

Televisão pública e mudança digital: tecnologia TV – audiências – formatos*

*Public TV and digital change:
TV technology – audience – formats*

■ VALERIO FUENZALIDA**

Pontificia Universidad Católica de Chile, Facultad de Comunicaciones. Santiago, Chile

RESUMO

Este artigo é uma revisão sobre as mudanças possibilitadas pela tecnologia digital na TV para uma emissora pública. Diferencia-se uma verdadeira TV Pública de uma TV de propaganda do governo de turno. A autêntica TV Pública está a serviço da audiência cidadã e não do governo corrente, nem de partidos políticos, grupos econômicos e interesses. Defende-se a necessidade de melhorar a qualidade da informação noticiosa, aproveitando a possibilidade de um canal público informativo 24/7. Mas também se argumenta em prol de um canal infantil, em especial para crianças em idade pré-escolar, já que hoje existem novos programas de TV que fortalecem a inteligência socioafetiva das crianças, base de uma educação de qualidade e de uma melhor cidadania.

Palavras-chave: TV Pública, tecnologia digital, formatos televisivos, audiências

ABSTRACT

This article is a review about some changes provided by digital technology in television for a public channel. A public television is different from a television in favour of the current government. The authentic public television works for the public interest, and not for the government, neither for political parties or economic groups. It is maintained the necessity of improving the quality of information, using the possibility of a 24/7 informative channel. The article also supports a children's channel, especially those made for kindergartens, since there are new TV programs that improve the social and affective intelligence of children; those new programs are considered the basis of a quality education and a better citizenship.

Keywords: Public TV, digital technology, TV formats, audience

* O presente texto é uma versão atualizada de uma conferência oral – não publicada em papel – na Jornada Acadêmica Comemorativa do sexagésimo aniversário de início da televisão colombiana, organizada pela Fundación Patrimonio Fílmico Colombiano e Radio Televisión Nacional de Colombia – RTVC. Julho – 2014. Bogotá. O autor agradece as sugestões de colegas revisores da revista.

** Professor da Facultad de Comunicaciones da Pontificia Universidad Católica de Chile. E-mail: vfuenzal@vtr.net

D

ESTA REVISÃO PRETENDE responder a uma pergunta feita atualmente, com frequência, embora também tenha sido há algumas décadas: *hoje em dia, a TV Pública tem valor para a audiência cidadã?* Ao redor das décadas de 1980 e 1990, o neoliberalismo disse que bastava a TV privada para satisfazer a todas as necessidades sociais e era preciso eliminar ou reduzir o tamanho da desprestigiada TV governamental de propaganda das ditaduras da América Latina. Na verdade, também defendo que a TV de propaganda governamental deve desaparecer, porque não está a serviço da cidadania, mas dos mutáveis governos de plantão e grupos políticos partidários. Porém, uma TV Pública, independente e autônoma do governo de turno (nacional, regional, municipal) pode oferecer quais conteúdos valiosos, hoje em dia, para a audiência cidadã (conteúdos diferentes dos exibidos pelas emissoras privadas) em um ambiente de tecnologia digital? Como este é um tema bastante amplo, no espaço disponível somente é possível abordar dois aspectos – e de maneira bastante resumida: *a oportunidade de melhorar a qualidade nos conteúdos de informação com a TV Pública digital e a TV Pública como oportunidade digital para uma nova programação infantil.*

Este artigo argumentará em prol da oportunidade de uma reforma na TV Pública para atualizar seu serviço à cidadania; o texto enfoca inicialmente na *informação plural e multiformato para a participação e a deliberação cidadãs, e o fortalecimento da qualidade da política.* É um projeto de reforma distanciado da ultrapassada concepção de manipulação propagandística e do marketing político publicitário de aparência pseudo-ficcional.

Defende-se também que os novos programas infantis contribuam na *qualidade da educação pré-escolar na dimensão da inteligência emocional.* Não substituem a aula de pré-escola, mas a complementam em aspectos socioafetivos. Por isso, sustenta-se aqui que *esta nova TV pré-escolar deve estar presente na aula desta faixa etária,* de maneira sistemática, flexível e construtivista; de modo sistemático significa integrada de forma planejada e com flexibilidade nas atividades habituais da aula pré-escolar. A investigação dos processos de audiência infantil de programas televisivos de qualidade tem revalorizado o aspecto interativo na recepção das crianças. É necessário um *ambiente construtivista na recepção;* isto é, uma recepção interativa entre crianças e educadores, valorizando a fruição lúdica e a própria compreensão infantil do texto exibido.

A NECESSIDADE/OPORTUNIDADE DE MELHORAR A QUALIDADE DOS CONTEÚDOS INFORMATIVOS NA TV PÚBLICA NO CENÁRIO DIGITAL

Evolução da relação Tecnologia/Informação

A história da relação tecnologia e informação apresenta uma grande complexidade.

a) *A etapa missionária.* Com a precoce tecnologia da Imprensa (século XV), a Informação impressa se inseriu nas lutas político-ideológicas da época: a disputa religiosa da Reforma e Contrarreforma, as disputas científicas (Miguel de Servet, Galileu) e o confronto entre monarquia e democracia política (A Enciclopédia, a imprensa antimonárquica). É inconcebível a informação com a discussão de pontos de vista diversos em um mesmo meio. Acredita-se que a informação impressa em papel tem uma enorme influência ante as audiências de leitores: os meios têm um poder onipotente. Como resposta, surge a censura política e religiosa.

b) *Fase industrial dos meios.* Com a revolução industrial surgem novas técnicas de impressão em papel. No século XIX a inovação tecnológica se acelera na produção-emissão de livros, jornais e revistas. Um custo econômico crescente envolve a evolução tecnológica e produz inflação setorial. Para o jornal e as revistas a questão da cobertura dos custos e investimento em nova tecnologia torna-se central. Uma resposta será o crescente espaço da *publicidade* para financiar os meios e também a importância da *distribuição*: busca de maior tiragem de exemplares para atingir uma grande audiência leitora (em correspondência com a massificação da leitura-escrita); identificação dos circuitos e situações de consumo (Briggs & Burke, 2002). Neste contexto inicial de mercado a meta missionária militante se atenua e surgem artifícios retóricos nos jornais para comunicar os valores apoiados, como a valorização mostrada nas manchetes, o silêncio quanto a omissões, destaque às contradições do adversário, dividir os opositores destacando os *rebeldes*, etc. No entanto, importantes grupos religiosos fundamentalistas e grupos políticos do século XIX, como o marxismo e o anarquismo, mantêm sua imprensa missionária fora do mercado.

c) *Fase da tecnologia digital eletrônica.* As audiências no ambiente tecnológico de rede se interconectam por meio de diversas redes sociais, e introduzem uma leitura transtextual e intertextual dos meios de massa (imprensa, rádio, cinema, TV). Em relação à TV, a concepção de influência determinista e linear sustentada pelo behaviorismo e pelo marxismo é relativizada, e em contrapartida se observa sua capacidade de suscitar a conversação familiar e social. A conversação privada com o uso dos meios sociais torna-se relevante quando se torna pública pelos meios massivos. Esses, no ambiente da transtextualidade são criticados, desautorizados, mote de piada pelas audiências, assim como se criam

nós de interconexão por interesses e fã-clubes. A influência propagandística dos meios massivos nas audiências parece ser mais efetiva na publicidade comercial de bens de consumo e serviço do que na persuasão a respeito de ideologias políticas e religiosas. De fato, as tradicionais campanhas políticas recorrem a especialistas em marketing: nesta concepção os cidadãos não são interpelados como eleitores, mas como indivíduos sensíveis à ficcionalização da publicidade.

