
A TELEVISÃO E O CENÁRIO DO CONHECIMENTO DAS CRIANÇAS NA CONTEMPORANEIDADE

*Adriana Hoffmann Fernandes**

RESUMO

A TV está muito mais presente em nosso cotidiano do que se imagina e já se tornou tão natural que nem mesmo percebemos sua presença. Ela não ocupa apenas o espaço do lar, mas quase todos os espaços da contemporaneidade. Sua onipresença tem reflexos no nosso cotidiano e influi na forma como a criança conhece o mundo à sua volta.

Estudos de alguns autores sustentam que a criança sabe mais sobre o mundo tal como é apresentado pela televisão do que sobre o mundo como descrito nas salas de aula e nos livros didáticos.

Este texto propõe-se a refletir e relacionar os conceitos de criança, escola e televisão. É na relação entre eles que buscaremos caminhar pensando sobre o cenário do conhecimento das crianças na contemporaneidade.

Palavras-chave: conhecimento, televisão e criança.

“(…) Só podemos viver nas histórias que temos lido ou ouvido. Vivemos nossas próprias vidas através de textos. Podem ser textos lidos, cantados, experimentados eletronicamente ou podem vir de outros, como os murmúrios de nossa mãe dizendo-nos o que as convenções exigem. Qualquer que seja a sua forma ou o seu meio, essas histórias nos tem formado a todos e são elas que devemos usar para fabricar novas ficções, novas narrativas.” (HEIBRUN)

Saindo da escola, vê-se uma livraria. Entrando lá, percebo uma TV ligada que enche o ambiente. Andando mais um pouco, entro num barzinho pequeno, de beira de rua, que atende aos banhistas vindos da praia. Não há espaço para sentar, todos comem de pé e a TV está de novo presente. Uma televisão enorme ocupa parte do espaço do balcão atrás do qual os próprios vendedores quase não têm espaço para se locomover.

Andando mais um pouco, entro numa loja de eletrodomésticos, onde uma grande TV de plasma ocupa o centro do ambiente. Seu som e sua imagem nos “chamam”. Os vendedores, ao me atender, revezam-se entre olhar para TV e para mim e, por vezes, me atendem olhando e assistindo à TV. Ela preenche o espaço de tal forma que é impossível deixar de olhá-la. Eu mesma a aprecio.

Chego em casa e encontro o porteiro do meu edifício. Ele passa o dia inteiro na portaria tendo a TV ligada como sua companhia.

Algum dia em nossa vida vivenciamos muitos dos momentos aqui narrados. Essa pequena amostra já demonstra que a TV está muito mais presente em nosso cotidiano do que se imagina e já se tornou tão natural que nem mesmo percebemos sua presença. Ela não ocupa apenas o espaço do lar, mas quase todos os espaços da contemporaneidade.

E como a TV está presente no cotidiano das crianças?

As falas seguintes foram retiradas de minha pesquisa recentemente concluída e nos mostram um pouco da presença da TV no cotidiano de crianças da faixa etária de 9/10 anos de uma escola pública, moradoras da zona sul do Rio de Janeiro¹.

*Pedagoga, especialista em *Leitura pela UFF*. Mestre em Educação pela PUC-RJ

¹Pesquisa para a Dissertação de mestrado *As mediações na produção de sentidos das crianças sobre os desenhos animados*, da autora, concluída em junho de 2003.

Gabriel: Quando eu tô em casa, eu tô vendo TV.

Bia: Vejo TV mais de manhã e de noite.

Marcelo: Eu vejo TV 24 horas por dia, se deixarem. Toda hora.

Essa presença da TV é visível também na pesquisa de Arnaldo e Finnstrom (1999). Eles traçaram um panorama mundial de sua presença, trazendo os resultados de um levantamento sobre o jovem e a mídia, feito em 23 países, no ano de 1997, pela organização Mundial do Movimento de Escoteiros. Concluem ser a televisão um meio sempre presente em todas as áreas pesquisadas e passarem as crianças mais tempo com a TV do que com qualquer outro meio de comunicação ou outra atividade, inclusive lição de casa.

