

IMPACTO DA VIOLÊNCIA MIDIÁTICA NA FORMAÇÃO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE

Antonio Jorge Pereira Jr.*

1. Introdução. 2. Participação da programação e publicidade televisivas no processo educacional. 3. A sedução da violência. 4. Efeitos da violência. 5. Conclusão. 6. Bibliografia

1. Introdução

No Brasil, por força de normas constitucionais e legislação federal abundante, a televisão integra o sistema de proteção da criança e do adolescente¹. Assim sendo, o público infanto-juvenil tem direito a conteúdo de programação que colabore para sua formação integral, ou seja, que oriente sua educação conforme valores éticos e sociais.

É quase unânime a percepção de que o atual quadro da programação da TV comercial no País nivela por baixo a formação dos jovens e induz comportamentos aquém da dignidade humana, apontada como o grande fundamento da República e da Constituição Federal.

Trata-se aqui de ilustrar tal percepção com estudos que analisam o impacto de conteúdos televisivos sobre os hábitos dos jovens. Em outro momento pode-se apresentar, em continuidade a esse estudo, a rede de proteção e o mecanismo de lesão moral que se opera na pessoa, aptos a justificar medidas judiciais concretas em face dos autores do abuso midiático.

O texto que segue tem como principal fonte de informação um dos documentos-síntese mais interessantes produzidos nos EUA na década de 90 em matéria de efeitos da violência midiática sobre a personalidade da criança e do adolescente: o Guia Médico sobre Violência na Mídia. O documento é resultado da reunião de diversas Academias de Ciências implicadas no tema e foi publicado pela Academia Americana de Medicina. Profissionais que trabalharam o tema junto ao Departamento de Psiquiatria e Medicina Legal da Faculdade de Medicina da

* Mestre e Doutor em Direito pela Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. Advogado e Professor universitário. Diretor Acadêmico do Departamento de Direito do Centro de Extensão Universitária – CEU (São Paulo – SP). E-mail para contato: antoniojorge2000@yahoo.com.br

¹ Cf. tese aprovada com distinção na Faculdade de Direito da USP em 2006, *O direito da criança e do adolescente à formação integral em face da TV comercial aberta no Brasil: o poder-dever de educar em face da programação televisiva*. Antonio Jorge Pereira Júnior.

Universidade Federal do Rio Grande do Sul fizeram uma versão ao português, que está disponível para acesso pela *web* (http://www.ufrgs.br/psiq/vio_guia.html).

Parte considerável desse artigo se dedicará a fazer comentários sobre o conteúdo do referido Guia, sobretudo em época que o Brasil renova o sistema de classificação indicativa dos programas de televisão e convém ilustrar a opinião pública acerca do acerto das atuais medidas do Ministério da Justiça.

As informações que seguem, bem como outras simplesmente citadas, estão mais desenvolvidas e incorporadas na tese de Doutorado defendida em junho de 2006 na Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, de título *O direito da criança e do adolescente à formação integral em face da TV comercial aberta no Brasil: o poder-dever de educar em face da programação televisiva*.

2. Participação da programação e publicidade televisivas no processo educacional

A influência na educação se dá, entre outros modos, por meio da publicidade, da mídia informativa e da programação de entretenimento, que deveriam cumprir função educativa conforme pauta valorativa de aceitação geral, aferida, entre outros modos, mediante política de comunicação com os pais, explicando-lhes os efeitos que conteúdo inadequado possa causar. Todavia, não é o que se verifica na prática. A violência e o sexo, sob formas variadas, são expostos de modo distorcido e abusivo, com o fito de atrair audiência.

