

Adolescentes brasileiros, mídia e novas tecnologias

Irene Rizzini, Luciléia Pereira, Maria Helena Zamora,
Ana Fernanda Coelho, Bianca Winograd e Mauro Carvalho¹

Introdução

O objetivo deste artigo é discutir alguns aspectos dos dados brasileiros que compõem uma pesquisa internacional (2001-2002)², com o objetivo comum de pesquisar a interação entre jovens e adolescentes com as novas mídias que utilizam os aparelhos de tela (além dos acessórios e derivados desses aparelhos) nos seus espaços de convivência e relacionamentos, como a família, escola e os grupos de amigos. No caso do Brasil, o trabalho foi desenvolvido na cidade do Rio de Janeiro, envolvendo 949 jovens, com idades entre 11 e 17 anos, de cinco escolas do município. Para este texto, os autores selecionaram a análise de dados do uso da televisão, *videogame* e jogos para computador, por terem sido as mídias mais citadas na preferência dos adolescentes.

Segundo Levy (1999), as novas tecnologias de comunicação encontram-se espalhadas por toda a sociedade. Seu uso foi incorporado, seja de forma direta, através do acesso às diversas mídias (*internet*, televisão) ou indiretamente através de serviços que se utilizam destes meios: agências bancárias, rede de supermercados, distribuição de energia elétrica, dentre outros. Nos últimos anos tem sido intenso o debate sobre o impacto das novas tecnologias de comunicação no cotidiano dos

jovens e suas famílias. Contudo, tais análises partem, na maioria das vezes, de uma visão “adultocêntrica” sobre o tema (Casas, 1998).

Algumas perguntas têm se colocado no Brasil e estão presentes em nível mundial quando se quer refletir sobre os rumos atuais da sociedade e suas transformações. Como os adolescentes utilizam os diferentes meios de comunicação disponíveis nos dias de hoje? Será que esses meios de comunicação interferem em seus estilos de vida? Se interferem, de que forma isso se dá? Como os adolescentes avaliam os equipamentos eletrônicos de que fazem uso? Segundo sua avaliação, a mídia eletrônica disponível informa, educa, pode promover estilos de vida e de relações mais saudáveis ou servem somente como fonte de lazer? Que tipo de programas de televisão os adolescentes assistem? Eles têm grande importância nas vidas dos adolescentes? Será que o público mais jovem é mais suscetível aos meios de comunicação que o adulto? Estas e outras questões, referentes aos meios de comunicação de massa e a população adolescente, serão discutidas a seguir, a partir de informações dos jovens que participaram do estudo mencionado.

Conforme o acordado com a equipe internacional, procurou-se uma amostra consistente da população adolescente da camada média da população, evitando-se os extremos, como por exemplo, os muito pobres ou muito ricos³. Por isso, procuramos escolas que pudessem refletir características socioeconômicas da média da população, selecionando escolas públicas de boa qualidade, situadas em bairros nobres da cidade, bem como as particulares mais acessíveis economicamente.

Utilizamos uma metodologia que combina as abordagens quantitativas e qualitativas, para termos um amplo alcance das interações e relações que ocorrem na realidade dos jovens. Os questionários contêm primordialmente questões fechadas, para a análise quantitativa e algumas questões abertas, analisadas de maneira diferenciada. Também foram pesquisados os pais dos jovens: 282 questionários foram devolvidos e devidamente preenchidos pelos pais ou responsáveis dos escolares.

Os procedimentos estatísticos utilizados para análise dos dados são fornecidos automaticamente pelo programa SPSS: média, moda, grau de dispersão, teste e grau de significância. A base de dados permite a correlação entre as respostas dadas pelos adolescentes e as respostas dadas por seus pais. A existência desses dois grupos permite a comparação e análise conjunta de questões correspondentes aos dois modelos de questionário, como por exemplo: o interesse dos adolescentes pela mídia audiovisual e o interesse que é atribuído pelos pais.

Entre os resultados encontrados destaca-se a distância de interesses e diálogo entre adultos (pais e professores) e adolescentes no que se refere ao uso desses equipamentos, aspectos relacionados à sociabilidade intrafamiliar, formas de aproximação entre os jovens e seus pares, onde a televisão e os jogos eletrônicos parecem operar como facilitadores (ou não) no processo de comunicação e diferenças dos resultados encontradas entre os gêneros.

I. Descrição dos dados

Na pesquisa, foram aplicados mil questionários, mas considerados validados apenas 949. A amostra é composta majoritariamente por meninas (53,3%). Os grupos etários mais jovens, de 11 a 14 anos, têm maioria feminina, enquanto os meninos são maioria nos grupos de 15 a 17 anos.

Como já dissemos, foi aplicado questionário entre os pais dos alunos envolvidos no estudo. A taxa de retorno do material atingiu o percentual de 29,7%, ou seja, 282 questionários da amostra total de 1004 questionários foram devolvidos e validados. O percentual atingido não é baixo, considerando-se o método de coleta utilizado que exclui o contato direto com o pesquisador. O resultado encontra-se dentro dos padrões estabelecidos pela equipe internacional de pesquisa.

As mães são a maioria de respondentes, sendo 64,9% do total de questionários respondidos. Os pais representam 15,2% do total de respondentes. Pai e mãe juntos responderam a 12,8% dos questionários enviados para casa. A maioria (62,4%) dos questionários enviados aos pais foi respondida por parentes, destacando-se tio (a), avô (ó) de meninas. Os resultados que apontam para uma maioria de mães respondentes sugerem que as mães são mais envolvidas que os pais em assuntos relativos aos filhos ou pelo menos que as tarefas relacionadas aos filhos são atribuídas mais às mães que aos pais. Mesmo com o aumento da participação de mulheres no mercado de trabalho, as atividades ligadas aos cuidados com a família ainda são vistas como atividades femininas, exclusiva ou principalmente. Espera-se que a mulher ocupe o principal espaço de educadora dos filhos, que converse mais com eles e que tenha maior preocupação com os problemas familiares (Morgado, 2000).

2. Acesso e uso dos equipamentos pelos adolescentes

Tabela 1: Acesso e uso dos equipamentos pelos adolescentes por sexo

	Tem acesso em casa			Usa a maior parte do tempo			Usa na casa de amigos			Usa na escola			Usa em outros lugares		
	Sexo		Total	Sexo		Total	Sexo		Total	Sexo		Total	Sexo		Total
	menino	menina	%	menino	menina	%	menino	menina	%	menino	menina	%	menino	menina	%
Aparelho de tv	99,1	99,8	99,5	96,7	97,4	97,0	53,5	69,5	62,0	21,2	32,5	26,7	39,2	52,1	45,6
Computador	51,0	42,6	46,5	44,4	36,2	40,3	55,4	63,6	59,6	36,4	50,3	43,8	34,3	40,3	37,3
Acesso à internet	42,0	30,8	36,2	29,5	24,5	26,9	46,9	48,9	48,0	10,8	17,5	14,3	25,1	29,2	27,2
Cd-roms educativos	45,2	42,5	43,7	14,1	10,1	12,1	22,6	29,7	26,3	17,3	24,5	21,0	17,6	19,5	18,6
Videogame	86,7	58,9	72,0	69,5	38,7	54,9	83,4	68,0	75,8	10,4	5,6	8,0	45,5	33,6	39,7
Jogos de Computador	53,1	43,0	47,8	42,2	30,0	36,2	59,9	56,3	58,0	23,3	26,0	24,7	25,5	29,6	27,5
Telefone celular	69,0	73,3	71,3	36,1	52,8	45,1	37,0	61,8	50,4	20,4	43,9	33,1	42,2	66,6	55,2

As primeiras perguntas do questionário procuravam obter dos adolescentes informações sobre seu acesso a alguns equipamentos de mídia e novas tecnologias. A tabela 1 apresenta estas informações sumarizadas pelo sexo do respondente e para todas as mídias abordadas pela pesquisa.