Robert Lamb, representante da UNICEF, em seu estudo sobre a mídia visual mundial, no qual esteve com pessoas-chave da indústria da televisão, ressalta que, na década de 90, a televisão ampliou, e muito, seu domínio como principal meio de comunicação de massa. Em quase todos os lugares, ela é citada como a primeira fonte pública de informação e é, também, o artigo de consumo mais vendido no mundo.

Uma pesquisa realizada na ABA², na Austrália, em 1995, por Stephen Nugent (1999), mostrou ser a penetração dos vários tipos de mídia nas famílias com crianças maior do que nas famílias em geral e que, dentre essas mídias, ainda é a televisão comercial a líder de preferências. Além disso, foi percebido que, em quase todos os lugares, as crianças e jovens passaram a ser os alvos principais dos estabelecimentos dos horários dos programas, pois se procura atingir o público adulto através dos membros mais jovens da família. Talvez isso explique, em parte, o motivo pelo qual, desde meados da década de 90, começaram a surgir algumas iniciativas de educação para a mídia³ e também porque a criança começou a ser tratada como cliente⁴ pelos meios de comunicação.

A CONSTRUÇÃO DO CONHECIMENTO DA CRIANÇA EM RELAÇÃO À TV E À ESCOLA

Diante disso fica claro que a escola, como uma das instituições formadoras da nossa sociedade, não pode mais ignorar a presença da TV. No entanto, a TV não pede licença e nem permissão para entrar nos lugares e já está há muito tempo dentro da escola, antes que ela perceba. Está presente nas conversas entre os alunos, nas revistas que trazem para ler, nos textos que escrevem, nos álbuns que colecionam, nas diferentes brincadeiras, nos brinquedos trazidos, nas lapiseiras, lápis e

²Pesquisa da ABA (Australian Broadcasting Authority; Autoridade Australiana dos Meios de Comunicação) publicada sob o título *As crianças falam sobre a TV: "superlegal" ou "chato" perguntou a crianças de 5 a 12 anos o que gostavam ou não de ver na TV.*

³O inglês David Buckingham é hoje um dos pesquisadores mais respeitados no campo da relação entre Televisão e Criança, e da Educação para os Meios de Comunicação. Há 20 anos ele investiga as possibilidades de ensinar às crianças sobre os meios de comunicação, numa perspectiva tanto crítica quanto prática. Apesar de pioneiro, inspirador, e muito influente fora do Brasil, seu trabalho é pouco conhecido aqui, onde nenhum de seus vários livros foi ainda publicado. Professor do Instituto de Educação da Universidade de Londres, defende a necessidade de que as crianças encontrem na escola um espaço para elaborar as intensas experiências que vivem diante da televisão.

⁴Capparelli, professor da UFRGS, cita James Mc Neal, um dos primeiros teóricos a estudar esse fenômeno. Segundo ele, o mercado adquiriu autonomia e as crianças são hoje consideradas consumidoras de produtos. Assim, grande parte da publicidade televisiva é dirigida a elas com o objetivo de informar, persuadir, vender e satisfazê-las como clientes.

mochilas que usam e nas diferentes situações vividas... Enfim, a TV está aí. O nosso modo de olhar, ver e conhecer o mundo é mediado por ela.

No entanto, nem sempre a escola percebe isso, ou percebe apenas o aspecto negativo, apasivador dessa relação da criança com a TV. Enquanto professora, me incomodava muito o fato de não entender as referências trazidas por eles a respeito de alguns programas de TV e me sentir, literalmente, uma estranha em meio a essas conversas. É nesse sentido que o mundo das crianças, em relação à TV, torna-se, por vezes, totalmente diferente do mundo dos adultos.

Mas talvez não conheçamos as crianças de hoje, ou ainda estejamos olhando para elas como sempre olhamos para todas, como se todas as crianças fossem iguais e o fossem em todos os tempos. Mas ser criança não é algo que foi sempre igual. Nos últimos anos, a mudança de sua postura, em sala de aula, mostrou-me o quanto a escola parece distante de sua realidade atual. Os conhecimentos dela não parecem ter mais muita legitimidade para as crianças. A que se deve essas mudanças?