No ano de 2004 a cidade do Rio de Janeiro sediou a 4ª Cúpula Mundial de Mídia para Crianças, onde diversos assuntos foram expostos por todos os setores envolvidos com o tema. No documento que introduz o evento, a coordenadora geral, Regina de ASSIS, assim expressou o contexto e a finalidade da reunião:

“Num mundo globalizado, e em muitos aspectos excludente, em que a dimensão mídia atravessa a vida da maioria dos seres humanos, mudam-se – vertiginosamente – os paradigmas que propiciam o acesso à educação, à cultura e ao entretenimento. A força irresistível e fascinante da televisão, da internet, dos jogos eletrônicos, do cinema e do rádio – com todas as possibilidades de convergência e sinergia entre as mais variadas aplicações destas mídias – torna cada vez mais potente sua capacidade de influir na constituição de conhecimentos, valores e atitudes de crianças e adolescentes, bem como de suas famílias e educadores. [...]”².

Trata-se nesse item de trazer estudos que testemunhem a interferência da mídia televisiva na formação integral da criança e do adolescente. Essa afetação se opera pelas três vias – educação, entretenimento, informação – e atinge os três planos de recepção de formação da pessoa: o intelectual, moral e o dos sentimentos³.

² Cf. Apresentação da *IV Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes*. Catálogo de atividades. Extraído de: http://www.riosummit2004.com.br/pdfs/programa_port.pdf. Acesso em 6 de janeiro de 2006.

³ Quanto ao impacto da programação da TV brasileira sobre a formação da juventude, dizia Carlos Alberto DI FRANCO, no ano 2000, que “[...] em qualquer horário as crianças têm acesso aos piores quadros de violência e degradação. Hoje, graças ao impacto da TV, qualquer criança sabe mais sobre sexo, violência e aberrações do que qualquer adulto de um passado não tão remoto. Não é preciso ser psicólogo para que se possam prever as distorções afetivas, psíquicas e emocionais dessa perversa iniciação precoce. Por isso, a multiplicação de descobertas de redes de pedofilia não deve surpreender ninguém. Trata-se, na verdade, das conseqüências criminosas da escalada de erotização infantil promovida por alguns programas da televisão. O veneno contra a infância vai sendo pouco a pouco instilado por inúmeros programas de auditório. Assistimos a um verdadeiro

A violência propagandeada pelos meios de comunicação mediante publicidade ou programação de TV em horário voltado ao público infanto-juvenil exerce papel formador, entre outras razões, devido à natural tendência desse público de imitar comportamento dos adultos, por observação.

Durante os anos de 1996 e 1997 a UNESCO desenvolveu estudo de âmbito universal para aferir o impacto da violência midiática sobre a criança, reunindo especialistas e pesquisas de campo em trabalho sem precedentes, coordenados por Jo GROEBEL, professor na Universidade de Utrecht, Holanda. Dentre as diversas teorias que explicam o efeito da violência na educação dos jovens, de acordo com a *teoria da bússola*, de GROEBEL, a mídia serve de orientação especialmente quando outros meios de controle social e cultural estão adormecidos e não configuram um padrão de conduta para a pessoa. O comportamento do telespectador infanto-juvenil, quando não há referências fortes em seu ambiente familiar e escolar, é moldado pela televisão. Nesse sentido, se a crueldade extrema televisionada é apresentada como comum, o simples "chutar" alguém, por comparação, pode parecer uma atitude inocente⁴.

Em tempos de crise das instituições de educação – família e escola -, aumenta a responsabilidade da TV na formação dos jovens, pois cresce consideravelmente seu potencial de influenciar as condutas. Outra publicação da UNESCO – *A criança e a violência da mídia* – evidenciam essa situação, que impõe a necessidade de se coibir a deseducação promovida pela exploração da violência como técnica de fixação da atenção⁵.

Muitos dos desenhos animados atuais exploram em demasia a violência. Tanto a publicidade quanto a programação dirigida a público na menoridade não deveriam incitar comportamento violento. Há brutalidade na exposição exagerada e/ou desproporcionada de atitudes agressivas (brigas sangrentas, exploração de detalhes de crueldade, exposição desmedida de cenas de selvageria), nas situações de ofensa e desprezo gratuitos, na linguagem usada, no modo como os personagens se tratam.

