

ALTERAÇÕES COMPORTAMENTAIS DAS CRIANÇAS PELA INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO

Casandra G. R. Martins Ponce de Leon¹
Andréa de O. R. Cavalcanti²

RESUMO

À luz da psicologia comportamental verificam-se vários distúrbios comportamentais originados pela influência da televisão. Este trabalho procurou reunir alguns distúrbios mais marcantes nas crianças. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, realizada no ano de 2003. Tanto crianças como adultos podem adquirir atitudes, comportamentos emocionais e padrões complexos de comportamento por meio de modelos apresentados na televisão. Com este trabalho, concluímos que a televisão exerce um papel muito importante no desenvolvimento infantil, pois influencia de forma decisiva a linguagem, as atitudes, o consumo e ainda o desempenho escolar. Não cabe somente à Psicologia ou à Pedagogia a responsabilidade de educar e difundir esta mensagem, todos devem ter a consciência de que são educadores e assim contribuir para uma melhor saúde integral da criança.

UNITERMOS: Alterações comportamentais. Crianças. Televisão.

TECENDO CONSIDERAÇÕES

Atualmente não se concebe uma família não possuir uma televisão, uma vez que esta traz informações (locais, regionais, nacionais e internacionais), distrai o indivíduo, repassa conteúdos de todas as áreas (culinária, saúde, ensino, música, arte, entre outras). Vale ressaltar que, ademais de determinadas restrições, as crianças absorvem muitas informações e padrões de condutas pela televisão.

A influência que a televisão exerce sobre uma criança é um tema pouco debatido, no entanto, a discussão dessa questão é de suma importância para a saúde integral³ da criança, e para o futuro ser humano que se tornará.

Existem diversos fatores que contribuem para a formação⁴ do indivíduo, da sua infância à fase adulta: a influência dos pais, dos familiares, dos professores, dos colegas da

¹ Enfermeira, Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Enfermagem, do Centro de Ciências da Saúde, Universidade Federal da Paraíba. casandramart@bol.com.br

² Enfermeira pela Universidade Federal da Paraíba. andreacjp@yahoo.com

³ Segundo Ferreira (2000), o todo, global, por inteiro.

⁴ A formação percebida como a maneira por que se constituiu uma mentalidade, um caráter, ou um conhecimento profissional.

escola, dos amigos, do time de esporte, do(a) namorado(a), da banda musical predileta, de um ídolo social e dos meios de comunicação (a exemplo da televisão).

De acordo com Iónata (1993), em seu artigo intitulado “A hipnose da televisão”, encontramos diversos comentários sobre o referido tema, como por exemplo: “a televisão é um instrumento de controle social muito forte”, outros ainda acham que “é tão perigosa para a liberdade pessoal, que deveria simplesmente ser banida”. Estes são comentários negativos em relação ao “poder” da televisão (TV), no entanto existem pessoas que acreditam que este meio de comunicação pode curar todo o tipo de mal (CANEVACCI, 1994).

Acreditamos que a televisão é um meio de comunicação mundialmente difundido e existente em (quase) todos os lares. Através deste, o homem sabe o que ocorre no extremo Oriente, na Europa, no sul do país, em qualquer lugar do planeta, pois as informações fluem a uma velocidade incrível, e todos os cidadãos têm acesso. Porém, convém conhecer os limites desse meio de comunicação, e é nesse sentido que estudamos sobre a influência da televisão no desenvolvimento psicossocial da criança e do adolescente.

Quando Iónata (1993) mostra que o indivíduo pode chegar a um “transe hipnótico”⁵, ele mostra que a pessoa pode ser facilmente sugestionada. Por conseguinte, a indução com meios físicos, utilizados no âmbito clínico como técnica hipnótica é semelhante ao que ocorre quando se assiste à televisão. Os meios físicos mais utilizados para hipnotizar são aqueles que envolvem a audição e a visão.

O autor supracitado relata um episódio sobre uma menina de 10 anos que apresentava crises de sonambulismo com sintomas catalépticos (tremores) todas as vezes que estava costurando e precisava fixar o olhar atentamente, e durante muito tempo no mesmo ponto do tecido. Este incidente mostra a importância da visão e da posição dos globos oculares para atingir o ofuscamento dos sentidos. As condições de transe, de imobilidade e de inércia psicomotora coincidem com a 1ª fase da hipnose.