Kellner (2001) lembra que crianças e jovens sempre foram, tradicionalmente, educadas através de contos de fadas, tradições populares e literatura infantil por instituições como família, escola e Igreja. Em nossa época, segundo ele, a cultura da mídia tomou parte do lugar das instituições tradicionais como instrumentos principais da socialização. Os jovens recebem, muitas vezes, das corporações de mídia, os papéis e elementos mais decisivos para a formação de sua identidade.

Valentina: Eu também vejo TV dormindo porque quando eu vou dormir eu deixo a TV ligada, acordada. Eu digo que vejo TV até dormindo porque eu deixo a TV lá ligada e fico dormindo, só ouvindo o barulhinho e quando minha mãe desliga a TV aí, eu acordo. Eu fico ouvindo aqueles sons “fofis”²⁸ e fico imaginando e ninguém consegue me acordar, nem a minha mãe, nem quando coloca o despertador, só quando desliga a TV.

A fala de Valentina, menina de 9 anos, aluna de escola particular, foi retirada da mesma pesquisa já citada e aponta para o que Guillermo Orozco Gomez (2001) e Jesús Martin-Barbero (2001) denominam por revolução do *sensorium* individual e coletivo: a criação de novas relações e percepções a partir dos usos dos meios. Para essa e outras crianças desse mesmo estudo, que concordaram com tal afirmação da colega, a TV faz parte até mesmo do seu sono, do seu momento de descanso. Apontam a presença da TV, na ausência do silêncio como preenchedora do espaço do quarto e do tempo de dormir. Beatriz Sarlo (2000) diz que o uso feito atualmente da TV desenvolveu certas habilidades e atrofiou outras. Assim, o ritmo acelerado e a ausência de silêncio ou de vazio da imagem são efeitos complementares da cultura perceptiva que a própria TV implantou. Dessa forma, a cultura perceptiva da TV nos mostra que as relações modificam-se e que se mudam as formas de aprender e construir conhecimento. Poderíamos dizer, a partir de Walter Benjamin (1985), que a TV faz parte desse *novo sensorium*, pois provocou mudanças na organização dos grupos sociais, requerendo adaptação a uma forma de pensar diferente.

Gómez, Gaitan e Cordellian (1996) sustentam que a criança sabe mais sobre o mundo tal como é apresentado pela televisão do que sobre o mundo como descrito nas salas de aula e nos livros didáticos. Também estão de acordo ao concluir ganhar a TV espaço nas mentes das crianças, e estar a educação formal perdendo o interesse para elas.

²⁸Termo utilizado pela criança para designar os sons que ela gosta de ouvir na TV.

Thiago: A TV é um portal para o resto do mundo. Quando você não tem a TV você não tem uma maneira de saber as coisas lá de fora, do mundo, você só sabe as coisas que você viu em pessoa. Com a TV você pode ver outras coisas, aumenta o seu conhecimento.

A TV, para algumas crianças, como este menino da mesma pesquisa, aumenta, amplia o seu conhecimento do mundo. Essa seria também a função da escola. Cada uma, no entanto, lida com o conhecimento de forma diferente. A preferência das crianças pelo conhecimento televisivo leva-nos a questionar o porquê dessa escolha e a perceber que temos muito a entender sobre essa relação criança e TV. Assim, poderemos compreender melhor a criança de hoje, sua aprendizagem e até mesmo o papel da escola neste cenário.

Nessa reflexão, três conceitos aparecem como base da nossa discussão: a criança, a escola e a televisão. Ariés (1983), historiador francês, explicita o conceito de criança que está implícito na nossa concepção moderna de infância. Mostra-nos que tal conceito é cultural e social, e não natural ou biológico, como muitos pensam. Segundo ele, a partir do século XVII, criança e família passaram a assumir um lugar diferente na sociedade industrial que se formara.

A criança que antes, na Idade Média, vivia misturada aos adultos e aprendia através das práticas deles, passou a ser encarada como um ser que precisava ser protegido, que não estava maduro para a vida e, por isso, foi submetida a um regime especial de educação: a escola. Essa nova preocupação iria transformar completamente a sociedade. A escola passou a substituir a aprendizagem direta de geração a geração e houve uma separação entre o mundo da criança e o mundo do adulto. Essa nova compreensão da criança supõe-na como um ser em desenvolvimento. O aspecto sociocultural criou uma visão de infância que não existia antes.