Entretanto, neste novo ambiente de rede, os meios massivos continuam agregando interessados, em especial as audiências de mais idade. Verifica-se que os meios com interesses partidários atraem principalmente as audiências voltadas a estes interesses (Iyengar & Hahn, 2009). O veículo partidário não incentiva a discussão entre propostas diferentes. É o que se pode chamar de “efeito bolha”, ilustrado no diagrama 1.

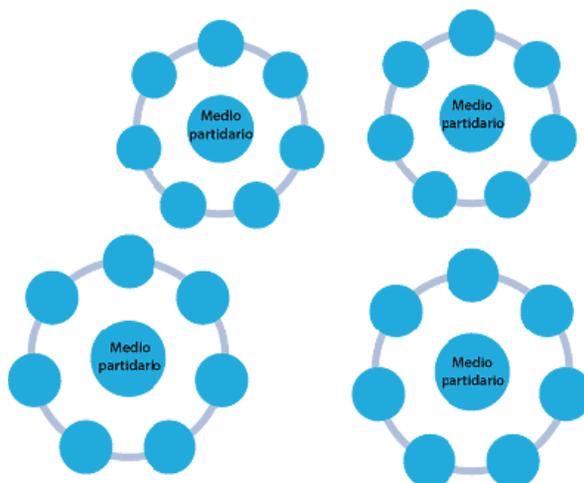


DIAGRAMA 1. EFEITO “BOLHA” DOS MEIOS PARTIDÁRIOS

Estudos sobre a informação política nos meios privados mostram a distorção por meio da banalização, a introdução da avaliação do *star system* aos políticos, discussão das táticas de propaganda entre os partidos e candidatos, mais que a discussão de tópicos políticos substantivos para a audiência cidadã (Hopmann et al., 2011). Outro estudo que compara o desempenho deliberativo na informação televisiva entre os canais públicos, canais partidários privados e estatais, e canais comerciais, em países com diferentes tradições democráticas, conclui que os canais controlados pelo Estado diminuem a deliberação na informação noticiosa, e que os canais públicos levam vantagem sobre os canais comerciais no desempenho deliberativo (Wessler & Rinke, 2014).

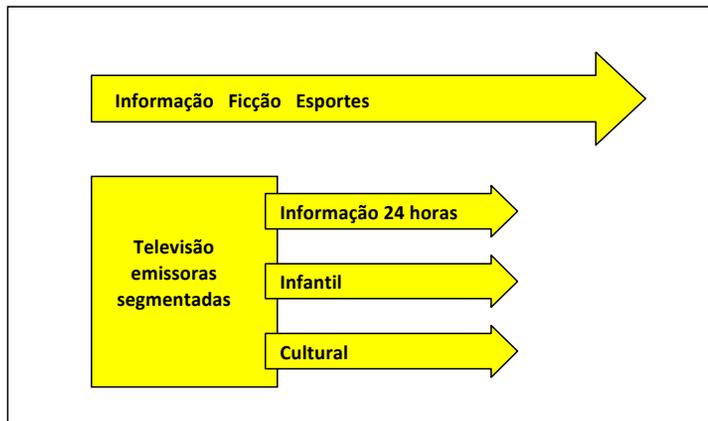
A tecnologia digital permite maiores conversações, o que parece dificultar as tarefas missionárias de persuasão massiva *linear*, porém não parece introduzir deliberação socialmente mais visível e relevante entre as alternativas viáveis de discussão. Tampouco os meios privados aparecem como a panaceia única e total que resolveria as necessidades de discussão plural na audiência cidadã.

Oportunidade oferecida pela tecnologia digital

A tecnologia digital oferece a *possibilidade técnica* de transformar a estação de TV Pública de um sinal de conteúdos generalista a uma empresa multiopeadora de vários sinais digitais, utilizando sinais em HD (High Definition) ou em SD (Standard Definition).

A tecnologia digital não oferece apenas melhor qualidade técnica de sinal, mas também proporciona a possibilidade técnica de *transmissões segmentadas*; a segmentação foi um modelo de transmissão/recepção instaurado pela TV a cabo, no qual a audiência assinante tem a possibilidade de escolher maior diversidade de conteúdos temáticos (informação, esportes, cinema, séries, saúde, lar, música e outros) e por idade (infantis, juvenis e outros). O modelo segmentado oferece mais diversidade à audiência; porém este modelo no cabo está restrito às zonas urbanas e exclui as rurais e menos densamente povoadas. Por isso, o cabo chega em média a 50% dos lares latino-americanos, de acordo com o Ibope. A TV por satélite chega a zonas menos densamente povoadas. Porém, ambas as tecnologias oferecem conteúdos diferentes de acordo com os custos diferenciados de assinatura mensal. *A tecnologia digital terrestre oferece a possibilidade de segmentação de conteúdos de maneira gratuita para toda a população.* O modelo generalista de transmissão/recepção e o modelo segmentado são ilustrados conforme o diagrama 2.

DIAGRAMA 2. MODELO GENERALISTA E MODELO SEGMENTADO NA TV



A operação de vários sinais de uma mesma empresa é uma maneira de reduzir os custos econômicos. Sustenta-se aqui que a tecnologia digital é uma oportunidade para prover mais qualidade à audiência, *proporcionando gratuitamente mais diversidade de conteúdos segmentados*. Quais conteúdos segmentados? É uma decisão da sociedade. *Argumentar-se-á aqui pela necessidade social de uma TV Pública com canais segmentados em informação e em conteúdos infantis*; não é possível neste espaço falar de outras possíveis ofertas de sinais segmentados culturais, regionais e outros. É interessante observar a evolução da BBC em direção a um serviço público que oferece dez sinais digitais com conteúdos segmentados (<<http://www.bbc.co.uk>>).

Evolução conceitual na informação

Esta oportunidade tecnológica é convergente com a evolução conceitual do século XX que *critica acadêmica e politicamente as ideias antigas de informação mediada concebida como difusão propagandística das verdades sociopolíticas infalíveis, de posse dos emissores*. As concepções fundamentalistas de verdades dogmáticas foram corroídas.

a) Gramsci a partir do marxismo ocidental critica o marxismo estalinista soviético que concebe a si mesmo como *verdade científica* e, portanto, justifica sua imposição política e ideológica pela força ditatorial a todos os cidadãos. Gramsci critica a concepção tradicional leninista de informação como *agitprop* (agitação e propaganda) e defende a informação como persuasão da audiência para a construção de uma hegemonia ideológica majoritária.

b) Habermas desde o final do século XX pergunta-se como informar em sociedades complexas; sociedades com carência dos outrora poderosos agregadores religiosos, ideológicos, étnicos. Aparecem outros interesses sociais assumidos com dificuldade pela representação política tradicional, como a liberação feminina, a liberação colonialista, a ecologia, a diversidade cultural, a imigração, entre outros. A democracia tradicional europeia (e ocidental) sofre uma crise de representatividade política, na qual se constata, na verdade, a burocratização e a oligarquização dos representantes. A autopropetuação da *classe política* – bastante bem remunerada – parece mais importante que a representação dos interesses dos cidadãos.

