



Universidade de Brasília
Faculdade de Comunicação
Comunicação Organizacional

YGOR WOLF BATISTA LIMA

**CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA E OS HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO
DOS ADOLESCENTES DO CED POMPÍLIO MARQUES DE SOUZA**

Brasília - DF
2018

YGOR WOLF BATISTA LIMA

**CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA E OS HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO
DOS ADOLESCENTES DO CED POMPÍLIO MARQUES DE SOUZA**

Monografia apresentada à banca examinadora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional, sob orientação da Professora Dra. Luiza Spínola Amaral.

Brasília - DF

2018

YGOR WOLF BATISTA LIMA

**CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA E OS HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO
DOS ADOLESCENTES DO CED POMPÍLIO MARQUES DE SOUZA**

Monografia apresentada à banca examinadora da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Comunicação Organizacional, sob orientação da Professora Dra. Luiza Spínola Amaral.

Monografia aprovada em ___/___/___.

Prof. Dra. Luiza Spínola Amaral (Orientadora)
Universidade de Brasília

Prof. Dra. Elen Cristina Geraldês
Universidade de Brasília

Prof. Dr. Fernando Oliveira Paulino
Universidade de Brasília

Mestranda Rosa Helena Santos (suplente)
Universidade de Brasília

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à Deus. O caminho foi árduo, difícil, mas valeu cada segundo percorrido até aqui.

Agradeço à minha família e especialmente à minha querida mãe, que sempre me incentiva à estudar. Diz que o estudo é a melhor maneira de se tornar alguém na vida. Suas lições eu não esqueço jamais, amo-te.

À minha orientadora, Luiza Spínola, que a cada orientação acalmava esse coração desesperado. Além de mostrar que o Trabalho de Conclusão não é um bicho de sete cabeças. Obrigado por passar a confiança que eu precisava.

Agradeço também à professora Elen Geraldês, que me acompanhou desde o primeiro semestre, passando pela incrível experiência de Instrumentos de Comunicação Organizacional e está na banca como avaliadora deste trabalho. Me sinto honrado por ter sido seu aluno, obrigado pelas lições.

Agradeço à professora Janara Kaline, que persistiu, ainda lá na disciplina de Pré-Projeto, em me dar uma força incrível para continuar a pesquisa. Janara, além do foco total e absoluto, aprendi a ser mais pesquisador com você, obrigado por todos os conselhos e puxões de orelha.

À Universidade de Brasília e à Faculdade de Comunicação, que me proporcionaram uma experiência de ensino superior única, com professores, projetos, disciplinas e pessoas que deixaram sua marca. Mais do que qualquer conhecimento técnico e científico, ofereceram a chance de conhecer outras realidades, aceitar as diferenças e ser uma pessoa melhor.

Agradeço aos amigos e amigas que estiveram comigo nestes quatro anos e meio de graduação, sem vocês eu nunca chegaria aqui. Ao meu “Bonde” que sempre esteve ao meu lado. Esse trabalho é uma parte de vocês.

À escola Centro Educacional Pompílio Marques de Souza, lugar em que estudei durante oito anos, e aos diretores Welton Rabelo e Waldeiza Gebrim, que me receberam de braços abertos para a aplicação dos questionários da pesquisa, me fazendo lembrar de que a escola é um lugar inesquecível tanto para os que saem quanto para os que ficam.

Um obrigado especial aos adolescentes da escola Pompílio Marques de Souza. Todas aquelas pessoas que colaboraram perguntando sobre a pesquisa, discutindo sobre a temática, me chamando de tio. Este trabalho é especialmente para vocês. Espero encontrá-los nos corredores da Universidade logo.

RESUMO

A Classificação Indicativa é discutida no país como política de comunicação desenvolvida para a proteção das crianças e adolescentes, mas muitas vezes considerada uma censura. O objetivo deste trabalho é identificar os hábitos de consumo mediático dos adolescentes do CED Pompílio Marques de Souza, na região de Planaltina/DF, verificando se estão em conformidade com a Classificação Indicativa. Para isso, foi realizado um estudo teórico referente à Classificação Indicativa, à Adolescência e à Televisão e aplicado um questionário para alunos, identificando os gostos em relação à tv. Observou-se que os programas preferidos pelos adolescentes estão em conformidade com a Classificação. Faz-se necessário discutir políticas de classificação para as novas mídias digitais e discutir a forma com que a Classificação Indicativa é veiculada com os próprios adolescentes.

Palavras-chave: Classificação Indicativa; Adolescente; Televisão; Consumo mediático; CED Pompílio Marques de Souza.

ABSTRACT

Rating System is discussed in Brazil as developed Communicative politic for the adolescence and childhood protection, but sometimes it is considered a censure. The objective of this project is identify the media routine of the teenages from Pompílio Marques de Souza High School, in Planaltina DF city, and verify if the media routine is in accordance to the rating system. In this regard, a theoretical study was made related to the principal envolved themes: Rating System, Adolescence and Television; a questionnaire was applied for students from elementary and their preferences to what kind of program they whatch. By virtue, the students watch the tv shows according to the rating system. It's necessary to discuss classification policies for the new digital media and discuss the way in which the rating system is conveyed with the adolescents themselves.

Keywords: Rating system; adolescence; televison; media routine; Pompílio Marques de Souza High School.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ícones da Classificação Indicativa e suas respectivas cores - - - - -	18
Figura 2. Pedra Fundamental em Planaltina/DF - - - - -	44
Figura 3. Centro Educacional Pompílio Marques de Souza - - - - -	45
Figura 4. Nuvem de palavras referente as justificativas dos meios de comunicação mais utilizados pelos respondentes do questionário - - - - -	50
Figura 5. Nuvem de palavras referente aos programas preferidos dos adolescentes - - - - -	61

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Dados referentes ao perfil demográfico do consumidor do meio televisivo – Sexo - -----	28
Gráfico 2. Dados referentes ao perfil demográfico do consumidor do meio televisivo – Classe Econômica - - - - -	29
Gráfico 3. Dados referentes ao perfil demográfico do consumidor do meio televisivo – Faixa Etária - - - - -	30
Gráfico 4. Gênero dos alunos respondentes - - - - -	46
Gráfico 5. Idade dos alunos respondentes - - - - -	47
Gráfico 6. Renda mensal familiar dos alunos respondentes - - - - -	48
Gráfico 7. Meio de Comunicação mais utilizado pelos alunos respondentes - - - - -	49
Gráficos 8. Dados referentes ao acesso à tv aberta dos alunos - - - - -	51
Gráficos 9. Dados referentes ao acesso à tv por assinatura dos alunos - - - - -	51
Gráfico 10. Dados referentes ao acesso à tv parabólica - - - - -	52
Gráfico 11. Dados referentes ao assistir conteúdos exclusivamente pela internet - - - - -	53
Gráfico 12. Dados referentes ao acesso à plataforma Netflix - - - - -	54
Gráfico 13. Dias da semana que mais assistem à televisão - - - - -	54
Gráfico 14. Horas gastas na televisão - - - - -	55
Gráfico 15. Período que assistem à televisão - - - - -	56
Gráfico 16. Em que companhia assistem à televisão - - - - -	57
Gráfico 17. Atividades que fazem enquanto assistem à televisão - - - - -	58
Gráfico 18. Razões de assistir televisão - - - - -	59
Gráfico 19. Produto televisivo que mais gosta de assistir - - - - -	60

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1. Pergunta número 01 da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Meios de Comunicação que se informa mais - - - - -	26
Tabela 2. Pergunta número 06 da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – qual emissora de TV aberta ou paga o senhor mais assiste - - - - -	27
Tabela 3. Pergunta número 25 da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Locais que utiliza mais a internet - - - - -	27

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AI - 5 – Ato Institucional 5

ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância

CED – Centro Educacional

CETIC – Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação

CGI – Comitê Gestor da Internet

DEJUS – Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação

DFSP – Departamento Federal de Segurança Pública

ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente

FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística

INESC – Instituto de Estudos Socioeconômicos

MJ – Ministério da Justiça

OAB – Ordem dos Advogados do Brasil

PBM – Pesquisa Brasileira de Mídia

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

TV – Televisão

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SECOM – Secretaria de Comunicação

STF – Supremo Tribunal Federal

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA	14
1.1. Breve histórico sobre a jurisdição da Classificação Indicativa	14
1.2. Considerações acerca da Classificação Indicativa: a Censura e Classificação Indicativa andam juntas?	21
1.3. Os poderosos “donos da mídia”	23
1.4. O Consumo mediático do brasileiro.....	25
2. O ADOLESCENTE E A TELEVISÃO	32
2.1. O Adolescente	32
2.2. A influência da mídia nas crianças e adolescentes	34
2.3. A Televisão	36
3. METODOLOGIA DE PESQUISA	41
3.1. Planaltina e Centro Educacional Pompílio Marques de Souza: Caracterização	43
3.2. Análise dos Dados Coletados	45
3.3. Discussão dos Dados	62
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	63
REFERÊNCIAS	64
ANEXOS	70

INTRODUÇÃO

A Classificação Indicativa é uma política de comunicação criada nos anos 1990 com o intuito de colaborar com a adequação de conteúdos exibidos na televisão para crianças e adolescentes. Como o próprio nome sugere, é indicativa sob a perspectiva da faixa etária, para a qual os filmes, séries, novelas, jogos eletrônicos, aplicativos de celulares e etc., podem ser considerados recomendáveis ou não.

A Adolescência, objeto de estudo da Psicologia, discute aspectos da formação e características físicas e emocionais dos adolescentes. Estes, por sua vez, estão inseridos como protagonistas na Classificação Indicativa.

A televisão é outro elemento presente neste trabalho. Ela chegou ao Brasil na década de 1950, ainda timidamente, mas com as características de meio de comunicação de massa, ou seja, com a intensidade e possibilidade de ampliação da propagação de seus produtos culturais para milhares de lares no país.

Nessa pesquisa, considera, então a perspectiva do adolescente da periferia de Planaltina, cidade satélite do Distrito Federal. Os adolescentes da periferia são submetidos a preconceitos estabelecidos na sociedade, tratados como perigosos, violentos e infratores. Essa caracterização se dá, muitas vezes, em razão das diferenças entre classes sociais. Nesse sentido, a justificativa para trabalhar o tema com esse público se dá com relação ao interesse pessoal e acadêmico do pesquisador do trabalho.

Pessoal porque mora em Planaltina há 21 anos e considera uma pesquisa especial para a comunidade em que está presente. É uma tentativa de posicionar Planaltina e os adolescentes como parte de suma importância na discussão social, acadêmica e nos estudos de Comunicação.

Acadêmico porque é necessário uma discussão acerca dos temas, em específico, os hábitos de consumo televisivo dos jovens em relação à Classificação Indicativa. Estudos de recepção são muito utilizados para discutir o papel dos meios de comunicação na educação das crianças e jovens do mundo. O fácil acesso a conteúdo de cunho violento pode ser indutor de comportamentos violentos. Nesse sentido, como são os hábitos do adolescente de Planaltina com a televisão hoje? Estão eles preocupados ou em consonância com a Classificação Indicativa?

A proposta desta pesquisa é entender a relação entre os hábitos de consumo televisivo dos adolescentes, estudantes do Centro Educacional Pompílio Marques de Souza, e a Classificação Indicativa.

Assim, os objetivos a seguir nortearão o trabalho de monografia. Primeiro, busca-se identificar os principais hábitos dos adolescentes de uma escola pública de Planaltina com relação ao consumo televisivo. Assim, constrói-se a base para discutir se o que assistem está em conformidade com a Classificação Indicativa.

Para isso, os objetivos específicos, caminhos para que se possa alcançar os objetivos gerais são: levantar um breve histórico da Classificação Indicativa no Brasil; discutir o conceito de adolescência; levantar dados sobre a tv; reunir informações sobre os hábitos de mídia dos adolescentes por meio de questionários e por fim, produzir análise de dados quantitativo e qualitativo do material obtido na pesquisa.

O primeiro capítulo aborda a Classificação Indicativa com as principais jurisdições brasileiras que discutem o tema, apresentando as mudanças que ocorreram na política de comunicação ao longo do tempo. Além disso, desenvolve a caracterização da censura como aspecto presente nas discussões sobre a Classificação Indicativa e explana observações sobre os donos das mídias e o consumo mediático do brasileiro.

O capítulo dois desta monografia vai discutir a adolescência e a tv. A fase da adolescência é conceituada por diversos teóricos nesta parte do trabalho e são apresentados ainda, estudos sobre a influência da mídia no comportamento das crianças e adolescentes. A televisão é discutida por autores de forma crítica, ao analisarem a forma como ela se apresenta para o público. O capítulo ainda destaca a relação da televisão com a cultura de massa.

O terceiro capítulo abarca a discussão metodológica utilizada no TCC. Os dados coletados pelos questionários aplicados aos adolescentes da pesquisa de campo são apresentados e analisados sob as perspectivas da Comunicação e da Classificação Indicativa.

Por fim, sob a luz das discussões realizadas ao longo do trabalho, as considerações finais são relatadas a fim de contribuir com as discussões sobre a temática.

1. A CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA

1.1. Breve histórico sobre a jurisdição da Classificação Indicativa

A Classificação Indicativa é um tema recente a ser pesquisado no país. Os estudos começam a ser construídos entre 2008 e 2013, com obras do Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação – DEJUS, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO e a ANDI Comunicação e Direitos.

Considerada como política de comunicação, a Classificação Indicativa deriva-se do artigo 221 da Constituição Federal de 1988 e do que está no Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, citando a perspectiva do capítulo II, da Prevenção Especial, Seção I, da Informação, Cultura, Lazer, Esportes, Diversões e Espetáculos, no artigo 76, conforme abaixo:

Art. 76. As emissoras de rádio e televisão somente exibirão, no horário recomendado para o público infanto-juvenil, programas com finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas. (BRASIL, Lei nº 8.069, de 13 de Julho de 1990).

Com base em portarias ministeriais¹, a política de comunicação tem um histórico de embates entre atores sociais a favor e contra ela. A legislação da Classificação Indicativa abrange, segundo Oliveira (2011), cinco portarias principais, que garantem uma evolução nas discussões dessa temática.

A primeira portaria é a de nº 773, de 19 de outubro de 1990, na qual se refere diretamente as empresas relacionadas a produtos audiovisuais, especialmente a tv. Essas empresas deveriam respeitar a Classificação Indicativa em vigor, que já trabalhava indicação por faixa horária, além da divisão de classificar programas em livre, inadequados para menores de 12, 14 e 18 anos, conforme exemplificado no Art. 2º.

Art. 2º Os programas para emissão de televisão, inclusive *trailers*, tem a seguinte classificação:

- a) veiculação em qualquer horário: livre;
- b) programa não recomendado para menores de 12 [doze] anos: inadequado para antes das 20:00 [vinte] horas;
- c) programa não recomendado para menores de 14 [catorze] anos: inadequado para antes das 21:00 [vinte e uma] horas;
- d) programa não recomendado para menores de 18 [dezoito] anos: inadequado para antes das 23:00 [vinte e três] horas (BRASIL, Portaria nº 773, de 19 de outubro de 1990).

¹ Uma Portaria, segundo Ledur (2007) são atos administrativos internos pelos quais autoridades expedem determinações gerais ou especiais para a execução de leis e serviços.

Conforme se passavam as horas, a programação tenderia a se tornar mais adulta, segundo a lógica da faixa horária de exibição dos conteúdos mediáticos.

A portaria de nº 796, de 12 de setembro de 2000, dez anos após a primeira legislação de carácter classificatório, é a primeira a se preocupar com a recepção televisiva, ou seja, segundo Oliveira, essa portaria buscava vedar a exibição de programas de tv nos horários não recomendados pela portaria de 1990. “*Considerando, ainda, que a Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990, proíbe a transmissão, através de rádio ou televisão, de espetáculos em horário diverso do autorizado ou sem aviso de sua classificação*” (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2000). Conforme a portaria, os horários de veiculação de programas para cada faixa etária continuariam os mesmos, com o acréscimo da faixa de 16 anos na Classificação Indicativa (OLIVEIRA, 2011).

Art. 2º Os programas para emissão de televisão, inclusive "trailers", têm a seguinte classificação, sendo-lhes terminantemente vedada a exibição em horário diverso do permitido:

I - veiculação em qualquer horário: livre;

II - programa não recomendado para menores de doze anos: inadequado para antes das vinte horas;

III - programa não recomendado para menores de quatorze anos: inadequado para antes das vinte e uma horas;

IV - programa não recomendado para menores de dezesseis anos: inadequado para antes das vinte e duas horas;

V - programa não recomendado para menores de dezoito anos: inadequado para antes das vinte e três horas. (BRASIL., Portaria nº 796, de 12 de setembro de 2000. Grifo do autor).

A atenção para programas relacionados à sexualidade já começa a aparecer, conforme parágrafo único da portaria, indicando veiculação entre meia-noite e cinco horas da manhã, horário em que crianças e adolescentes estariam dormindo. “*Parágrafo único. Os programas de indução de sexo, tais como ‘tele-sexo’ e outros afins, somente poderão ser veiculados entre zero hora e cinco horas*” (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2000).

A portaria nº 1.549, de 21 de novembro de 2002 procurava assegurar o carácter indicativo da classificação. Logo, é possível identificar que atores sociais já faziam a relação entre Classificação Indicativa e a censura. Houve mudanças em como a classificação era tratada, bem como suas divisões deixadas de lado. Assim, a exibição de programas não utilizava mais os critérios adotados por faixa etária e horários específicos, retrocedendo os processos de segurança ao acesso de conteúdos inadequados à crianças e adolescentes do país.

