

Oferta de programação da Rede Globo de Televisão em face de audiência infantojuvenil:

estudo empírico

Claudia Galhardi^(a)
Maria Cecília de Souza Minayo^(b)

Galhardi C, Minayo MCS. Rede Globo TV listings in view of children's audience: empirical study. *Interface (Botucatu)*. 2018; 22(67):1147-58.

Although contemporaneity has brought the development, the presence and the use of new communication and entertainment platforms, in Brazil television remains the most consumed mass media among children and adolescents. In this scenario, 75.4% of children and adolescents recognize the existence of an inappropriate content that they should not see. Thus, this article aims to reveal the current scenario of programs offered for children and adolescents of the country's largest audience TV channel, Rede Globo, a Brazilian free-to-air TV based in the city of Rio de Janeiro. This is a quantitative empirical study, carried out from the content analysis technique of the programming shown in the period of March 2016. The results indicate that there is a low number of content suitable for children and adolescents.

Keywords: Television. Children's programming. Children and adolescents. Content analysis. Brazil.

Embora a contemporaneidade tenha trazido o desenvolvimento, a presença e o uso de novas plataformas de comunicação e entretenimento, no Brasil a televisão segue sendo o meio massivo mais consumido entre crianças e adolescentes. Nesse cenário, 75,4% das crianças e adolescentes reconhecem a existência de conteúdo inadequado ao qual eles não deveriam assistir. Este artigo visa revelar o atual quadro de oferta de programas destinados ao público infantojuvenil da emissora de maior audiência no país, a Rede Globo, uma rede de televisão comercial aberta brasileira com sede na cidade do Rio de Janeiro. Trata-se de um estudo empírico quantitativo, realizado a partir da técnica de análise de conteúdo da programação veiculada no período de março de 2016. Os resultados indicam uma escassa veiculação de conteúdos adequados ao público infantojuvenil.

Palavras-chave: Televisão. Programação infantil. Crianças e adolescentes. Análise de conteúdo. Brasil.

^(a) Programa de Pós-Graduação em Saúde Pública, Escola Nacional de Saúde Pública, Fiocruz (ENSP-Fiocruz). R. Leopoldo Bulhões, 1480, Manguinhos. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. 21041-210. claudia.pereira@fiocruz.br

^(b) Departamento de Estudos sobre Violência e Saúde Jorge Careli (Claves), ENSP-Fiocruz. Rio de Janeiro, RJ, Brasil. maminayo@terra.com.br

Introdução

Este artigo parte do pressuposto de que, em consonância com as leis estabelecidas pelo setor de radiodifusão no Brasil, as emissoras comerciais abertas devem atender a uma programação com finalidades educativas, culturais e informativas, suscitando a cultura nacional, valores éticos e sociais, produção de conteúdos culturais, artísticos e informativos regionais¹ e, ademais, fomentar as produções independentes². Essa obrigação obedece ao artigo 221 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988, que regulamenta as obras audiovisuais veiculadas nas emissoras de televisão.

Apesar da importância da televisão como um meio socializador e formador de opinião pública, observa-se, no Brasil, uma lacuna nas investigações que contextualizam a relação desse meio com o público infantojuvenil no que tange à análise da programação e ao impacto de seus conteúdos no comportamento e no desenvolvimento de crianças e adolescentes.

Contribuições acadêmicas feitas por pesquisadores nacionais^{3,4}, buscando compreender a preferência de crianças e adolescentes face aos conteúdos presentes na programação televisiva, constataram que os gêneros de maior êxito são filmes, telenovelas, programas de humor e desenhos animados.

No mesmo sentido, é importante conhecer, ainda que brevemente, algumas investigações desenvolvidas em alguns países sobre recepção infantojuvenil e mídia.

Somente nos Estados Unidos foram produzidas aproximadamente 3.500 pesquisas sobre a influência que pode causar a televisão no comportamento da audiência infantojuvenil. Trabalho pioneiro desenvolvido pela Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior demonstrou, no fim da década de 1960, a grande probabilidade de o indivíduo apresentar comportamento agressivo após assistir a um conteúdo de entretenimento violento⁵.

A contribuição do pesquisador Jo Groebel⁶, da Universidade de Utrecht, Holanda, revelou uma maior tendência das crianças expostas a conteúdos violentos a desenvolverem um fascínio por heróis violentos. O estudo *Children, adolescents & the Media*, do Canadá, reforçou a teoria dos efeitos cognitivos quanto à exposição das crianças a conteúdos inadequados e ao estímulo à atividade sexual precoce⁷.

O aporte científico por parte da investigação *La infancia construída: efectos prosociales y antisociales de los contenidos televisivos*, da Espanha, comprova que pelo menos 10% da conduta agressiva por parte de crianças e adolescentes derivam do consumo de conteúdos violentos por meio da televisão⁸.

Em contraposição, a pesquisadora Helena Thorfinn⁹, da Suécia, entende que os reflexos comportamentais na audiência dependem dos elementos que compõem as obras audiovisuais. Para a autora, as condutas podem ser influenciadas pela recepção de conteúdos tanto negativos quanto positivos.