O mesmo autor prossegue explicando como ocorre a 2ª fase da hipnose, que envolve a penetração das sugestões do operador no inconsciente do sujeito hipnotizado. Do qual temos o exemplo da publicidade.

⁵ Estado alterado de consciência, onde as faculdades lógico-críticas da pessoa ficam reduzidas ao mínimo, de acordo com Iónata (2003).

“Da próxima vez que fizer compras, leve para casa...”; “Aproveite, compre ainda hoje!”; “A sua família vai ficar muito feliz pela escolha que você fez.”; “Você merece uma pausa...”

Nessa fase, visualiza-se a postura de um telespectador observando um filme: olhar fixo, olhos vazios e vidrados, queixo caído, boca ligeiramente aberta, língua apoiada sobre os dentes inferiores (estado de transe).

Imagine o seguinte: um eremita vivendo numa caverna com televisão e tendo contato com o mundo exterior através desta, nesse caso, o conceito da natureza humana seria baseado na psicologia superficial das pessoas da televisão.

Wheeler (1993) critica a televisão dizendo que esta conduz muitos indivíduos a crer que a honestidade é para os “parvos” e ingênuos, quando o trabalho duro é para os “estúpidos”⁶, quando um ato de bondade desinteressada é apresentado como inacreditável nos programas de televisão. Um problema inerente ao hábito de ver televisão está relacionado com o fato de não se ler tanto quanto se deveria.

Na leitura, é necessário interpretar o que se lê, implicando, desta forma, um esforço mental e pessoal, a fim de traduzir a palavra em imagens interiores. Todo esse trabalho criativo que ocorre com o leitor, não ocorre com o telespectador.

Segundo Pessoa (1997), a televisão não existe para educar ou informar, mas para vender. Vender hábitos, idéias e produtos, chegando até a mudar valores, princípios e crenças. Mesmo porque vender hábitos e idéias é, necessariamente, educar para o bem ou para o mal, ou seja, educar ou deseducar. Sob esse aspecto a TV não só informa, mas forma ou deforma.

O autor supra mencionado afirma que a tendência mundial da TV é nivelar a cultura por baixo, massificar e dopar as multidões.

Este trabalho pretende revelar uma realidade atual, mostrando alguns danos ao desenvolvimento do ser social, que altera certos comportamentos, podendo culminar em resultados negativos. No decorrer desta produção teremos a oportunidade de ver alguns aspectos da influência da televisão nos indivíduos, principalmente em crianças e adolescentes.

⁶ Neste contexto, referimo-nos à falta de inteligência, de discernimento.

CAMINHANDO PELA TAMÁTICA

De acordo com as diferentes óticas da influência da televisão no ser humano, verificamos que esta pode ser agrupada em cinco formas: desinteresse pelo estudo/diminuição da capacidade de aprendizagem (CUNHA, 1997; PESSOA, 1977); agressividade/violência (IÓNATA, 1993); estímulo à sexualidade precoce (LUZ, 1994; WHEELER, 1997); consumismo (IÓNATA, 1993; LOT, 1995) e interação social alterada (IÓNATA, 1993; WHEELER, 1997; PESSOA, 1977).

Segundo o Dr. Joel L. Wheeler⁷ (1997), os estudos realizados com “os filhos da televisão” resultaram nas seguintes considerações:

- 1 - eles têm capacidade muito reduzida de fixar a atenção;
- 2 - dão-se bem com o barulho, conflito e a confusão;
- 3 - são muito mundanos nas suas opiniões e atitudes, muito familiarizados com o sexo, corrupção governativa e os receios dos adultos, antes de terem sequer lido o seu primeiro livro;
- 4 - têm pouco respeito pelos adultos (pais e professores);
- 5 - encaram a escola como algo descabido e um castigo;
- 6 - são cheios de hostilidade ou de medo e são propensos a resolver tudo por meio de violência;
- 7 - não dormem horas suficientes e, além disso, dormem mal;
- 8 - são propensos a rejeitar as normas do bom relacionamento entre pessoas;
- 9 - não gostam de colaborar com os outros;
- 10 - são antidemocratas e têm preconceitos acerca das minorias.