A portaria de nº 264, de 9 de fevereiro de 2007, restaura a vinculação da Classificação Indicativa da portaria nº 796, ou seja, volta a ser proibida a exibição de programas fora do horário determinado. Além disso, uma mudança considerada positiva para a Classificação

Indicativa foi a divisão em seis categorias de classificação, as mesmas categorias utilizadas na portaria de setembro de 2000, mas com uma singularidade, a partir de agora utilizadas por critérios de exibição de sexo e violência nos conteúdos audiovisuais.

Essa mudança causou polêmica por interpretações de censura na portaria ministerial. Enquanto a Ordem dos Advogados do Brasil – OAB – argumentava contra à política de comunicação, por segundo o órgão, ferir à Constituição Federal, na tentativa de restringir a liberdade de expressão, o até então diretor do Departamento de Classificação Indicativa do Ministério da Justiça, José Eduardo Elias Romão, em entrevista ao Jornal do Brasil em 2007, esclarecia que não se tratava da volta da censura, mas uma asseguaração da proteção da criança e do adolescente contra conteúdos inadequados:

Os setores que dizem que é a volta da censura não participaram do amplo processo de debate público sobre a classificação. Há um nível de ignorância que é preciso dissolver. Não se trata de discutir limites de liberdade de expressão, mas de garantir à criança e ao adolescente proteção contra conteúdos potencialmente lesivos - destacou Romão. (JORNAL DO BRASIL, 2007)²

Após seis meses, a portaria nº 1.220, de 11 de julho de 2007 tem a proposta de melhorar a escrita da portaria nº 264, que dispõe os detalhes da Classificação Indicativa. Com uma gama de novas informações, volta a se falar de caráter informativo e pedagógico dela. Dentre as novas considerações, a portaria extinguiu a proibição de programas fora do horário recomendado, dando a liberdade para empresas de comunicação e produtores audiovisuais exibirem a hora que quisessem qualquer tipo de conteúdo, exceto programas jornalísticos ou noticiosos; esportivos; propagandas e programas eleitorais e publicidade em geral. Programas ao vivo seriam classificados através de monitoramento (OLIVEIRA, 2011, p. 5).

Outro ponto a se destacar nessa portaria foi o estabelecimento do horário de proteção à criança e o adolescente, entre 6 horas e 23 horas. Essa faixa horária foi criada com o intuito de desenvolver uma programação mais voltada para esse público durante o dia. O horário entre 23 horas e 5 horas da manhã seria destinado a faixa adulta. Além disso, a portaria decidiu manter as mesmas categorias da portaria nº 796, fazendo a vinculação à faixa etária.

Desta forma, fica liberada a exibição em qualquer horário, quando a classificação for livre ou recomendada para menores de 10 anos. É considerada inadequada a transmissão antes das 20 horas, quando não indicada para menores de 12 anos. É imprópria para veiculação antes das 21 horas, quando não recomendada para menores de 14 anos. Desaconselhada a exibição antes das 22 horas para menores de 16 anos.

² In JORNAL DO BRASIL. Ministério descarta “volta da censura” com Classificação Indicativa. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/pais/noticias/2007/02/12/ministerio-descarta-volta-da-censura-com-classificacao-indicativa/>>. Acesso em 14 de abril de 2018.

E, finalmente, inadequada para a veiculação antes das 23 horas, os programas com conteúdos impróprios para os menores de 18 anos (OLIVEIRA, 2011, p. 5).

Sobre os materiais audiovisuais, os donos ou representantes legais das obras ficavam dispensados de análise prévia se apresentassem requerimento de autoclassificação, uma das formas de deixar a Classificação Indicativa mais democrática, que constava no site do Ministério da Justiça – MJ – ou petição contendo a descrição das características da obra e suas finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas, mais cópia de comprovante de pagamento da contribuição para o desenvolvimento da indústria cinematográfica (OLIVEIRA, 2011).

Além disso, as emissoras de televisão deveriam veicular as informações sobre a Classificação Indicativa com: produção textual, no idioma português, cinco segundos antes do início da obra, no rodapé da tela ou antes de começar a exibição do conteúdo, com tradução simultânea em linguagem brasileira de sinais, dispensados deste último os recomendados para menores de 10 anos e livre.

Na lei, a Portaria nº 368, de 11 de fevereiro de 2014, regula as disposições das Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990, Lei nº 10.359, de 27 de dezembro de 2001 e da Lei nº 12.485 de 12 de setembro de 2011, as características da Classificação Indicativa. Assim, existem critérios temáticos para classificar uma obra. É por meio de três incidências ou temas específicos: sexo e nudez, violência e drogas, conforme instituídos no Art. 12 da Portaria nº 368.

Além disso, no capítulo II, contém as informações sobre as categorias e as formas de veiculação dos conteúdos audiovisuais. A seção I contém o Art. 9º, que indica as categorias da classificação como: livre para todos os públicos, associada a cor verde; não recomendado para menores de dez anos, associada a cor azul; não recomendado para menores de doze anos, associada a cor amarela; não recomendado para menores de catorze anos, associada a cor laranja; não recomendado para menores de dezesseis anos, associado a cor vermelha; e não recomendado para menores de dezoito anos, associada a cor preta. Essas informações são utilizadas de base para indicar se o conteúdo está apropriado para a faixa de determinada idade, levando em consideração as três especificações citadas anteriormente.



Figura 1. Ícones da Classificação Indicativa e suas respectivas cores. **Fonte:** Google Imagens ³

As disposições da veiculação horária dos produtos audiovisuais, instaurada no Art. 10. da portaria, comunica os horários em que cada conteúdo, já classificado, deveria ser exibido na televisão:

Art. 10. A Classificação Indicativa das obras audiovisuais destinadas à televisão aberta é vinculada ao horário do local de exibição, nos seguintes termos:

I – faixa de proteção à criança:

- a) das seis à vinte horas: exibição de obras classificadas como livres ou não recomendadas para menores de dez anos;

II – faixa de proteção ao adolescente:

- a) a partir das vinte horas: exibição de obras classificadas como não recomendadas para menores de doze anos ou com classificação inferior; e
- b) a partir das vinte e uma horas: exibição de obras classificadas como não recomendadas para menores de catorze anos ou com classificação inferior; e
- c) a partir das vinte e duas horas: exibição de obras classificadas como não recomendadas para menores de dezesseis anos ou com classificação inferior; e

III – faixa adulta:

- a) de vinte e três às seis horas: exibição de obras classificadas como não recomendadas para menores de dezoito anos ou com classificação inferior (BRASIL. Portaria nº 368, de 11 de fevereiro de 2014).

Conforme visto, a Classificação indica a faixa de horário para que as obras sejam veiculadas de acordo com faixa etária da criança, do adolescente e adulta respectivamente.

Em agosto de 2016, o Supremo Tribunal Federal – STF – julgou inconstitucional a vinculação horária que a Classificação Indicativa aconselhava nas programações televisivas. Nesse sentido, a Classificação Indicativa perde o posto de mediadora entre o conteúdo e o horário de exibição para o público.

Apesar das cinco portarias citadas acima, é importante ressaltar que a legislação da Classificação Indicativa foi trabalhada em outras portarias também, considerando todas as

³ Google Imagens. Uol. Disponível em: http://conteudo.imguol.com.br/c/noticias/9b/2017/08/18/classificacao-indicativa-1503090867780_956x500.png?mobile&width=914. Acesso em abril de 2018.

decisões sobre a regulamentação dessa política. Citando-as, a Portaria nº 1.110, de 14 de julho de 2006, que regula a classificação de diversões públicas, conforme obras audiovisuais destinadas ao cinema, vídeo, dvd, jogos eletrônicos, RPG's e congêneres (BRASIL, Portaria nº 1.110, de 14 de jul. de 2006).

A portaria nº 1.642/12, destinada a definição mais clara das responsabilidades das programadoras e distribuidoras de conteúdo na televisão paga. Nesses termos, esses atores deveriam utilizar o *Guia Prático de Classificação Indicativa*, criado pelo MJ, e disponibilizar e veicular a forma da utilização do recurso do sistema de controle e bloqueio de canais para os responsáveis, e a portaria nº 1.643/12, destinada aos jogos e aplicativos comprados pela internet, que passariam a ser classificados. As empresas que disponibilizam ou vendem os aplicativos deveriam avaliar o conteúdo também com base nos critérios principais da Classificação Indicativa: sexo, drogas e violência.

Por fim, a portaria da Secretaria Nacional da Justiça – SNJ nº 8/2006, de 6 de julho de 2006, aprova o *Manual da Nova Classificação Indicativa do Ministério da Justiça*, às disposições da lei, e a portaria nº 14/2009, que permite a atualização deste guia, com o intuito de fortalecer a política da classificação, conforme:

Esse guia prático é um instrumento democrático que visa dar transparência e objetividade à política pública da Classificação Indicativa, evidenciando os critérios de análise. Tanto pode servir às emissoras de tv, produtoras e distribuidoras de filmes e jogos, como também à sociedade em geral e à família. (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, *Classificação Indicativa. Guia Prático*. 2012, p.5).

É possível distinguir, após uma análise dessas portarias que formulam a Classificação Indicativa, a necessidade de uma renovação na escrita? É possível dizer que estamos com problemas de comunicação, uma vez que a discussão entre processo pedagógico e censura se estabelece? As transformações e técnicas legislativas dificultam o entender da política para os atores sociais que estão fora das discussões institucionais. E mais que isso, por que essa linguagem é difícil se a ideia é deixar o conteúdo acessível para toda a população? Veremos algumas publicações de órgãos e instituições do primeiro e terceiro setor que buscam levar o entendimento da Classificação Indicativa para o público.

Criada oficialmente em 1993, mas atuante desde 1990, a ANDI – Agência de Notícias dos Direitos da Infância é uma organização sem fins lucrativos, do terceiro setor e apartidária, que dedica seus esforços e atenção a duas realidades: a primeira, a crianças e adolescentes de classes sociais baixas, menos privilegiadas, e do outro, a imprensa omissa a esta realidade,

dificultando a construção de uma agenda na qual os meninos e meninas pudessem ser mostrados como sujeitos de direito.⁴

A ANDI colabora com o Ministério da Justiça na escrita da publicação *Classificação Indicativa: construindo a cidadania na tela da tv (2006)*, na qual salienta a necessidade da construção de debate sobre os direitos da crianças e adolescentes, o impacto dos conteúdo midiáticos, a necessidade de diálogo entre as empresas e a sociedade, além do papel dos sistemas de responsabilização dos meios de comunicação de massa. (ANDI, 2006).

O FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação nasce nos anos 80 como um movimento de luta pela democracia e pela liberdade de expressão. O Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social é um coletivo que luta pela democratização da Comunicação para todos os públicos. Essas instituições também participaram arduamente das discussões sobre a Classificação Indicativa e defendeu-a em 2016.

Rosane Bertotti, coordenadora-geral do FNDC em 2015, contrapôs o argumento de que a política fere o direito à liberdade de expressão e de imprensa, conforme declaração no site do fórum:

Ela lembra que nos Estados Unidos conteúdos considerados indecentes e com linguagem profana só podem ser veiculados após as 22h. E conteúdo obsceno é proibido em qualquer horário. “Desde o final da década de 70 que a Suprema Corte norte-americana julgou não haver conflito entre essa política e a Primeira Emenda, que garante a liberdade de expressão, entre outros pontos. Por que no Brasil seria diferente?”, questiona. (FNDC. Classificação Indicativa começa a ganhar terreno no STF, 2015).

Fazendo parte dos Cadernos de debate da Classificação Indicativa, a obra *A Experiência da Classificação Indicativa no Brasil* tenta auxiliar na construção do tema no país, estabelecendo diálogo entre os atores sociais e o Estado. “[...] significa a inclusão da Classificação Indicativa no rol dos meios legais de promoção dos direitos humanos – entre outros, o direito à liberdade de expressão.” (CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA: Construindo a cidadania na tela da tv, 2006, p.5).

Analisando estas obras, pode-se dizer que desenvolvem o pensamento crítico com textos de linguagem acadêmica, mas ainda precisam de uma linguagem mais acessível ao público leigo, principalmente o público adolescente, de fora das áreas do conhecimento que estudam a Classificação Indicativa.

⁴ Sujeito de direito é um conceito utilizado no Direito contemporâneo que define os detentores de direito e deveres.

1.2. Considerações acerca da Classificação Indicativa: a Censura e Classificação Indicativa andam juntas?

Uma das críticas acerca a Classificação Indicativa é o poder que ela tem em relação ao possível controle sob as pessoas. Tal afirmação se dá pela conotação dada a Classificação Indicativa como forma de censura.

Para isso, precisa-se discutir brevemente o conceito de censura. Entende-se a censura como a análise em que são submetidos trabalhos, com base em critérios morais ou políticos, para avaliação a serem liberados para apresentação ao público em geral (OLIVIERI, 2008). O senso comum diz que a censura está ligada a regimes autoritários, como o instaurado em Cuba até os dias de hoje e o do período militar no Brasil na década de 1960, sendo assim, relacionada à falta de liberdade de expressão.

No período da Ditadura Militar no Brasil, entre 1964 e 1985, a censura tomou conta por parte do regime, em específico com a criação da Lei de Segurança Nacional e do AI-5 – Ato Institucional 5, que impôs um filtro ao conteúdo não desejado por aqueles que estavam no poder. Se estabeleceu uma programação baseada em ideologias da “boa moral e dos bons costumes”, fachada para o uso da violência e tortura para aqueles que se opuseram ao modelo governamental.

Sabe-se que a imprensa tinha uma relação de consentimento com o Estado nesse período. É importante ressaltar que a censura era estabelecida pelo poder Executivo durante esse período. Segundo Smith (2000, p. 12-13), o medo estava presente nas vidas dos jornalistas, mas que este não foi decisivo e nem predominante para suas atividades. A autora divide a imprensa em imprensa tradicional e a imprensa alternativa no período da ditadura instaurada no Brasil. Essa divisão é cheia de conceitos antônimos, ou seja, enquanto a imprensa tradicional era grande, mais representativa, a alternativa, claro, era pequena e perseguida.

Não existe uma linguagem politicamente neutra para definir a divisão entre grande imprensa e imprensa alternativa. Grande implica ser representativa ou majoritária, embora ela pudesse ser apenas dominante ou mais bem-sucedida comercialmente. Alternativa implica crítica, embora ela pudesse ser apenas não-conformista e idiossincrática (SMITH, 2000, p.47).

Mesmo com essas constatações, Smith acredita que essa divisão era informal e inexata. Apesar dessa separação, a imprensa estava sujeita às condições do Estado naquele momento. As notícias sobre autoridades eram quase nulas. Segundo a autora, dificilmente eram realizadas

matérias com esse cunho. “*Em geral, as notícias eram tratadas como material controlado, não como um bem público ou um produto da esfera pública. As próprias notícias pertenciam ao Estado e eram compartilhadas a seu critério.*” (Ibidem. p. 84).

A relação imprensa e público foi muitas vezes trabalhada por baixo dos panos, uma vez que a censura estava coberta neste processo. Os veículos de comunicação trabalhavam estratégias para que a própria população pudesse perceber a censura prévia. Smith acredita que era uma forma não só de se comunicar com a população, mas de atingir o Estado (SMITH, 2000, p.117).

Se os leitores percebessem que havia censura prévia, isso frustraria os cuidados do regime em mantê-la secreta [ou pelo menos passível de negativa] e em conservar uma fachada de compromisso com a liberdade de imprensa. Talvez o desmascaramento da censura tivesse prejudicado a legitimidade do Estado. O regime, evidentemente, pelas medidas que tomou, procedia de acordo com essa premissa (SMITH, 2000, p. 117).

Todavia, é importante ressaltar que essas táticas careciam para sua realização, sendo difícil que a população entendesse o que estavam tentando passar nas mensagens.

Segundo Paulino e Silva, deve se levar em conta o contexto histórico do Brasil, que contou com mais de um século de luta pela liberdade de expressão, em específico, pela liberdade de imprensa. Assim, por esta ser um direito fundamental, os autores contam que sempre se temeu qualquer tipo de regulamentação em torno da mesma. (SILVA; PAULINO, 2006, p.235).⁵

Ainda sobre censura, agora relacionando a Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967, referente a liberdade de manifestação do pensamento e de informação, que a partir do Art. 1º, no qual defende o livre recebimento de informações sem censura, se contraindica especificamente na forma de espetáculos e diversões públicas, conforme:

Art. 1º. É livre a manifestação do pensamento e a procura, o recebimento e a difusão de informações ou ideias, por qualquer meio, e sem dependência de censura, respondendo cada um, nos termos da lei, pelos abusos que cometer.

§ 2º O disposto neste artigo não se aplica a espetáculos e diversões públicas, que ficarão sujeitos à censura, na forma da lei [...] (BRASIL. Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967).⁶

⁵ PAULINO, Fernando O.; SILVA, Luis Martins da; Classificação Indicativa: responsabilidade social e atuação do Estado, sociedade e mercado. In CHAGAS, Claudia Maria de Freitas.; ROMÃO, José Eduardo Elias; LEAL, Sayonara (Coord). Classificação Indicativa no Brasil: desafios e perspectiva. Brasília: Secretaria Nacional de Justiça, 2006. 300 p. p. 229 - 254.

⁶ In BRASIL. Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5250.htm>. Acesso em 20 de janeiro de 2017<. Acesso em 12 de fevereiro de 2018.