Neste contexto, Habermas acredita que a comunicação mediada massiva permitiria diminuir a oligarquização da representação política, ampliando a discussão cidadã deliberativa. A comunicação racional argumentativa é defendida, isto é, a capacidade de persuadir a respeito das melhores ideias e práticas para atingir um consenso racional e argumentado sobre o sociopolítico; a retórica propagandística-comercial do marketing político publicitário é criticada. A

política, assim, poderia voltar ao mundo da vida cotidiana atual dos cidadãos, para a emancipação das pessoas e de grupos diferenciados nas sociedades complexas atuais (Habermas, 1981, 1987, 2002).

c) Hannah Arendt (2008) acentua a necessidade da participação social na *deliberação coletiva*: é necessário discernir socialmente com a perspectiva mais ampla possível. Somente a partir do contraste de todas as visões surge a realidade. Em oposição ao fundamentalismo e ao dogmatismo onisciente, a realidade social não é construída de antemão com verdades infalíveis (ideológicas ou técnicas), mas sim emerge da exposição das ideias. A realidade sociocultural é construída por meio da expressão linguística diversificada. Quando o tirano suprime os pontos de vista, o discernimento acaba, e não apenas a liberdade.

Estes três autores provêm da Europa pós-fascista.

d) Ignacio Ramonet, um jornalista bastante ligado à América Latina, recentemente tem criticado em diversas oportunidades o jornalismo ideologicamente *comprometido*. Ramonet apoia energicamente a presença e fortalecimento da TV Pública na América Latina. Mas a define como uma informação para a cidadania. Defende a autonomia da TV pública quanto aos governos e com jornalistas compromissados com a cidadania. Sem autonomia e com jornalista a serviço do governo corrente, as emissoras perdem credibilidade informativa e audiência com as trocas de governo (Fontevicchia, 2011; Sánchez, 2014). O caso mais emblemático é a recente TV governamental do Paraguai, que de propagandística do presidente Lugo se transforma em oposição, após sua deposição (2012). Heinz Dieterich Steffan (2015), criador do projeto do socialismo do século XXI, critica duramente o presidente Maduro da Venezuela, afirmando que o erro nos meios de comunicação é uma propaganda manipuladora com um ciclo limitado de efetividade – “sua mentira de ‘guerra econômica’ tinha um ciclo efetivo de manipulação limitado, como toda propaganda” (Ibid.: 25). O que me interessa destacar é a crítica, a partir da esquerda, sobre a eficiência da propaganda medial do governo.

Deliberação plural e luta de ideias com opiniões equilibradas é o ideal de uma comunicação pública nos meios públicos; participação plural e inclusiva da cidadania e para a cidadania, no lugar de uma TV a serviço de um partido, de um governo ou de grupos corporativos e empíricos.

Em uma época de crise da democracia representativa, de novas demandas informativas de cidadãos mais críticos e exigentes, e de pós-fundamentalismo ideológico, defende-se aqui a ideia de uma TV pública a serviço do público cidadão, e plural para deliberar com os diversos pontos de vista da cidadania.

Esta crítica dessacralizadora da propaganda de verdades infalíveis destaca a qualidade da informação debatida entre os diversos atores cidadãos nas decisões sociais; *a deliberação ampla torna-se mais necessária para a tomada de decisões*

corretas. Mas também exige a apuração dos resultados em certos prazos, isto é, a avaliação de resultados e a informação fornecida para a tomada de decisões. Como, então, avaliar a deliberação na TV?

Critérios de qualidade na comunicação deliberativa

Estudos recentes propõem treze critérios para quantificar a *qualidade do desempenho* (performance) *na deliberação* (deliberativeness) *na informação televisiva*. Wessler e Rinke (2014) propõem três dimensões para analisar o desempenho deliberativo com 13 indicadores. As três dimensões são entrada (input), processamento integral (throughput) e saída (output). Na dimensão input são enunciados cinco critérios:

- tópicos estritamente políticos (em oposição a *soft news*),
- diversidade de tópicos políticos,
- inclusão de atores da sociedade civil organizada,
- inclusão de especialistas e cidadãos,
- participação de opositores a expositores do governo.

Na segunda dimensão de processamento integral da deliberação são enunciados seis critérios:

- discussão de pontos de vista opostos,
- resposta às afirmações de oposição,
- sofisticação na justificativa das afirmações,
- verificabilidade das justificativas,
- civilidade na discussão,
- capacidade de reflexividade sobre o debate para aperfeiçoar a deliberação.

A terceira dimensão (output) engloba dois critérios:

- pertinência do debate deliberativo para a tomada de decisões políticas,
- a capacidade de antecipar as decisões.

Estes critérios são muito úteis. Em minha opinião são necessários dois critérios adicionais; por um lado, os programas devem ser avaliados também pela sintonia alcançada com a audiência (*rating*); programas supostamente muito bons (segundo seus autores), mas que não têm interesse para as audiências são pouco úteis social e politicamente. Não são bem realizados, já que não sabem representar os interesses das audiências; aqui intervêm os critérios da segmentação dos gêneros de informação. Há gêneros que devem pressupor para si uma vocação massiva, para alcançar à cidadania; entretanto há também gêneros que se dirigem a audiências cidadãs segmentadas.

Informação segmentada na TV Pública digital

Aqui se argumentará, então, adicionalmente,

- pela oportunidade tecnológica e a necessidade sociopolítica de um *signal segmentado 24 horas nos sete dias da semana (24/7), numa emissora pública autônoma e a serviço da cidadania,*
- com *informação plural e balanceada,*
- com o novo objetivo de *ampliar e melhorar a deliberação da audiência cidadã.*

O diagrama 3 ilustra a interação esperada numa transmissão segmentada e plural.

DIAGRAMA 3. INFLUÊNCIA INTERACIONAL DE UM SINAL SEGMENTADO DE INFORMAÇÃO



Necessidade de ampliar os gêneros de informação na tela

Porém, não basta um sinal de TV pública segmentada 24/7 com informação plural e equilibrada para ampliar a deliberação sociopolítica. Uma transmissão segmentada e plural precisa, além disso, *ampliar os gêneros de informação presentes na tela.* É a forma de aumentar a inclusão de temas, atores e interesses, segundo demandam os treze critérios mencionados antes.

Aqui é necessário introduzir um tema especializado e árido, que é a representação semiótica da política em gêneros televisivos de informação.