2.1 Televisão

Os dados encontrados confirmam uma tendência mundial que aponta a televisão como o equipamento de comunicação de massa mais difundido, mesmo entre os setores mais populares. Segundo o censo brasileiro realizado em 2000 pelo IBGE na área urbana da região sudeste, onde desenvolvemos a pesquisa, 17.205.009 domicílios ou 95,4% do total tinham televisão. A televisão está presente nos lares da quase totalidade dos adolescentes da amostra; 99,5% deles declararam possuir ao menos um aparelho de televisão em suas casas.

A TV é citada por 97% dos respondentes como uma das mídias que usam a maior parte do tempo. Este uso não acontece apenas em suas casas, pois 62% declaram assistir à TV na casa de amigos, 45,6 % em outros lugares e 26,7% o fazem também na escola. Em relação a esta mídia, meninos e meninas não diferem no acesso ou em quanto tempo a utilizam.

A televisão é um meio de comunicação e informação que pode ser compartilhado por grupos de faixas etárias e gêneros diferentes. É comum que os jovens assistam televisão na companhia de pais, amigos, irmãos e parentes. Em seus discursos, eles mostram que tal mídia os ajuda a se informar e a compreender a realidade: “... estou me deparando com o que acontece no mundo!” (menino, 13 anos), “... eu fico mais informada e apreendo um pouco mais sobre o mundo...” (menina, 13 anos) e como eles a valorizam: “acho o melhor meio de comunicação” (menino, 13 anos).

2.2 Videogame

O acesso ao *videogame* é bastante disseminado, sendo o segundo equipamento mais presente nos lares dos adolescentes entrevistados; 72% afirmaram possuí-lo. É também o segundo mais citado como equipamento que usam a maior parte do tempo (54,9%). Embora poucos tenham declarado utilizá-lo na escola⁴, 39,7% dos respondentes informam que usam em outros lugares e 75,8% deles o utilizam na casa de amigos. Porém, como podemos observar na Tabela 1, no que se refere ao *videogame* os meninos representam sempre o maior contingente de usuários. Eles têm mais acesso em casa, citam-no mais freqüentemente como equipamento que utilizam a maior parte do tempo, declaram-se usuários mais assíduos na casa de amigos, em outros lugares e mesmo na escola.

O baixo custo para aquisição, bem como a evolução constante dos jogos, permitem acesso maior a este tipo de mídia. Os jovens, principalmente no que se refere condição social da amostra selecionada, tendem a se relacionar cada vez mais

em espaços fechados e restritos, como shoppings, escolas, academias, condomínios fechados. Podemos supor que a utilização deste equipamento na casa de amigos aponta para outras formas de sociabilidade dos adolescentes, que ocorreria facilitada pelos jogos, incluindo também o alto percentual de jovens que utilizam os jogos de computador na casa de amigos (58%) e em outros lugares – caso de 39,7% de meninos que declararam utilizar *lan houses*, lojas de locação de jogos.

2.3 Telefone celular

Embora não seja uma mídia selecionada para esta análise, vale dizer que 71,3% dos respondentes, segundo suas declarações, fazem uso do telefone celular. O celular é citado por 45,1% deles como equipamento que usam na maior parte do tempo. Ao contrário do *videogame*, este equipamento está mais presente na vida das meninas. Embora não difiram dos meninos no acesso que possuem ao aparelho, maior número de meninas declara ser este um dos equipamentos que usam na maior parte do tempo.

No Brasil, diferente de alguns países participantes da pesquisa, o telefone celular tornou-se popular recentemente. A concorrência entre operadoras tornou o preço deste equipamento mais acessível e com isso o uso do celular entre a população urbana ampliou-se. Vemos, porém, diferenças no uso do aparelho. Entre a maioria dos brasileiros este equipamento é utilizado somente para a comunicação oral. O mesmo não acontece em países mais desenvolvidos. Em 2001, quando foram colhidos os dados da pesquisa, já era comum entre jovens espanhóis e noruegueses, por exemplo, utilizarem-se deste equipamento para enviar mensagens via *e-mail*, fotografar e utilizar outros recursos de multimídia através do celular. No Brasil, estes recursos ainda estão sendo disseminados e não são acessíveis às camadas populares.

2.3 Computador

O computador é um equipamento que pode ser veículo de muitas mídias; o acesso ao próprio e a algumas mídias relacionadas foi abordado no presente estudo. Dos entrevistados, 46,7% declararam possuir computador em casa. Um número ligeiramente maior (47,8%) diz possuir jogos de computador em casa, 43,7% possui CD-Roms e 36,2% declaram ter acesso internet de suas casas. Dos respondentes, 40,3% citam este como um dos equipamentos que usam na maior parte do tempo; jogos para computador foram citados por 36,2%; internet por 26,9% e CD-Rom por 12,1% apenas. Quase 60% dos adolescentes da amostra dizem usar o computador na casa de amigos, 58% usam jogos para computador, 48% acessam a internet e 26,3 utilizam CD-Roms. O computador é o equipamento que maior número de respondentes declara utilizar na escola (43,8%); CD-Roms e internet, embora sejam ferramentas potencialmente interessantes no processo de aprendizagem, são utilizados por relativamente poucos entrevistados em suas escolas, 21% e 14,3%, respectivamente.

No Brasil, o computador ainda é um equipamento caro e, portanto, inacessível para grande parte da população. Existem projetos na esfera governamental que têm como objetivo disseminar o uso da informática nas escolas públicas, mas, de maneira geral, essa ferramenta considerada tão importante na educação moderna, ainda não está acessível à maioria dos estudantes.

3. Avaliação dos adolescentes sobre equipamentos e conteúdo de mídia: diferenças etárias e de gênero

Foi solicitado aos adolescentes que dessem sua opinião sobre certos aspectos relacionados ao uso dos equipamentos abordados. Para tanto, foi apresentada uma escala de cinco pontos, onde o número 1 corresponde à pior avaliação e 5 à melhor avaliação possível no item proposto. A média e o desvio padrão da avaliação, total por sexo do respondente, sobre diversão, aproveitamento do tempo, utilidade e aprendizado relacionados às categorias selecionadas podem ser observados na Tabela 2.