O mesmo quanto ao tema da sensualidade. Não há abuso apenas no sexo explícito a quem carece de juízo maduro. O modo de apresentar as personagens, as situações, o linguajar, as posturas do corpo, a vestimenta usada por apresentadores ou personagens vão demarcando uma concepção erotizante da vida. O erotismo reinante na programação é um tipo de violência disfarçada. Subjuga o telespectador ao poder de sedução do corpo. Em intensidades e modos diversos aguça-se o apetite sexual de forma que a pessoa vai se tornando refém do encantamento *voyeurista*. O prazer experimentado narcotiza a percepção do processo de deseducação e rebaixamento da personalidade do telespectador, especialmente na criança e no adolescente que vão sendo orientados a experimentar atitudes provocativas de prazer sexual, sem noção de quanto o comportamento afeta seu desenvolvimento integral. Dispara-se a curiosidade por ver e viver a sexualidade distanciada do contexto de realização integral da pessoa humana. O poder de encantamento do audiovisual, divorciado de responsabilidade formativa, sufoca a compreensão da relação sexual como associada a um projeto vital. E tudo isso alimenta a bilionária indústria do consumismo sexual, fazendo que as pessoas se transformem em objetos de prazer.

aliciamento infantil". Cf. Sequestro da infância. *O Estado de São Paulo*, 7 de agosto de 2000, p. A2.

⁴ Cf. GROEBEL, Jo. *Percepção dos jovens sobre a violência nos meios de comunicação de massa*. Brasília: UNESCO, 1998, p. 20.

⁵ Cf. CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecilia Von (orgs). *A criança e a violência na mídia*. Brasília

Mesmo a mídia informativa afeta a construção do universo conceitual dos jovens. A população tende a pensar e a agir a partir daquilo que a mídia diz estar acontecendo. Confia-se nela para conhecer os fatos. Há um dever de veracidade na transmissão dos acontecimentos, que envolve mesmo a proporção entre os conteúdos a serem informados bem como ao modo de informar (a ênfase errada de um repórter ou uma sessão de telejornal, por exemplo, distorce os fatos). Nessa medida, os jornais televisivos transmitidos antes das 23h (novo horário de audiência infanto-juvenil) têm especial obrigação de zelar pela Ética e pelo respeito às disposições constitucionais e demais princípios, anteriormente comentados, uma vez que criança e adolescente estão diante da TV e gozam de absoluta prioridade protetiva (art. 227 da Constituição Federal). O fim de prender audiência por meio de notícias mórbidas e sensacionalistas em desproporção à realidade é um abuso.

Criança e adolescente são sensíveis ao ditado de comportamentos da Mídia e facilmente sugestionáveis por seu conteúdo. Tornam-se reféns de valores divulgados insistentemente pela TV. Nesse sentido a mídia aperfeiçoa ou prejudica a formação. Por isso os pais, titulares da competência privativa da formação integral, podem exigir das emissoras de TV o devido respeito ao seu poder-dever de educar, quando elas interferem nesse processo.

São várias as teorias acerca do papel de persuasão e conformação da conduta humana a partir do impacto dos meios de comunicação em massa. Ciências humanas (psicologia, sociologia, pedagogia, antropologia) dedicaram-se a estudar o fenômeno, por meio de experimentação e da análise de fatos históricos⁶. A tecnologia de convencimento e indução de comportamentos é usada pelos órgãos de comunicação e publicidade, sendo o consumidor vulnerável. "Destá análise crítica fica evidente a inexistência de autonomia do consumidor, que é condicionado pelo processo produtivo e cultural, sendo objeto manipulado pela indústria cultural"⁷. Muito maior é o poder de indução de comportamento em crianças e adolescentes.

3. A sedução da violência

Quando se dedica a analisar especificamente os efeitos adversos gerados pelo conteúdo violento dos programas de TV, os autores do Guia médico recordam que a maioria dos produtores e emissoras de TV não está preocupada em educar, mas limitam seu objetivo a gerar lucros. "A transmissão da TV é paga por anunciantes que têm produtos e serviços a vender. Quanto mais as pessoas assistem certos programas (quanto mais altos os índices de audiência), as empresas de televisão podem cobrar mais pelo espaço comercial"⁸. Por isso a televisão tem por meta captar a atenção do público e mantê-la por tempo suficiente para que os anunciantes possam vender seus produtos.