Embora os estudos acima mencionados sugiram a relação entre a violência na mídia e comportamentos agressivos, para McQuail¹⁰, as narrativas audiovisuais não devem ser tomadas, por si só, como únicas causadoras de efeitos no comportamento manifesto pelas audiências.

Em consonância com McQuail¹⁰, Michaud¹¹ recomenda que as pesquisas sobre as audiências e sua relação causal entre exposição e ação¹² devem ser pautadas nas evidências diretas (fatores socioeconômicos, geográficos culturais e familiares) e indiretas (conteúdos veiculados pela mídia).

A aparente conotação que a TV exerce como um meio de descontração e passatempo agradável para as crianças e adolescentes pode fazer com que os pais usem a televisão como uma babá eletrônica, destinando pouca reflexão sobre o teor dos programas veiculados na programação da TV aberta¹³.

Neste texto, propõe-se a conhecer e analisar a programação infantojuvenil da Rede Globo de Televisão destinada a crianças e adolescentes e observar que importância ela tem para a formação desse grupo etário.

Recepção infantojuvenil no Brasil

Investigação realizada por Galhardi e Ortega¹⁴ com objetivos gerais de monitorar a oferta da programação dos canais abertos comerciais generalistas veiculados no estado de São Paulo pelas emissoras Rede Globo, Rede Record e Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) mostra baixa oferta de conteúdos para o público infantojuvenil.

Em âmbito nacional, replicou-se, no ano de 2012, a pesquisa com os mesmos instrumentos e pressupostos, com uma amostra de 19.322 programas emitidos no decorrer de 12 meses contínuos, pelas emissoras-cabeças de redes: Globo, Record, SBT e suas afiliadas nos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul e Bahia. O diagnóstico seguiu idêntico: 6,2% foi a proporção da produção voltada especificamente para o público infantil, restringida a dois formatos: desenhos animados (majoritariamente de origem norte-americana) e programas infantis de produção nacional¹⁵.

Algumas investigações nacionais também validam a influência da TV no comportamento e desenvolvimento das crianças e adolescentes. “Fala galera” é o título de uma pesquisa realizada pelo Centro Latino-Americano de Estudos de Violência e Saúde Jorge Careli (Claves/Fiocruz), em parceria com a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco), na qual os autores buscam compreender os diferentes aspectos de percepção, sociabilidade e construção de identidade de jovens de faixa etária compreendida entre 14 e 20 anos de diferentes estratos socioeconômicos, no município do Rio de Janeiro. Entre os temas abordados, foi tratada a forma como os jovens interpretam os conteúdos e mensagens de cidadania, juventude e violência veiculados na mídia. O diagnóstico apresentado foi o seguinte: 79% dos educadores disseram que a TV influencia de forma negativa os jovens; 47% dos meninos e meninas envolvidos na pesquisa, pertencentes a estratos sociais A e B e 32,1% dos pertencentes aos estratos sociais C, D e E, declararam receber influência negativa dos conteúdos da TV¹⁶. Considera-se que pedem atenção os dados apresentados pela pesquisa “Radiodifusão de Conteúdo Inadequado: a Classificação Indicativa e os Direitos Humanos”¹⁶, realizada por meio de entrevistas coletadas durante o ano de 2008 em domicílios das cinco regiões do Brasil. Nesse cenário, 75,4% das crianças e adolescentes reconhecem a existência de conteúdo inapropriado ao qual eles não devem assistir. Já 74,8% dos pais e responsáveis entrevistados afirmaram um alto grau de preocupação com os conteúdos exibidos pela programação, listando entre eles: cenas de sexo, violência, formação de conceitos e comportamentos não éticos e drogas¹⁷.

Materiais e método

Foi aplicada a técnica de análise de conteúdo quantitativo sobre a programação da emissora de televisão aberta comercial Rede Globo. O período estabelecido para a análise da grade televisiva compreendeu um total de sete dias consecutivos, entre 29 de fevereiro e 6 de março de 2016.

Neste sentido, Gambaro e Becker (2016), em sua pesquisa sobre a grade de programação da Rede Globo, advertem que desde o “final da década de 1970, a emissora introduziu o seu ‘padrão de qualidade’, fórmula desenhada que mantém, como um dos elementos, a programação horizontal e tradicionalmente estável até os dias atuais”¹⁸.

Galhardi e Ortega¹⁴ constataram a inserção de *reality show* e programas musicais nos meses de janeiro e fevereiro. No mês de dezembro, também se observou a inclusão na grade de programas musicais¹⁵.

Portanto, o recorte de análise de uma semana de programação se determina em função de um fluxo estável de oferta das obras audiovisuais.

Analisou-se a transmissão ao longo das 24 horas da projeção, sendo o horário inicial 6h00min e horário final 5h59min do dia seguinte, segundo dados coletados a partir das publicações nas páginas da internet da referida emissora. Os períodos estabelecidos para o estudo foram (A): das 6h00min às 9h59min; (AA): das 10h00min às 14h59min; (AAA): das 15h00min às 18h59min; (AAAA): das 19h00min às 23h59min; e (AAAAA): das 0h00min às 5h59min.