Tabela 2: Avaliação média dos equipamentos por sexo

	Televisão				Videogame				Jogos para computador							
	Sexo		Total	SD	Sexo		Total	SD	Sexo		Total	SD				
	menino	menina			menino	menina			menino	menina						
	SD				SD				SD			SD				
Chateia/Diverte	4,1	0,7	4,0	0,8	4,4	0,8	3,8	1,1	4,1	1,0	4,4	0,8	3,9	1,0	4,1	1,0
Perde/Aproveita o tempo	3,8	1,3	3,9	1,2	3,8	1,3	3,4	1,4	3,7	1,4	3,9	1,3	3,6	1,3	3,7	1,3
Utilidade/Inutilidade	4,1	0,9	4,0	0,9	3,5	1,2	2,8	1,3	3,2	1,3	3,6	1,2	3,1	1,2	3,3	1,2
Aprende/Não aprende nada	3,4	1,1	3,1	1,1	3,2	1,1	2,4	1,4	2,0	1,3	2,7	1,4	2,1	1,2	2,4	1,3

Em relação à diversão, os jogos, tanto para computador quanto o videogame, são bem avaliados e recebem médias altas. A televisão não se afasta deste padrão, atingindo média 4,0. A TV é mais bem avaliada que os jogos em outros aspectos abordados, sobretudo em relação à utilidade e à possibilidade de aprendizado. O videogame é o equipamento com pior avaliação tanto no item utilidade, quanto em relação ao aprendizado, enquanto os jogos para computador atingem a média de 3,3 no aspecto utilidade e 2,4 no de aprendizado. Quanto ao aproveitamento do tempo, as médias não diferem muito na avaliação dos adolescentes: a televisão obtém melhor avaliação, com média 3,8, seguida de perto pelo videogame e os jogos para computador, ambos com média 3,7.

Há diferenças significativas na avaliação dos equipamentos entre meninos e meninas, assim como entre adolescentes de diferentes idades. O primeiro aspecto a chamar a atenção é a diferença entre os sexos em relação à avaliação do *videogame* e dos jogos para computador; as diferenças das médias nos grupos são significativas em todos os aspectos avaliados. Os meninos consideram tanto o *videogame* quanto os jogos de computador mais divertidos, e mais fáceis que as meninas. Assim como avaliam melhor o aproveitamento do tempo e o aprendizado, relacionados ao uso dessas mídias. Não há, contudo, diferença estatisticamente significativa entre meninos e meninas em suas avaliações sobre a televisão.

Os meninos representam o maior contingente de usuários de *videogame*. Dada a natureza dos jogos – com temas de confronto ou caça, em sua maioria – pode-se estabelecer uma ligação direta entre os valores sociais masculinos e a prática dos jogos de *videogame*. Ou seja, estes jogos fundamentam-se em valores estabelecidos pelo *ethos* cultural de nossa sociedade, que atribui ações sociais distintas à mulher e ao homem. Aos homens caberia o espaço público (o prover, trabalho, política, a diversão com os amigos, o futebol) e os confrontos advindos das questões controversas, políticas ou econômicas, como as guerras e conflitos. Às mulheres, estaria destinado tradicionalmente o espaço privado e suas características seriam a fragilidade, a sensibilidade, a meiguice, a passividade, os cuidados do lar como desdobramento da atividade procriativa. A atenção a este aspecto é fundamental, visto que, na nossa sociedade, são consideradas características masculinas coragem, racionalidade, força, competitividade, preocupação com a carreira profissional e a menor participação nos problemas familiares. Isso pode também servir como elemento explicativo da predominância do uso dos celulares pelo elemento feminino.

Há também diferenças étnicas significativas, observadas nos aspectos diversos e aproveitamento de tempo em relação à televisão. Os adolescentes dizem se divertir menos com a televisão e acreditam que tiram menos proveito do tempo que usam assistindo à sua programação, à medida que ficam mais velhos. Esta relação linear negativa também se observa na avaliação sobre o aproveitamento do tempo na utilização do *videogame*, ou seja, quanto mais idade tem o adolescente, menor sua

tendência a acreditar que aproveita bem seu tempo ao jogar *videogame*. Quanto maior a maturidade, menor a apreciação do que essas mídias podem oferecer.

Além das questões sobre interesse e informação em relação aos equipamentos, o questionário pedia que os jovens apontassem seu nível de satisfação em conversar sobre as mídias e assuntos em geral com parentes (pai, mãe e irmãos), com amigos (mais velhos e da mesma idade) e com professores. Os pais também foram solicitados a indicar o nível de satisfação que acreditavam que seu filho(a) tinha em conversas sobre estas mídias com eles, ou seja, seus pais e com seus irmãos e amigos. O respondente do questionário de pais também deveria indicar qual o seu próprio nível de satisfação em conversar com seu filho(a) sobre os equipamentos abordados. Em todas estas questões foi utilizada a escala de cinco pontos, com uma gradação que vai do menor nível de satisfação (1) para o maior (5)⁵. Na Tabela 3, observamos as médias e desvios padrão, total e por sexo, para as respostas dos adolescentes.

Tabela 3: Quanto gosta de conversar com sobre tv, videogame, jogos para computador e assuntos em geral, por sexo dos respondentes

	Televisão				Videogame				Jogos para computador				Assuntos em geral											
	Sexo		Total		Sexo		Total		Sexo		Total		Sexo		Total									
	menino	menina	menino	menina	menino	menina	menino	menina	menino	menina	menino	menina	menino	menina	menino	menina								
	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD								
Pai	3,4	1,2	3,1	1,3	3,2	1,2	2,9	1,5	2,7	1,5	2,8	1,5	3,0	1,5	3,0	1,3	2,8	1,3	2,9	1,3				
Mãe	3,7	1,2	4,0	1,1	3,9	1,1	2,9	1,4	2,7	1,4	2,8	1,4	3,0	1,4	3,0	1,4	3,5	1,2	3,8	1,1	3,6	1,2		
Irmãos	3,7	1,3	3,8	1,3	3,8	1,3	3,8	1,4	3,6	1,4	3,7	1,4	3,8	1,4	3,6	1,4	3,3	1,4	3,4	1,4	3,4	1,4		
Professor	2,4	1,4	2,6	1,3	2,5	1,4	1,7	1,1	1,9	1,2	1,8	1,2	1,7	1,1	1,9	1,2	1,8	1,2	1,9	1,2	2,1	1,2	2,0	1,2
Amigos	4,0	1,2	4,3	1,0	4,2	1,1	4,3	1,1	3,5	1,5	3,9	1,3	4,2	1,1	3,7	1,3	3,9	1,3	4,0	1,2	4,2	1,0	4,1	1,1
Amigos mais velhos	3,6	1,3	3,7	1,2	3,7	1,3	3,5	1,4	3,1	1,5	3,3	1,4	3,5	1,4	3,3	1,3	3,4	1,4	3,3	1,3	3,3	1,3	3,3	1,3

Os amigos da mesma idade são os interlocutores preferidos dos adolescentes, seja nas conversas sobre assuntos em geral ou sobre quaisquer das mídias em questão. Outra recorrência é que as conversas com seus pais e sobretudo com seus professores são as que menos agradam aos adolescentes. Suas mães são as segundas preferidas em conversas sobre televisão e assuntos gerais; já os irmãos ocupam o segundo lugar quando o tema é *videogame* ou jogos para computador e estão em terceiro quando se trata de televisão ou assuntos em geral. Na terceira posição encontram-se os amigos mais velhos quando a conversa é sobre *videogame* ou jogos para computador. Estes ocupam quarto lugar nas preferências dos entrevistados para assuntos em geral ou televisão e as mães estão em quarta posição no nível de satisfação relatado pelos jovens em suas conversas sobre *videogame* e jogos para computador. Pais e professores ocupam o quinto e sexto lugar, respectivamente, para todas as mídias e para os assuntos em geral.