Desinteresse pelo estudo e diminuição da capacidade de aprendizagem é uma consequência inevitável, embora seja incorreto generalizar. Como já foi comentado anteriormente, o cérebro se desenvolve melhor com o aumento da leitura, exercendo a criatividade e raciocínio lógico e imaginativo. O exemplo dos pais é fundamental; se as crianças vêem os pais lendo, provavelmente não terão problema em ler, pois é um comportamento natural.

⁷ Dr. Joel L. Wheeler é um estudioso do fenômeno da mídia. Ele preside os Departamentos de Comunicação e Inglês da Universidade do Columbia Union, em Maryland nos Estados Unidos.

O que ocorre com muitas crianças é o desinteresse pela escola, achando tudo enfadonho e os professores desatualizados, achando que a televisão está atualizada e os demais estão atrasados (desatualizados).

Em relação à violência, o Comitê da ONU (Organização das Nações Unidas) enfatizou o direito da criança ter acesso à mídia, porém está preocupado com o possível impacto negativo da violência na mídia (CARLSSON e FEILITZEN, 1999).

Iónata (1993) contribui com este estudo afirmando que os psicólogos crêem em três tipos de influência: desinibição, ativação e reforçamento.

A desinibição age no sentido de reduzir ou suprimir, no indivíduo, as formas de inibição e autocontrole que foram desenvolvidos, ao longo da infância, em relação a comportamentos molestos. A ativação ou “efeito despertador” dispara formas de reação que jazem adormecidas ou reprimidas na pessoa, formas de reação de tipo anti-social. O reforçamento refere-se ao mecanismo que faz com que certas respostas – por exemplo, as agressivas – se tornem mais vigorosas e com maior probabilidade de ocorrência, em virtude do estímulo reforçador representado pelas imagens presenciadas pelo telespectador.

Wheeler (1997) também contribui para reforçar este aspecto, mostrando um estudo feito na Universidade de Washington, sobre as lições que se alcançaram acerca da violência exibida na televisão: a violência aumenta cada vez mais; ela dá resultado; a violência freqüentemente é recompensada; é muitas vezes justificável; é decisiva; é muitas vezes divertida; faz-se muitas vezes só por divertimento; a violência faz-se por vezes usando maneiras novas e originais; é mais apropriada para os homens do que para as mulheres; e é algo para se ver, tolerar e até para entreter.

Não cabe aqui referir as condições socioeconômicas que contribuem para o aumento da violência; sabemos que esse é um fator super-relevante, porém, a mídia tem uma parcela de contribuição na formação dos indivíduos, fazendo com que a violência se torne “famosa” e até interessante.

Quanto à sexualidade, foi feito uma pesquisa com adolescentes, onde Luz (1994) perguntou qual era a opinião dos adolescentes sobre o sexo na televisão. Obteve as seguintes respostas:

“O sexo na televisão tá tri⁸: deveria mostrar mais, bem mais.”(feminino);

“As pessoas tão falando que a televisão é muita taradice, mas, não sei não. A TV ensina muita coisa de sexo pra o jovem.”(masculino)

Mas existe ainda a opinião diferente:

“O sexo na TV é válido. Instrui e ao mesmo tempo, porém, pode estragar um pouco. Na TV ele é mostrado assim com muita força.” (masculino);

“Tem muito sexo na TV. Tem mesmo é muita baixaria, não deveria estar acontecendo isso daí.” (masculino);

“Acho que tem que ser divulgado mesmo, porque, para as pessoas ficarem mais cultas, sabendo do que se trata tudo, de uma maneira correta a divulgação, apenas isto. Não convém exagerar.” (masculino)

Segundo esta pesquisa, os jovens apontaram as novelas como as responsáveis pelas maiores cenas de sexo. Eles alegam que o uso/abuso da televisão sobre esse tema, conduz as crianças e adolescentes a conseqüentes deturpações do entendimento e conduta futura.