Para este estudo, quantificou-se uma amostra total de 163 programas veiculados pela emissora no período da coleta de dados estabelecido.

A análise de conteúdo estrutura-se em uma série de fases¹⁹. Como em qualquer área de estudo de natureza empírica, o processo de definição conceitual e operacionalização das categorias está entre os passos mais importantes do processo de investigação²⁰. Portanto, foi significativo adotar a definição terminológica precisa das unidades da comunicação discursiva a analisar.

Nesse sentido, realizou-se uma exploração qualitativa dos conceitos aplicados às pesquisas de análise de conteúdos a partir de diferentes perspectivas teóricas: Nordenstreng e Varis²¹, Melo²², Reimão²³, Malcher²⁴, Mazziotti²⁵, Souza²⁶, Tondato²⁷, Garza²⁸, ANDI²⁹, Bakhtin³⁰ e Freire³¹.

Na seguinte fase, elaborou-se o *codbook*, ou livro de códigos, que constitui-se em uma ferramenta fundamental de consulta, explicitando as conceitualizações das unidades de análise e situando as diretrizes para o processo de codificação.

Em seguida, foi elaborada a ficha de análise. Similar a um questionário, a ficha foi manejada como um instrumento de medida das variáveis, na qual as unidades de análises (códigos numéricos ou textuais)^{20,32} foram identificadas e registradas. Nessa etapa, foram selecionadas as fontes ou amostras estatisticamente representativas do objeto de estudo. O suporte foi a página *web* da emissora, examinada como fonte de informação primária.

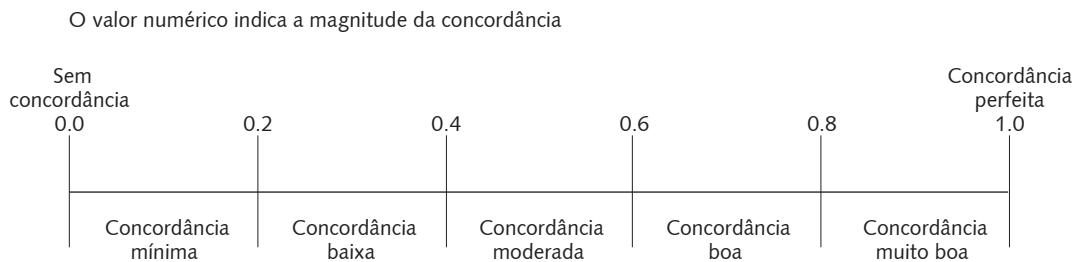
Em continuação, aplicou-se um prévio treinamento da amostra selecionada. O exercício de pilotagem de codificação é um processo imprescindível para que o codificador se familiarize com a prática da análise de conteúdo, implicando esclarecimentos contidas no livro de códigos e, paralelamente, resolvendo dúvidas sobre os distintos critérios de análise²⁰. Cabe precisar que codificar é viabilizar o tratamento de uma quantidade de material bruto mediante regras precisas (recortes, agregação e enumeração), transformando-o em uma descrição curta e representativa de seu conteúdo e tornando-o suscetível à análise^{33,34}.

Na aplicação da análise de conteúdo e em estudos quantitativos, é usual utilizar programas de informática, o que facilita ao analista, estudante ou pesquisador, resultados gráficos e tabelas confiáveis, viabilizando, posteriormente, a elaboração do informe final dos resultados. Para o cumprimento dessa tarefa, foi utilizado o programa estatístico Statistical Package for Social Sciences (SPSS).

Aplicou-se o coeficiente de *Kappa de Cohen* a fim de assegurar a qualidade dos dados para a análise de conteúdo.

Nessa etapa da pesquisa, participaram diferentes colaboradores que analisaram e codificaram separadamente um mesmo material (as unidades de análise). Nessa operacionalização, utilizou-se a porcentagem reduzida do total da amostra (20%). O nível de concordância³⁵ de cada variável que compõe o livro de código apresentado pelos codificadores foi “muito boa”²⁰, validando os dados apresentados nesta investigação, como se observa na Figura 1.

Figura 1. Indicadores do nível de concordância entre codificadores



Fonte: Adaptado de Sociedade Peruana de Bioestatística

Resultados

A seguir, apresentam-se os resultados obtidos por meio da Tabela 1, apresentada a seguir, realizando a interpretação dos dados quantitativos.

Por fim, é preciso esclarecer que, ao realizar a revisão de literatura sobre estudos da programação da emissora Rede Globo, não se encontrou produção acadêmica sobre as obras audiovisuais produzidas e ofertadas à audiência brasileira e nem sobre sua recepção infantojuvenil. Por esse motivo, alguns dos elementos encontrados na programação serão interpretados com apoio nos dados quantitativos apenas, tendo em vista ausência de base teórica para evocar um debate mais profundo.