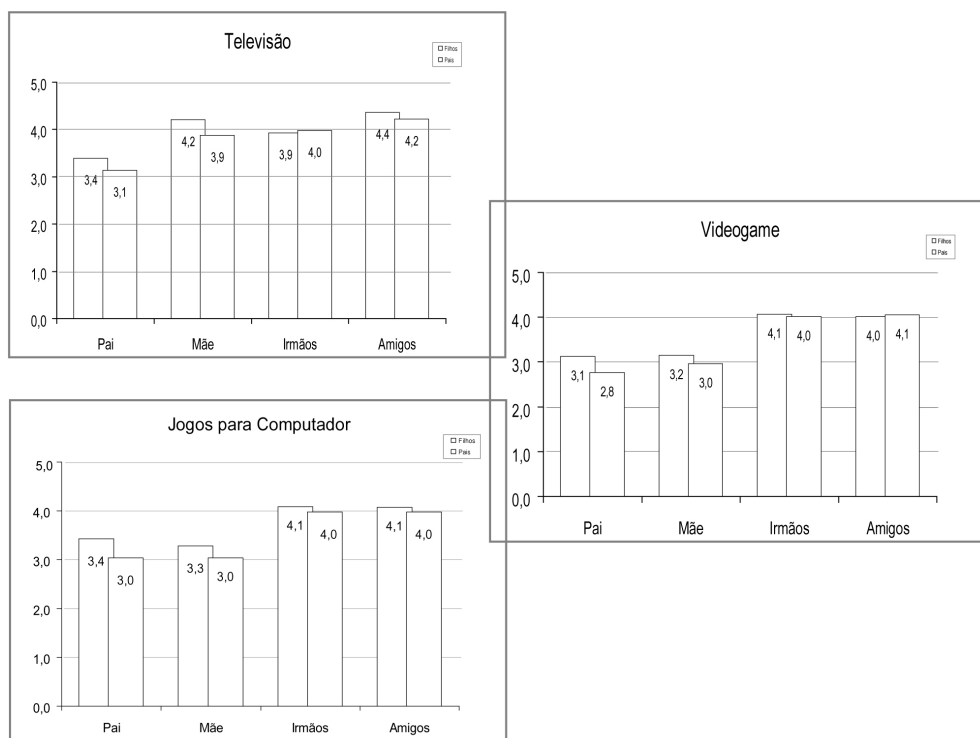
As diferenças entre as respostas dos sexos voltam a aparecer no que diz respeito às preferências dos adolescentes em relação aos interlocutores nas conversas. Sobre assuntos em geral, os meninos tendem a ter maior nível de satisfação em conversas com o pai que as meninas; inversamente, as meninas se satisfazem mais que os meninos dialogando com suas mães. Ainda em se tratando de assuntos mais gerais, não observamos diferenças significantes entre meninas e meninos no que relatam sobre seu nível de satisfação ao conversar com irmãos, com amigos da mesma idade ou mais velhos e com professores.

Contudo, existem algumas diferenças etárias significantes. Quanto mais velho o adolescente, maior sua tendência a apontar baixo nível de satisfação em conversas com o pai e alta satisfação nas conversas com amigos da mesma idade e amigos mais velhos. Meninos e meninas também diferem no nível de satisfação em conversas sobre televisão com diferentes interlocutores. As meninas tendem a classificar melhor que os meninos suas mães, amigos da mesma idade e professores, como interlocutores sobre o tema, enquanto os meninos dizem experimentar maior nível de satisfação que as meninas nas conversas com os pais. No caso da televisão, os adolescentes mais velhos relatam maior grau de satisfação em conversas com amigos mais velhos.

O nível de satisfação de meninos e meninas em falar sobre *videogame* com seus pais, mães, irmãos ou professores, não é significativamente diferente; os dois grupos apresentam médias baixas nestes itens. Os meninos, porém, indicam níveis de satisfação mais elevados que as meninas quando falam sobre este equipamento de mídia com seus amigos mais velhos, e, sobretudo, com amigos da mesma idade. Dadas as mídias totais, pai e mãe não são interlocutores muito apreciados pelos adolescentes quando o tema é *videogame*. Considerando as diferenças etárias, notamos que, quanto mais velho o adolescente é, mais baixo tende a ser seu nível de satisfação ao conversar sobre *videogames*, tanto com o pai quanto com a mãe.

As diferenças etárias seguem o mesmo padrão em se tratando de satisfação em conversar sobre jogos para computador, isto é, quanto maior a idade do respondente, menor tende a ser o grau de satisfação relatado em conversas sobre esta média com pai, e neste caso, também com irmãos. Neste item, meninos e meninas também apresentam diferentes tendências na classificação dos interlocutores. Embora para ambos os sexos as conversas com professores sejam pouco satisfatórias (ambos os grupos apresentam médias abaixo de 2,0), os meninos têm maior inclinação a indicar níveis ainda mais baixos de satisfação que as meninas. O inverso ocorre em relação à satisfação em falar com amigos: meninos e meninas tendem, segundo seu relato, a apreciar bastante conversar com seus amigos sobre jogos para computador, mas os meninos tendem a apreciar estas conversas ainda mais que as meninas.

Gráficos: Nível de satisfação dos adolescentes em conversar com... sobre televisão, videogame e jogos para computador, segundo sua avaliação e de seus pais



Nos gráficos acima podemos observar as médias para o nível de satisfação dos adolescentes (segundo eles e segundo seus pais) em conversas sobre televisão, *videogame* e jogos para computador com pai, mãe, irmãos e amigos. Não há divergências relevantes e significantes entre as médias encontradas para as respostas dos adolescentes e para as respostas dos pais. Aparentemente a avaliação destes sobre temas e interlocutores que mais agradam seus filhos se aproxima bastante daquilo que os próprios relatam. Contudo, os pais respondentes tendem a acreditar que estão em uma posição melhor do que a que seus filhos de fato lhes atribuem quando se trata de conversas sobre a televisão. Isto é, o nível de satisfação em conversas sobre a televisão com pai e mãe relatado pelos adolescentes é mais baixo que o estimado pelos pais.

Os pais indicam um nível de satisfação muito mais alto nas conversas com seus filhos sobre televisão do que sobre jogos para computador e, sobretudo, *videogame*. O nível de satisfação em relação ao diálogo sobre quaisquer equipamentos não varia de forma consistente segundo o sexo do filho em relação ao qual o pai responde. Em relação às variações etárias, quanto mais idade tem o filho adolescente a quem os pais se referem no questionário maior a tendência a dizerem-se mais satisfeitos nas conversas com ele sobre televisão. Uma ligeira variação se observa em relação ao nível de satisfação no diálogo sobre as mídias de acordo com quem respondeu ao questionário de pais. Contudo, a única diferença estatisticamente relevante é a satisfação em relação às conversas sobre *videogame*, sobre as quais as mães que responderam sozinhas ao questionário tendem a indicar níveis mais baixos de satisfação que pais e mães que responderam juntos, que nos indica um desinteresse dos pais em saber a forma como seus filhos estão utilizando este aparelho.