Os adolescentes relatam o sentido positivo e negativo do sexo na televisão. O sentido positivo está relacionado ao erotismo que pode provocar e pela oportunidade que os jovens têm de aprender sobre o sexo como algo normal e bonito, uma vez que antigamente era tabu. Já o sentido negativo refere-se à estimulação sexual precoce.

Podemos, ainda, observar alguns relatos pessoais de jovens adolescentes sobre a questão de sexo (LUZ, 1994):

“O sexo que aparece na TV o jovem já sabe. Acho que não ensina, não. Mas numa fase de 13-14 anos ensina e influi muito. Incentiva, mas um monte eu acho. Cenas de sexo na TV, depende muito da cena, né?” (feminino);

“Aprender sexo pela TV vai depender de como ela mostra. Assim ó, na novela eles não mostram. Já botam o casal... A criança pequena não sabe o que eles estão fazendo, não sabem o perigo que estão correndo.”(masculino);

“A TV ensina muita coisa de sexo para o jovem. Muita coisa eu aprendi. Olha, aquelas mulhé (SIC), tirando a roupa, indo para cama com o cara. Aquilo lá é... bom. Bah, se é bom.”(masculino).

⁸ Tri – é um jargão, que significa triste, fraco, ridículo.

Ressaltando neste momento a influência da TV no consumismo, Pacheco (1998, p.146) refere que existem indicadores fortes em relação ao que é mostrado na TV e alguns distúrbios infantis, como mostra em um estudo⁹, que as crianças adotavam hábitos iguais aos da TV (80%) e, dependendo da faixa etária da criança, o índice de ansiedade que a TV gerava era de mais de 90%. Em outro estudo¹⁰, o autor supracitado refere que a maioria das crianças pesquisada declarava ter ficado com vontade de obter os produtos que eram mostrados na TV. Dentre esses produtos de consumo, destacaram-se as guloseimas, roupas e objetos de uso pessoal.

Em relação à interação social, percebemos que a televisão anula o espaço de diálogo entre as pessoas, restando o isolamento social; a relação passa a ser entre o telespectador e a televisão. Por tudo o que foi expresso, acreditamos que algumas condutas humanas podem se modificar, muitas vezes por imitação de personagens televisivos, anulando a personalidade formada até então.

É importante salientar que o comunicador, como variável relacionada aos efeitos, apresenta-se como uma grandeza subjetiva cuja dimensão depende das atitudes de cada receptor. O comunicador-fonte fornece assim um valor próprio que estimula ou desestimula o processo de recepção das mensagens. Considerando o comunicador-fonte como sendo uma pessoa, um grupo de pessoas ou instituições que, em princípio, transmitem mensagens a um número ilimitado de receptores (público disperso), devemos levar em consideração suas características próprias, como sejam: atributos físicos, psíquicos, status, classe social, comportamento, credibilidade, atratividade, etc.

Essas características estão presentes no consciente dos receptores e formam a chamada “imagem do comunicador-fonte”. Outras características que influem no processo de mudança de atitudes dos públicos receptores podem estar ligadas ao sentimento de afeto e admiração, bem como ao desejo de identificação (empatia) com o comunicador fonte, e, ainda, aos sentimentos de receio e medo, baseados na percepção de que o comunicador-fonte pode gratificar ou punir.

⁹ Ana Maria Crippa. Publicidade: uma nova causa de ansiedade nas crianças. São Paulo: ECA/USP, 1984. p. 61. Dissertação de Mestrado. In: PACHECO, E.D. **Televisão Criança, imaginário e educação**. Campinas-SP: Papyrus, 1998. p. 146.

¹⁰ Heloísa Dupas Penteadó. A televisão e os adolescentes. São Paulo: s. n., 1979. p. 71-72. In: PACHECO, E.D. **Televisão Criança, imaginário e educação**. Campinas- SP: Papyrus: 1998. p. 146.

REFLEXÕES FINAIS

A televisão é o meio de comunicação mais atraente, já que em muitos países é assistida por grande parte da população. É o mais difundido entre todas as camadas sociais; é dominadora; cria ilusões “vendendo” um mundo de fantasias. Em muitos lares, onde não entram livros, revistas ou jornais, existe uma televisão, talvez por ser um produto que não exige nenhum esforço e por mostrar o que as pessoas querem ver.