Segundo Neil Postman (1999), é com a televisão que podemos ver como vem desaparecendo a linha divisória entre a infância e a idade adulta. Um dos primeiros motivos disso é a acessibilidade da informação. Na cultura letrada, a informação é adquirida em etapas, na medida em que a criança ou o jovem torna-se um leitor mais maduro. Com a televisão, a base dessa hierarquia da informação desmorona. As habilidades exigidas são elementares, ao contrário dos livros, que variam bastante em sua complexidade de acordo com a capacidade do leitor, sendo assim, a imagem da TV está disponível para todos, independentemente da idade.

Umberto Eco (1998) aponta que, nas reflexões relativas à TV ou à cultura de massa, duas posições são bastante comuns: a apocalíptica e a integrada. A primeira defende que é impossível uma cultura de massas partilhada por todos, pois esta deixaria de ser cultura. A outra posição defende ser a cultura de massas viável, na medida em que coloca os bens culturais à disposição de todos, realizando, a nível amplo, a circulação de uma arte e de uma cultura populares. As duas posições produzem uma atitude de passividade. Não nos resta nenhuma outra ação, já que a TV, em qualquer uma dessas visões, aparece sempre como mais poderosa do que nós, considerados como seres passivos.

A forma como Postman coloca a relação entre criança e televisão parece baseada numa relação de causa e efeito. Entendemos que o contexto da mídia na atualidade, realmente, cria condições bem diferentes das existentes na época em que começou a se delinear o sentimento moderno de infância. No entanto, essa mudança da infância atual, percebida por mim também na sala de aula, tem um contexto maior e não parece ser devida somente à televisão.

Estamos acostumados a ver que a televisão é freqüentemente considerada "culpada" por uma série de males. Algumas culpas são dela, outras não. Segundo Pereira (1999), a televisão não exerce influência sozinha, distanciada do meio social. Muitos outros fatores socioculturais estão criando condições para mudar o ambiente da infância na atualidade.

O CONCEITO DE CULTURA E A TELEVISÃO, A ESCOLA E A CRIANÇA

Nos conceitos anteriores, referentes à televisão, à escola e à infância, percebe-se, implicitamente, um conceito de cultura. Segundo Perrotti (1990), a cultura, do ponto de vista da cultura de massa, é entendida como produto cultural e herança social, dado estático, acabado. Nesse conceito, não se incluiriam as próprias relações sociais ou seus determinantes. Assim vista, a função da produção cultural da TV é promover a assimilação de um dado acabado.

A televisão, como um veículo de cultura de massa, propõe-se apenas a transmitir as informações. Já a escola, é vista como aquela que transmite, mas não produz os conhecimentos. A criança, da mesma maneira, não é vista como produtora de cultura, mas como aquela que irá “receber” os produtos culturais prontos e elaborados para ela, seja por meio da televisão ou da escola. A cultura, nesse ponto de vista, é algo que não necessita da participação do homem, sendo apenas consumida por ele. E o consumo, nesta forma de entender a cultura, é totalmente passivo.

No entanto, pretendemos ver a cultura não como algo pronto, acabado, mas como produção coletiva dos homens, na qual cada sujeito a produz na sua relação com os demais em sociedade. A forma como a criança lida com o conhecimento é cultural, ou seja, a importância que dá a determinado assunto em detrimento de outro, as leituras e interpretações que faz e as coisas que inventa são parte de uma experiência adquirida no convívio com os pais, parentes, amigos, leituras de revistas, livros, televisão, histórias ouvidas, piadas, brincadeiras... Enfim, com todas as relações diretas ou indiretas estabelecidas com outros e com elementos de expressão de sua cultura.

Segundo Canclini (1999), hoje, vemos os processos de consumo como algo mais complexo do que a relação entre meios manipuladores e dóceis audiências. O autor mostra-nos haver nessa relação entre os produtores de TV e os receptores (o público) mediadores como a família, o bairro, o grupo de trabalho, etc. Uma teoria mais complexa sobre a interação entre produtores e consumidores revela que o consumo se manifesta numa interação. Mostra haver uma certa coerência entre o consumo de certas classes e grupos; e os lugares que freqüentam, onde estudam, habitam, passam as férias, como se informam, etc.