4. Uso e avaliação do conteúdo da televisão: a questão da qualidade

Em nossa versão nacional do questionário de adolescentes foram inseridas duas questões abertas: uma sobre as preferências dos jovens em relação à programação televisiva e outra sobre as coisas que eles não gostariam que fossem mostradas na televisão. A primeira pergunta pedia ao respondente para listar os três programas de televisão mais assistidos por eles. A segunda perguntava aos adolescentes o que eles impediriam que fosse mostrado na televisão, caso tivessem condições de fazê-lo. Vamos a seguir trazer alguns destaques nessas respostas.

A categorização das respostas à questão sobre os programas mais assistidos foi feita em categorias e subcategorias. Estas últimas, em alguns poucos casos, mantêm o nome do programa citado. Isto se deu quando a equipe entendeu que, além de bastante citado, tratava-se de uma produção especialmente voltada para um público adolescente (por ex: Sandy e Jr., Malhação). No restante dos casos, a equipe decidiu utilizar uma classificação mais geral. As categorias principais procuram respeitar as principais linhas de programação e/ou formatos televisivos.

Autores como o sociólogo francês Pierre Bourdieu (1997) apontam para a especialização da programação das emissoras de TV, que produzem e adaptam os programas exibidos visando públicos específicos, definidos a partir de pesquisas sobre o perfil das famílias e dos telespectadores. Podemos verificar essa afirmação em nossas pesquisas; por exemplo, em determinados horários temos a predominância de uma programação especializada para o público infanto-juvenil, com temas e linguagem característicos desta faixa etária. A eficácia desta estratégia pode também ser confirmada pelo elevado número de respostas dadas para a “novela” Malhação, que aborda temas voltados para a adolescência e comportamento infanto-juvenil.

A preferência dos adolescentes é, sem dúvida, a teledramaturgia, citada por 62% dos respondentes. Este formato foi o mais citado por ambos os sexos, mas, ainda assim, as meninas o citaram com muito mais frequência. A subcategoria mais citada foi a de novelas (37,3%, em que as meninas compõem a maioria) e Malhação (novela direcionada ao público juvenil) com 25,9%, compostos principalmente por meninos. No caso da teledramaturgia ocorreram muitos casos de respostas múltiplas (26,8%) – onde mais de uma subcategoria é citada.

A segunda preferência em formato de programação televisiva é o de programas infantis, citados por 33,3% dos adolescentes, e mais frequentemente pelos meninos. E dentro desta categoria os desenhos animados são os mais citados (74,4%) com larga vantagem sobre os demais. Em terceiro lugar estão os programas de variedades, citados como um dos preferidos por 28,5% dos respondentes. Em nossa amostra, a maior parte do público deste tipo de programa é feminina.

As subcategorias mais citadas foram os programas de auditório (29,2% com maioria feminina), programas de perguntas e respostas (17,2%) e programas de *games* (12,4% majoritariamente compostos por meninos). Em seqüência aparecem os *reality shows* (21,6%), filmes (20,1%) e programas jornalísticos (18,3%), *clipes* musicais com 14,9%, na maioria meninas; os de esportes, com 13,8%, compostos quase que exclusivamente por meninos. Programas humorísticos são citados por 10,9% de nossa amostra, e finalmente os eróticos, com 2% e de maioria masculina.

A tabela 4 apresenta os programas citados pelos adolescentes, por sexo, e a tabela 5 ilustra o que eles mais gostam de assistir, por idade.

Tabela 4: **Programas que mais gosta de assistir na televisão, categorias e subcategorias, por sexo**

PROGRAMAS QUE MAIS GOSTA DE ASSISTIR NA TELEVISÃO						
	Sexo				Total	
	Menino		Menina		n	%
	n	%	n	%		
Teledramaturgia*	204	46,8	378	75,3	582	62,0
Novelas	43	21,1	174	46,0	217	37,3
Malhação	82	40,2	69	18,3	151	25,9
Séries americanas	28	13,7	11	2,9	39	6,7
Sandy e Jr.	-	-	9	2,4	9	1,5
Múltipla	43	21,1	113	29,9	156	26,8
Outros	8	3,9	2	0,5	10	1,7
Infantis*	177	40,6	135	26,9	312	33,3
Desenho	134	75,7	98	72,6	232	74,4
Programas	18	10,2	26	19,3	44	14,1
Humor	11	6,2	4	3,0	15	4,8
Múltipla	14	7,9	6	4,4	20	6,4
Outros	-	-	1	0,7	1	0,3
Programas de Variedades*	101	23,2	166	33,1	267	28,5
Programas de auditório	21	20,8	57	34,3	78	29,2
Perguntas e respostas	18	17,8	28	16,9	46	17,2
Games (gincanas/competições)	26	25,7	7	4,2	33	12,4
Programas sensacionalistas	14	13,9	17	10,2	31	11,6
Entrevistas	4	4,0	12	7,2	16	6,0
Múltipla	16	15,8	34	20,5	50	18,7
Outros	2	2,0	11	6,6	13	4,9
Reality Shows	95	21,8	108	21,5	203	21,6
Filmes	93	21,3	96	19,1	189	20,1
Jornalísticos	77	17,7	95	18,9	172	18,3
Jornalismo cotidiano	46	59,7	61	64,2	107	62,2
Jornalismo sensacionalista	12	15,6	9	9,5	21	12,2
Reportagens/documentários	5	6,5	8	8,4	13	7,6
Fofocas	3	3,9	5	5,3	8	4,7
Múltipla	10	13,0	9	9,5	19	11,0
Outros	1	1,3	3	3,2	4	2,3
Música/clipes*	48	11,0	92	18,3	140	14,9
Esportes*	111	25,5	18	3,6	129	13,8
Jogos	27	24,3	8	44,4	35	27,1
Programas	67	60,4	7	38,9	74	57,4
Esportes Radicais	2	1,8	2	11,1	4	3,1
Múltipla	15	13,5	-	-	15	11,6
Outros	-	-	1	5,6	1	0,8
Humorísticos	54	12,4	48	9,6	102	10,9
Eróticos**	14	3,2	5	1,0	19	2,0
Outros	13	3,0	18	3,6	31	3,3
Não respondeu	12	2,8	9	1,8	21	2,2