Segundo Nunes e Reis, a atividade de censura às obras artísticas, ideia que liga a Classificação Indicativa à censura, foi desempenhada de 1965 a 1988 por funcionários do Departamento Federal de Segurança Pública – DFSP. Eram feitos cursos para que pudessem identificar que tipo de produção representava ameaça à “soberania nacional”. A população acreditava no trabalho do Estado porque eram protegidas dos “excessos” artísticos, fossem de caráter ideológicos ou morais (NUNES; REIS, 2006).⁷

Portanto, a população enraizada pela realidade cultural preconceituosa, estavam em uma relação conformista com o modelo proposto de censura na época. As autoras defendem as diferenças entre a Classificação Indicativa e a censura e garante a importância da discussão sob a política de comunicação. Observe:

O trabalho de Classificação Indicativa não deve ser confundido com o da censura na Ditadura Militar, sobretudo, porque se refere a dois conceitos tanto distintos quanto antagônicos em seus princípios. A censura é proibitiva, tolhe as liberdades civis e políticas, a Classificação é indicativa de caráter psico-pedagógico. Antes da implementação do atual modelo de classificação de obras audiovisuais, musicais, teatrais e jogos, foram necessárias importantes alterações jurídicas e legislativas no quadro normativo que regulamentava essa atividade no período da ditadura. (NUNES, REIS, 2006. p. 108)

O aspecto mais marcante do procedimento classificatório é o de indicar e, não, censurar, conforme os autores explanam (NUNES; REIS, 2006). Faz-se necessário pensar a Classificação Indicativa como afirmação da liberdade de expressão, como ferramenta dessa liberdade, pois apesar de esforços do Estado, sociedade civil e os demais atores interessados, a Classificação Indicativa costuma ser taxada como censura.

1.3. Os poderosos “donos da mídia”

Outro fator que contribui para uma visão negativa da Classificação Indicativa está associado ao poder de alguns grupos da sociedade que segmentam a discussão para eles mesmos e defendem interesses privados. Segundo Rebouças, há quatro grandes atores sociais nessa discussão: o Estado, o empresariado da mídia, a sociedade civil organizada e os

⁷ NUNES, J,C; REIS, M, C, B. Analista de Classificação Indicativa: história, desafios e Perspectivas In CHAGAS, Claudia Maria de Freitas.; ROMÃO, José Eduardo Elias; LEAL, Sayonara (Coord). Classificação Indicativa no Brasil: desafios e perspectiva. Brasília: Secretaria Nacional de Justiça, 2006. 300 p. 107 - 115.

intelectuais/especialistas⁸. O autor afirma que entre os atores sociais argumentadores das políticas de comunicação do Brasil, se destacam os "donos" da mídia.

O grupo que mais se destaca no quadro é o vinculado aos interesses privados – empresas de comunicações, agências de publicidade e anunciantes – os autointitulados “donos” da mídia. Eles são mais bem organizados, constantes e intensos na defesa de seus interesses do que o Estado na defesa dos interesses públicos (REBOUÇAS, 2006, p. 96).

Assim, Rebouças trabalha uma série de críticas aos donos da mídia no que se refere ao poder que eles têm em persuadir a massa popular. O ponto crucial para nós se dá por meio do Artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos do Homem, a partir de 1948. *“Todo o indivíduo tem direito à liberdade de opinião e de expressão, o que implica o direito de não ser inquietado pelas suas opiniões e o de procurar, receber e difundir, sem consideração de fronteiras, informações e ideias por qualquer meio de expressão” (ONU, 1948).*

No que diz respeito a interpretação tendenciosa, conforme o autor explana, todos os textos sobre liberdade de expressão fazem referências diretas ao povo, ao cidadão e ao indivíduo. Então ele questiona o porquê dessas grandes empresas, grupos e conglomerados de mídia falarem, escolherem e decidirem em nome de todos os cidadãos.

Em que momento da História foi dada a procuração em branco para que empresas, grupos ou conglomerados de mídia falassem em nome de todos? Quem tem como objetivo principal visar o lucro, somente utiliza o discurso/escudo da liberdade e da democracia quando quer maquiar seus interesses particulares (REBOUÇAS, 2006, p. 96).

Com relação ao diálogo com as grandes empresas de mídia, Gregori é crítico ao dizer que eles acreditam nos números do Instituto Brasileiro de Opinião e Estatística – IBOPE –, dando a entender que estão preocupados com o interesse privado de cada empresa, seja o lucro, visibilidade ou outra motivação. É possível afirmar isso, a partir de uma análise que o autor faz de uma conversa com esses empresários, conforme:

Todos os interlocutores foram atenciosíssimos, mas, obviamente, dedicadíssimos às suas organizações. Nunca me faltaram na cortesia, porém eram vertical e horizontalmente profissionais e não se desviavam um milímetro do que acreditavam como dogma: a baixa qualidade alegada por mim e outros setores, provavelmente, de elite, não era, exatamente, o que o público achava, pois, os índices de audiência,

⁸ REBOUÇAS, Edgar. O Discurso/escudo da liberdade de expressão dos "donos" da mídia. In CHAGAS, Claudia Maria de Freitas.; ROMÃO, José Eduardo Elias; LEAL, Sayonara (Coord). Classificação Indicativa no Brasil: desafios e perspectiva. Brasília: Secretaria Nacional de Justiça, 2006. 300 p. p. 95 - 106.

mesmo dos programas condenados, eram os mais altos possíveis (GREGORI, 2006, p. 69).

O fato é que as grandes empresas não esperam cumprir o Artigo 221, da Constituição Federal, com bases para uma programação mais educativa, cultural, artística e jornalística, prevista na Constituição, mas ao que for rentável a eles, na defesa de seus interesses. O Ibope é outro ponto a se destacar, uma vez que os interesses rentáveis desses conglomerados estão relacionados à audiência conquistada pelo público de casa. A lógica é: quanto mais aparelhos televisivos estiverem ligados em determinado canal, em determinado programa, maior será sua audiência, maior será o lucro. Ou seja, os donos de mídia não se preocupam com conteúdo adequado, mas ao conteúdo que lhes deem lucro.

1.4. O Consumo mediático do brasileiro

Ao considerarmos os hábitos de consumo⁹ dos jovens no país, a internet alcançou diversas inovações para esse público. Segundo uma pesquisa realizada pela TIC¹⁰ kids em 2015, cerca de 80% da população brasileira entre 9 e 17 anos utilizam a internet todos os dias. Além disso, 83% dos jovens relataram o celular como o meio mais utilizado para acessá-la. No público entre 15 e 17 anos, 39% utilizam a internet apenas através do telefone móvel. A pesquisa foi realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI –, através do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação – Cetic.

Em relação a televisão, segundo dados da Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM – 2016, realizada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM –, 63% da população brasileira que respondeu a pesquisa se informa mais sobre o que acontece no país por meio da televisão e 26% diz se informar pela internet. A pesquisa utiliza até duas menções de respostas para as perguntas, assim, somando a primeira e a segunda menção se tem 89% da população que diz se informar pela televisão e 49% pela internet, conforme a tabela abaixo:

⁹ Hábitos de consumo são informações características do estudo do comportamento do consumidor.

¹⁰ TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação.

P01) Em que meio de comunicação o(a) sr(a) se informa mais sobre o que acontece no Brasil? E em segundo lugar? (**ESTIMULADA - ATÉ DUAS MENÇÕES**)

Base: Amostra (15050)	1ª MENÇÃO	1ª+2ª MENÇÕES
TV	63%	89%
Internet	26%	49%
Rádio	7%	30%
Jornal	3%	12%
Revista	0%	1%
Meio externo (placas publicitárias, outdoor, ônibus, elevador, metrô, aeroporto)	0%	0%
Outro (Esp.)	0%	2%
NS/ NR	0%	0%

Tabela 1. Pergunta número 01 da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Meios de Comunicação que se informa mais. **Fonte:** SECOM da Presidência da República.

Conforme o andamento da pesquisa, se pergunta qual é a primeira e a segunda emissora de televisão aberta ou paga que o respondente mais assiste. Conforme analisado, 56% responderam na primeira menção a Globo, 11% o SBT, 12% a Rede Record e 3% a Band. Somando a primeira a segunda menção, a Globo continua em primeiro lugar com 73% das menções, seguida pelo SBT, com 36%, a Record com 32% e a Band com 11% das respostas.

Verifica-se aqui que a televisão aberta ainda é vista por grande parte da população, em especial para a Rede Globo que continua no *top of mind* das pessoas. Essa relação deve ser levada em conta, visto a diferença entre os números da primeira colocada em comparação com a segunda.

A emissora mais assistida é de televisão por assinatura: a Globo News, canal de notícias 24 horas. Apesar de não ter números expressivos, 1% mencionou na primeira resposta e 2% somando com a segunda, o Grupo Globo continua líder tanto na televisão aberta quanto na televisão paga.

P06) Qual emissora de TV aberta ou paga o(a) sr(a) mais assiste? E a segunda emissora que o(a) sr(a) mais assiste? **(ESPONTÂNEA – ATÉ DUAS MENÇÕES)**

Base: para quem costuma assistir TV (14666)	1ª MENÇÃO	1ª+2ª MENÇÕES
Globo	56%	73%
SBT	11%	36%
Record	12%	32%
Band	3%	11%
Globo News	1%	2%
SporTV	1%	2%
Discovery Channel	1%	2%
Fox	1%	2%
RBS TV	1%	1%
Cultura	0%	1%

Tabela 2. Pergunta número 06 da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – qual emissora de TV aberta ou paga o senhor mais assiste. **Fonte:** SECOM da Presidência da República.

Entendendo a internet como meio de importância para a PBM, a tabela abaixo pergunta quais lugares o entrevistado mais utiliza a internet. Conforme registrado, 79% acessa mais em casa, 13% no trabalho e 2% na rua. Somando as duas menções, 93% utiliza a internet em casa, 33% utiliza no trabalho e 16% na rua. Sendo assim, o ambiente familiar é o lugar que predomina o acesso à internet.

P25) Em qual local o(a) sr(a) utiliza mais a internet? E em segundo lugar? **(ATÉ DUAS MENÇÕES)**

Base: para quem costuma usar a internet (9307)	1ª MENÇÃO	1ª+2ª MENÇÕES
Em casa	79%	93%
No trabalho	13%	33%
Na rua	2%	16%
Na casa de parentes	2%	11%
Na casa de amigos	1%	10%
Na escola/ universidade	1%	6%
Em lanhouses	1%	3%
No carro/ no transporte público (ônibus, metrô)	0%	2%
Em Cafés/ Barzinhos/ Restaurantes	0%	2%
Em telecentros	0%	0%
Outros	0%	4%
NS/ NR	0%	0%

Tabela 3. Pergunta número 25 da Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 – Locais que utiliza mais a internet. **Fonte:** SECOM da Presidência da República.

Além da PBM de 2016, a pesquisa Mídia Dados Brasil 2016 indica informações relevantes sobre o perfil demográfico dos consumidores do meio televisivo. Segundo o gráfico abaixo, as mulheres são as que mais assistem TV, totalizando 54% das resposta, enquanto os homens, 46%.

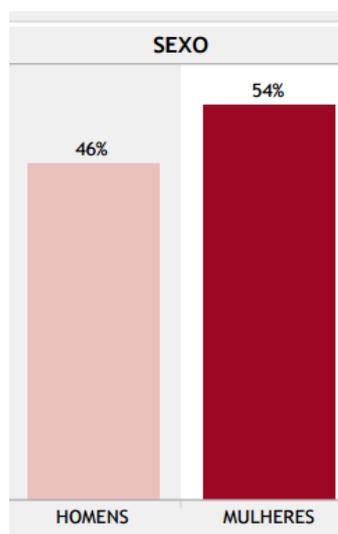


Gráfico 1. Dados referentes ao perfil demográfico do consumidor do meio televisivo - Sexo. **Fonte:** Mídia Dados 2016.

Considerando a classe econômica da população, os brasileiros que mais assistem televisão estão incluídos na classe C2, entendida como classe média baixa, com 26%. A Classe média (C1) representa 25% das pessoas que assistem televisão no país e as classes D e E representam 19% da população. As pessoas consideradas ricas estão inseridas na classe A e classe B, e indicaram apenas o percentual de 4% e 6%, respectivamente, das pessoas que assistem televisão.

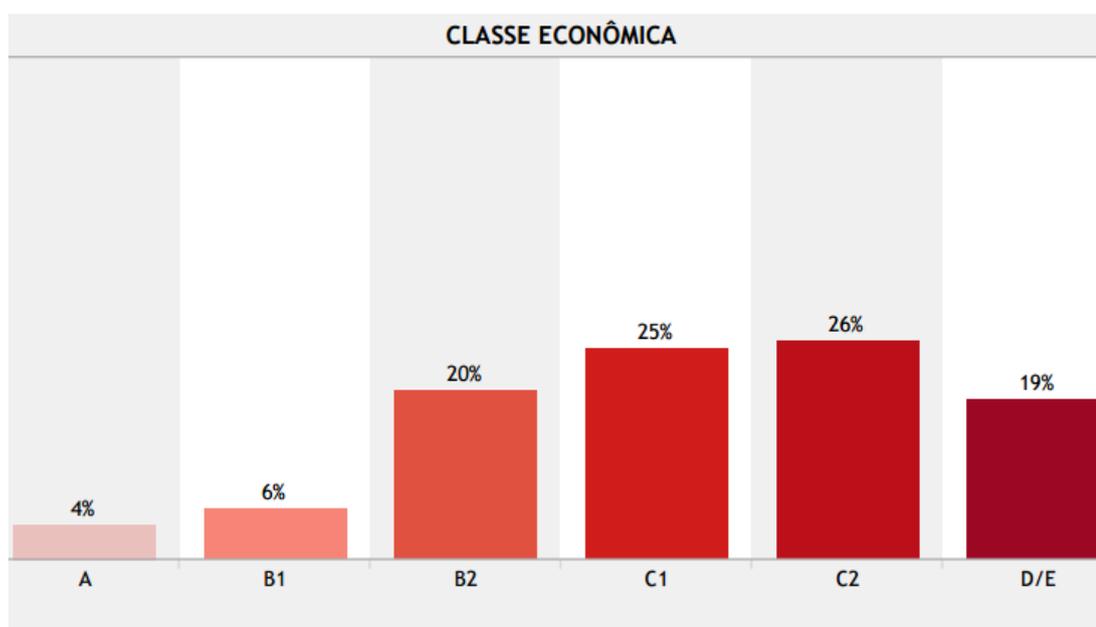


Gráfico 2. Dados referentes ao perfil demográfico do consumidor do meio televisivo – Classe Econômica.

Fonte: Mídia Dados 2016.

As pessoas com idade entre 20 e 29 anos assistem mais televisão. Segundo a pesquisa, representam 20% da população. As crianças e os adolescentes, que estão incluídos entre as faixas etárias de 10 a 14 anos e 15 a 19 anos, representam 9% cada, ou seja, um percentual que indica que esse público pode não estar consumindo o meio televisivo com tanta frequência. Além disso, 9% também indica o percentual de pessoas com mais de 65 anos, 19% representam a faixa entre 30 e 39 anos, 16% as pessoas entre 40 e 49 anos e 17% entre 50 e 64 anos.

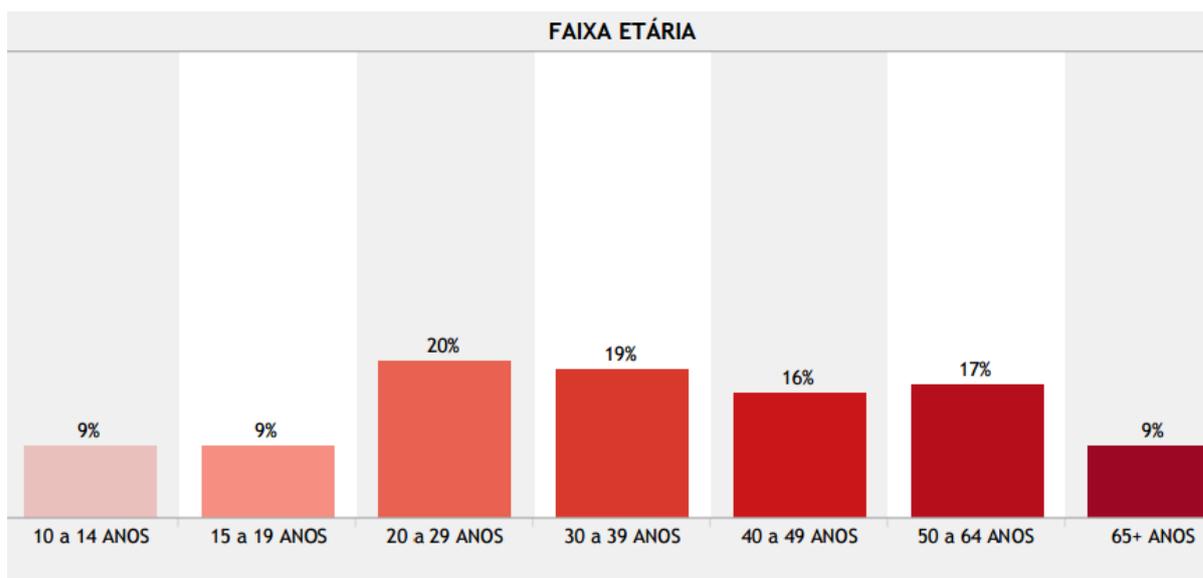


Gráfico 3. Dados referentes ao perfil demográfico do consumidor do meio televisivo - Faixa Etária. **Fonte:** Dados Mídia 2016.

Os dados especificam a ideia de que a população menos favorecida do país assiste mais canais de televisão aberta, diferente das pessoas com mais poder aquisitivo, que assiste menos o meio televisivo.

O que se tem se pode analisar nesse breve histórico é que tanto o Estado quanto os órgãos representativos de grupos sociais ligados à temática jogam entre duas posições: ora a Classificação Indicativa ganha destaque, considerando toda a conquista de exibição de programas conforme faixa etária e horária, defendendo a proteção à crianças e adolescente, uma vez que esse público é um ser em formação e suscetível ao poder mediático da televisão, ora perde o embate, na subversão de suas conquistas na justificativa da censura e falta da liberdade de expressão. Nesse histórico, é possível identificarmos essa situação mais de uma vez.