Em face da dificuldade de captar a atenção de alguém e mantê-la com recursos que aprimoram a formação humana, o que exigiria maior criatividade, as emissoras apelam para estímulos que provoquem mais facilmente resposta do público, mediante o incitamento de emoções fortes que prendam sua atenção. Nesse jogo de captação de atenção, há estímulos mais baratos e menos trabalhosos para provocar respostas. Aqui entra o apelo à violência, "altamente eficiente para provocar uma resposta. A violência é universalmente compreendida e valorizada, cruzando fronteiras geográficas

⁶ Cf. FERNANDES NETO, Guilherme. *Direito da Comunicação Social*. São Paulo, RT, 2004, p.35 a 41. Nesse trecho o autor apresenta algumas das teorias.

⁷ Cf. FERNANDES NETO, Guilherme. *Direito da Comunicação Social*, p.40.

⁸ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 13.

e culturais de maneira eficaz, uma vantagem decisiva para ampliar ao máximo o mercado de um programa”⁹.

Desde o começo da TV, a violência foi ingrediente para prender a atenção do telespectador¹⁰. São incontáveis os estudos acerca dos efeitos do entretenimento violento sobre as crianças: pesquisas, análises de conteúdo, experiências, estudos epidemiológicos, estudos em nível nacional e estudos longitudinais (protraídos no tempo), etc. Apesar de variar a qualidade de tais pesquisas, a uniformidade e a coerência das conclusões é impressionante. Inúmeras organizações profissionais se dedicaram ao assunto e concluíram, após estudos sistemáticos desenvolvidos durante anos, que há evidências irrefutáveis de que o entretenimento violento promove atitudes e comportamento agressivos, o que significa deformação ética. Dentre as entidades que assim concluíram destacam-se: (1) Academia Americana de Psiquiatria da Infância e Adolescência; (2) Academia Americana de Pediatria; (3) Associação Médica Americana; (4) Associação Americana de Psiquiatria; (5) Associação Americana de Psicologia; (6) Centros para Controle e Prevenção de Doenças; (7) Instituto Nacional de Saúde Mental; (8) Ministério da Saúde dos EUA.

“A literatura [científica] é suficientemente ampla para permitir uma meta-análise, um conjunto de procedimentos estatísticos que permite a inclusão de dados de grande número de estudos. Os pesquisadores de mídia COMSTOCK e PAIK empreenderam essa meta-análise e relataram que há uma clara relação de causa e efeito entre a exposição à violência da mídia e as atitudes e o comportamento agressivos. A Professora Aletha HUSTON, da Universidade de Kansas, afirmou perante o Congresso que *praticamente todos os pesquisadores concordam que há evidências de que a TV pode causar comportamento agressivo*”¹¹.

O Guia médico também chama a atenção para os vídeos games, que seguem a linha de apelativo à violência: crescem a tecnologia e a violência ofertada nos jogos, muitos deles produzidos na esteira de filmes populares violentos. Esse mercado movimenta bilhões de dólares em todo o mundo e está voltado para o público infanto-juvenil. Os criadores dos jogos se vangloriam do realismo da violência que simulam. Nos anos de 1995 e 1996, quando veio à tona o Guia médico, os jogos mais vendidos eram *Mortal Kombat*, o *Mortal Kombat II* e o *Doom*, em versões sucessivamente mais violentas, onde o jogador deveria chegar a derrotar seu oponente com requintes de crueldade. “Esses jogos são particularmente envolventes, uma vez que os usuários são ativos ao invés de passivos, e são recompensados com escores mais altos por cometerem mais mutilações”¹².