* significante a 0,01

** significante a 0,05

Tabela 5: O que mais gosta de assistir na televisão, por idade

PROGRAMAS QUE MAIS GOSTA DE ASSISTIR NA TELEVISÃO

	Idade														Total	
	11		12		13		14		15		16		17		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%				
Teledramaturgia	35	64,8	111	62,4	135	56,7	155	61,5	114	67,5	22	52,4	10	62,5	582	62,0
Novelas	16	45,7	50	45,0	51	37,8	50	32,3	40	35,1	7	31,8	3	30,0	217	37,3
Malhação	4	11,4	22	19,8	31	23,0	47	30,3	35	30,7	8	36,4	4	40,0	156	26,8
Séries americanas	1	2,9	6	5,4	12	8,9	14	9,0	6	5,3	-	-	-	-	151	25,9
Sandy e Jr.	1	2,9	4	3,6	3	2,2	1	0,6	-	-	-	-	-	-	39	6,7
Múltipla	13	37,1	27	24,3	36	26,7	40	25,8	31	27,2	7	31,8	2	20,0	9	1,5
Outros	-	-	2	1,8	2	1,5	3	1,9	2	1,8	-	-	1	10,0	10	1,7
Infantis*	21	38,9	80	44,9	96	40,3	71	28,2	31	18,3	8	19,0	5	31,3	312	33,3
Desenho	16	76,2	59	73,8	72	75,0	55	77,5	23	74,2	7	87,5	-	-	232	74,4
Programas	2	9,5	11	13,8	12	12,5	9	12,7	5	16,1	1	12,5	4	80,0	44	14,1
Humor	1	4,8	4	5,0	4	4,2	4	5,6	2	6,5	-	-	-	-	15	4,8
Múltipla	2	9,5	6	7,5	7	7,3	3	4,2	1	3,2	-	-	1	20,0	20	6,4
Outros	-	-	-	-	1	1,0	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,3
Programas de Variedades	17	31,5	52	29,2	67	28,2	71	28,2	45	26,6	10	23,8	5	31,3	267	28,5
Programas de auditório	2	11,8	20	38,5	17	25,4	19	26,8	16	35,6	3	30,0	1	20,0	78	29,2
Games (gincanas/competições)	6	35,3	6	11,5	13	19,4	10	14,1	7	15,6	1	10,0	3	60,0	46	17,2
Programas sensacionalistas	3	17,6	4	7,7	7	10,4	8	11,3	7	15,6	3	30,0	1	20,0	33	12,4
Perguntas e respostas	2	11,8	7	13,5	8	11,9	11	15,5	3	6,7	-	-	-	-	31	11,6
Entrevistas	-	-	3	5,8	4	6,0	7	9,9	2	4,4	-	-	-	-	16	6,0
Múltipla	2	11,8	11	21,2	14	20,9	14	19,7	7	15,6	2	20,0	-	-	50	18,7
Outros	2	11,8	1	1,9	4	6,0	2	2,8	3	6,7	1	10,0	-	-	13	4,9
Reality Shows	10	18,5	36	20,2	46	19,3	54	21,4	44	26,0	7	16,7	6	37,5	203	21,6
Filmes	9	16,7	40	22,5	44	18,5	49	19,4	34	20,1	10	23,8	3	18,8	189	20,1
Jornalísticos	5	9,3	27	15,2	48	20,3	48	19,0	36	21,3	7	16,7	1	6,3	172	18,3
Jornalismo cotidiano	3	60,0	16	59,3	28	58,3	25	52,1	29	80,6	5	71,4	1	100,0	107	62,2
Reportagens/documentários	1	20,0	3	11,1	7	14,6	6	12,5	4	11,1	-	-	-	-	21	12,2
Fofocas	-	-	2	7,4	4	8,3	6	12,5	1	2,8	-	-	-	-	13	7,6
Jornalismo sensacionalista	1	20,0	3	11,1	2	4,2	1	2,1	1	2,8	-	-	-	-	8	4,7
Múltipla	-	-	3	11,1	4	8,3	9	18,8	1	2,8	2	28,6	-	-	19	11,0
Outros	-	-	-	-	3	6,3	1	2,1	-	-	-	-	-	-	4	2,3
Música/clipes*	1	1,9	21	11,8	38	16,0	42	16,7	24	14,2	10	23,8	4	25,0	140	14,9
Esportes*	4	7,4	20	11,2	26	10,9	38	15,1	31	18,3	8	19,0	2	12,5	129	13,8
Programas	-	-	9	45,0	17	65,4	23	60,5	21	67,7	2	25,0	2	100,0	35	27,1
Jogos	1	25,0	5	25,0	7	26,9	10	26,3	8	25,8	4	50,0	-	-	74	57,4
Esportes Radicais	-	-	-	-	-	-	1	2,6	2	6,5	1	12,5	-	-	4	3,1
Múltipla	2	50,0	6	30,0	2	7,7	4	10,5	-	-	1	12,5	-	-	15	11,6
Outros	1	25,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,8
Humorísticos	5	9,3	20	11,2	30	12,6	28	11,1	16	9,5	2	4,8	1	6,3	102	10,9
Eróticos	-	-	3	1,7	2	0,8	8	3,2	4	2,4	-	-	2	12,5	19	2,0
Outros	3	5,6	6	3,4	5	2,1	10	4,0	5	3,0	1	2,4	1	6,3	31	3,3
Não respondeu	-	-	3	1,7	6	2,5	6	2,4	2	1,2	4	9,5	-	-	21	2,2

Quando perguntados sobre o que impediriam que fosse mostrado na televisão se tivessem poder para isso, os adolescentes referem-se freqüentemente a cenas de sexo, de nudez ou pornografia, citados por 22,7% dos respondentes e única categoria em que a diferença de sexo se revelou significativa. Os adolescentes afirmaram que se pudessem vetariam a apresentação de “coisas de baixo nível” (menino, 12 anos) ou de “mulheres nuas...” (menina, 14 anos).

A violência, retratada na tevê em suas várias formas, também incomoda a muitos dos adolescentes de nossa amostra (10,8%), mas um número maior deles não impediria nada na programação televisiva (16,6%). Alguns, porém, impediriam tudo na tevê (2,8%). Outros se preocupam com sua imagem pessoal e não gostariam de ver sua imagem na televisão (5,9%). Não há diferenças significativas entre os grupos etários.

Vários estudos mostram a importância da tevê na vida do jovem brasileiro. Destacamos aqui um estudo realizado pelo Unicef, que ouviu 5280 adolescentes em todo o Brasil, revelando que 52% dos pesquisados tem nesse meio sua maior fonte de lazer e que cerca de 70% deles considera a programação da TV “muito boa” (Unicef/Fator OM, 2002). Outro estudo transversal recente, de caráter quali-quantitativo, com 747 estudantes do segundo segmento do primeiro grau em um bairro do Rio de Janeiro, pesquisou sobre as atividades realizadas por adolescentes quando não estavam na escola (tempo livre). Entre as atividades praticadas enquanto estão sozinhos em casa, 91% prefere ver televisão e 85,2% ouvir música, enquanto 51,1% relata jogar *videogame* e 40,5% ler livros (Barros e outros, 2002).

Somente nos Estados Unidos foram realizados e revistos mais de mil estudos relacionando saúde infantil e mídia, especialmente a tevê. Pesquisas internacionais e nacionais muitas vezes são divulgadas com recomendações para os pais e estão relacionadas a possíveis efeitos negativos da televisão na saúde de crianças e adolescentes, como comportamento violento, uso de substâncias prejudiciais (ilegais ou não), atividade sexual precoce, obesidade, problemas com a auto-imagem e mau rendimento escolar⁶ (Njaine e Minayo, 2003).