Com a decisão final do STF em 2016, de derrubar a vinculação horária da Classificação Indicativa, as oligarquias televisivas tomam frente ao controle do conteúdo exibido em sua programação. A liberdade de expressão, baseada na ideia da política de comunicação, se esvazia em contrapartida. Faz-se necessário reinventar os processos preestabelecidos na jurisprudência do país, para que a construção da Classificação Indicativa não entre em desuso, como já ocorre. São mais de 27 anos de discussão entre dois posicionamentos, que apesar de serem pertinentes, precisam ser elevados ao próximo nível, desmembrando esses conceitos pré-estabelecidos para construir novas argumentações para o tema.

No próximo capítulo, o conceito de adolescência será abordado na investigação das suas principais características, bem como a necessidade de explorarmos a sua relação com a televisão e a Classificação Indicativa, considerando que esse grupo continua a assistir televisão e mais do que só assistir, estão suscetíveis ao consumo mediático excessivo.

2. O ADOLESCENTE E A TELEVISÃO

2.1. O Adolescente

O termo adolescência vem do verbo em latim *adolescere*, que significa crescer em direção à maturidade. A adolescência é tida na sociedade moderna como fase de transição entre ser criança e ser adulto (CALLIGARIS, 2000).

Conforme analisado por Bertol e Souza, a adolescência é estudada de duas formas: a primeira entende o conceito como desenvolvimento inevitável, implicando em transformações biológicas, psicológicas e sociais. Neste caso, como um processo do desenvolvimento humano. A segunda, trata-se de uma leitura desenvolvimentista, que entende a adolescência como etapa da vida, que possui características biológicas e psicológicas específicas, como por exemplo a rebeldia, a insegurança e a agressividade (BERTOL; SOUZA, 2010).

Segundo as autoras, a adolescência na leitura desenvolvimentista é alvo de críticas no sentido do adolescente ser entendido como um ser incompleto, de imperfeição subjetiva, e o adulto como um ser completo, com ideal de plenitude (Idem, *ibidem*, 2010).

Ozella acredita que a adolescência está fortemente ligada a estereótipos e estigmas desde que Stanley Hall a identificou como uma etapa marcada por tormentos e conturbações vinculadas à emergência da sexualidade (HALL apud OZELLA, 2002, p. 16).

Na América Latina e no Brasil, os estudos relacionados a adolescência tem como base as pesquisas de Arminda Aberastury. A adolescência, segundo a autora, é vista como uma etapa essencial para vida do homem e constitui a etapa decisiva de um processo de desprendimento. *“É um período de contradições, confuso, ambivalente, doloroso, caracterizado por fricções com o meio familiar e o ambiente circundante”* (ABERASTURY, 1980, p. 16).

Para Aberastury, a conduta do adolescente engloba comportamentos de exploração do mundo, mas podem apresentar comportamentos que vão desde fugas ou fantasias de fuga, até o fechamento no quarto, ou à inércia total em um aparente isolamento total do exterior (ABERASTURY, 1980, p. 26). A autora considera ainda a adolescência, além de um selo individual, como um selo do meio cultural, social e histórico (Ibidem, p. 28). Por esse lado, é interessante analisar a composição entre os meios em que os adolescentes vivem e as características dessa fase da vida, visto que muitas vezes os adultos apelam para a coação da liberdade, por exemplo, através da dependência econômica (Ibidem, p. 29). Nesse sentido, o adulto, o mercado, a indústria cultural apela para essa coação através do consumo:

Os adultos de hoje proclamam aceitar os jovens, mas na prática, veem neles um mercado e produzem em massa vestuário, roupas, discos, espetáculos, tendentes a detê-los em seu desenvolvimento, a marcá-los dentro da sociedade, dificultando assim sua emancipação" (ABERASTURY, 1980, p. 30).

O adolescente molda suas escolhas por meio da tentativa de realizar os sonhos dos adultos. Eles não podem se afastar desses sonhos por dois motivos: precisam interpretar o desejo dos adultos porque na cultura vigente não existe ritos de passagem entre a adolescência e a vida adulta; segundo, um pecado próprio de uma cultura que idealiza a autonomia, esta por sua vez, continua sendo o sonho dos adultos na percepção dos adolescentes (CALLIGARIS, 2000). Calligaris complementa:

Verifica-se então o paradoxo seguinte: a adolescência, excluída da vida adulta, rejeitada num limbo, acaba interpretando e encenando o catálogo dos sonhos adultos, com maior ou menor sucesso. Mas, através de todas as suas variantes, ela sempre encarna o maior sonho de nossa cultura, o sonho de liberdade. Ou seja, por tentar dispensar a tutela dos adultos, a rebeldia adolescente se torna uma encenação do ideal cultural básico. Por esse motivo, as condutas adolescentes em todas as suas variantes se cristalizam, se fixam e se tornam objetos de imitação [...] Tudo leva a fazer da adolescência um ideal social. (CALLIGARIS, 2000. p. 57).

Calligaris ainda verificou que os adolescentes, organizados em grupos, são públicos-alvo fáceis de se reconhecer pelas indústrias culturais de consumo. Nesse sentido, os adolescentes estruturam uma indústria consumidora que pressiona suas escolhas e torna o ambiente perfeito para os meios de comunicação explorarem o seu poder de persuasão (CALLIGARIS, 2000).

Ainda tecendo as ideias sobre a adolescência, a obra da pesquisadora, filósofa e mestre em educação Tania Zagury, *O Adolescente por ele mesmo* (2000), tem base em pesquisas realizadas pelo país, com entrevistas de adolescentes de todas as classes sociais que frequentam a escola. O livro parte do que os jovens pensam sobre si mesmos, do seu modo de ver o mundo e temas que estão inseridos em seu cotidiano, como as drogas, o sexo e a violência. A obra ainda tem uma ampla rede de informações sobre o que os adolescentes pensavam na época e como se pode pensar suas relações com as instituições:

A adolescência caracteriza-se por ser uma fase de transição entre a infância e a juventude. É uma etapa extremamente importante do desenvolvimento, com características muito próprias, que levará a criança a tornar-se um ser adulto, acrescida da capacidade de reprodução. As mudanças corporais que ocorrem nesta fase são universais, com algumas variações, enquanto as psicológicas e de relações variam de cultura para cultura, de grupo para grupo e até de indivíduos de um mesmo grupo (ZAGURY, 2000, p.24).

O livro *Mídia de Chocolate* traz artigos que discutem os efeitos do impacto da interação de crianças e adolescentes com os meios de comunicação – rádio, a televisão e seus vários gêneros de narrativas, a publicidade, os computadores e os jogos –, bem como a natureza dos usos da mídia. A obra sinaliza a adolescência como condição do incompleto, algo em formação, sendo necessária uma melhor compreensão sobre o processo de formação desse grupo (ALCÂNTARA; CAVALCANTE; SAMPAIO, 2006).

Como se pode observar, o adolescente é comumente caracterizado como uma pessoa conturbada e rebelde, muitas vezes por ser um sujeito em formação. A adolescência, tida como a transição entre a infância e a vida adulta, caracteriza esses sujeitos com essas denominações por meio das ações que os adolescentes têm. Tais ações, muitas vezes violentas, são interligadas a recepção de conteúdo estabelecido pelos meios de comunicação, como será discutido a seguir.

2.2. A Influência da mídia nas crianças e adolescentes

O Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA – é a legislação específica para esse público e defende os direitos da criança e do adolescente como condição humana, conforme Muller explana:

A proteção integral às crianças e adolescentes está consagrada nos direitos fundamentais inscritos no artigo 227 da Constituição Federal de 1988 e nos artigos 3 e 4 do Estatuto da Criança e do Adolescente [Lei Federal nº 8.069, de 13 de julho de 1990]. A promulgação destes direitos fundamentais tem amparo no status de prioridade absoluta dado à criança e ao adolescente, uma vez que estão em peculiar condição de pessoas humanas em desenvolvimento (MULLER, 2011).¹¹

Assim como qualquer pessoa, crianças e adolescentes também são sujeitos de direito, garantidos desde a Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças e Adolescentes em 1990, e *a posteriori* no ECA. Segundo Brunõl (2001), esse público detém de uma superproteção ou proteção complementar de seus direitos, visto que são seres em desenvolvimento.

A mídia, por sua vez, intervém neste processo muitas vezes de forma negativa. Estudos indicam que os conteúdos violentos e não recomendados para a faixa etária das crianças e dos adolescentes, disponibilizados pelas emissoras de televisão, contribuem negativamente para a

¹¹ MULLER, Crisna Maria. Direitos Fundamentais: a proteção integral de crianças e adolescentes no Brasil. In: *Âmbito Jurídico*, Rio Grande, XIV, n. 89, jun 2011. Disponível em: <http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9619>. Acesso em 22 abril de 2017.

educação desse público. Eles são levados a pensar e agir da forma estabelecida pelos discursos das mídias de massa.

Os primeiros estudos relacionados ao impacto dos conteúdos de violência e sexo em crianças e adolescentes foram feitos nos Estados Unidos. Segundo os autores do estudo *Television and growing up: the impact of televised violence: Report to the Surgeon General, United States Public Health Service*¹², o impacto de tais conteúdos em crianças e adolescentes era alto e isso se repetia com o passar dos anos, com uma programação audiovisual que não melhorava nas televisões do país (ORTEGA; PEREIRA; IGARTUA; 2016, p. 51).

Já na pesquisa de Ortega, Pereira e Igartua, foi possível constatar que no Brasil houve uma escassa ou quase nula produção de programas educativos para o público infanto-juvenil e uma exposição massiva a conteúdos destinados a adultos durante o período em que a pesquisa foi realizada, em 2012. (Ibidem, 2016, p. 50).

Esse estudo trabalhou com análise das programações e distribuição de produções midiáticas de algumas emissoras de tv aberta – Globo, SBT e Rede Record, principalmente nos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul e Bahia. O resultado constatou um comportamento agressivo em crianças e adolescentes, influenciados pela exposição a programas com cenas de violência. *"O resultado significativo é que há uma produção e distribuição limitada de conteúdo destinado a crianças nesses estados, uma programação dominada por gêneros destinados ao público adulto e à ausência de programas educacionais"*. (Ibidem, 2016, p.50).¹³

Uma pesquisa realizada pela Unesco em 1997, através da Universidade de Utrecht, na Holanda, revelou que as crianças desenvolviam uma fascinação por heróis violentos, muitas vezes, exaltados pela comunicação de massa na televisão. (Ibidem, 2006, p. 51). Já no estudo para a instituição *Save the Children*, localizada na Suécia, e realizado por Helena Thorfinn (2002), tentou decifrar a relação entre o conteúdo das obras audiovisuais e o comportamento do público infanto-juvenil. Em suma:

Os resultados refletiram a conduta do público, que pôde ser influenciada por elementos negativos, levando o indivíduo a ter comportamentos violentos subsequentes. Em um sentido contrário, os conteúdos que apresentam elementos

¹² Televisão e crescer: o impacto da violência televisiva: Relatório ao *Surgeon General*, Serviço de Saúde Pública dos Estados Unidos.

¹³ Tradução livre: El resultado significativo es que existe una escassa producción y distribución de contenidos destinados al público infantil en estos estados, una parrilla dominada por géneros destinados al público adulto y ausencia de programas educativos.

passivos e positivos conduzem as crianças e os adolescentes a terem conduta efetivas, como o altruísmo, amizade e solidariedade (Ibidem, p. 51).¹⁴

No Brasil, Kasprzak (1997) investigou, em sua tese sobre Cavaleiros do Zodíaco, anime de sucesso nos anos 90, a associação entre poder, violência e força nas representações dos personagens. Além disso, comprovou que as crianças que acompanhavam a animação desenvolveram um perfil violento, imitando os personagens, reforçando a ideia de que a cultura de massa e a tv influenciam no comportamento do público infanto-juvenil.

De todo modo, esses estudos e pesquisas promovem uma gama de informações acerca da problemática dos conteúdos consumidos pelas crianças e adolescentes no mundo. Assim, o que se tem é uma população com dificuldades em relacionar conteúdo educativo com um público específico.

2.3. A Televisão

Considerando a Classificação Indicativa e os adolescentes como pontos-chave neste estudo, é hora de entender o meio a ser estudado: a televisão. A televisão é um meio de comunicação de massa que parece exercer um certo poder na vida das pessoas. No Brasil, surge no início dos anos 1950 com a TV - Tupi (SP), mas é só a partir de 1967 que se pode falar de sistema informativo de televisão. (SODRÉ, 1989, p. 85).

Sodré afirma que a televisão não surgiu para responder a uma [necessidade] real da comunicação por imagens. Ela é técnica, em busca de necessidades que a legitimem socialmente (SODRÉ, 1989, p. 14). Além disso, entende a televisão como um sistema que busca o controle total de seus usuários (Ibidem, p. 51). “[...] na relação instituída pelos modernos meios de informação, falar é um ato unilateral. Sua regra de ouro é silenciar ou manter à distância o interlocutor” (Ibidem, p. 25).

Nesse sentido, acredita que para se ter uma comunicação de verdade, efetiva, é necessário um diálogo, uma troca, fato que não se evidencia na televisão. “O médium não é aí um simples mediador entre informante e público, mas um espaço autônomo capaz de criar modelos próprios, que neutralizam o sentido político das ações e dos discursos” (Ibidem, p. 28).

¹⁴ Tradução livre: Los resultados de dicha investigación revelaron que los reflejos de conducta pueden ser influenciados por elementos negativos llevando al individuo a comportamientos violentos ulteriores. Em sentido contrario, los contenidos que presentan elementos passivos y positivos conducen a conductas efectivas, como el altruísmo, amistad y solidaridad.

Para Fischer, à tv se é atribuída a função mágica de tudo dizer, de tudo mostrar e de tudo ensinar (FISCHER, 1984, p. 75). Em seu livro *O Mito na sala de jantar* (1984), o mito são as narrativas míticas, iniciais, quase que necessárias para todos os seres humanos, ou seja, a autora faz uma referência ao que chama de mitologia da televisão, enquanto a sala de jantar é uma alegoria que compete a ideia de local onde toda a família se reúne e aproveita para assistir à televisão.

Sodré é crítico ao analisar certos aspectos sobre o sistema televisivo. Para ele, esse sistema elimina a gratuidade do diálogo, como dito anteriormente, ou seja, a reciprocidade linguística com a finalidade produtiva, bem como a liberdade de se falar o que e quando quiser. Além disso, suprime a pluralidade das situações sociais, uma vez que prega modelos a serem seguidos, relaciona-se aqui com a cultura de massa, implicada na indiferenciação cultural e no curso livre do desejo. Elimina, por fim, a sociabilidade, que incrementa e complementa as relações interpessoais. (SODRÉ, 1989, p. 52).

Fischer promove a identificação de quatro teses complementares sobre a tv e que se encaixam com as ideias de Sodré. A primeira indica a televisão como reprodutora e reforçadora da ideologia da classe dominante, uma vez que tudo que está na televisão é um reforço dos hábitos dessa classe; a segunda tese mostra que a televisão manipula a opinião pública segundo essa classe dominante; a terceira tese é a de que a televisão substitui a ausência de participação política, também alienando o pensamento crítico da população por meio da cultura de massa e do intermédio da programação massiva dos canais de tv; e por fim, a quarta tese relata que a tv impõe violentamente a mudança de costumes, descaracterizando o quadro cultural das diferentes regiões dos países (FISCHER, 1984, p. 17).

Além disso, Fischer analisou o discurso de adolescentes com uma pesquisa empírica em 1984 e constatou quatro preferências narrativas: as telenovelas, os filmes, os desenhos animados e os shows.

As telenovelas estariam relacionadas às emoções e reforçam o mito como mobilizador das pessoas (ibidem, p. 44). Para os adolescentes da pesquisa, as personagens das novelas são projetáveis, ou seja, eles se veem como tais personagens. Daí, mais indícios de que a televisão interfere no modo de agir das crianças e adolescentes.

A novela retrata o real. E ao defender isso, o adolescente entra em conflito com o que é real e o que é imaginário. “*A telenovela é uma forma projetiva de representação das emoções*” (Ibidem, p. 46). Além disso retrata temas do amor, beleza, erotismo, vida e morte e juventude para o público.

O gosto pelo gênero de terror e pela aventura se destaca na pesquisa de Fischer porque as narrativas precisam ser emocionantes para os adolescentes. A proibição, entre aspas, da Classificação Indicativa ou dos pais não os desencorajaram a consumir conteúdos não recomendados para suas idades, pelo contrário, incentivou o consumo. *“Para as crianças e os adolescentes, as emoções que realmente esses filmes prometem, [eróticos, violentos, terror] tornam-se mais desejadas ainda, já que há um consenso de que são proibidos para eles”* (FISCHER, 1984, p. 54-55). Além disso, os entrevistados na pesquisa disseram gostar de desenhos animados, alimentam a magia do “tudo é possível”, assim como nos shows de entretenimento da televisão (Ibidem, p. 61).

No caso da televisão, os temas que se destacaram na pesquisa de Fischer foram as questões de realidade e fantasia, a problemática da adolescência e o desejo deles se identificarem com aquilo que assistem na televisão.

Segundo Fischer, os adolescentes se sentem sem uma definição de lugar na sociedade. Também acreditam que não há diálogo da sociedade e demais atores institucionais com eles. Assim, consomem ideias e valores originalmente feitos para adultos, e acostumam-se com isso, mas garantem não estar satisfeitos. Eles querem que a televisão faça o que a sociedade em geral não faz: programas para eles, com debates sobre essa vivência de rejeição, do abandono e da indiferença (Ibidem, p. 74). A autora explica:

[...] a tv não atende às necessidades e expectativas de uma determinada faixa etária, seja porque a indiferença da tv é a mesma indiferença de outros setores da sociedade para com o adolescente, seja ainda porque esperam que a própria tv um dia possa preencher esse vazio, que nem os pais, nem a escola, nem ninguém se preocupa em atender.” (FISCHER, 1984, p. 76).