Tabela 1. Oferta da grade de programação por gênero e período de transmissão (29 de fevereiro a 6 de março de 2016)

Gênero	Período de transmissão					Total
	A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
01 Telejornal	55.6	32.4	0	29.3	14.7	26.8
02 Reportagem	22.2	16.2	0	2.4	2.9	8.5
03 Revista eletrônica	0	0	0	2.4	0	0.6
04 Auditório	0	13.5	4.0	2.4	0	4.3
05 Telenovelas	0	0	64.0	3.7	2.9	18.3
06 Séries	0	0	0	4.9	17.6	4.9
07 Seriado	0	0	0	0	11.8	2.4
08 Filmes	0	0	24	0	38.2	11.6
09 Esportes/transmissão	0	0	4.0	2.4	0	1.2
10 Esporte/Gravado	0	16.2	0	0	0	3.7
11 Musical	0	2.7	0	0	0	0.6
12 Talk show	0	0	0	2.4	2.9	1.2
13 Reality show	0	0	0	17.1	5.9	5.5
14 Humorístico	0	2.7	0	0	0	0.6
15 Missa	3.7	0	0	0	0	0.6
16 Propaganda política	0	0	0	4.9	0	1.2
17 Variedades	18.5	16.2	4.0	0	0	7.3
18 Não se especifica	0	0	0	0	2.9	0.6
Total	100	100	100	100	100	100

A Rede Globo é líder em audiência e atinge 99,62% nos domicílios com TV em todo território nacional³⁶. No período da investigação, a emissora ofertou, conforme informações de categorias disponíveis em sua página eletrônica, os seguintes gêneros: seis novelas de produção nacional (Êta Mundo Bom, Caminho das Índias, Totalmente Demais, A Regra do Jogo, De Pernas pro Ar e Malhação), três séries (Chapa Quente, Mister Brau e Pé na Cova – produção nacional –; e Agentes da S.H.I.E.L.D e Prova do Crime – produção dos EUA); dois seriados (Agenda Proibida e Os Bad Boys – produção dos EUA); 17 programas categorizados pela própria emissora como jornalísticos (Bom Dia Brasil, Autoesporte, Bem Estar, Como Será?, DFTV, Fantástico, Globo Repórter, Globo Rural, Hora Um da Notícia, Jornal da Globo, Jornal Hoje, Jornal Nacional, MGTV, PEGN, Profissão Repórter, RJTV

e SPTV); 13 programas definidos na página *web* da emissora como variedades (Altas Horas, Amor & Sexo, Caldeirão do Huck, Criança Esperança, Domingão do Faustão, É de Casa, Encontro com Fátima Bernardes, Esquenta!, Estrelas, Mais Você, Programa do Jô, Tamanho Família e Vídeo Show); dois programas de humor (Tá no ar: a TV na TV e Zorra); cinco programas de esportes (Corujão do Esporte, Esporte Espetacular, Fórmula 1, Globo Esporte, Planeta Extremo); três *reality shows* (Big Brother Brasil, Super Star e The Voice Brasil), 16 filmes de produção norte-americana, sendo seis veiculados no horário vespertino (Esposa de mentirinha, Uma manhã Gloriosa, Querido John, De Repente Grávida, Mudança de Hábito e Eu sou o número quatro) e dez no período noturno (Morto ao chegar, Plano de voo, O Homem da Califórnia, Beleza do mundo dos negócios, O vigilante, Lista Negra, Uma loira em minha vida, Nosso Tipo de Mulher, Os três mosqueteiros e Olho por Olho). Além desses, há também um de produção nacional (O Primo Basílio)³⁷.

Comparando-se as estatísticas apresentadas no monitoramento da grade de programação durante o ano de 2012 e os dados quantitativos apresentados nesta investigação, observa-se, *a priori*, a extinção dos programas infantis e dos desenhos animados (Tabela 2).

Tabela 2. Oferta da grade de programação por gênero e período de transmissão (16 de janeiro a 31 de dezembro de 2012)

Gênero	Período de transmissão					Total
	A	AA	AAA	AAAA	AAAAA	
01 Telejornal	19.7	27.8	17.8	26.5	7.8	19.2
02 Reportagem	46.7	1.1	0.7	2.1	1.9	10.6
03 Entrevista	0.0	5.0	0.0	0.0	8.4	3.2
04 Revista eletrônica	0.0	0.0	0.0	4.8	0.0	0.9
05 Auditório	0.0	7.2	10.1	4.3	0.9	4.0
06 Desenho animado	11.0	9.2	0.0	0.0	30.	4.9
07 Telenovelas	0.0	0.0	43.3	34.4	0.7	13.1
08 Séries	0.0	0.4	0.0	0.6	0.9	0.4
09 Seriados	0.0	0.0	0.0	2.5	3.0	1.2
10 Filmes	0.0	3.1	11.8	7.7	21.0	9.3
11 Esportivo/transmissão	0.6	2.8	6.8	0.6	2.9	2.5
12 Esportivo/gravado	5.0	17.5	0.0	0.0	4.9	5.8
13 Musical	0.0	0.9	0.7	0.0	5.4	1.2
14 Talk show	0.0	9.4	0.0	0.0	0.4	2.0
15 Reality show	0.0	0.0	2.4	5.6	3.6	2.2
16 Infantil	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.2
17 Humorístico	0.0	2.0	0.0	5.6	0.0	1.4
18 Educativo	0.0	0.0	0.0	0.0	27.4	7.1
19 Missa	7.6	0.0	0.0	0.0	8.1	3.6
20 Propaganda política	0.0	3.9	0.0	5.2	0.0	1.7
21 Variedades	9.3	8.8	7.0	0.2	0.0	4.8
22 Eventos	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0
Total	100	100	100	100	100	100