Cada gênero de informação “formata” semioticamente alguns aspectos da política. É possível conceitualmente partir do trio de gêneros clássico no jornalismo escrito: crônica de acontecimentos, entrevista dos atores, opinião editorial. Como se verá, na TV há mais variedade de gêneros de informação, porém, a TV democrática e plural tende a evitar o gênero de opinião editorial no formato de monólogo e prefere a discussão personalizada com os atores que representam pontos de vista diferentes.

D

Na matriz de gêneros que será apresentada na continuidade, mostra-se com clareza que cada gênero tem um *potencial limitado de representação da política*; isto é, *apresenta alguns acontecimento e atores, omitindo outros*. Não somente pelo tempo limitado do programa, mas também porque em cada gênero televisivo aparecem *alguns* agentes sociais, *algumas* agendas e *algumas* formas de cidadania, como a representação da cidadania – a deliberação cidadã – e os direitos cidadãos. Além disso, os programas podem ter destinatários massivos ou segmentados¹.

1. Esta análise deixa de fora a publicidade política nos canais televisivos e a comunicação pela internet. A matriz pretende exemplificar o *formato* diferente que os gêneros televisivos utilizam quanto ao tema da política, não apresenta todos os gêneros e formatos possíveis na TV, os quais se renovam constantemente com inovações e adaptações, de acordo com as tradições informativas em cada país.

DIAGRAMA 4. ÊNFASE DO GÊNERO NOTICIÁRIO O GÊNERO NOTICIÁRIO REPRESENTA A COMPETÊNCIA DA CLASSE POLÍTICA DIRIGENTE

	Agenda Governo/ Oposição	Direitos cidadãos	Deliberação cidadã	Agenda televisão
Público massivo	– Noticiário principal			
Público segmentado				

Os Noticiários nos canais plurais constituem o gênero no qual a classe dirigente *representa socialmente para os cidadãos sua capacidade de liderança política*. O grupo no Governo deve exibir sua capacidade executiva de conduzir o país e de resolver os problemas. O grupo de Oposição comparece para expressar a incompetência conceitual e executiva do Governo. Na democracia, o gênero de noticiário (especialmente o noticiário principal dos canais) *primordialmente coloca em cena a exibição e competência cotidiana para a liderança política*. Os principais dirigentes políticos desempenham a capacidade de diagnosticar problemas e soluções. Na ditadura se exhibe somente a propaganda da figura do ditador, a oposição é suprimida comunicacionalmente, é desprestigiada, e às vezes aniquilada fisicamente. O gênero do noticiário na democracia tende a privilegiar a representação da luta política entre Governo/Oposição; privilegia os eventos cotidianos mais do que a análise dos problemas políticos de médio ou longo prazo. No pouco tempo televisivo disponível para este gênero (30-60 minutos) as poucas notícias são formatadas principalmente como *headlines*.

DIAGRAMA 5. GÊNEROS DA AGENDA CIDADÃ
GÊNEROS TELEVISIVOS DE DIREITOS DE CIDADANIA

	Agenda Governo/ Oposição	Agenda cidadã	Agenda classe dirigente	Agenda televisão
Público massivo	– Noticiário central	– Programas de denúncia, serviço e companhia – Canais regionais		
Público segmentado				

Existem também outros gêneros como, por exemplo, os matinais de serviço doméstico e programas de denúncia da má qualidade nos bens comprados e/ou maus serviços públicos. *São gêneros que acolhem com mais facilidade a agenda do cidadão comum com seus problemas cotidianos concretos e expressos por seus atores diretos.* Esta função de representação direta pode muito bem ser realizada por canais regionais e locais.

a) Por um lado, são gêneros que representam diretamente os problemas e interesses concretos dos cidadãos comuns (*ordinary* ou *common people*) e dão visibilidade a sua própria agenda com seus temas cotidianos e emergentes.

O cidadão comum pode aparecer no gênero como um ator ativo que objetiva interpelar os atores representantes e dirigentes (ministros, prefeitos, parlamentares) para receber os problemas concretos do cidadão e prestar informações sobre ações resolutivas. Estes gêneros possuem mais facilmente a capacidade de promover a interatividade entre os dirigentes com as audiências-cidadãs envolvidas.

Estes gêneros representam (formatam a representação) a cidadania em sua concepção da tradição ocidental romana: os direitos do cidadão (Direito Romano). A exigência dos direitos cidadãos diante das autoridades comparece televisivamente, e as autoridades devem mostrar-se a serviço dos cidadãos representados. Estes gêneros ajudam no controle da corrupção em serviços e empresas públicas (e privadas) e dos representantes políticos.

b) Em minha experiência em emissoras de TV, pude constatar que estes gêneros incomodam e atemorizam os dirigentes, justamente porque as audiências surgem exigentes e empoderadas². Porém, tenho também constatado a desvalorização destes gêneros pelos acadêmicos já que não apresentam debates ideológico-conceituais.

2. O autor atuou por cerca de 10 anos como chefe de estudos de audiência na Televisão Nacional do Chile (TVN) na década de noventa e começo do século XXI.

DIAGRAMA 6. GÊNEROS INFORMATIVOS PARA AMPLIAR A DELIBERAÇÃO

	Agenda Governo/Oposição	Agenda cidadã	Gêneros para ampliar a deliberação	Agenda televisão
Público massivo				
Público segmentado			<ul style="list-style-type: none"> – Debates. – Noticiário noturno – Revista semanal – Entrevista semanal – Canais Parlamentares 	

Estes gêneros representam e formatam a cidadania em sua concepção ocidental grega, ou seja, os cidadãos reunidos para deliberar quanto a seus problemas sociopolíticos. Estes gêneros permitem ampliar a presença deliberativa para discutir, representar interesses e conflitos, e talvez organizá-los. Não só é possível retirar o processo de deliberação do Parlamento, tornando-o visível aos cidadãos, mas também incorporar outras perspectivas de deliberação, como a das organizações dos próprios cidadãos afetados. São gêneros televisivos em que se poderia, segundo recomenda Hannah Arendt, discernir com máxima visão. São gêneros em que os temas de médio e longo prazo, comumente excluídos dos gêneros de luta política diária entre os dirigentes e dos gêneros que representam a demanda dos cidadãos por direitos não realizados, podem comparecer.

De fato, conheço canais públicos sem noticiário central, porém com a presença de outros gêneros informativos plurais como os apresentados nos diagramas 5 e 6. A opção é de não gastar energia em noticiários de alto custo pelos recursos necessários (econômicos, técnicos e humanos), concorrendo com noticiários já estabelecidos, mas sim trabalhar para ampliar o leque de programas de direitos cidadãos e de deliberação, muito pouco presentes nos canais privados.

Com estes gêneros surge outra ênfase na função da informação na TV Pública: a procura de intercomunicar os representados e dirigentes, busca-se apresentar os novos olhares das organizações cidadãs e discutir com o apoio de técnicos e acadêmicos. Estes gêneros podem ajudar a renovar a agenda da classe política e, assim, elevar a qualidade da política a serviço da audiência cidadã. Alguns desses gêneros podem ter como destinatários prováveis mais interessados os grupos dirigentes; estes destinatários não massivos são importantíssimos para ampliar e renovar a camada dirigente.