Não cabe aqui uma discussão sobre os efeitos nocivos da mídia na formação de nossas crianças e adolescentes, mas da apropriação dos conteúdos midiáticos aos quais elas estão expostas. Se é verdade que ao ver televisão o adolescente se expõe, em nosso país, a diversas informações consideradas inadequadas, também é certo que informação, cultura e educação podem acessar o jovem através desta mídia. Lembremos que, se o jovem pode ver na televisão algo que estimule sua reflexão, isso pode ser profundamente educativo, embora não formalmente parte de um programa de educação. Strasburger (1999) afirma que a tevê dá aos adolescentes *scripts* acerca de como os adultos supostamente devem agir, ensinando sobre os papéis de gênero, resolução de conflitos, padrões de namoro e gratificação sexual e formas para lidarem com o estresse, mostrando com sua abundância de modelos

de adultos atraentes – uma vasta gama de informações envolvendo o mundo adulto e seu comportamento.

Além da pesquisa científica, a discussão cidadã avança. As Cúpulas Mundiais de Mídia para Crianças e Adolescentes tornaram-se o maior fórum de discussões e de apresentação de propostas concretas – em âmbito internacional – visando o aperfeiçoamento e a qualidade da mídia que se produz para as novas gerações. Seu público-alvo é o conjunto dos profissionais da indústria de mídia, os governos e a sociedade organizada. São também uma oportunidade de acompanhar o que de melhor se produz mundialmente em mídia para jovens. Este encontro, que é uma iniciativa da *Summit on Media for Children Foundation*, surgiu em 1995, em Melbourne, Austrália. Desde então, já aconteceram cúpulas em Londres (1998) e Tessalônica (2001).

Em abril de 2004 aconteceu, no Rio de Janeiro, o IV Encontro Mundial de Mídia. A programação do encontro no Brasil tinha como objetivo principal estabelecer compromissos e alianças por uma mídia de qualidade. A dificuldade em estabelecer um parâmetro sobre qualidade torna-se uma tarefa quase impossível quando se trata dos meios de comunicação, já que não existe consenso sobre o tema; o que existe é um consenso de que a mídia televisiva preocupa (Njane e Minayo, 2003).

De acordo com os debates e palestras com adolescentes, realizados por nossa equipe para o aprofundamento de nossas análises, acreditamos que a qualidade só pode ser alcançada se os ouvirmos, pois são eles os verdadeiros interessados e podem avaliar o que consomem. Em relação à televisão, se queremos produzir conteúdo interessante e de qualidade precisamos que os jovens sejam levados em conta sobre o produto a ser lançado.

É preciso entender também que a qualidade não se refere apenas àquilo que nós adultos, através de nossas representações de mundo, ideologias e experiências, julgamos ser o melhor para os mais jovens. Para testar o que acreditamos ser bom ou não para crianças, adolescentes e jovens, devemos aprender a ouvi-los, nas escolas e universidades. Afinal, a participação desses cidadãos sobre assuntos concernentes a suas vidas é um direito assegurado. Apesar da aprovação da Convenção Internacional dos Direitos das Crianças (e de leis nela embasadas, como o Estatuto da Criança e do Adolescente) parece que ainda existem fortes resistências por parte dos adultos em aceitar que os meninos e meninas são cidadãos do presente e não apenas do futuro (Casas *apud* Trilla e Novella, 2001).

5. Diálogos possíveis: família e escola no processo de socialização dos adolescentes e novas mídias

Tanto a criança quanto o adulto contribuem para o processo de produção e reprodução da vida e da cultura (Sousa Filho, 2001). A cultura midiática entre os jovens é continuamente refeita e redefinida pela prática coletiva entre iguais. A facilidade em acompanhar os avanços tecnológicos acelerados talvez faça com que o jovem se sinta reconhecido, sentindo-se mais capaz de dominá-los e muitas vezes fazendo

algo que o adulto não sabe fazer. A sensação de pertencimento, de fazer algo que é comum a todos ou a determinados grupos refere-se a um processo de socialização, às mudanças que acontecem no âmbito das trocas humanas, que dão lugar a novas gerações, sociedades e subjetividades. Não se trata então da incorporação passiva pelas crianças, adolescentes e jovens dos valores e práticas da sociedade onde vivem.

Nos dados recolhidos através da pesquisa, concluímos que os adolescentes não gostam de conversar com pais e professores sobre o uso que fazem dos aparelhos de mídia. Crianças e adolescentes adoram falar sobre o que se passa no mundo. Basta iniciar qualquer diálogo sobre a vida deles, que fale de perspectivas, sonhos, sexualidade, música, jogos, computadores, namoros, relacionamentos, desejos e eles se empolgam. Se puderem ser ouvidos, nos arrebatam com suas experiências e idéias. A escola é o lugar onde crianças e adolescentes passam grande parte da vida. Por que então os jovens não falam sobre vários aspectos de sua realidade com seus professores? Em que momento nós, que desejamos orientar, aprender e compartilhar com a juventude, fechamos as portas do diálogo?

Como vimos neste estudo, a televisão aparece como a mais popular atividade de lazer entre as crianças e adolescentes brasileiras, tendo os jogos como a segunda alternativa. Se a televisão e os jogos eletrônicos ocupam um lugar de tamanho destaque entre os adolescentes por que não são compartilhados com os adultos?

Por meio desses dados, vimos a necessidade de ampliar a discussão sobre estes temas nos espaços que os jovens transitam, incluindo nesta discussão pais e professores, buscando-se facilitar o diálogo, que, muitas vezes, não acontece na família e nem na escola.

Conclusão

Para analisar os dados colhidos, não poderíamos abstraí-los da vida da cidade. O Rio de Janeiro é uma metrópole de quase seis milhões de habitantes, marcada pela desigualdade social: praticamente em todos os bairros convivem prédios de luxo ao lado de favelas com precárias condições de saúde, habitação, saneamento e renda, vivendo na maior parte do tempo alijadas das políticas públicas. Tal contraste favorece a visibilidade da tensão social num país com desigualdades sociais gritantes, proporcionando alteração na forma das pessoas gerirem seu cotidiano, como podemos ver no caso do crescimento dos condomínios privativos. Eles são cidadelas com uma enorme gama de serviços e acesso exclusivo para moradores e altos investimentos em segurança. As ruas, antes espaços de convivência, se modificam, tornando-se lugares de passagem entre um ponto e outro (escola-casa, casa-academia, academia-shopping center e outras trajetórias previsíveis) e consideradas perigosas.

A tendência a ficar em casa e a circular em lugares protegidos cria novos estilos de vida para as pessoas e novos desenhos para a cidade (Josephson, 1994 e Zamora, 1999). A sociabilidade dos jovens, principalmente no que se refere à condição social da amostra por não selecionada, passa a se delimitar a espaços fechados e cada vez

mais restritos. Neste sentido, podemos apontar o hábito de assistir televisão intensamente e a utilização dos jogos eletrônicos e aparelhos celulares como forma dos adolescentes se relacionarem entre si, com os demais, com a cidade.

As configurações da cidade fechada em condomínios, da sociabilidade restrita e do lazer doméstico reporta-se ao medo da violência. O fenômeno complexo da violência é estudado com vários enfoques. No caso do estudo da mídia, ainda mais relacionada à infância e adolescência, procura-se, como já dissemos, estabelecer as possíveis conexões entre a violência presente nas mídias diversas e o comportamento violento apresentado por alguns jovens.