Até junho de 2012, os desenhos animados eram veiculados de segunda a sábado na grade de programação matinal da emissora¹⁵. No dia 25 de junho de 2012, a Rede Globo retira da grade os desenhos animados exibidos no formato TV Globinho, de segunda a sexta, e estreia o programa de auditório Encontro com Fátima³⁸.

Em 2015, a emissora coloca fim na programação infantil e ocupa a grade aos sábados com três horas de duração, inaugurando o programa de variedades *É de Casa*. Quando a Rede Globo encerrou os desenhos animados de segunda a sexta-feira, a direção da emissora já defendia o fim da programação infantil argumentando que “a migração da plateia mirim para os canais pagos feitos só para sua faixa etária é uma tendência mundial”³⁹.

A jornalista e apresentadora Patrícia Poeta, do programa *É de Casa*, endossa a argumentação da direção da emissora, afirmando que “é uma tendência mundial que a TV aberta atenda melhor ao público adulto e o público infantil vá todo para a TV paga, que tem uma série de canais, para as mais variadas faixas etárias”³⁹.

Nesse contexto, a “Pesquisa brasileira de mídia: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira” revela que somente 26% dos lares brasileiros têm acesso a um serviço pago de televisão⁴⁰.

Com a extinção da programação infantil, crianças e adolescentes encontram também na grade da emissora uma massiva oferta de telejornais nos períodos matinais (A e AA).

Gênero de caráter informativo, o telejornal exerce um papel socializador contínuo que vai da infância à velhice e é por meio dele que o indivíduo internaliza a cultura de seu grupo e interioriza as normas sociais⁴¹. Não obstante, tais programas incluem na pauta notícias de crimes e cenas de violência⁴².

Estudo realizado pela Agência de Notícias dos Direitos da Infância (Andi), objetivando compreender a forma como a violência é representada nas narrativas veiculadas nos telejornais, comprova que os dez programas jornalísticos veiculados nas principais capitais do Brasil disseminaram, por meio de suas narrativas, violações dos direitos humanos, “a sensação de impunidade, o descrédito nas instituições responsáveis pela administração da justiça e a crença no caminho da violência, da intolerância, do arbítrio e do crime”⁴³.

O segundo gênero que se destaca na grade, nos períodos (AA) e (AAA), é o programa de auditório. É necessário sublinhar que esse formato é publicado e divulgado na página *web* da emissora como sendo um programa de variedades. Ora, se a função classificatória dos gêneros televisuais é orientar o telespectador em relação ao conteúdo que será exibido, nota-se um teor escorregadio na classificação⁴⁴ do texto midiático adotado pela emissora. Como bem coloca Aronchi⁴⁵, atualmente, as emissoras de TV classificam os programas de auditório como sendo de variedades por dois motivos: primeiro, como forma de elitizar o formato com o objetivo de atrair anunciantes e, segundo, atrair o telespectador em vez de se restringir à essência do gênero.

Outra observação pertinente sobre esse item da grade é sua inclinação em veicular quadros inapropriados para o público infantojuvenil. Algumas investigações vêm mostrando isso. A pesquisa “Violência na mídia ou violência na sociedade? A leitura da violência na mídia”⁴⁶ objetivou compreender, do ponto de vista do telespectador, o que é um programa sensacionalista e violento nas emissoras de TV aberta comercial do Brasil. Os resultados evidenciam que o receptor considera como violência a falta de respeito e as brigas entre participantes nos programas de auditório, assim como a forma como o corpo feminino é explorado, a exposição exacerbada da vida de deficientes físicos e a reprodução de cenas que mostram sangue e conflitos com uso de armas de fogo entre policiais e bandidos.

Outro fenômeno em destaque é a participação majoritária das telenovelas no período (AAA). Comparando-se os resultados estatísticos do monitoramento da grade de programação da emissora no ano de 2012 com os dados quantitativos divulgados nessa investigação, observa-se que a Rede Globo incrementou 5,2% de produção e transmissão do gênero no mencionado período.

Nessa abordagem, Sampaio⁴, ao analisar a preferência do público infantojuvenil face aos conteúdos presentes na programação televisiva, constata que 87% do total desse grupo tem preferência por filmes; 75%, por desenhos animados; e 62%, por telenovelas. O Instituto Central Internacional para a Juventude e a Televisão Educativa, na Alemanha, sinaliza o estabelecimento de relações afetivas de crianças e adolescentes com personagens de telenovela com os quais se identificam⁴⁷.