Há algum tempo, já percebemos também que a função da escola não é mais somente a de “reprodutora” de conhecimentos, mas também a de produtora desses. Assim como o consumo, a produção também se manifesta numa interação. Consumir e produzir são dois aspectos de um mesmo processo de interação, e, em nenhum dos dois, somos passivos, pois fazemos escolhas, leituras e trilhamos caminhos. Canclini mostra-nos que o consumo serve para pensar, visto que ele é eminentemente social, correlativo e ativo. Consumir também é produzir sentidos, fazer interpretações...

Segundo Sousa (1995), embora esse sujeito da comunicação ainda não esteja configurado teoricamente, sabe-se que ele ocupa um espaço contraditório: o da negociação, o da busca de significações e de produções de sentido na vida cotidiana. O receptor deixa de ser visto como consumidor de supérfluos culturais, apenas porque consome, mas resgata-se nele também um espaço de produção cultural; é um receptor em certas situações e sob determinadas condições. Ele é melhor percebido no mundo da cultura em produção.

Assim, acreditamos ocorrer a relação entre a criança e a TV de forma diferente da que nos diz Postman, e podemos procurar entender a forma por meio da qual o consumo da TV pela criança também serve para pensar.

Antes, os meios eram vistos como ferramentas, já que se procurava descobrir as artimanhas dos meios. Estudava-se a mensagem, o emissor ou o receptor e ficava de fora a questão social. Ho-

je, concebe-se que os meios não são apenas ferramentas, mas como parte do social. A cultura passa a fazer parte do estudo, e a comunicação a ser vista como produção de significados.

Segundo Gilka Guirardello⁵, a tendência atual nos estudos da recepção é procurar estudar as mediações, estando nelas muito centrados. A mediação é o lugar de onde provêm as produções de sentido. A comunicação passa a não poder mais ser resumida aos veículos que a compõem, mas precisa ser entendida nos processos nos quais esses veículos atuam e que dão a ela um lugar social. O seu conceito supera o de veículo e passa a ser componente de uma construção social.

Até o início do século, a televisão e os demais meios de comunicação eram entendidos como tecnologia-máquina-ferramenta-veículo e se evidenciava uma dualidade: eles eram vistos como veículos que surgiam esporadicamente na vida das pessoas. Isso ocorria em visitas isoladas ou como “entidades”, ou algo que tinha o poder de se superar enquanto veículo e de superar a própria expressão viva do emissor-invasor.

A presente discussão mostra que a televisão, bem como outros meios, agora, ocupa outro cenário. Eles estão completamente imersos em nosso cotidiano e não existem isoladamente. Da mesma forma, já fazem parte da prática social, tanto na esfera da produção, quanto na do consumo. São vistos como um dos espaços de construção de valores.

A ESCOLA, UM POSSÍVEL ESPAÇO DE PRODUÇÃO CULTURAL DA CRIANÇA

Em artigo recente na revista *Educação*⁶, Perrotti nos mostra porque mudou o cenário cotidiano da criança de hoje: ela convive muito com os meios eletrônicos porque não tem mais os antigos espaços de produção cultural: as ruas, calçadas e praças onde antes todos se encontravam. A escola é então um dos últimos espaços de criatividade e convívio social. Desprovida de espaços, a infância fica confinada ao convívio doméstico: na frente do computador, em boa parte dos lares ou na frente da televisão, em quase todos eles.

Devido à sua presença, é que se torna cada vez mais importante um espaço para se pensar sobre a televisão na escola, diferente de como ela está no mundo lá fora, muito além do simples entretenimento. Na escola ela pode ser vista, entendida e estudada como uma forma de leitura do mundo, como um espaço diferente de produção de sentidos, de diálogo e de leitura.

Durante a citada pesquisa, percebemos, através de oficinas realizadas com as crianças, o quanto a TV é também um espaço de produção cultural. Nele se possibilita a criação e a recriação do produto da TV, o diálogo, o pensamento sobre a sua produção e, conseqüentemente, a formação de uma visão crítica ao longo do processo. É na interação entre seus pares e na troca de idéias que as crianças produzem cultura e se constituem como mediadoras da produção de sentidos do grupo e, assim, podem ampliar suas visões sobre o que a TV veicula e também ampliar sua leitura do mundo.