A gama de gêneros possíveis coloca a pergunta sobre quais são os gêneros que mais destacam a deliberação. Efetivamente, existe uma forte diferença entre a entrevista de um jornalista com um dirigente político e um debate

com vários participantes com diferentes pontos de vista. Na entrevista há mais explicação de ideias que confronto sobre diferenças e deliberação a respeito do que é conveniente.

**DIAGRAMA 7. GÊNEROS COM AGENDA DA PRÓPRIA TV
GÊNEROS COM AGENDA DA PRÓPRIA TELEVISÃO**

	Agenda Governo/ Oposição	Agenda cidadã	Agenda classe dirigente	Agenda televisão
Público massivo				– Grande reportagem – Documentários
Público segmentado				– Agenda da televisão

Com estes gêneros o *jornalismo de investigação* se faz presente na tela, com bastante frequência em seriados com ciclos de 12-15 programas na alta temporada da TV. A audiência se interessa por estes gêneros no qual são investigados temas e problemas cotidianos, mas também de médio prazo: saúde, situação de serviços públicos, delinquência e prisões, prostituição, golpes com um grande número de atingidos, temas socialmente debatidos como a homossexualidade, a droga, etc.

A TV assume um papel investigativo que antes era cumprido pela imprensa escrita e pelo Congresso. São gêneros massivos nos quais a TV Pública mostra sua capacidade de colocar novos temas em pauta. Esta tem sido a tradição da imprensa independente nos EUA (função de *watchdog*). E é uma tradição que a imprensa latino-americana tem começado a explorar após as ditaduras.

Nova missão na Informação da TV Pública

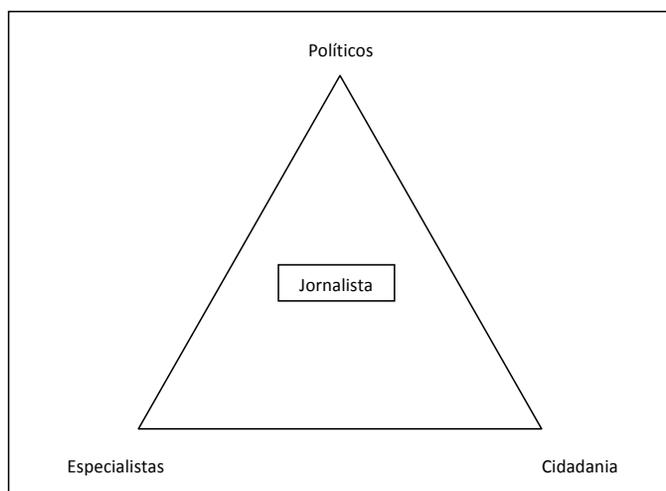
Segundo esta matriz, que permite uma análise do *diferente valor informativo dos diversos gêneros televisivos*, a programação de informação não apenas é relevante pelo gênero do noticiário, mas também pela *qualidade e integridade informativa significam ofertar um leque de gêneros informativos*. Tampouco basta garantir uma informação plural e equilibrada nos gêneros noticiosos. Um canal público segmentado em informação 24/7 tem a possibilidade de oferecer ao público uma *gama de gêneros informativos* com mais diversidade na representação da própria cidadania e mais diversidade de pontos de vista para ampliar a deliberação.

Os indicadores da qualidade no desempenho da deliberação devem levar em consideração os gêneros de informação, já que a deliberação não é representada da mesma forma semiótica nos diversos programas televisivos, em um noticiário ou em um debate.

Uma TV Pública plural requer também uma *mudança na autocompreensão da missão sociopolítica do jornalista*, destacando que sua função é o serviço às audiências. “O jornalismo militante não é informação”, dizia Ignacio Ramonet, isto significa que sua missão não é ser propagandista a serviço do Governo, ou de um Partido, ou de grupos econômicos (Fontevicchia, 2011; Sánchez, 2014). Os estudos sobre a audiência atual mostram que ela valoriza os atributos de independência e profissionalismo no jornalismo.

Em particular, o gênero de debate segmentado exige ao jornalista exercer a função comunicacional de articulador do trio chave de políticos, especialistas/acadêmicos e as organizações cidadãs quanto aos problemas e demandas. Diferentemente da entrevista individual, o debate permite apresentar interesses diferentes. Este formato de comunicação permite novos objetivos, como elevar a qualidade do debate político.

DIAGRAMA 8. NOVA FUNÇÃO DO JORNALISTA



Em síntese, nesta primeira parte foi exposto que a atual tecnologia digital permite uma maior qualidade de conteúdos informativos com uma transmissão informativa segmentada de TV Pública 24/7. Porém, a melhoria na qualidade dos conteúdos informativos para a audiência requer também maior diversidade de gêneros televisivos; isto permite não apenas informar sobre a disputa pela liderança e pelo poder da classe política representante (gênero noticiários), mas também com que compareçam os gêneros a serviço dos direitos cidadãos, ampliar com outros gêneros a deliberação cidadã (desoligarquizar) e investigar problemas emergentes³.

Na segunda parte será desenvolvida uma temática complementar à informação: a capacidade da nova TV infantil para elevar a qualidade da educação.

3. Esta análise permite questionar valor do horário eleitoral gratuito e obrigatório nos períodos de eleições, em alguns países. O gênero televisivo é de publicidade/propaganda de cada candidato e grupo político, gênero de informação que amplia a *persuasão ficcional*. Seria desejável evoluir para um gênero de entrevista com vários jornalistas para potencializar a deliberação.

A TV PÚBLICA E A OPORTUNIDADE DIGITAL PARA UMA NOVA PROGRAMAÇÃO INFANTIL

Mudança conceitual sobre o bebê e a criança

É possível apresentar apenas três mudanças teóricas que vão influir numa nova imagem conceitual do bebê e da criança.

No final do século XX, as técnicas de imagiologia permitiram conhecer a neurobiologia do cérebro humano em seu funcionamento interno existencial (e não apenas por meio da anatomia do cérebro dissecado). A neurociência cerebral levou ao abandono de postulados do behaviorismo do século XIX e XX a respeito da impossibilidade de conhecer o cérebro humano em seu funcionamento vital. Dessas carências tecnológicas surgiram expressões a respeito do cérebro como *caixa preta*; e no caso do bebê e da criança do conceito de cérebro como *tábula rasa*, isto é, vazio de capacidades internas e inatas.

Esta concepção teve consequência no conceito de educação: para o behaviorismo aprender era associar um estímulo externo (proporcionado pelo professor) a uma resposta manifestada pelo aluno e aprovada pelo professor. A educação e a aprendizagem, de acordo com o behaviorismo, seriam a mera associação entre um estímulo externo e a resposta esperada.

A neurociência cerebral do bebê ainda no útero materno e da criança descobre, ao contrário, capacidades inatas e competências internas para aprender. O cérebro é um órgão que se desenvolve; possui o atributo da plasticidade para adaptar-se às necessidades mutáveis da vida. Para seu pleno desenvolvimento, as competências internas precisam do estímulo do entorno ambiental. *Para a neurociência cerebral, aprender é ativar as competências internas para lidar com os processos/desafios no tempo de vida* (Lavados, 2012, 2009; Céspedes, 2007).