O segundo gênero que divide a tela da TV com as telenovelas, no período (AAA), são os filmes. Cabe precisar que as seis obras cinematográficas veiculadas nesse período procedem dos Estados Unidos e cinco delas não são recomendadas para menores de dez anos. Segundo a avaliação do conteúdo dos filmes realizado pelo Ministério da Justiça⁴⁸, há os seguintes filmes, com seus respectivos descritores de análise: 1-Esposa de mentirinha – linguagem impropria; 2-Uma manhã gloriosa – conteúdo sexual e drogas lícitas; Querido John – cenas de violência; De repente grávida – uso de drogas lícitas); Eu sou o número quatro – cenas de violência; Mudança de hábito (livre).

Ocupando a primeira colocação no *ranking* de obras audiovisuais preferidas por crianças e adolescentes, “os filmes fazem parte do processo global de socialização dos jovens e seus efeitos pró-sociais não podem ser ignorados. Filmes podem auxiliar escolas, famílias na educação sobre a fenomenologia da delinquência juvenil”⁴⁹. Em contraposição, os filmes que apresentam cenas de violência, segundo vários autores, contribuem para a conduta agressiva de crianças e adolescentes.

Em pesquisa de caráter experimental, com a participação de 360 adolescentes de ambos os sexos, a investigadora Gomide⁵⁰ analisa o impacto dos filmes contendo cenas de violência, utilizando como instrumento de medida os filmes *Time Cop: o guardião do tempo*, *Kids* e *Mortal Kombat*, todos de produção norte-americana. O diagnóstico do estudo evidenciou que crianças e adolescentes após exposição aos conteúdos violentos dos filmes apresentaram comportamentos agressivos.

No que tange aos programas de variedades, registra-se um aumento expressivo do gênero nos períodos matinais (A) e (AA). Tradicionalmente, o programa de variedades é o carro-chefe da emissora, projetado para ofertar entretenimento para toda a família. Sua análise exige um olhar mais atento em dois sentidos: em relação ao que compõe o termo “variedades” (pois, assim como os programas de auditório, este engloba diversas atrações destinadas ao público adulto⁴⁴) e para o fato de esse formato ser conduzido por um apresentador, mas mantendo como cenário assistentes de palco bailarinas com trajes, gestos e comportamentos sensuais. É o caso do programa dominical *Domingão do Faustão*, veiculado das 17h às 21h.

A pesquisa intitulada “A influência televisiva como desencadeadora da erotização infantil na contemporaneidade entre crianças de 3 a 5 anos” demonstra que o acesso por parte do público infantil a conteúdos erotizados, estimula as crianças a imitar a sensualidade adulta, por meio da linguagem, do vestuário e da conduta inapropriada para sua faixa etária⁵¹.

Conclusões

Localizar em 2016 um panorama similar ao monitoramento realizado em 2009 e 2012 leva a constatar a predominância de programas de orientação adulta na grade de programação da emissora, como expressam os dados estatísticos aqui expostos. Cabe precisar que o Decreto 236, de 28 de fevereiro de 1967, determina a obrigatoriedade de produção e transmissão de programas educativos na grade de programação das emissoras de TV⁵². Isso não se encontrou na programação no período estudado de 2016 da TV Globo. Ressalta-se, portanto, a ausência de conteúdos específicos para crianças e adolescentes, como desenhos animados ou programas infantis, extintos da grade de programação dessa emissora.

Os dados desta pesquisa permitem evidenciar a massiva veiculação de programas jornalísticos nos períodos matinais (A) e (AA), nos quais, segundo autores já citados, observa-se violação dos direitos humanos, assim como a incitação à violência.-

Destaca-se a centralidade das telenovelas nacionais e dos filmes de produção exclusiva dos Estados Unidos no período (AAA). Nesse caso particular, algumas contribuições acima citadas alertam para a probabilidade de contribuírem para o desenvolvimento de perfil violento em crianças e adolescentes quando apresentam reiteradamente cenas de violência.

Observa-se também nos períodos matinais que os programas de variedades e de auditório vêm ganhando cada vez mais espaço na grade de programação da emissora. Essa categoria de programa é direcionada principalmente para o público adulto.-Considerando a relevância da temática, destaca-se no Brasil uma lacuna de estudos sobre conteúdo da mídia, sob a ótica da saúde pública⁵³.

Apesar de pesquisadores brasileiros se apoiarem nas teorias de estudos realizados em diversos países, urge por parte de centros acadêmicos o desenvolvimento de pesquisas sobre a violência na mídia, com adequações teóricas e metodológicas ao contexto nacional, particularmente enfatizando os aspectos socioculturais e os interesses econômicos na forma de produção, circulação e consumo dos produtos midiáticos veiculados pela indústria cultural¹³.

No cenário apresentado, registra-se a necessidade de estudos subsequentes que monitorem e examinem por meio de uma leitura textual e em um fluxo contínuo os conteúdos das obras do setor audiovisual destinados ao público infantojuvenil, para que se ofereça uma programação saudável para crianças e adolescentes. É necessário ampliar a discussão e suscitar que o governo e entidades reguladoras da indústria televisiva nacional tomem medidas necessárias para a adequação das normas de proteção da infância e adolescência e do direito à educação midiática.