Por fim, querem se ver na televisão para se sentirem representados. Pediram maior presença deles na tv e mais programas que falassem sobre as vivências deles. *“Assistem, gostam, avaliam, e concluem que faltam programas dedicados especialmente a eles, seja para divertimento seja para informação”* (Ibidem, p. 77).

Maria Immacola V. Lopes se preocupa com a recepção do mediatizado pela televisão, especialmente com as narrativas das novelas. Segundo ela, o que importa mesmo é o comportamento que se liga a essas histórias, apesar delas passarem por diversas representações sociais. *“A telenovela vai para a política, para outras instâncias da realidade, mas é o*

comportamento, são as questões morais que, mesmo aí, mais chamam a atenção, e tudo isso está investido dessa matriz.” (LOPES, 2009)¹⁵.

Todas essas caracterizações sobre a televisão é subtendida na cultura de massa, conceito estudado por Edgar Morin, que incorpora conceitos de dupla ligação, dentre eles a realidade e o imaginário, discutidos na pesquisa de Fischer e a projeção e a identificação, também discutidos por ela e Sodré.

O real e o imaginário vão lidar com as vivências das pessoas. O que é real muitas vezes está ligado ao inesperado, ao sensacionalismo. O imaginário, por sua vez, está ligado as fantasias das pessoas, as intrigas romanescas, conforme o autor intitula (MORIN, 2009, p. 35).

A projeção e a identificação diz respeito à relação que se estabelece entre a população e as personagens da cultura de massa. Ou seja, quando a massa se identifica com o personagem da cultura de massa ou quando ela se projeta nesse personagem. Projeta especialmente nas condutas, busca pela felicidade e amor e detalhes nas vestimentas, conforme:

[...] a cultura de massa procura divertimento e evasão, compensação, expulsão, purificação [catarses], em que medida ela mantém fantasmas obsessivos, em que medida ela fornece modelos de vida dando forma e realce às necessidades que aspiram a se realizar. Isto é, em que medida a estética invalida e informa a vida prática. (MORIN, 2009, p. 85).

Outro ponto interessante da cultura de massa é o fato dela ser uma cultura do lazer. O tempo livre de um trabalhador e trabalhadora no país é geralmente gasto com cultura de massa e principalmente com a televisão. É como uma ética do lazer, em detrimento da ética do trabalho (Idem p. 69). Observe a explanação de Morin:

Ela ignora os problemas do trabalho, ela se interessa muito mais pelo bem-estar do lar do que pela coesão familiar, ela se mantém à parte [se bem que possam pesar sobre ela] dos problemas políticos ou religiosos. Dirige-se às necessidades da vida do lazer, às necessidades da vida privada, ao consumo e ao bem-estar, por um lado, ao amor e à felicidade por outro. (MORIN, 2009, p. 69).

Essa relação entre essas narrativas midiáticas e os adolescentes é interessante de se analisar uma vez que são seres em formação e essa mediatização de conteúdos inadequados pode exercer, como vimos, influência direta no comportamento. O lazer é chave da consumação dos produtos televisivos dos adolescentes e está inteiramente ligado nessa relação com o meio.

Os dois autores, Fischer e Sodré, discutem a televisão de forma extremamente crítica. Esses elementos estabelecidos indicam a televisão como forte instrumento de construção das

¹⁵ Maria Immacolata Vassallo de Lopes: Telenovela, a narrativa brasileira. In Pesquisa FAEP. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/2009/01/01/maria-immacolata-vassallo-de-lopes-2/>. Acesso em 5 de abril de 2018.

relações entre os indivíduos. Isso quer dizer que a televisão vive no cotidiano das pessoas, nas conversas, no modo de agir e de pensar. Suas considerações indicam que o meio é encorpado por uma dominação de forças interessadas em defender seus ideais e isso dificulta o entendimento da televisão como um espaço democrático do pensamento.

O próximo capítulo apresentará as questões metodológicas da pesquisa realizada no Centro Educacional Pompílio Marques de Souza, em Planaltina, bem como a análise das respostas dos adolescentes do nono ano ao questionário aplicado.

3. METODOLOGIA DE PESQUISA

O método, segundo Geraldês e Sousa (2006), é o caminho ou procedimento, para a coleta e análise de informações que ajuda a justificar o trabalho de pesquisa. A partir de Gil (2006), pode-se definir método como caminho para se chegar a determinado fim. E método científico como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento. Enquanto para Fonseca (2002), *methodos* significa organização, e *logos*, estudo sistemático; assim, metodologia é o estudo da organização, dos caminhos a serem percorridos, para se realizar uma pesquisa ou um estudo, ou para se fazer ciência.

Esta parte do trabalho caracteriza-se como uma pesquisa empírica, considerando a ida a campo para coleta de informações sobre os hábitos mediáticos dos adolescentes do CED Pompílio Marques de Souza. A Pesquisa empírica é dedicada ao tratamento da face empírica e fatural da realidade; produz e analisa dados, procedendo sempre pela via do controle empírico e fatural (Demo, 2000).

Para Fantinato, a pesquisa empírica conduz uma mudança, acrescenta ou altera informações relevantes para o conhecimento:

[...] a pesquisa empírica obtém a recolha de dados a partir de fontes diretas – pessoas – que conhecem, vivenciaram ou tem conhecimento sobre o tema, fato ou situação e que, podem causar diferenciação na abordagem e entendimento dos mesmos, conduzindo a uma mudança, acréscimo ou alteração profunda, relevante que não distorça, agrida ou altere o conteúdo principal mas sim que o enriqueça e transforme em conhecimento de fácil compreensão [...] (FANTINATO, 2015, p. 7).

Para responder a problemática desta pesquisa e alcançar os objetivos nela expostos, será utilizada a metodologia quanti-quali, ou seja, métodos quantitativos e qualitativos.

Geraldês e Sousa (2006) afirmam que os métodos quantitativos são usados quando o pesquisador está preocupado com a dimensão empírica, mensurável e quantitativa da realidade, além de mais interessado em dar respostas objetivas por meio de dados estatísticos e matemáticos. Se preocupam com a objetividade, enquanto os métodos qualitativos estão preocupados com a dimensão das relações humanas, com a subjetividade do seu objeto de pesquisa.

Silveira e Córdova (2009), descrevem a abordagem qualitativa como preocupada com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais.

Os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos [suscitados e de interação] e se valem de diferentes abordagens (CÓRDOVA, F.; SILVEIRA, D. 2009. p. 32).

Enquanto a pesquisa quantitativa, que tem suas raízes no pensamento positivista lógico, tende a enfatizar o raciocínio dedutivo, as regras da lógica e os atributos mensuráveis da experiência humana (CÓRDOVA, F.; SILVEIRA, D. 2009, p. 33).

Os procedimentos metodológicos realizados neste trabalho começam com as pesquisas bibliográficas, que permitem conhecer o que já foi estudado sobre o tema proposto. A pesquisa bibliográfica, segundo Fonseca (2002), é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros e artigos científicos. Além da investigação bibliográfica sobre a Classificação Indicativa e sua relação com o adolescente e a cultura da mídia, o presente trabalho utilizará a aplicação de questionários para uma amostra de 80 alunos do nono ano do Centro Educacional Pompílio Marques de Souza, situado na cidade de Planaltina, afim de coletar dados sobre seus hábitos de consumo mediático.¹⁶ Para isso, definimos a faixa etária de 14 à 16 anos, considerando o fato dos adolescentes estarem em um ano de transição, do ensino fundamental para o ensino médio.

Assim, enquanto houve busca por informações quantitativas e numéricas sobre os hábitos mediáticos dos adolescentes, também houve a busca por informações qualitativas afim de entender a relação que se estabelece entre o conteúdo que se assiste na televisão e a sua Classificação Indicativa.

O questionário buscou salientar a definição do público, com perguntas de gênero, idade e renda; e questões relacionadas ao hábito de consumo da televisão, como periodicidade em que assiste à televisão e seus gostos preferenciais.

No total, três turmas do nono ano responderam às perguntas: os 9º A, 9º B e 9º C, todas no período matutino. A aplicação das 14 perguntas do questionário se deu entre os dias 01º e 02 de março de 2018, totalizando 96 respostas dos alunos.

¹⁶ O questionário, para Gil, pode ser definido como uma técnica de investigação social composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, culturas, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente e passado. A Construção de um questionário consiste na tradução dos objetivos da pesquisa em questões específicas a serem respondidas pelo objeto. As respostas proporcionarão dados para descrever as características do público pesquisado (GIL, 1999, p. 121).

A estratégia de aplicação baseou-se na utilização de horários vagos, que acontece quando os professores faltam e os alunos ficam com tempo ocioso, sem aula. Todavia, duas das turmas escolhidas estavam em aula. Assim, os professores consideraram a ocasião e deixaram os alunos responderem na própria aula. Apenas uma das turmas respondeu o questionário em horário vago.

Apesar de passar por revisões, o questionário deixou dúvidas e gerou questionamentos de alguns dos respondentes, conforme será exposto ao longo da apresentação dos dados colhidos.

Entre algumas situações enfrentadas durante o processo de preenchimento dos questionários, se destaca a forma que os adolescentes tratavam a pesquisa, aparentavam levar as questões a sério e dispostos a colaborar com o projeto. Em outra perspectiva feita pelo pesquisador, é possível que ao responder as questões em conjunto, os adolescentes possam ter sido influenciados pelos amigos e amigas de turma, considerando suas conversas paralelas durante a aplicação.

Com as informações obtidas foram feitas análises quali-quantitativas. Os resultados foram submetidos a análises no programa de computador, Excel, com a geração de gráficos para a representação destes dados. As questões abertas [questões 5 e 14] foram analisadas por meio das respostas mais recorrentes que os adolescentes deram. Foi utilizado o recurso de nuvem de palavras¹⁷, para deixar os dados mais visíveis ao leitor.

As questões com a possibilidade do respondente marcar apenas uma das alternativas [questões 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9 e 12] foram analisadas com 100% da amostra para a pergunta em geral.

As questões com a possibilidade de marcar mais de uma alternativa [questões 6, 10, 11 e 13] foram analisadas com o universo de 100% para cada uma das alternativas. Ou seja, a porcentagem dessas questões ficam restritas a cada uma das alternativas.

3.1. Planaltina e Centro Educacional Pompílio Marques de Souza: Caracterização

Planaltina fica há aproximadamente 40 km de Brasília e foi criada em 19 de agosto de 1859 pela Lei nº 03 da Assembleia Provincial de Goiás, segundo o próprio site da cidade.

¹⁷ Geralmente se trata da contagem das ocorrências de determinada palavra no texto. Quanto mais a palavra for repetida, maior ela será apresentada na nuvem de palavra. (SILVA, Tarcízio. 2013. Disponível em: <<http://tarciziosilva.com.br/blog/o-que-se-esconde-por-tras-de-uma-nuvem-de-palavras/>>. Acesso em 16 de março de 2018.

A história de Planaltina começa muito antes dessa data. Após a passagem da Comissão *Cruls*, o presidente da República Epitácio Pessoa assinou o decreto nº 4494, em 18 de janeiro de 1922, determinando o assentamento da Pedra Fundamental, que está situada na cidade. A pedra era símbolo para indicar onde se pretendia construir a futura capital do país.



Figura 2. Pedra Fundamental, em Planaltina/DF. **Fonte:** G1.¹⁸

Hoje, a Região Administrativa oferece ao visitante diversos pontos turísticos, como a Lagoa Bonita, a Cachoeira do Pípiripau e a Reserva e Estação Ecológica de Águas Emendadas.

O Centro Educacional Pompílio Marques de Souza está situado em zona urbana, no bairro de Mestre D'Armas, em Planaltina, Distrito Federal. É uma escola pública e conta com ensino fundamental, a partir da quarta série, e o ensino médio regular.

¹⁸ In G1 – Portal de Notícias da Globo. Pedra Fundamental, maior Via Sacra do DF; veja curiosidades sobre Planaltina. Disponível em: <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/08/pedra-fundamental-maior-sacra-do-df-veja-curiosidades-de-planaltina.html>. Acesso em junho de 2018.



Figura 3. Centro Educacional Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** Blog 6ª Escrevendo.¹⁹

Sua infraestrutura conta com uma quadra poliesportiva coberta, 16 de 15 salas utilizadas, sala dos professores, direção, laboratório de ciências, biblioteca, pátio coberto e descoberto, cantina e etc.

3.2. Análise dos Dados Coletados

A seguir será apresentado os resultados da pesquisa de hábitos de consumo televisivo realizada com os adolescentes do CED. Pompílio Marques de Souza.

A Primeira pergunta indica o gênero do respondente do questionário. Conforme visto, a maior parte dos adolescentes são do gênero feminino, representando 58% da amostra (56 pessoas). O gênero masculino representa 41% das respostas (39 pessoas) e 1% respondeu a opção outro (1 pessoa).

¹⁹ In Blog 6ª Escrevendo. Fotos. Disponível em:< <http://6epompilio.blogspot.com/2010/09/>>. Acesso em junho de 2018.

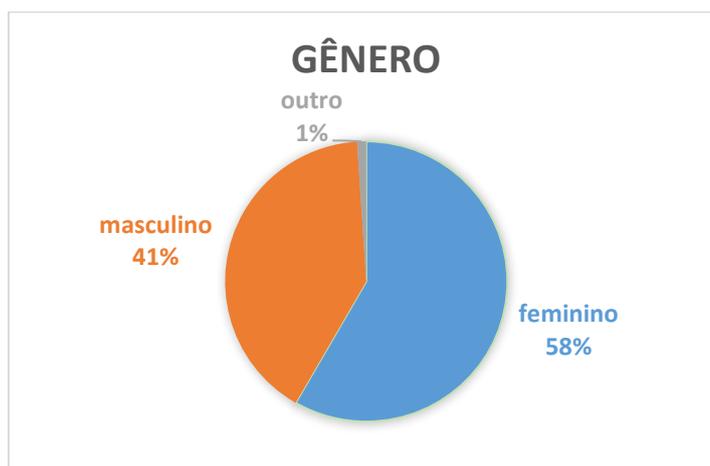


Gráfico 4. Gênero dos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

Prosseguindo na definição do nosso público, a segunda pergunta indica a idade dos adolescentes do nono ano. A maior parte do grupo tem 15 anos, que é a idade correta para os padrões do ensino público no Brasil.²⁰ Duas pessoas avançaram uma série e estão no nono ano com 13 anos, representando 2%, assim como duas pessoas estão atrasadas, com mais de 16 anos, representando 2% também, o que mostra um processo de estabilização no processo de aprovação e reprovação nessa série. Os demais 15% dos adolescentes disseram ter 16 anos (14 respostas) e 33% responderam ter 14 anos (32 respostas). Logo, os dados mostram a faixa etária do nono ano entre 14 e 15 anos.

²⁰ Nas escolas públicas, as crianças entram no maternal a partir dos quatro anos. O primeiro ano do ensino fundamental se inicia com seis anos e o primeiro ano do ensino médio com 15 anos.

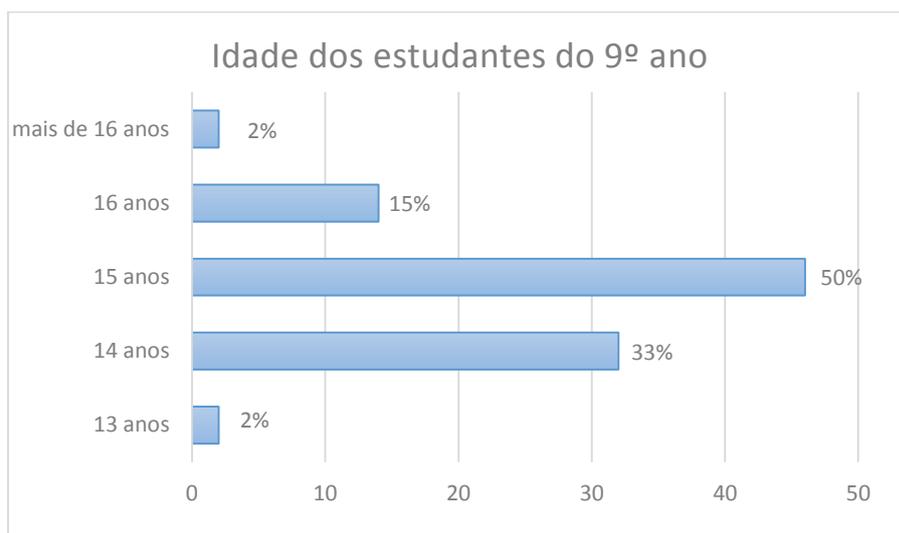


Gráfico 5. Idade dos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

A questão três, sobre renda familiar, apresentou dificuldades aos respondentes. Os dados do salário mínimo estão desatualizados [Refere-se a dados de 2017 e não de 2018]. E, conforme observado pelos estudantes, não havia uma alternativa para o termo desempregados na questão.

Perguntados sobre os valores, muitos dos adolescentes não sabiam o valor corretamente, ficando em dúvida ao responder. Outro ponto a ser ressaltado é o da falta da opção “Desempregados”, que foi citado por 2 pessoas (2%) respondentes e não estava no questionário.