As conceitualizações da evolução no desenvolvimento infantil também acentuaram as capacidades e potencialidade internas à criança (Papalia, 2005). De acordo com Erikson (2000), a teoria epigenética do desenvolvimento evolutivo coincide com a *existência de um impulso interno na criança para o desenvolvimento de suas capacidades internas, em interação com estímulos externos (epigênese)*. Diferentemente de Piaget, Erikson descreve o ciclo completo da vida humana, que deve ser diferenciado em etapas distintas. O homem é um ser ativo com desafios e metas diferentes nas diversas etapas do ciclo da vida. Diferentemente de seu mestre Freud, Erikson não concebe o ser humano como inatamente neurótico e escravo de impulsos. As patologias surgem da má integração do *soma* corporal com o *ethos* social em um *self* vigoroso; a má integração, excluídas as carências genéticas, seria produto de uma fraca estimulação ambiental das capacidades internas da criança.

A terceira perspectiva teórica provém da *teoria do jogo como espaço de fruição e de transição cognitiva*. Entre os 2-5 anos, a neurobiologia cerebral observa um forte desenvolvimento da capacidade neurológica lúdica na criança; etapa de “explosão lúdica”, segundo Lavados (2012: 36). A capacidade de fantasia lúdica não é um desvio a reprimir, mas sim parte da constituição humana. A teoria do jogo infantil em Winnicott (1971) assinala que primordialmente *a fruição lúdica da mãe com o bebê cria a relação emocional que funda o sentimento de segurança básica na vida da criança e do futuro adulto*. Para o bebê e a criança, desfrutar do jogo com a mãe é desfrutar da própria existência; segundo a bela expressão de discípulos de Winnicott: “o prazer de sua própria existência sustentado e suscitado pela sensação de estar com o outro”⁴ (Flahault & Heinich, 2005: ¶20).

4. Original: “la jouissance de sa propre existence soutenue et suscitée par le sentiment d’être avec l’autre”.

Além disso, a relação lúdica materna infantil é o *espaço transicional cognitivo da realidade*: jogando se reconhece a realidade e vai se estabelecendo a distinção com a fantasia. Para Bruno Bettelheim (1980), a ficção dos contos de fadas permite às crianças a vivência de receios existenciais inconscientes por meio dos símbolos ficcionais lúdicos. Através da identificação da audiência com as crianças que superam as adversidades, *o eu pode fortalecer-se diante dos temores internos de fraqueza e perdas*. A ficção lúdica televisiva atual poderia cumprir essas funções dos antigos contos (Bettelheim, 1999). Estas perspectivas teóricas *revalorizam o entretenimento ficcional e a fruição lúdica compartilhada pelas crianças com adultos significativos*. Os contos de Pinky Dinky Doo permitem explicar e prever fantasiosamente, Bob o Construtor e Doutora Brinquedos são contos lúdicos da imitação infantil de tarefas de adultos.

Oito mudanças na produção de programas infantis de TV

A continuação irá expor um breve panorama com oito mudanças na narrativa dos programas infantis, especialmente na idade 0-6 anos; a hipótese é que a nova imagem conceitual da criança impulsiona representá-la de uma maneira diferente em alguns novos programas de TV. Isto indica que surgem *novos critérios de qualidade para selecionar quais programas produzir e exibir na TV infantil*.

1. Segmentação a partir das capacidades do público infantil.

A teoria da evolução no desenvolvimento das capacidades internas infantis tem sido confirmada por estudos de recepção infantil. As crianças são atraídas por programas que se relacionam a suas capacidades internas conforme seu crescimento etário; em seguida começam a se desinteressar e são atraídas por outros programas. É necessário, então, segmentar os blocos e os programas em conteúdos e formas de realização televisivas adequadas às idades.

A ideia de segmentação levou à produção de programas segmentados e, depois, à criação dos canais para crianças na metade da década de 1990 (Discovery Kids, Cbeebies, Nick Jr., Disney Jr.) (Fig. 1). A exigência não está em produzir TV infantil em geral, mas sim segmentada a partir da diversidade de audiências infantis com necessidades e capacidades diferenciadas.



FIGURA 1 – Canais infantis: imagem do Discovery Kids

2. Canais de Baby TV para bebês entre 0-2 anos (toddlers).

Na primeira década do século XXI aparecem os canais de Baby TV com formas de realização especiais, como trechos curtos entre 1-5 minutos. Os conteúdos visuais devem ser apropriados para contribuir para o *amadurecimento da capacidade de percepção visual*: cores, formas, movimentos suaves que atraem a pupila e a estimulam a exercitar-se e desenvolver-se. Linguisticamente a TV pode ajudar à aquisição da língua materna e uma segunda língua; porém a oralidade televisiva tem que avançar de modo a expressar o *acolhimento emocional necessário ao bebê*. Muitos programas de Baby TV têm uma linguagem oral profissional, uniforme, e sem afeto dirigido à criança-audiência. Pocoyo, ao contrário, é um exemplo de linguagem oral efetivamente acolhedora da criança. A TV, entretanto, tem uma grande *incapacidade para o contato gestual-corporal*, que o bebê requer de sua família; é uma relação indispensável para o desenvolvimento do bebê e que não pode prover; isto mostra as limitações do meio. À medida que a criança cresce, a TV pode trazer uma importante contribuição para *enriquecer visualmente o ambiente cultural* do bebê com imagens apropriadas de paisagens, mar, plantas, animais, etc.

3. TV para interagir com as capacidades internas da criança.

Especialmente na produção de programas televisivos para crianças entre 3-6 anos, avançou-se de uma forma de realização na qual a criança era estimulada a manter-se *atenta ao espetáculo* exibido na tela (com sons, ruídos, estímulos visuais de zoom, rapidez de movimentos e cortes, entre outros) até à interatividade oral-gestual dos personagens da tela com a audiência infantil localizada na residência, a qual se solicita a participação com respostas orais e

corporais. O importante programa Vila Sésamo (1969) foi realizado inicialmente sob as teorias behavioristas da época: estimular a criança a partir da tela para mantê-la atenta ao espetáculo. Vinte e cinco anos depois surge o programa As Pistas de Blue (1996) (Fig. 2) realizado a partir da teoria de que a criança dá atenção a um programa porque ela é *incitada pelo próprio conteúdo do programa a exercitar seus interesses internos ativos*: gosto por brincar, imaginar, descobrir na tela, resolver um desafio, alcançar um objetivo, pensar, associar pistas, inferir.



