon*. Göteborg: Nordicom/University of Gothenburg, 2010. p. 87-101.

REEVE, B. Private governance, public purpose? assessing transparency and accountability in self-regulation of food advertising to children. *Bioethical Inquiry*, v.10, 2013, p. 149-163.

RICHERI, G. A. Una prospettiva dei cambiamenti in atto. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, v. 3, n. 6, 2016, p. 2-10.

SCHULZ, W.; HELD, T. Together they are strong? co-regulatory approaches for the protection of minors within the european union. In: CARLSSON, U.; VON FEILITZEN, C. (Ed.). In: *The service of young people? studies and reflections on media in the digital age*. Göteborg: Nordicom/Göteborg University, 2006. p.234-255 (Yearbook 2005/2006).

STEEMERS, J.; D'ARMA, A. Evaluating and regulating the role of public broadcasters in the children's media ecology: the case of home-grown television content. *International Journal of Media & Cultural Politics*, v. 8, n.1, 2012, p. 65-85.

SUONINEN, A. *Children's media barometer: media uses of 0–8 year-old children and changes in media uses since 2010*. Helsinki: Finnish Youth Research Network, 2013. Disponível em: http://www.nuorisotutkimusseura.fi/images/julkaisuja/childrens_media_barometer_2013.pdf Acesso em: 11 de maio de 2017.

NORDICOM. (Nordic Information Centre for Media and Communication Research) *The media barometer 2013, Special Issue: young people and media*. Göteborg: Nordicom/University of Gothenburg, 2013.

UNIÃO EUROPEIA. Conselho da Comunidades Européias. Directiva 89/552/CEE do Conselho, de 3 de Outubro de 1989, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas ao exercício de actividades de radiodifusão televisiva. *Jornal Oficial n° L 298*, de 17 de outubro de 1989.

UNITED NATIONS. *Convention on the rights of the child*. New York: UN, 1989. Disponível em: <<http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>> Acesso em: 11 de maio de 2017.

WILSON, C; GRIZZLE, A.; TUAZON, R.; AKYEMPOG, K.; & CHEUNG, C.K. *Media and information curriculum for teachers*. Paris: UNESCO, 2011.

WALLMARK, R. *The child in fokus* [mensagem pessoal, arquivo em Power Point]. Mensagem recebida por <ragna.wallmark@gmail.com> Acesso em: 12 abril 2014.

WIKIPÉDIA. *Os donos da mídia*. 2016. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Donos_da_M%C3%Addia> Acesso em: 10 de maio de 2017.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). *Marketing of foods high in fat, salt and sugar to children: update 2012–2013*. 2013. Disponível em: <http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0019/191125/e96859.pdf> Acesso em: 11 de maio de 2017.

Recebido em novembro de 2016.
Aprovado em março de 2017.