Conforme pôde ser observado, 5% das pessoas não souberam responder qual a renda mensal familiar (5 respostas). Apesar de morarem em periferia, a maioria dos adolescentes dizem que a sua família tem renda entre 2 a 4 salários mínimos, (52 respostas) totalizando 55% da amostra. 7% disseram ter renda menor que um salário mínimo (7 pessoas), hoje estabelecido pelo Estado por R\$ 954 reais, 24% das pessoas indicaram renda mensal de 1 salário mínimo (23 pessoas) e 7% indicaram uma renda salarial maior de que 4 salários mínimos (7 pessoas).

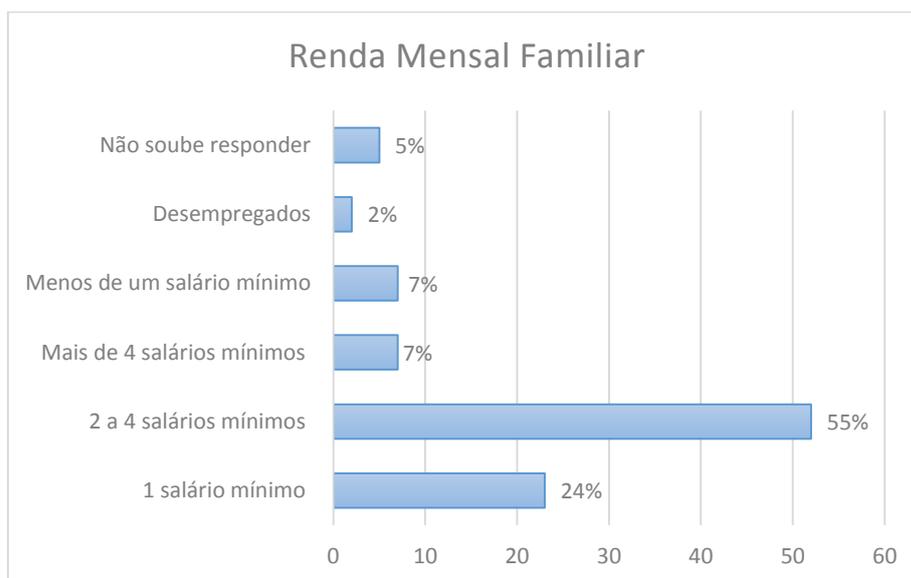


Gráfico 6. Renda mensal familiar dos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

Entre os meios de Comunicação mais utilizados pelos adolescentes, o celular e a internet foram os mais citados, respectivamente com 51% das respostas (39 respondentes) e 39% das respostas (37 respondentes). A Televisão representam 5% das respostas (5 respondentes).

As demais respostas se baseiam na marcação de duas alternativas na questão, por intervenção dos alunos. Neste caso, excepcionalmente, a opção de assinalar mais de uma alternativa não alterou a porcentagem total da questão, sem prejuízos à análise. Assim, celular e internet representam 11% das respostas (11 respondentes), celular e televisão representam 3% (3 respondentes) e a televisão e a internet representam 1% (1 respondente).

É perceptível o gosto eminente pela internet e os meios móveis de Comunicação. A televisão foi pouco citada pelo público, dando a entender que este público não dá prioridade a ela, mas que ainda sim a utiliza, conforme veremos mais adiante.

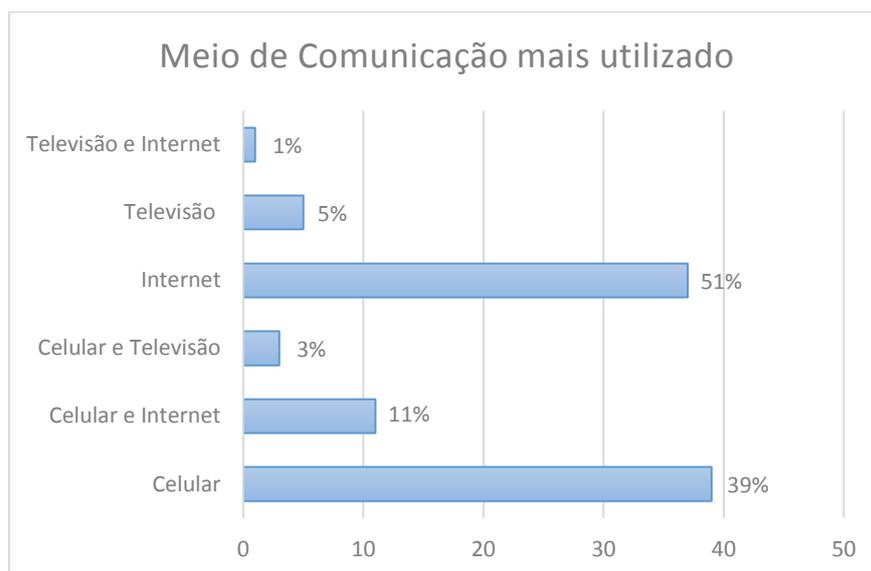


Gráfico 7. Meio de Comunicação mais utilizado pelos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

A questão cinco pede para o adolescente explicar o porquê de utilizar mais o meio de comunicação que escolheu na questão anterior. Sendo uma pergunta aberta, percebeu-se que o público relaciona o meio mais utilizado, o celular, com as seguintes características: facilidade, rapidez, praticidade, eficiência, além disso, relaciona-o diretamente com o ato de comunicar. Eles dizem ser mais fácil, já não suportam a ideia de esperar as informações, esperar não condiz com o viver dos adolescentes. A cultura da conectividade está inserida no dia-a-dia deles como algo natural.

É importante ressaltar algumas ideias verificadas nessas respostas. Diversos estudantes justificaram a escolha da internet com a ideia de que se pode ver tudo o que tem na televisão, enquanto outros defendem a tv como aquela em que se vê de tudo, indicando a força que ela exerce na realidade dos respondentes.

Conforme a imagem a seguir, é possível verificar as palavras mais citadas pelos 96 estudantes.

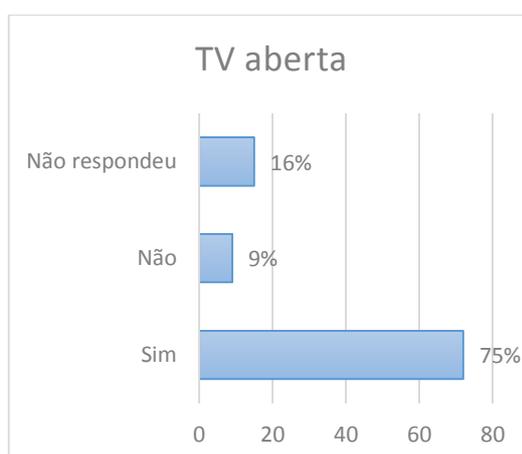


Figura 4. Nuvem de palavras referente as justificativas dos meios de comunicação mais utilizados pelos respondentes do questionário. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Word Cloud Generator. Trabalho de campo. 2018.

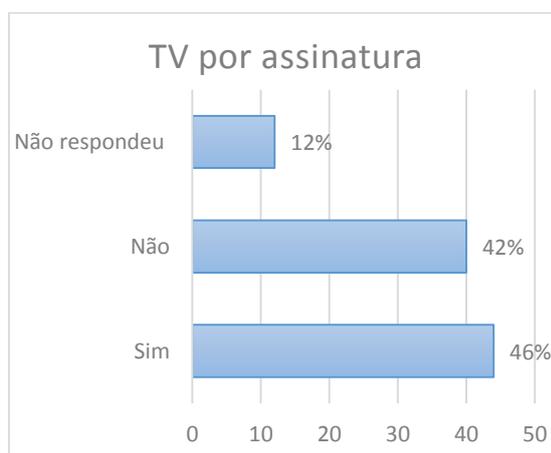
Na questão 6, no que diz respeito a ter acesso à modalidades de tv, se faz a afirmação “Não assisto televisão”, com os campos sim ou não para serem preenchidos. Segundo os alunos, esta afirmação deixa a frase com ambiguidade, uma vez que a palavra “não” aparece duas vezes e dificulta o entendimento da pergunta. Assim, os estudantes não entenderam e a alternativa foi desconsiderada para a pesquisa. Nesse sentido, não parece absurdo esse desentendimento dos adolescentes, uma vez que hoje, em nossa cultura, a televisão está presente em milhões de casas no país?

A primeira alternativa é a de televisão aberta [gráfico 5]. Segundo os dados, 75% dos adolescentes tem acesso à televisão aberta (72 respostas), 9% diz não ter acesso à televisão aberta (9 respostas) e 16% não responderam (15 respostas).

Em consideração à tv por assinatura [gráfico 6], aquela em que se paga um determinado valor por mês para ter acesso a canais diferentes da tv aberta, 46% responderam sim, têm acesso à tv paga (44 pessoas). Ainda assim, 42% disse não ter acesso (40 pessoas), o que nos mostra uma média entre o acesso a esse tipo de entretenimento. Todavia, é importante levar em consideração que à tv paga se tornou mais acessível aos públicos e a ascensão da classe média. 12% dos respondentes não responderam essa opção (12 pessoas).



Gráficos 8. Dados referentes ao acesso a tv aberta dos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.



Gráficos 9. Dados referentes ao acesso a tv por assinatura dos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

Curiosamente, perguntados sobre tv parabólica ou antena parabólica, [gráfico 7] os adolescentes não sabiam dizer do que se tratava o termo. Assim, diversas vezes o aplicador dos questionários teve que explicar o que significa. Dito isso, 51% dos respondentes disseram não ter acesso à tv parabólica (49 respostas), 19% responderam ter acesso (18 respostas) e 30% não

responderam a alternativa (30 respostas). Esse desconhecimento pode se dar pelo fato de ou terem acesso à tv aberta ou terem acesso à tv paga diretamente. A televisão parabólica passa a ser algo mais velho para essa geração.

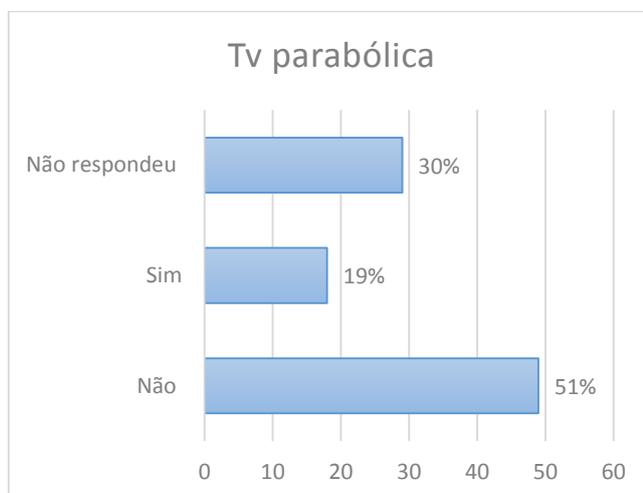


Gráfico 10. Dados referentes ao acesso a tv parabólica dos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

Uma das alternativas perguntava se tudo o que o adolescente assiste é por meio da internet [gráfico 8]. Os dados apontam que 57% dos respondentes disseram não, nem tudo o que assistem é por meio da internet (55 respostas), ressaltando a ideia de que a televisão está adaptada em seu dia-a-dia, mas não como sua preferência. Outros 25% responderam sim, tudo o que assiste é por meio da internet (24 pessoas) e 18% não assinalaram essa alternativa (17 pessoas).

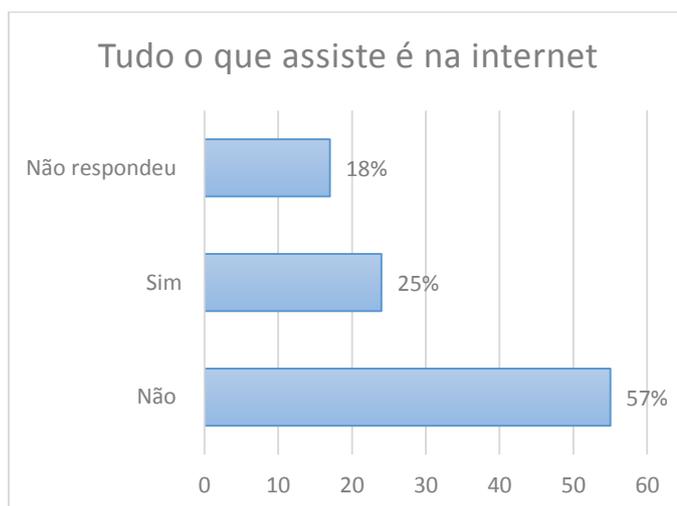


Gráfico 11. Dados referentes ao assistir conteúdos exclusivamente pela internet dos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

Ter acesso à Netflix²¹, segundo os adolescentes, é comum. 70% dos respondentes disseram ter acesso à plataforma (67 respostas), enquanto 20% disseram não ter acesso (19 pessoas) e 10% não responderam (10 respostas).

Portanto, sites de streaming são consumidos pelos adolescentes. É difícil que os pais ou responsáveis tenham acesso ao que os adolescentes assistem nessas plataformas, por se tratar de meios mais maleáveis. É importante ressaltar que as discussões acerca das políticas sociais, referentes aos conteúdos contraindicados pela Classificação Indicativa, no ambiente da internet, são ainda pouco debatidos.

²¹ Plataforma de streaming de filmes e séries de televisão que é paga e pode ser acessada por computadores, tablet's e celulares com acesso à internet. Ainda é possível baixar o conteúdo e assistir off-line.

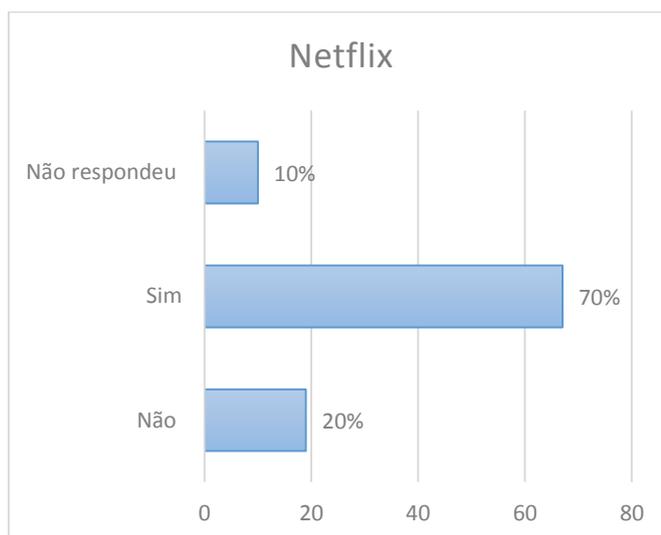


Gráfico 12. Dados referentes ao acesso a plataforma Netflix dos alunos respondentes do 9º ano do CED Pompílio Marques de Souza. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

A sétima questão procurou entender quantos dias da semana os adolescentes assistem televisão. 66% das pessoas responderam assistir televisão quatro ou mais dias por semana (63 pessoas), número superior aos 13% que disseram assistir três dias por semana (13 pessoas), igualmente aos 13% respondentes que disseram assistir à televisão um dia ou até menos (13 pessoas). Por fim, 8% dos alunos responderam assistir à televisão duas vezes por semana (7 pessoas).

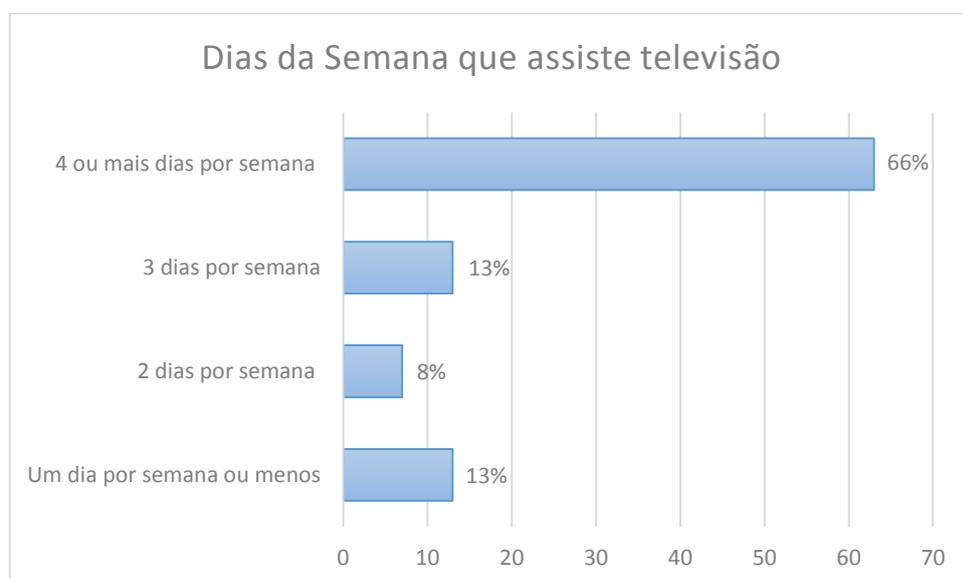


Gráfico 13. Dias da semana que mais assistem televisão. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

Quanto ao tempo gasto na televisão, os adolescentes mostraram estar consumindo à televisão, mas em doses pequenas. Conforme o gráfico indica, 48% da amostra respondeu gastar entre 1 e 4 horas (46 pessoas), enquanto 22% respondeu passar menos de 1 hora ligado na televisão (21 pessoas). Entretanto, os mais engajados que responderam passar mais de 8 horas, totalizaram 13% das respostas (13 pessoas) e 17% respondeu passar entre 4 horas e 8 horas na frente da televisão (16 pessoas).