FIGURA 2 – Imagens do programa As Pistas de Blue

4. Como interagir com uma audiência infantil ativa e que tem prazer na interação?

Hoje são experimentadas várias formas de interatividade com a audiência infantil no lar:

i) *A partir do interior do programa*, no qual a criança é convidada a cantar, dançar com música, mover-se, imaginar, responder perguntas, descobrir objetos na tela e outras formas que os criadores descobrem. Vila Sésamo exhibe letras do alfabeto e números na tela com diversos tamanhos, formas e cores; um micro-programa do Nick Jr. exhibe um jogo no qual a criança é desafiada a encontrar na tela uma letra que aparece várias vezes intercalada com outros objetos.

ii) *Interatividade multimedial* a partir de diferentes plataformas hoje crescentemente disponíveis para as crianças-audiência: celular para baixar programas, jogos e canções; a internet que oferece sites de canais e programas com jogos de manipulação ocular e manual, impressão de desenhos para pintar, e todo o tipo de atividades.

iii) Revalorização da *interatividade familiar/escolar* para conversar com a criança sobre a sua fruição e compreensão de seus programas favoritos. Verifica-se a necessidade da interatividade na recepção para uma plena interpretação do programa, isto dá origem a uma recepção construtivista na aula e no lar. A recepção construtivista é uma concepção diferente do behaviorismo que afirmava a autonomia linear do estímulo televisivo.

5. Valorização do formato da narração de histórias.

Abandona-se a hipótese piagetiana de que a criança só pode dar atenção e compreender o formato programa ou revista com breves módulos ou esquetes autônomas (formato inicial em Vila Sésamo).



FIGURA 3 – Formato com esquetes autônomas

A psicologia cognitiva descobriu que as crianças desde a primeira idade constroem *scripts* com sequências narrativas para compreender suas próprias atividades. Valoriza-se, assim, a obra televisiva com o formato de história, na qual a audiência infantil deve construir ativamente a significação a partir de uma unidade narrativa mais ampla temporalmente e com uma sequência mais complexa. Porém, com sua imaginação, a criança fantasia e complementa as histórias da TV ou vistas em livros.



FIGURA 4 – Formato de unidade narrativa ampla

6. A criança representada como protagonista.

Como formato de trabalho, a história permite que a criança seja representada na ficção lúdica narrativa como *protagonista ativa* com algum objetivo a realizar e problemas/obstáculos a superar para alcançar esta meta. O formato narrativo permite alternativas à conformação anterior em que a criança aparecia nos programas como o aluno ensinado pelo adulto, que é o condutor e protagonista na tela; este formato é uma imitação do sistema escolar com sua relação professor-aluno. É uma forma de realização amplamente utilizada em programas de décadas passadas como Mister Rogers' Neighborhood (Fig. 5); em muitos de nossos países a atividade escolar é imitada, dando aos apresentadores dos programas de TV os nomes dos *tios* ou *tias* da educação infantil (o tio Memo, a tia Patricia) e da educação escolar (o professor Rossa).



FIGURA 5 – Imagem de Mister Rogers' Neighborhood

A história permite construir uma narrativa com o esquema dramático no qual o Sujeito protagonista busca alcançar algum objeto ou uma meta (Objeto) no tempo narrativo. É o esquema:



A série Bob o Construtor, por um lado, representa uma criança pequena com capacidades em agir; a ficção apresenta uma criança capaz de resolver problemas de adultos que pedem ajuda; a rotina cotidiana na qual o adulto resolve problemas a pedidos da criança é invertida. A série relaciona-se com a capacidade interna do *eu posso* no desenvolvimento da criança. “Podemos fazer?” pergunta a canção inicial em cada episódio. “Podemos!”, responde o coro de vozes infantis. Por outro lado, no alcance do objetivo haverá obstáculos e dificuldades. *As dificuldades para alcançar a meta pretendida criam atenção, suspense, tensão, divertimento na audiência.* A atenção e o sentimento de entretenimento são propostos à audiência a partir do interior da história dramática.

Dora a Exploradora (2000) (Fig. 6) tem *uma dupla função narrativa na série.* Por um lado, ela é a *protagonista na aventura da história lúdica.* Ela compete por uma meta no episódio; é ativa, capaz e inteligente: planeja e procura ajuda para superar os obstáculos. Como protagonista ela é o chamariz da audiência. Entretanto, Dora também *conduz o programa e interage com as crianças em casa.* A canção inicial convida a audiência a participar na aventura do episódio. Dora *abandona ludicamente* a história ficcional e interage com a audiência: pede que a avisem da presença da raposinha *vilã*, pergunta qual caminho escolher, e outras interações, como no final quando pergunta à audiência qual parte que ela mais gostou.



FIGURA 6 – Imagem do programa Dora a Exploradora

A interação com a audiência é um recurso específico da TV ao vivo; estas séries gravadas têm inovado ao trabalhar a interação a partir do interior da ficção. O cinema trabalha a interação com a audiência e se mantém como espetáculo para ela.

7. Mudança da área de desempenho cognitivo escolar para a área afetiva-atitudinal.

Estas novas produções infantis não se relacionam somente com a alfabetização em letras, números e formas geométricas básicas, mas também com as *competências afetivo-atitudinais da inteligência socioemocional*. A neurociência cerebral revelou a inteligência socioemocional infantil, necessária para o desenvolvimento pessoal e cidadão. Estas competências referem-se à autoestima e autoconfiança nas capacidades internas, criatividade, curiosidade, imaginação, habilidade e protagonismo, trabalho em grupo e esforço cooperativo, autoanálise, perseverança e *resilience*, respeito à diversidade e tolerância. *A TV infantil tem, nesta nova perspectiva, uma missão formativa positiva* e não representando uma imitação ou repetição da escola, ou da preparação em competências para o ingresso na escola primária (finalidade inicial de Vila Sésamo).

A TV infantil, assim, é concebida com uma influência formativa própria para ativar as energias internas e as capacidades da criança. Enquanto nas antigas orientações sobre os programas infantis havia uma atenção especial para que evitassem *sexo e violência* (definição de qualidade por ausência), nas novas formas dos programas indica-se o que positivamente, por exemplo, estimulam a autoestima, a curiosidade, o trabalho em equipe, a conversa familiar, etc. (definição de qualidade ativa, pela presença de competências; ver, por exemplo, o canal Nick Jr.).

Cabe notar a correspondência semiótica da linguagem *lúdica afetiva e dramática* da TV com a formação narrativa da inteligência emocional, pessoal e sociocidadã. Como é dito, essa nova TV infantil deve articular-se com a operatividade ocular-manual que a criança exercita nas novas plataformas tecnológicas na internet e telefonia.

S. Construtivismo na Recepção.

Essa nova imagem da criança e sua representação nos novos programas de TV também enfraquecem a ideia behaviorista de autossuficiência da exibição/recepção de um programa televisivo apropriado na forma e conteúdo. Um bom programa é indispensável, porém não é suficiente. É necessário um ambiente construtivista na recepção; isto é, *compartilhar com adultos significativos a fruição lúdica e a expressão infantil sobre o texto exibido*.

Esta revalorização do construtivismo na recepção estimula a introdução organizada destes programas na sala de aula infantil, em um ambiente de fruição e expressão compartilhada com as professoras. Igualmente, promove a contribuição do jardim da infância e da escola para dotar os pais de recursos para conversar de maneira construtivista com seus filhos sobre os programas.