Contribuições dos autores

Claudia Galhardi foi responsável pela elaboração e delineamento do manuscrito; e análise e interpretação dos resultados. Maria Cecília de Souza Minayo orientou a pesquisa e contribuiu na revisão crítica. Ambas autoras participaram ativamente da discussão dos resultados, da revisão e da aprovação da versão final do trabalho.

Referências

1. Presidência da República (BR). Constituição (1988). Emendas Constitucionais de nº 1 a 15. Constituição da República Federativa do Brasil. 17a ed. São Paulo: Atlas; 2001.
2. Fachine Y. Núcleo Guel Arraes: formação, influências e contribuições para uma TV de qualidade no Brasil. In: Figueirôa A, Fachine Y, editores. Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro. Recife: CEPE Editora; 2008. p. 23.
3. Camurra L, Teruya TK, Mesti RL. Os conteúdos televisivos nos gostos e preferência infantis. Rev Educ PUC Campinas. 2007; 23:91-101.
4. Sampaio I. Modos de ver a violência na mídia entre adolescentes cearenses. Compós. 2008; 11(3):1-18.
5. Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior 1972. Television and growing up: the impact of televised violence. Report to the Surgeon General, United States Public Health Service. Washington: Government Printing Office; 1972.
6. Groebel J. Acesso à mídia e uso da mídia entre as crianças de 12 anos no mundo. In: Carlsson U, Von Felitzen C, organizadores. Criança e a mídia: imagem, educação, participação. São Paulo: Cortez; 2002.
7. Strasburger VC, Wilson BJ. Children, adolescents & the media. Thousand Oaks: Sage Publications; 2002.
8. Igartua JJ. La infancia construida: efectos prosociales y antisociales de los contenidos televisivos. Doxa Comun. 2007; (6):179-206.

9. Thorfinn H. Children, ethics, media. Stockholm: Save the Children Sweden; 2002.
10. McQuail D. Teorias da comunicação de massa. Porto Alegre: Penso; 2013.
11. Michaud Y. A violência. São Paulo: Ática; 1989.
12. Santos JR. O que é comunicação. São Paulo: Difusão Cultural; 1992.
13. Barros Filho J, Pegoraro JL, Gomes LR, Souza I, Ferreira JA, Simon FO, et al. A programação infantil na TV aberta: a (des) informação das crianças. Rev Iberoam Educ. 2011; 55(2):3-10.
14. Ortega F, Galhardi C. Propuesta metodológica para el análisis de contenido de la parrilla de televisión en Brasil: análisis de un caso práctico en el Estado de São Paulo, Rio Grande do Sul, Estado da Bahia. In: Anais Eletrônicos de lo Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación em Comunicación y del Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación; 2013; Segovia, Espanha. Segovia: 2013 [citado 20 Jun 2017]. Disponível em: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=4228799>.
15. Galhardi CP. Investigación de los flujos televisivos en Brasil: análisis de la parrilla de programación de la televisión en los Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul y Salvador de Bahía en el año 2012 [tese]. Salamanca: Universidade de Salamanca; 2014.
16. Minayo MCS, Assis SG, Souza ER, Njaine K, Deslandes SF, Silva CMFP, et al. Fala galera: juventude, violência e cidadania na cidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Garamond; 1999.
17. Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Classificação. Pesquisa radiodifusão de conteúdo inadequado: a classificação indicativa e os direitos humanos [Internet]. Brasília; 2017 [citado 24 Jan 2017]. Disponível em: <http://culturadigital.br/classind/sobre-2/material-de-apoio/pesquisas-e-centros-academicos/>.
18. Gambaro D, Becker V. Queda de audiência e programação televisiva: uma análise das mudanças na grade da Rede Globo. Rev Front. 2016; (3):348-64.
19. Bardin L. Análises de conteúdo. São Paulo: Almedina Brasil; 2011.
20. Igartua JJ. Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Bosch; 2006.
21. Nordenstreng K, Varis T. ¿Circula la televisión en un solo sentido? Examen y análisis de la circulación de los programas de televisión en el Mercosur. París: UNESCO; 1976 [citado 8 Out 2016]. Disponível em: <http://unesdoc.unesco.org/imagens/0013/00134279so.pdf>.
22. Melo JM. Para uma leitura crítica da comunicação. São Paulo: Paulinas; 1985.
23. Reimão S. Em instantes: um estudo sobre programas da TV Brasileira (1965-2000). São Paulo: Universidade Metodista; 2006.
24. Malcher MA. Gênero ficcional televisivo: instância mediadora da comunicação massiva. In: Anais do Intercom 2001 – 24o Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação; 2001; Campo Grande. Campo Grande: Intercom; 2001. p. 1-12.
25. Mazziotte N, Borda L, Heidenhain C, Weiss ML. Tendencias en la circulación de programas televisivos en el Mercosur. Rev Famecos. 2001; 8(14):6-44.
26. Souza JCA. Gêneros e formatos na televisão brasileira. São Paulo: Summus; 2004.
27. Tondato MP. Negociação de sentido: recepção da programação de TV aberta [tese]. São Paulo: Universidade de São Paulo; 2004.
28. Garza JM. La oferta de televisión en América Latina: hacia un análisis de flujos. ZER. 2005; 10(19):145-27.
29. Ministério da Justiça (BR). Classificação indicativa: construindo a cidadania na tela da tevê. Brasília: ANDI; 2006.