Tanto crianças como adultos podem adquirir atitudes, comportamentos emocionais e padrões complexos de comportamento por meio de modelos apresentados em filmes ou novelas. Observamos que a televisão também determina o comportamento imitativo nas pessoas, uma vez que uma porcentagem significativa da população possui algum ídolo ou herói.

Com este trabalho, depreendemos que a televisão exerce um papel muito importante no desenvolvimento infantil, pois influencia de forma decisiva a linguagem, as atitudes, o consumo e ainda o desempenho escolar.

Concluimos, ainda, que o importante na programação televisiva é a mensagem que ela apresenta às pessoas. Se por um lado temos provas suficientes dos efeitos maléficos que ela possa apresentar, por outro temos os efeitos positivos dos programas de conteúdo pró-social e cognitivo. Portanto, é necessário que a família selecione os programas que serão assistidos em seu lar, bem como a duração dessa programação, para que não sejam formadas, numa família, pessoas alienadas¹¹ diante de um aparelho de TV.

Não cabe somente à Psicologia ou à Pedagogia a responsabilidade de educar e difundir esta mensagem, todas as pessoas deverão ter a consciência de que são educadores, tanto em sala de aula como fora dela, e assim contribuir para uma saúde integral da criança e do adulto. A educação é condição *sine qua non* para a prevenção de inúmeros problemas, e nesse contexto, para o desenrolar formativo e salutar das crianças e adolescentes.

ABSTRACT

To the light of the psychology, several behavior disturbances are verified originated by the influence of television. This work tried to gather some disturbances in the children. It is a

¹¹ Neste sentido, entende-se por alheio, inconsciente, transferido ou cedido a outrem.

bibliographical research, accomplished in the year of 2003. Children and adults can acquire attitudes, emotional behaviors and standard compounds of behavior through models presented in television. With this work, we concluded that the television exercises a very important paper in the infantile development, because it influence in a decisive way the language, the attitudes, the consumption and still the school acting. It doesn't only belong to the Psychology or the Pedagogy the responsibility to educate and to diffuse this message, everyone should be aware that are educating and in this manner contribute for a better integral health of the child.

KEY WORDS: Behavior Alterations. Children. Television.

REFERÊNCIAS

CANEVACCI, H. Acumulação de Imagem e Sincretismo Cultural. **Cultura Vozes**, São Paulo, v. 88, n. 2, p. 3-16, mar./abr. 1994.

CARLSSON, U; FEILITZEN, C.V. **A criança e a violência na mídia**. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 1999.

CRIPPA, A.M. Publicidade: uma nova causa de ansiedade nas crianças. São Paulo: ECA/USP, 1984. p. 61. Dissertação de Mestrado. In: PACHECO, E.D. **Televisão Criança, imaginário e educação**. Campinas-SP: Papyrus, 1998. p.146.

CUNHA, J. B. da. Criança e TV, por quê pesquisar, por quê entender? **Nexos**, São Paulo, v.1, n. 1, p. 47-54, jul./dez.1997.

IONATA, P. A Hipnose da televisão. **Cidade Nova**, v. 35, n. 4, p. 10-12, abr. 1993.

LOT, A C. et al. S Influências da credibilidade das fontes de informação. **Terra e Cultura**, Londrina, v.10, n. 21, p. 2-6, jan./jun. 1995.

LUZ, A. M. H. O que pensa o adolescente sobre o sexo na TV. **Educação**, Porto Alegre, v. 17, p. 139-152, 1994.

PACHECO, E. D. **Televisão Criança, imaginário e educação**. Campinas-SP: Papyrus, 1998. 146p.

PENTEADO, H. D. A televisão e os adolescentes. São Paulo: [s. n.], 1979. p. 71-72. In: PACHECO, E. D. **Televisão Criança, imaginário e educação**. Campinas-SP: Papyrus, 1998. 146p.

PESSOA, L. T. A televisão e a censura. **Digesto Econômico**, p. 34-56, jul./ago. 1977.

WHEELER, Joe, L. **Comandados à distância**. Sacavém-Portugal: Atlântico, 1997.