Não pretendemos negar que jogos de computador e videogames que consistem em oponentes lutarem até se destruir ou em atropelar cruelmente seres vivos possam dessensibilizar um jogador imaturo para a violência; possam ainda reforçar nele a idéia de que a melhor maneira para resolver problemas é responder de maneira reflexa e não criativa e ética. Neste trabalho, contudo, não pretendemos fazer juízos de valor. Podemos supor que a preferência por jogos com teor violento seja influenciada pelo fato de vivermos numa sociedade onde a violência é tão presente. É possível que o adolescente procure nestes jogos uma maneira de lidar com um fenômeno que atravessa sua vida, elaborando a compreensão de um mundo adulto kafkiano (Trilla e Novella, 2001), transformando o que não compreende, como a violência disseminada, em entretenimento e diversão.

Jogos, filmes, tevê, mídia não têm um sentido positivo ou negativo para a juventude, em si mesmos. Podemos indagar: se o mundo é repleto de violência, precisamos estimulá-la ainda mais, especialmente entre crianças e jovens? Não podemos ocupar essas mídias com criatividade e com a participação dos mais interessados? “Não deveríamos estar inventando jogos que pudessem estimular a solidariedade, a ética, a tolerância ao próximo? Não poderíamos fazer de nosso mundo, um realmente admirável mundo novo?” (Weber, versão eletrônica, s/data, s/pp.).

Com base nos dados recolhidos, acreditamos ser urgente trazer a comunidade, a família e a escola para a discussão de novas linguagens, interações e desafios apresentados pelo impacto das novas tecnologias da comunicação. Estes diálogos possibilitarão a formação de idéias e ações no que concerne à educação, para um futuro que apresente condições de inclusão social e de desenvolvimento para todos os jovens. Para todos os países é pertinente perguntar qual será o impacto gerado pelas novas tecnologias sobre o imenso contingente de jovens e quais seus efeitos sobre o panorama de desigualdade social, que parece ter se agravado nos últimos anos nos processos de globalização (Baumann, 1999).

*Irene Rizzini, Luciléia Pereira, Maria Helena Zamora,
Ana Fernanda Coelho, Bianca Winograd e Mauro Carvalho*
*Da equipe do Centro Internacional de Estudos e Pesquisas sobre a Infância, em convênio com a
PUC-Rio*

Notas

1. Da equipe do Centro Internacional de Estudos e Pesquisas sobre a Infância, da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio).
2. Coordenada por Ferran Casas, *Catalan Interdisciplinary Network of Child Researchers*, em parceria com a *Childwatch International Research Network*, reunindo dados de cinco países (África do Sul, Brasil, Espanha, Índia e Noruega)
3. A adoção deste recorte objetiva também a possibilidade de análises comparativas entre os países integrantes que apresentam realidades sócio-econômicas distintas.
4. Dos respondentes, 8% declaram utilizar jogos na escola. Podemos imaginar que tratam-se de jogos disponíveis no celular.
5. No questionário dos adolescentes havia a alternativa de resposta “não falo com ele (a) sobre este tema”, mas estas não foram computadas para efeito de análise neste artigo.
6. A exemplo da Sociedade Norte-Americana, a Sociedade Brasileira de Pediatria divulgou em 2001 o documento *Promoção de Segurança da Criança e do Adolescente frente à Mídia (TV, Internet)*. Nesse texto, recomenda aos pais que estejam atentos em relação aos hábitos de seus filhos de assistir TV e usar a internet, buscando limitar o tempo de uso, estimular outras formas de lazer, conhecer os programas assistidos e discuti-los.

Referências bibliográficas

- BAUMANN, Z. *Globalização – As conseqüências humanas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.
- BARROS, R.; COSCARELLI, P.; COUTINHO, M. F. G. et al. O uso do tempo livre por adolescentes em uma comunidade metropolitana no Brasil. *Adolescência Latinoamericana* [online]. nov. 2002, vol.3, no.2 [citado 29/11/2004], p.0-0. Disponível na World Wide Web: <http://ral-adolesc.bvs.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-71302002000200008&lng=es&nrm=iso>. ISSN 1414-7130.
- BOURDIEU, P. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.
- CASAS, F. Calidad de Vida y participación social de la infancia: Entre las nuevas culturas y los medios de comunicacion social. In: *Infancia. Perspectivas Sociales*. Barcelona: Paidós, 1998.
- JOSEPHSON, S. *A morte das ruas: estudo das relações entre público e privado nos condomínios exclusivos do Rio de Janeiro*. Tese de mestrado. Rio de Janeiro, UERJ, 1994.
- KAUFMAN, N. e RIZZINI, Irene (Ed). *Globalization and Children. Exploring potentials for enhancing opportunities in the lives of children and youth*. NY: Kluwer Academic & Plenum Publishers, 2002.
- LEVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- MORGADO, R. Família (s) e relações de gênero. *Praia Vermelha: estudos de política e teoria social/UFRJ*. Rio de Janeiro: Programa de pós-graduação em Serviço Social. vol.1, no.1, 1997: 190-215.
- NJANE, K. e MINAYO, M. C. S. A violência na mídia como tema da área de saúde pública. Rio de Janeiro: *Revista de Ciência e Saúde Coletiva*, 9 (1):201-211, 2003.
- SOUSA FILHO, A. *Medos, mitos e castigos: notas sobre a pena de morte*. São Paulo: Cortez, Coleção Questões da Nossa Época, n°. 46, 2001.

STRASBURGER, V. C. *Os adolescentes e a mídia: impacto psicológico*. Porto Alegre: Artes Médicas, 1999.

TRILLA, J. e NOVELLA, A. Educación y participación social de la infancia. *Revista Iberoamericana de Educación – Sociedad Educadora [online]*, p.0-0. Organización de Estados Iberoamericanos, n.º. 26, mayo-agosto, 2001.

WEBER, L. D. Sobre *videogames* violentos. Disponível na World Wide Web: <http://lidiaw.sites.uol.com.br/carmageddon.html>. Acesso em 04/12/2004.

ZAMORA M. H. *Têxtura áspera. Confinamento, sociabilidade e violência em favelas cariocas*. Tese de doutorado, Rio de Janeiro, PUC-Rio, 1999.

Resumo

Este texto analisa os usos que adolescentes do Rio de Janeiro fazem das mídias que utilizam os pares de tela, sobretudo a televisão, bem como sua interação nos espaços de convivência e relacionamentos, como a família, a escola e os grupos de amigos. A pesquisa realizada é parte de um projeto internacional coordenado pela rede mundial de pesquisa Childwatch International Research Network, presente em mais de 40 países. Participaram do estudo pesquisadores da Espanha, Índia, África do Sul, Noruega e Brasil.

Palavras-chave

Adolescentes; Mídia; Novas Tecnologias; Televisão

Abstract

This text analyses the impact of television and new electronic technologies on the daily lives of adolescents in Rio de Janeiro with a special focus on their interaction with peers, family and school members. It is part of a broader study involving research centers in five countries that are part of Childwatch International, a network of children's research centers in over 40 countries. The countries involved in this project are Spain, India, South Africa, Norway and Brazil.

Key-words

Adolescents; Media; New technologies; Television.