Se Walter Benjamin (1985), na década de 30, já falava da mudança no modo de pensar devido às mudanças contextuais com a introdução das novas tecnologias (advento da imprensa, etc.), imagine o que ele diria hoje, vendo toda a nossa vida cercada por esse cenário multimídia, tendo a televisão como um dos meios principais.

⁵Informações extraídas do Mini-curso *Mídia e Infância*, realizado na 24 ANPED, em outubro de 2001.

⁶Artigo *Entre quatro paredes*, Revista *Educação*, fevereiro de 2002.

A convivência com a televisão e com todas as demais tecnologias reorganiza nossa vida de outra forma. Passamos a ver o mundo através dela e não podemos mais deixar de discuti-la em qualquer espaço onde se pretenda produzir conhecimento, se entendermos que esta produção está atrelada à cultura.

Esse é o cenário do conhecimento das crianças no mundo atual. Aprende-se na escola, mas também na televisão, nas revistas, nos quadrinhos, na internet, nas brincadeiras. Reconhecemos que muitos são os espaços de produção do conhecimento hoje, mas falta conscientizar a escola a abrir espaço para eles e, principalmente, para o que é objeto dessa reflexão e um dos mais presentes em nossa vida: a televisão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARIÈS, Phillipp. *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1983.
- ARNALDO, Carlos A.; FINNSTROM, Asa. Juventude e Comunicação. In: CARLSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília Von (Org.). *A criança e a violência na mídia*. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 1999.
- BENJAMIN, Walter. O narrador. In: *Obras escolhidas I: magia e técnica; arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CAPPARELLI, Sérgio. TV e criança: a emergência do mercado de bens culturais. In: CAPPARELLI, Sérgio et al. *Infância digital e cibercultura*. II Jornada de Mídia e imaginário Infantil, novembro de 2000.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais na globalização*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1999.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- GOMEZ, Guillermo Orozco. *Televisión, Audiências y Educación*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. México: Grupo Editorial Norma, 2001.
- _____ & GAITAN, Juan Antonio; CORDELLIAN, W. A televisão e as crianças. *Revista Comunicação e Educação*, São Paulo, set/dez de 1996.
- KELLNER. Douglas. Beavis e Butt-Head: sem futuro para a juventude pós-moderna. In: STEINBERG, Shirley R.; Kinche-
loe, Joe L.(Org.). *Cultura Infantil: a construção corporativa da infância*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- LAMB, Robert. A Paisagem da Mídia Audiovisual no Globo. In: CARLSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Org.). *A criança e a violência na mídia*. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 1999.
- MARTIM-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.
- NUGENT, Stephen. A criança e a mídia eletrônica - uma perspectiva australiana. In: CARLSON, Ulla e FEILITZEN, Cecília von (Org.). *A criança e a violência na mídia*. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 1999.
- PERROTTI, Edmir. A criança e a produção cultural – apontamentos sobre o lugar da criança na cultura. In: ZILBERMAN, Regina (Org.). *A produção cultural para a criança*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1990.
- PEREIRA, Sara de Jesus Gomes. *A televisão na família: processos de mediação com crianças em idade pré-escolar*. Braga, Portugal: Editora Universidade do Minho, 1999.
- POSTMAN, Neil. *O desaparecimento da infância*. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.
- SARLO, Beatriz. *Cenas da vida pós-moderna: intelectuais, arte e videocultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2000.
- SOUSA, Mauro Wilton de. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995.

ABSTRACT

TV is more present in our everyday life than we conceive and became so usual that we don't even perceive its presence. It takes up room not only at people's homes but also fills almost every corner of contemporaneity. Its omnipresence has indirect and direct influence over daily life and the way children get to know the world around them. Some authors' studies hold up the opinion that children have much more intimacy with the world as shown on TV than with the one described in classrooms and textbooks. The present text intends to ponder over and relate the concepts of childhood, school and television. By relating these concepts this text attempts to think about the scenery of children's knowledge at the present time.

Keywords: television, children, knowledge.