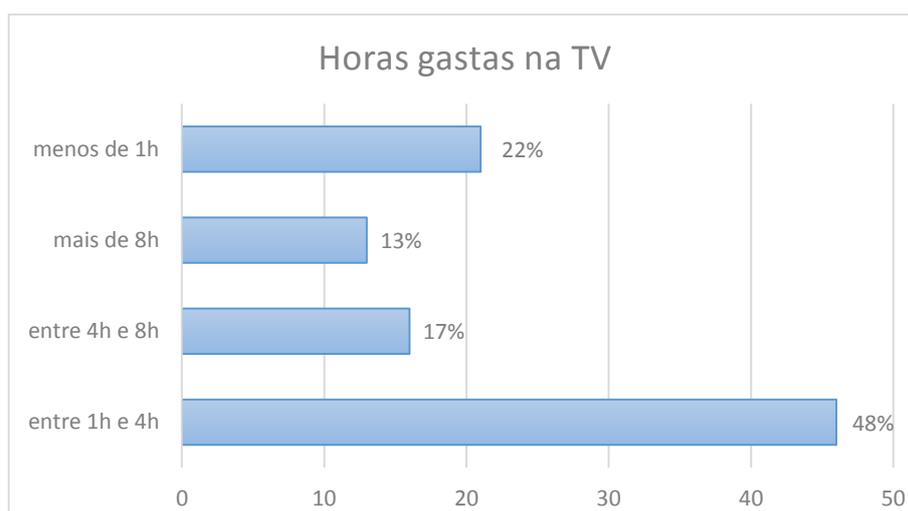


Gráfico 14. Horas gastas na televisão. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

Abarcando ainda os dados sobre os hábitos dos adolescentes, a pergunta número nove buscou saber o período que o público assiste à televisão: manhã, tarde, noite, madrugada ou todos.

Conforme as respostas, 50% dos respondentes afirmaram assistir televisão no período da noite (50 pessoas), enquanto 49% dos respondentes afirmaram assistir no período da tarde (49 pessoas), o que indica uma média entre os dois períodos, mostrando ainda que eles assistem a televisão, mas não a preferem como meio, conforme já analisado na questão cinco. A alternativa “Todos” registrou 1% (1 pessoa) das respostas e as alternativas “madrugada” e “manhã” não registraram nenhuma resposta.

Os estudantes estão na escola pela manhã e logicamente não acompanham à programação televisiva nesse período. A madrugada é utilizada para o descanso, o que destaca a ideia deles não procurarem conteúdos inapropriados para sua idade nesse período da noite. É possível então que eles já tenham consciência do que querem ver na televisão, e nessa consciência, os conteúdos se encaixarem na Classificação Indicativa. Assim, a Classificação

Indicativa, que organiza as transmissões de conteúdos em concordância com o ECA, é eficaz, pensando estrategicamente no horário em que os adolescentes estarão assistindo à televisão.

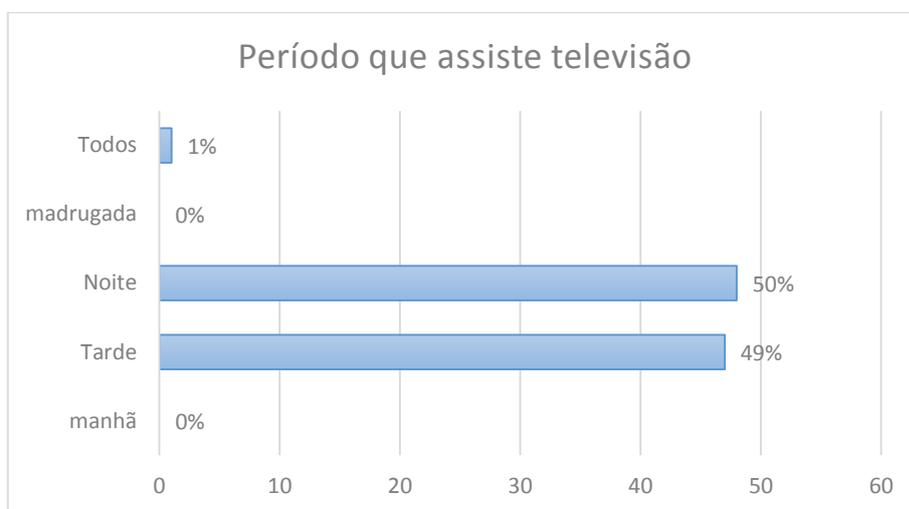


Gráfico 15. Período que assistem televisão. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

A questão dez buscou entender em que companhia os adolescentes assistem à televisão. Segundo os dados, 56% dos adolescentes responderam assistir à televisão sozinhos, o que mostra também uma individualização do público para a consumação do conteúdo mediático. 51% dos respondentes disseram assistir à televisão com o (s) irmãos (ãs), sendo a segunda alternativa mais assinalada. A companhia de uma pessoa da mesma fase de vida, seja irmãos (ãs) mais novos ou mais velhos, mostram a importância do compartilhamento dos momentos juntos. Atendo-se ao compartilhar as ideias sobre os conteúdos assistidos juntos.

Assistir à televisão com os pais chegou a 48% das respostas, enquanto somente com o pai (3%), somente com a mãe (25%). Esses dados revelam a possibilidade maior que os adolescentes tem de assistir à televisão com a mãe do que com o pai. Os avós e os responsáveis são pouco citados pelos adolescentes. A alternativa avós corresponderam 6% e com os responsáveis 3%.

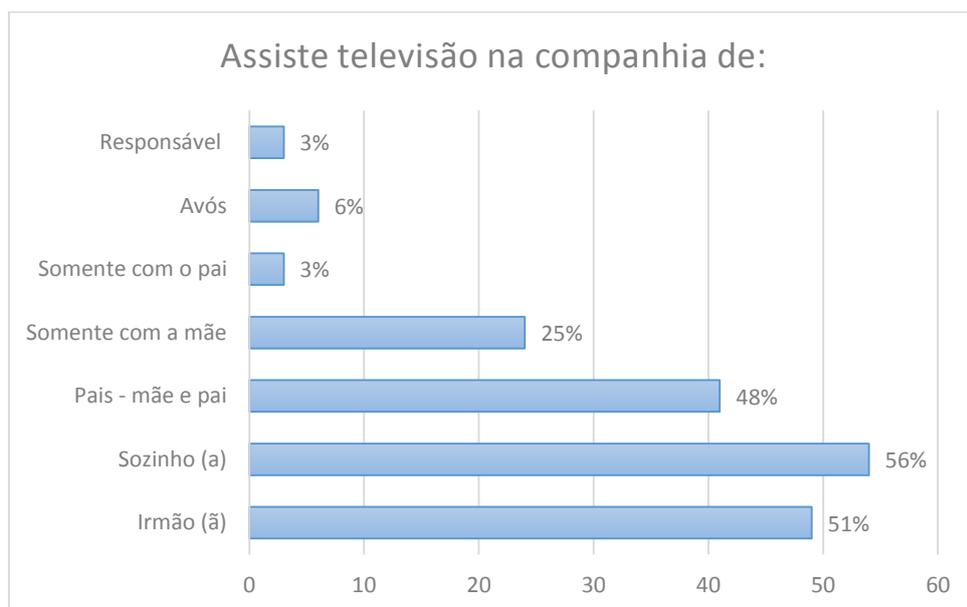


Gráfico 16. Em que companhia assistem televisão. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

A próxima questão procurou entender quais as atividades os adolescentes fazem enquanto assistem televisão. A principal atividade é navegar na internet pelo celular, com 74 respostas e percentual de 77%. Isso mostra a conectividade em que essa geração vive.

A segunda atividade mais comentada é a de comer e/ou beber, com 69% das respostas (66 pessoas). Claro, o ato de assistir televisão está inteiramente ligado ao lazer e os atos de comer e beber complementam esse prazer que os adolescentes sentem.

A terceira atividade mais comentada é a de conversar com outra pessoa, com 50% das respostas (48 pessoas), indicando a necessidade da troca de informações entre as pessoas, seja para conversar sobre o que está sendo televisado ou para conversar sobre outros assuntos, é importante ter essa interação, segundo o público respondente.

As demais alternativas marcaram: 9% para navegar na internet pelo computador, 2% para não fazer nenhuma atividade ao mesmo tempo, o que reforça a multitarefa dos adolescentes, 3% indicaram fazer outras coisas que não estavam nas alternativas, como jogar videogame e ler livros, e 2% não responderam a questão.

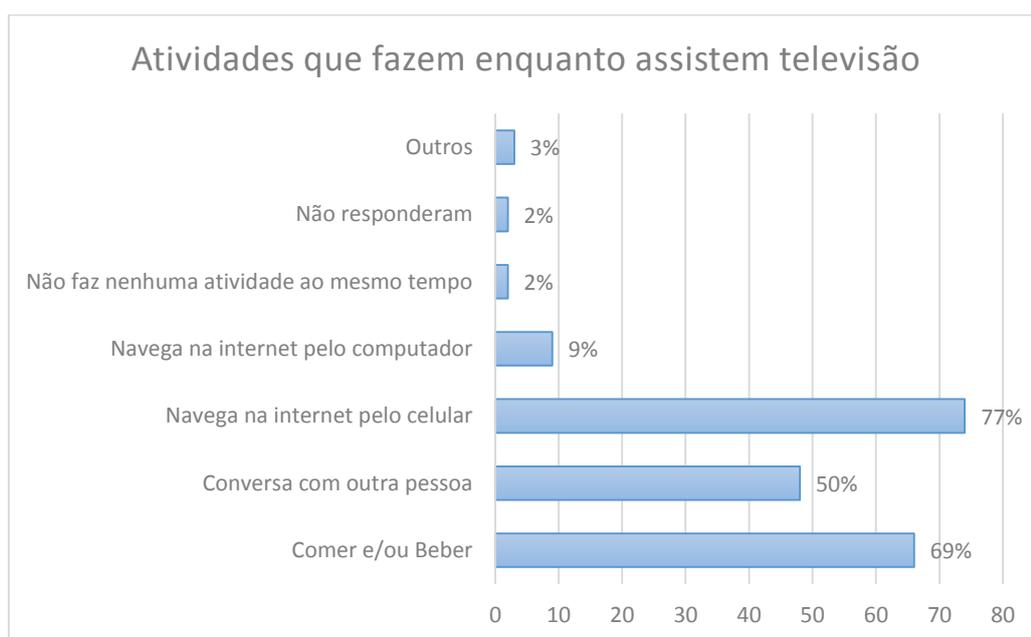


Gráfico 17. Atividades que fazem enquanto assistem televisão. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

A questão doze buscou identificar as razões dos adolescentes de assistir à televisão. A maior parte dos adolescentes vê a televisão como forma de entretenimento, para se divertir, alternativa mais assinalada com 46% (44 pessoas). Além disso, 30% assistem a um programa específico, provavelmente o programa favorito do adolescente. A terceira alternativa mais assinalada foi a de ter acesso à informação, com 17% (16 pessoas). Isso mostra a importância que dão à funcionalidade informativa da tv, embora a utilizem prioritariamente como forma de se divertir.

Utilizar a tv para estudos marcou 3% e outras razões 4%. Uma atenção especial às citações dos adolescentes para a opção outras razões, comentados com “para não me sentir sozinho” e “por estar sem ter o que fazer” foram postos no questionário, o que promove um debate sobre a utilização do meio de Comunicação como algo que substitua o sentimento de se sentir sozinho e ou de não ter o que fazer.

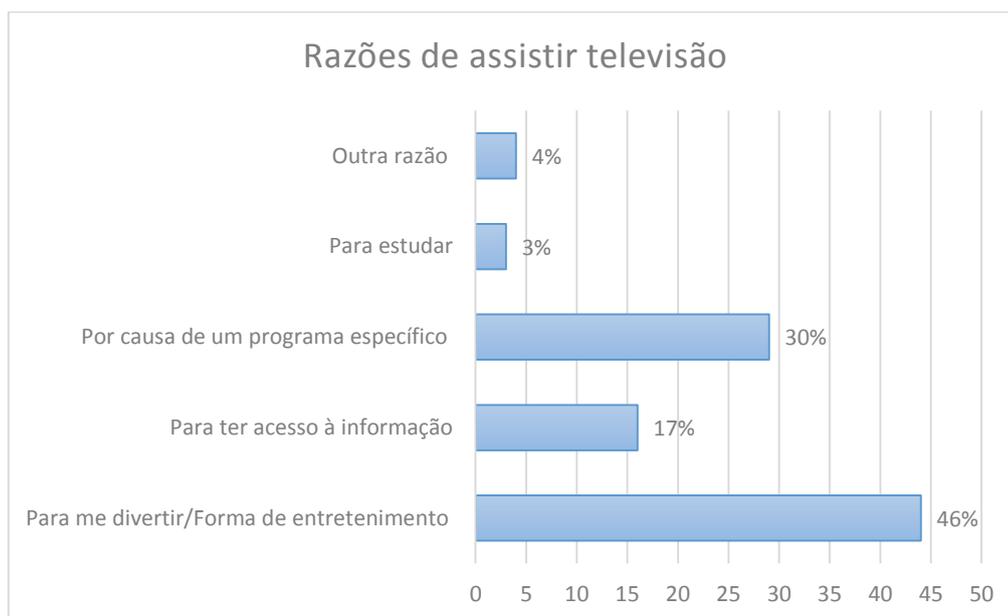


Gráfico 18. Razões de assistir televisão. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

O gráfico abaixo mostra dados sobre produtos televisivos que os adolescentes mais gostam de assistir. Segundo eles, os filmes são os mais consumidos, com 78% das respostas. Os adolescentes se identificam e se projetam nos conteúdos retratados pelos filmes, bem como em séries (61%) e novelas (53%), segunda e terceira alternativas mais assinaladas respectivamente. Tudo isso está associado aos conceitos da cultura de massa, presente nos conteúdos exibidos na televisão.

Ressalto ainda a porcentagem expressiva para programas humorísticos, com 35% das respostas, quase na média das alternativas de esportes (34%) e jornais (31%). Programas policiais receberam 16% das repostas e programas de auditório, 10%. A alternativa “outros” recebeu o percentual de 14% das respostas, com citação para animes, desenhos animados e *realitys shows*. 1% dos entrevistados não responderam a questão.

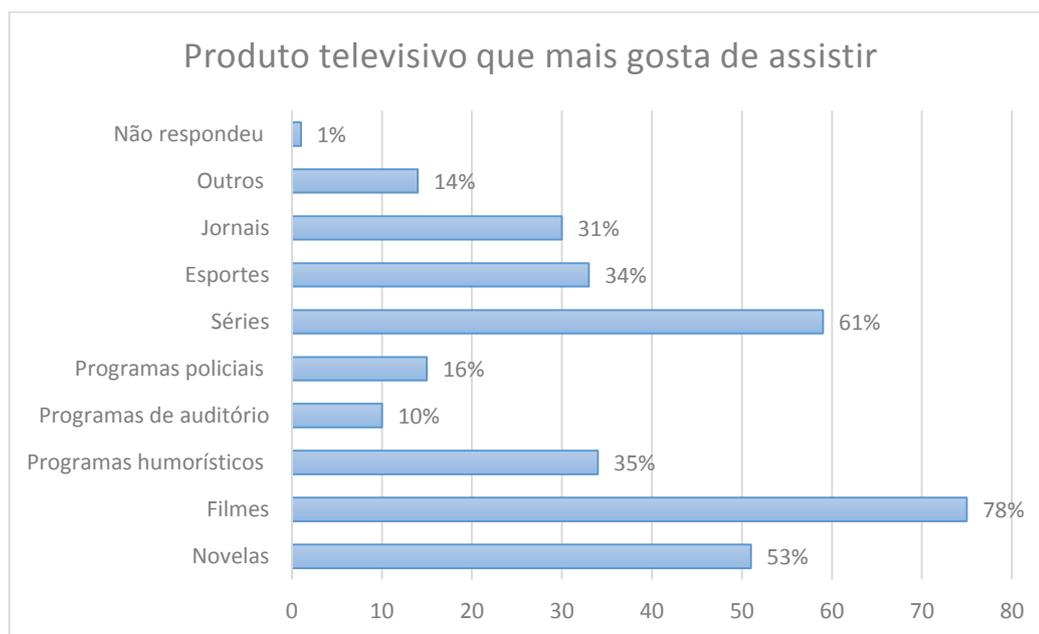


Gráfico 19. Produto televisivo que mais gosta de assistir. **Fonte:** LIMA, Y. W. B. Trabalho de campo. 2018.

A última questão era aberta e pedia para os adolescentes citarem seu programa favorito e justificar o porquê. Para essa pergunta também foi construída uma nuvem de palavras com os dizeres mais recorrentes pelo público.

Assim, dentre os programas favoritos dos adolescentes respondentes do questionário estão o Chaves (Livre para todos os públicos), o Big Brother Brasil (Não indicado para menores de 12 anos), O Outro Lado do Paraíso, novela das 21 horas da Rede Globo, (que no fim do ano passado alterou a Classificação Indicativa de 12 para 14 anos) Novelas, sem citar nomes específicos, e o Futebol (não é classificado pela Classificação Indicativa). Essas indicações, de maneira geral, mostram uma adequação de conteúdo assistido e faixa etária indicada pela Classificação Indicativa.

Outro fator interessante nessa questão é a quantidade de pessoas que disseram não ter um programa favorito. Nesse sentido, a ideia de assistir a algum conteúdo que seja adorado pelo público não está tão aflorado nesses adolescentes. Há adolescentes que definem que o que estão assistindo na televisão são seus programas favoritos, uma vez que não assistirão programas que não os interessam.

3.3. Discussão dos Dados

Se a conectividade está em rigor para os adolescentes, qual o papel da Classificação Indicativa no momento em que este público pode ter acesso a conteúdos aonde quiser, quando quiser, a hora que quiser, por meio do celular e da internet, meios de comunicação assinalados como os mais utilizados por eles na pesquisa. Aqui se fala de Classificação Indicativa para a internet, assunto ainda pouco discutido. É difícil entender este processo porque a internet tem um universo de conteúdos que nem o governo, pais, responsáveis, entidades conseguem verificar se são adequados para os adolescentes.