Existem, então, conteúdos televisivos novos, estimulados pela investigação sobre o desenvolvimento infantil. Estes conteúdos dão apoio à formação infantil, em especial na área do desenvolvimento das capacidades socioemocionais. Esta nova realidade coloca duas tarefas convergentes: a) é necessário *introduzir a TV pré-escolar na sala de aula infantil*, pois a melhoria da qualidade na educação pré-escolar requer a contribuição destes novos conteúdos televisivos; b) na área da *emissão e da produção televisivas* são necessárias novas políticas públicas que revitalizem a TV Pública para assumir suas novas tarefas na área infantil; a tecnologia digital permite canais infantis de livre recepção segmentados para as crianças. Os produtores de programas infantis precisam de capacitação para perceber o alcance destas novas formas de produção e seu valor sociocultural.

EM RESUMO

Esta revisão enfatizou duas áreas-chave para a audiência cidadã, por parte da comunicação televisiva pública. Em primeiro lugar, *a área da informação*, a qual hoje pode ser equiparada em qualidade com a TV digital e com um enriquecimento na variedade de gêneros de informação para a cidadania. Em segundo lugar, *a área infantil e em especial a área pré-escolar*; a necessidade de fortalecer a recepção construtivista na educação infantil possui várias razões:

a) em primeiro lugar, *as crianças são grandes consumidoras de TV*. Na atualidade a TV paga oferece na região latino-americana entre 10-12 canais infantis. A região tem uma média de cobertura de cerca de 50% dos lares com TV por assinatura (cf. Informes de LatAm sobre a TV paga na América Latina). Os dados do Ibope para a região latino-americana mostram que os canais infantis ocupam os quatro ou cinco primeiros lugares entre os dez canais mais vistos na TV paga. Até o final da etapa pré-escolar, as crianças crescentemente se convertem em *multitaskers* nas diversas plataformas disponíveis.

b) Dussailant e González (2012) mostram que os ingressos precoces na educação infantil tornam mais provável um melhor desempenho nos níveis escolares posteriores. O *desenvolvimento da educação infantil em cobertura e qualidade mostra-se como o investimento socialmente mais rentável* do ponto de vista do momento temporal mais efetivo no processo educativo total da população. Há, então, uma razão de efetividade social para aproveitar a oportunidade de fortalecer a educação infantil.

c) Porém, além disso, o conceito de qualidade na educação infantil tem se ampliado para o desenvolvimento mais integral da criança, incluindo o aspecto que atualmente se denomina como *inteligência socioemocional*; esta inteligência refere-se à consciência de si mesma e consciência social, autoimagem positiva de si, responsabilidade na tomada de decisões, resiliência e sentimento de capacidade, autocontrole e relações sociais; porém têm sido descuidados na formação pré-escolar, excessivamente centrada na preparação para as etapas escolares posteriores (*hiperescolarização*). Estes aspectos do desenvolvimento infantil precoce hoje são considerados fundamentais para o desenvolvimento pessoal, social e cidadão, e para a escolarização posterior (Milicic & López de Lérida, 2012).

A qualidade da educação infantil, especialmente no desenvolvimento da inteligência socioemocional integral da criança, atualmente pode ser apoiada com os programas mencionados de TV infantil de nova geração. Esta é a oportunidade que surge pela possibilidade de *introduzir a nova TV infantil de modo construtivista na sala de aula do jardim da infância e antes dele: aumentar a qualidade atual da educação infantil, como base da aprendizagem posterior, e como base de uma melhor cidadania.* ■

REFERÊNCIAS

- ARENDRT, H. *La promesa de la política*. Barcelona: Paidós, 2008.
- BRIGGS, A. e BURKE, P. *De Gutemberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus, 2002.
- CÉSPEDES CALDERÓN, A. *Cerebro, inteligencia y emoción: neurociencias aplicadas a la educación permanente*. Santiago de Chile: Fundación Mírame, 2007.
- BETTELHEIM, B. *Introducción a Los Cuentos de Perrault*. Barcelona: Ed. Crítica, 1980.
- _____. Do children need television? In: Löhr P. e Meyer M. (ed.). *Children Television and the New Media*. Luton: University of Luton Press, 1999. p. 3-7.
- DIETERICH STEFFAN H. 2015. Último año de gobierno chavista. *La Tercera* - 22 Enero 2015 - p. 25. Santiago de Chile.
- DUSSAILLANT, F. e GONZÁLEZ, P. Rentabilidad de la inversión en primera infancia. *Estudios Sociales*. Santiago de Chile: n.120, p.187-222, 2012.

- ERIKSON, E. *El ciclo vital completado*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2000.
- FLAHAULT F. e HEINICH, N. La fiction, dehors, dedans. *L'Homme*. Vérités de la fiction, n. 175-176, juillet-septembre, 2005. Disponível em: <<http://lhomme.revues.org/index1828.html>>. Acesso em: 26 fev. 2015.
- FONTEVECCHIA, J. Entrevista con Ignacio Ramonet. Periodismo militante no es información. Buenos Aires: *Perfil.com*. 11 de setembro de 2011. Disponível em: <http://www.perfil.com/ediciones/2011/9/edicion_608/contenidos/noticia_0055.html>. Acesso em: 26 fev. 2015.
- HABERMAS, J. *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: G. Gili, 1981.
- . *Teoría de la acción comunicativa*. Vol II. Madrid: Taurus, 1987.
- . *Verdad y justificación*. Madrid: Trotta, 2002.
- HOPMANN, D. N., de VREESE, C. H., ALBAEK, E. Incumbency Bonus in Election News Coverage Explained: The Logics of Political Power and the Media Market. *Journal of Communication*, v. 61, n. 2, p. 264-282, April 2011. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01540.x>
- LAVADOS, J. *El cerebro y la educación*. *Neurobiología del aprendizaje*. Santiago de Chile: Taurus, 2012.
- . La Neurobiología del Aprendizaje y la Educación. *Estudios Sociales*. Santiago de Chile: n. 117, p. 69-90, 2009.
- IYENGAR, S. e HAHN, K. S. Red Media, Blue Media: Evidence of selectivity in media use. *Journal of Communication*. v. 59, n. 1, p. 19-39, March 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01402.x>
- MILICIC, N. e LÓPEZ DE LÉRIDA, S. La importancia del aprendizaje socioemocional en el contexto de la primera infancia. *Estudios Sociales*. Santiago de Chile: n. 120, p. 59-86, 2012.
- PAPALIA, D. *Desarrollo Humano*. McGraw-Hill. 2005.
- SÁNCHEZ, S. La televisión pública suma. Charla de Ignacio Ramonet en el MICSUR. *Página 12*. Buenos Aires. Cultura y espectáculos. Sábado 17 de maio 2014.
- WESSLER, H. e RINKE, E. M. Deliberative Performance of Television News in Three Types of Democracy: insights from the United States, Germany, and Russia. *Journal of Communication*, v. 64, n. 5, p. 827-851, Oct. 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/jcom.12115>
- WINNICOTT, D. W. *Playing and Reality*. London: Tavistock Publications, 1971.
- . *Realidad y Juego*. Barcelona: Gedisa, 1992.

Artigo recebido em 13 de dezembro de 2014 e aprovado em 27 de maio de 2015.