30. Bakhtin MM. Estética da criação verbal. São Paulo: Martins Fontes; 2006.
31. Freire FJ. A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo. Porto Alegre: Sulina; 2009.
32. Casetti F, Di Chio F. Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós; 1999.
33. Bauer MW, Gaskell G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes; 2007.
34. Kientz A. Para analizar los mass media: el análisis de contenido. Valencia: Fernando Torres; 1976
35. Condori JAS. Análisis de Datos Clínicos y epidemiológicos. Arequipa: Bioestadístico; 2010 [citado 20 Out 2016]. Disponível em: www.bioestadistico.com.
36. Mídia G. Mídia dados Brasil. São Paulo: Nobel; 2016.
37. Rede Globo de Televisão [Internet]. Rio de Janeiro; 2016 [citado 14 Out 2016]. Disponível em: <http://redeglobo.globo.com/programação.html>
38. Rede Globo de Televisão. Encontro com Fátima Bernardes. Rio de Janeiro; 2016 [citado 14 Out 2016]. Disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/programas/entretenimento/auditório-e-variedades/encontro-com-fatima-bernardes/estréia.htm>.
39. Estadão. Cultura: estréia do É de Casa encerra o último suspiro da programação infantil [Internet]. Estadão; 2015 [citado 3 Fev 2017]. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/noticias/televisao,estrela-do-e-de-casa-na-globo-encerra-ultimo-suspiro-da-programacao-infantil-no-canal,1736231>.
40. Presidência da República (BR). Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom; 2014.
41. Lima VA. Sete teses sobre a mídia e política no Brasil. Rev USP. 2004; 61:48-57.
42. Rondelli E. Imagens da violência: práticas discursivas. Tempo Soc. 1998; 10(2):145-57.
43. Varjão S. Violações de direitos na mídia brasileira: ferramenta prática para identificar violações de direitos no campo da comunicação de massa. Brasília, DF: ANDI; 2015.
44. Maia JP. Programas de variedades na TV e entretenimento: investigando o rastro dessas relações. Ação Midiática. 2014; 1-13.
45. Aronchi JCA. Gêneros e formatos na televisão brasileira. São Paulo: Summus; 2004.
46. Tondato MP. Violência na mídia ou violência na sociedade? A leitura da violência na mídia. Rev Famecos. 2007; 32:126-33.
47. Mídia e Infância: o impacto da exposição de crianças e adolescentes a cenas de sexo e violência na TV. Brasília; 2012 [citado 2 Jan 2017]. Disponível em: <http://www.ciranda.org.br>.
48. Ministério da Justiça (BR). Classificação indicativa. Brasília; 2017 [citado 15 Out 2017]. Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/ClassificacaoIndicativa/EscolhaTipo.jsp>.
49. Verdugo AAG. Audiencias e interpretación cinematográfica: del fan al espectador crítico. Questión. 2015; 1(47):359-75.
50. Gomide PIC. A influência de filmes violentos em comportamento agressivo de crianças e adolescentes. Psicol Reflex Crit. 2000;13(1):127-41.
51. Figueiredo AOG, Melo ACS, Silva CV, Mota GPF, Oliveira JCC, Costa MGA. A influencia televisiva como desencadeadora da erotização infantil na contemporaneidade entre crianças de 3 a 5 anos. Pedagog Ação. 2009; 1(2):63-70.

52. Presidência da República (BR). Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Brasília; 1967.
53. Nijaine K, Minayo MCS. A violência na mídia como tema da área da saúde pública: revisão da literatura. Cienc Saude Colet. 2003; 9(1):201-11.

Galhardi C, Minayo MCS. Oferta de programación de la Red Globo de Televisión para el público infanto-juvenil: estudio empírico. Interface (Botucatu). 2018; 22(67):1147-58.

Aunque la contemporaneidad haya traído el desarrollo, la presencia y el uso de nuevas plataformas de comunicación y entretenimiento, en Brasil la televisión sigue siendo el medio de masa más consumido por niños y adolescentes. En este escenario, 75,4% de los niños y adolescentes reconocen la existencia de contenido inadecuado que ellos no deberían ver. Por lo tanto, este artículo tiene el objetivo de revelar el actual cuadro de oferta de programas destinados al público infanto-juvenil de la emisora de mayor audiencia del país, la Red Globo, una red de televisión comercial abierta brasileña con sede en la ciudad de Río de Janeiro. Se trata de un estudio empírico cuantitativo, realizado a partir de la técnica de análisis de contenido de la programación vehiculada en el período de marzo de 2016. Los resultados muestran una escasa transmisión de contenidos adecuados al público infanto-juvenil.

Palabras clave: Televisión. Programación infantil. Niños y adolescentes. Análisis de contenido. Brasil.

Submetido em 13/09/17. Aprovado em 17/12/17.