Outra questão a saber é se a tv deixou de ser atrativa para os adolescentes, já que está mais fácil utilizar o celular e a internet. Considerando as horas e dias gastos, é possível identificar a presença da televisão no dia a dia dos adolescentes, sendo utilizada muitas vezes em segunda instância e até inseridas nestes novos meios. Além disso, eles confirmaram não assistir tudo pela internet, dedicando seu tempo para a televisão também.

Verifica-se então uma nova forma, ou um novo padrão em assistir à televisão, segundo esse público? Importante ressaltar esse modo de assistir dos adolescentes: a perspectiva das duas telas, enquanto assiste à televisão, utiliza o celular, tablete, outras telas para outras ações. Além disso, o acesso que esse público têm as novas ferramentas de streaming, como Netflix e Hulu, nos indicam uma nova televisão, com características diferentes do usual aparelho que fica centralizado da sala de estar dos brasileiros?

Diante da confusão dos adolescentes ao responderem o primeiro item da questão seis, acerca da afirmativa “Eu não assisto tv”, se viu uma problemática. A atitude dos adolescentes em não assinalar nenhuma das opções nos fez pensar em como é peculiar a ideia de não assistirem a televisão hoje, na nossa cultura, considerando a imensa quantidade de aparelhos televisivos nas residências do país.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre os hábitos de consumo dos adolescentes do CED Pompílio Marques de Souza, na cidade-satélite de Planaltina, no Distrito Federal, identificando o que os adolescentes estão assistindo na televisão e se os conteúdos de seus programas favoritos estão coerentes com a Classificação Indicativa.

A pesquisa trabalhou com os programas favoritos e categorias de produtos audiovisuais assistidos por eles. E identificou que a estratégia de estabelecer horários apropriados para a programação televisiva, proposta pela Classificação Indicativa é eficaz para esse público, já que o hábito dos adolescentes, como vimos na pesquisa, está em conformidade com a política de comunicação, que direciona os conteúdos adequados para eles.

Os adolescentes são protagonistas no processo da Classificação Indicativa. Governo, instituições, ONG's, são responsáveis pela cansativa discussão sobre essa política, mas o que não é explicado é o porquê dos próprios adolescentes não participarem desse processo. É inevitável que eles sintam distância do assunto, uma vez que eles estão fora das discussões. Assim, acreditamos que os adolescentes precisam ter seu espaço de fala e serem ouvidos, sobretudo quando o assunto for a Classificação Indicativa.

Por isso, propomos a apresentar este trabalho para os adolescentes do CED Pompílio Marques de Souza, no intuito de levar o debate sobre a Classificação Indicativa e os meios de comunicação. Esse assunto seria discutido com um profissional da Comunicação Organizacional, proporcionando uma educação sobre a mídia e conseqüentemente gerando mais discussões e envolvimento da parte deles.

Dado a importância do assunto e considerando que nossa pesquisa não abarcou todos os aspectos possíveis do tema, propomos a continuidade do levantamento dos hábitos de consumo dos adolescentes de outras escolas, seguindo a ideia de dar visibilidade ao grupo, verificando a conformidade com a Classificação Indicativa ou não. Além disso, averiguar se esse público tem conhecimento do que é a Classificação Indicativa hoje no país.

Considerando novas perspectivas, a nossa pesquisa abre discussões sobre regulação e a criação de políticas comunicacionais voltadas para a internet ou a integração da Classificação Indicativa aos novos meios digitais, cuja discussão ainda é escassa no país.

REFERÊNCIAS

ABERASTURY, Arminda; **Adolescência**. 4ª edição, Porto Alegre: Editora Artes Médicas. 1986.

ANDI Comunicação e Direitos. Disponível em: <<http://www.andi.org.br/>>. Acesso em 20 de abril de 2017.

_____**Mídia e políticas públicas de comunicação**. 2007. Disponível em: <http://www.andi.org.br/_pdfs/midia_ppc.pdf>. Acesso em 20 de abril de 2017.

BLOG 6ª ESCREVENDO. **Fotos**. Disponível em: <<http://6epompilio.blogspot.com/2010/09/>>. Acesso em junho de 2018.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8069.htm>. Acesso em: 18 abril de 2017.

_____**Lei nº 5.250, de 9 de fevereiro de 1967**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5250.htm>. Acesso em 10 de janeiro de 2018.

_____**Ministério da Justiça. Portaria nº 368, de 11 de fevereiro de 2014**. Disponível em: <http://www.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/legislacao/portaria-mj-368-14.pdf>. Acesso em: 10 de janeiro de 2018.

_____**Ministério da Justiça. Portaria nº 773, de 19 de outubro de 1990**. Procuradoria Geral da República. Disponível em: <<http://midia.pgr.mpf.gov.br/pfdc/hotsites/mpdcom/docs/classificacao-indicativa/legislacao/portaria-mj-773-1990.pdf>> Acesso em 10 de janeiro de 2018.

_____**Ministério da Justiça. Portaria nº 796, de 12 de setembro de 2000**. Procuradoria Geral da República. Disponível em: <<http://midia.pgr.mpf.gov.br/pfdc/hotsites/mpdcom/docs/classificacao-indicativa/legislacao/portaria-mj-796-2000.pdf>>. Acesso em 10 de janeiro de 2018.

_____**Ministério da Justiça. Portaria nº 264, de 9 de fevereiro de 2007**. Lex Editora S/A. Disponível em: <http://www.lex.com.br/doc_1101920_PORTARIA_N_264_DE_9_DE_FEVEREIRO_DE_2007.aspx>. Acesso em 10 de janeiro de 2018.

_____ Ministério da Justiça. **Portaria nº 1.220, de 11 de julho de 2007.** Anatel. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/hotsites/Direito_Telecomunicacoes/TextoIntegral/NOR/prt/mj_2007_0711_1220.pdf. Acesso em 10 de janeiro de 2018.

_____ Ministério da Justiça. **Portaria nº 1.110, de 14 de julho de 2006.** Anatel. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/hotsites/coletanea_normas/TextoIntegral/NOR/prt/mj_20060714_1100.pdf. Acesso em 10 de janeiro de 2018.

_____ Ministério da Justiça. **Portaria nº 1.642/12.** Disponível em: <http://justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/legislacao/>. Acesso em: 10 de janeiro de 2018.

_____ Ministério da Justiça. **Portaria nº 1.643/12.** Disponível em: <http://justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/legislacao/>. Acesso em: 10 de janeiro de 2018.

_____ Secretaria Nacional de Justiça. **Portaria nº 8/2006, de 6 de julho de 2006.** Disponível em: http://pfdc.pgr.mpf.mp.br/atuacao-e-conteudos-de-apoio/legislacao/comunicacao/classificacao-indicativa/portaria_SNJ_8.2006. Acesso em 10 de janeiro de 2018.

_____ Secretaria Nacional de Justiça. **Portaria nº 14/2009.** Disponível em: <http://justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/legislacao/>. Acesso em: 10 de janeiro de 2018.

CALLIGARIS, Contardo. **A Adolescência.** Cap. 4. São Paulo: Publifolha, 2000. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/17907329/a-adolescencia---calligaris-caps-3-e-4>. Acesso em: 20 de abril de 2017.

C. E.; SOUZA, M; **Transgressões e Adolescência: Individualismo, Autonomia e Representações Identitárias.** Psicologia, Ciência e Profissão, 2010, 30 (4), 824-839. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932010000400012. Acesso em: 20 de abril de 2017.

CENSURA: Memórias da Ditadura. Disponível em: <http://memoriasdaditadura.org.br/sequencias-didaticas/censura/index.html>. Acesso em 8 de dezembro de 2017.

CHAGAS, Claudia Maria de Freitas.; ROMÃO, José Eduardo Elias; LEAL, Sayonara (Coord). **Classificação Indicativa no Brasil: desafios e perspectiva.** Brasília: Secretaria Nacional de Justiça, 2006. 300 p.

CÓRDOVA, P. F.; SILVEIRA, T. D. **A Pesquisa Científica**, 2009. 31-42. In Métodos de Pesquisa. (ORG) GERHARDT, E. T.; SILVEIRA, T. D. 2009.

DEMO, Pedro. **Pesquisa e construção do conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.

ESCO.LAS. **CED Pompílio Marques de Souza**. Disponível em: <<https://www.escol.as/268011-ced-pompilio-marques-de-souza>>. Acesso em: 4 de junho de 2018.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O mito na sala de jantar. O discurso infantojuvenil sobre televisão**. Porto Alegre: Editora Movimento, 1984.

FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. **Classificação Indicativa começa a ganhar terreno no STF**. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/noticias/classificacao-indicativa-comeca-a-ganhar-terreno-no-stf-924658/>>. Acesso em 4 de junho de 2018.

FONTINATO, M. **Métodos de Pesquisa**. São Paulo. 2015. 50 slides. Apresentação em Power Point.

G1 – Portal de Notícias da Globo. **Pedra Fundamental, maior Via Sacra do DF,; veja curiosidades sobre Planaltina**. Disponível em: <http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2015/08/pedra-fundamental-maior-sacra-do-df-veja-curiosidades-de-planaltina.html>. Acesso em junho de 2018.

GERALDES, Elen. SOUSA, Janara; **Manual de projetos experimentais em Comunicação**. 1ª. Ed. Brasília: Casa das Musas, 2006.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

_____ **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

GOOGLE **IMAGENS**. **Uol**. Disponível em: http://conteudo.imguol.com.br/c/noticias/9b/2017/08/18/classificacao-indicativa-1503090867780_956x500.png?mobile&width=914. Acesso em abril de 2018.

INTERVOZES – Coletivo Brasil de Comunicação Social. **Organizações lançam nota pública em defesa da Classificação Indicativa com vinculação horária para TV aberta.** Disponível em: <<http://intervozes.org.br/nota-publica-em-defesa-da-classificacao-indicativa-com-vinculacao-horaria-para-tv-aberta/>>. Acesso em 4 de junho de 2018.

JORNAL DO BRASIL. **Ministério descarta “volta da censura” com Classificação Indicativa.** Disponível em: <<http://www.jb.com.br/pais/noticias/2007/02/12/ministerio-descarta-volta-da-censura-com-classificacao-indicativa/>>. Acesso em 14 de abril de 2018.

KASPRZAK, Roselene Gurski. **Desenhos animados em tempo de violência: uma contribuição para pensar a construção de valores sócio-morais em crianças pré-escolares.** 1997. 136 f., il. Dissertação (Mestrado em Psicologia do Desenvolvimento) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1997.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo: sobre interatividade e interfaces digitais.** 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: abril de 2017.

LEDUR, P. F. **Manual de Redação Oficial dos Municípios.** Porto Alegre: Editora Age, 2007.

LOPES, M.I.V. **Ficção televisiva e identidade cultural da nação.** ALCEU, v. 10, n.20, p. 5 a 15, jan./jun. 2010.

_____. **Telenovela, a narrativa brasileira.** In Pesquisa FAEP. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/2009/01/01/maria-immacolata-vassallo-de-lopes-2/>. Acesso em 5 de abril de 2018.

MARÇAL, Vinicius de Medeiros. **Sujeito de Direito: Direitos de Personalidade e sua disponibilidade relativa.** 2010. Disponível em: <<http://intertemas.toledoprudente.edu.br/revista/index.php/ETIC/article/download/2343/1874>>. Acesso em: 20 abril de 2017.

MÍDIA DADOS 2016. Disponível em: <<https://www.gm.org.br/midiadados>>. Acesso em: 26 de maio de 2017.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século xx: neurose.** (Tradução de Maura Ribeiro Sardinha). 9ª edição. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2002, 204 p.

MULLER, Crisna Maria. **Direitos Fundamentais: a proteção integral de crianças e adolescentes no Brasil**. In: Âmbito Jurídico, Rio Grande, XIV, n. 89, jun 2011. Disponível em: <http://www.ambitojuridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=9619>. Acesso em 22 abril de 2017.

OLIVEIRA, Vanessa Flores. **Classificação Indicativa dos programas da tv aberta brasileira: a liberdade de expressão e seus limites em caso de proteção da criança e do adolescente**, 2011.

OLIVIERI, Antonio C. **Censura: O regime militar e a liberdade de expressão**. Disponível em: <<https://educacao.uol.com.br/disciplinas/historia-brasil/censura-o-regime-militar-e-a-liberdade-de-expressao.htm#fotoNav=8>>. Acesso em 8 de dezembro de 2017.

ORTEGA, Mohedano, F., PEREIRA; Galhardi, C. & IGARTUA, J.J. (2016). **Análisis de las producciones mediáticas en Brasil frente a las audiencias infanto-juveniles: una aproximación cuantitativa**. *Communication & Society* 29 (3), 49- 68. Disponível em: <<https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/indices.php#Vol293>>. Acesso em 24 de janeiro de 2018.

OZELLA, Sérgio. **Adolescência: Uma perspectiva crítica**. In Adolescência e psicologia: concepções, práticas e reflexões críticas. Coordenação Maria de Lourdes Jeffery Contini; (ORG) KOLLER, Sílvia Helena. Rio de Janeiro. Conselho Federal de Psicologia, 2002. 142 p.

PLANALTINA. **Conheça a RA**. Disponível em: <<http://www.planaltina.df.gov.br/category/sobre-a-ra/conheca-a-ra/>>. Acesso em: 4 de junho de 2018.

SAMPAIO, Inês Sílvia Vitorino; CAVALCANTE, Andréa Pinheiro Paiva e ALCÂNTARA, Alessandra Carlos (ORG). **Mídia de chocolate: estudos sobre a relação infância, adolescência e comunicação**, 2006. 210 p.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Pesquisa Brasileira de Mídia 2016**. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>>. Acesso em: 20 de maio de 2017.

SECRETARIA NACIONAL DA JUSTIÇA. **Classificação Indicativa: construindo a cidadania na tela da tevê**. Brasília, 2006. 258 p.

SILVA, Tarcízio. **O que se esconde por trás de uma nuvem de palavras.** Disponível em: <<http://tarciziosilva.com.br/blog/o-que-se-esconde-por-tras-de-uma-nuvem-de-palavras/>>. Acesso em 16 de março de 2018.

SMITH, Anne-Marie. **Um acordo forçado: o consentimento da imprensa à censura no Brasil.** / Anne-Marie Smith; tradução Waldívia M. Portinho. – Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000. 264 p.

SNJ/MJ. **GUIA PRÁTICO CLASSIFICAÇÃO INDICATIVA.** Disponível em: <<https://www.justica.gov.br/seus-direitos/classificacao/guia-pratico/guia-pratico.pdf>>. Acesso em 20 abril de 2017.

_____ **Cadernos de Debate da Classificação Indicativa. Vol 2 - A Experiência da Classificação Indicativa no Brasil.** Brasil, 2014.

SODRÉ, Muniz. **Monopólio da fala: Função e linguagem da televisão no Brasil.** 5ª edição, 1989. 155 p.

TIC KIDS ONLINE BRASIL 2015. Disponível em: <<http://cetic.br/pesquisa/kids-online/>>. Acesso em 20 de abril de 2017.

ZAGURY, Tania; **O Adolescente por ele mesmo.** Rio de Janeiro: Editora Record, 2000. 277 p.

ANEXO**Anexo 1.** Pesquisa de hábito de consumo televisivo de adolescentes

Olá, eu sou o Ygor, estudante do nono semestre de Comunicação Organizacional, da Universidade de Brasília. O intuito da pesquisa é identificar o que vocês, adolescentes do nono ano da escola Pompílio Marques de Souza, estão assistindo na televisão. Agradeço a colaboração!

1 - Em qual gênero você se define?

masculino feminino outro

2- Qual a sua idade?

14 anos 15 anos 16 anos mais de 16 anos

3- Qual é a renda mensal da sua família?

Menos de 1 salário mínimo – abaixo de 937

1 salário mínimo – R\$ 937, 00

de 2 a 4 salários mínimos entre 1.874 e 3.748

mais de 4 salários mínimos – acima de 3.748

4- Qual o meio de comunicação que você mais utiliza?

Televisão Internet Rádio Jornal Celular

Outro: _____

5 - Por que você mais utiliza esse meio de Comunicação?

6 - Você tem acesso à:

TV aberta sim não

TV por assinatura sim não

TV parabólica sim não

Não assisto televisão sim não

Tudo que eu assisto é pela internet sim não

Netflix sim não

7 - Quantos dias por semana você assiste à televisão?

Um dia por semana ou menos

- 2 dias por semana
- 3 dias por semana
- 4 ou mais dias por semana

8 - Quantas horas você passa assistindo televisão?

- menos de 1h
- entre 1h e 4h
- entre 4 e 8h
- mais de 8h

9 - Em geral, qual é o período que você assiste televisão?

- manhã
- tarde
- noite
- madrugada

10 - Você costuma assistir televisão na companhia de: *Pode marcar mais de uma opção.*

- pais – mãe e pai
- somente com a mãe
- somente com o pai
- avós
- sozinho (a)
- irmão (ã)
- responsável

11 - Quando você assiste tv, quais destas atividades faz ao mesmo tempo? *Pode marcar mais de uma opção.*

- Navega na internet pelo computador
- Navega na internet pelo celular
- Come e/ou bebe
- Conversa com outra pessoa
- Não faz nenhuma atividade ao mesmo tempo que assiste televisão
- Outro: _____

12 - Por quais razões você assiste a televisão?

- Para ter acesso a informações
- Para me divertir / forma de entretenimento
- Para estudar
- Por causa de um programa específico
- Outra razão: _____

13 - Que tipo de produto televisivo você mais gosta de assistir: *Pode marcar mais de uma opção.*

- novelas
- filmes
- programas humorísticos
- séries
- esportes
- programas de auditório
- programa policial
- jornais
- outros. Quais? _____

14 - Qual o seu programa de TV favorito? Por quê?