Apesar de as classificações oficiais acerca dos filmes mais violentos não surtirem, como seria desejável, o efeito de manter os jovens afastados de tais longas-metragens, estudiosos do tema chamaram a atenção ao efeito pior do relaxamento nessa atividade, que facilita o aumento de conteúdo violento nos filmes para público infanto-juvenil. Assim, se por um lado a classificação não garante total eficácia de controle sobre o que assistem criança e adolescente, de alguma forma ela alerta os pais para os conteúdos. Também é fato, constatado por algumas pesquisas, que algumas crianças ficam mais interessadas por um filme quando sua classificação

⁹ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 13.

¹⁰ Cf. TAVARES, André Ramos. Liberdade de informação e comunicação: conteúdo, limites e deveres relacionados. *Cadernos de Direito*. Piracicaba. V..3. n. 5. p. 46-66. dez. 2003, p. 62.

¹¹ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 13. Na página seguinte do Guia encontra-se um breve e sintético mostruário de alguns dos estudos que serviram a tais conclusões.

¹² Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 15

indica que se trata de obra recomendada para pessoas mais velhas, incluindo-se nesse grupo as mais agressivas, que são mais facilmente atraídas pelo chamariz de agir fora dos limites¹³.

São alguns dos motivos para a redução da eficácia da classificação indicativa de filmes não recomendados para menores de idade: (1) os trailers apresentados em publicidade massiva despertam a curiosidade e são apresentados em horários acessíveis ao público menor de idade, aguçando-lhes a vontade por assistir tais produções; (2) alguns pais não selecionam os filmes aos quais levarão seus filhos para assistir, a despeito de classificações e análises; (3) em muitas salas de cinema não se restringe o acesso do público em idade inferior à aconselhada; (4) as locadoras, onde os filmes chegam depois, não controlam a retirada de filmes por pessoas de faixa etária menor que a aconselhada para a assistência.

4. Efeitos da violência

A partir dos estudos colecionados, quais seriam os efeitos da violência na mídia no comportamento e atitudes dos espectadores infanto-juvenis?

Primeiro impacto é o estímulo à *imitação de comportamento*, em razão de a observação e a imitação ser a principal forma de aprendizado das crianças e adolescentes. As pesquisas comprovam que desde os 14 meses de idade os bebês já imitam o que vêem na TV, tanto as condutas sociais positivas quanto os comportamentos violentos e agressivos. "Para as crianças mais pequenas essa imitação inclui quadrinhos e desenhos, [sendo que] elas não distinguem [a violência imaginária] da violência real. Programas como *Power Rangers* e *Tartarugas Ninja* são exemplos que demonstram esse fenômeno"¹⁴.

Outras informações que influem na fixação de modelos dignos de imitação para as crianças, são os *heróis violentos*. As crianças imitarão os modelos que lhes são apresentados, especialmente aqueles que lhes geram maior empatia. Por esse motivo os heróis agressivos são mais perniciosos do que os vilões violentos.

Efeito negativo pode resultar da *violência recompensada*. A violência, quando valorizada ou mostrada como eficaz, transmite à criança a idéia de que a conduta agressiva é premiada em nossa sociedade. Isso aumenta a imitação desse comportamento na vida real.

Também é nociva a exposição da *violência justificada*. "A violência tende a ser mais imitada se ela contiver implícita a mensagem: *está correto recorrer à violência, contanto que você acredite estar no seu direito*. Qual criança não acredita estar com a razão em uma situação de conflito?"¹⁵.

Vários dos efeitos relatados no Guia Americano coincidem com os estudos elaborados pela UNESCO¹⁶.

Efeito adverso é a *insensibilização*, a deterioração da sensibilidade da criança. Os sentimentos deveriam ser respostas afetivas a estímulos reais. A exposição freqüente a estímulos fictícios que provocam emoções fortes sem a realidade casual correspondente, leva à insensibilização. A exposição constante da brutalidade na mídia

¹³ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 15-16.

¹⁴ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 16.

¹⁵ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 16.

¹⁶ Cf. GROEBEL, Jo. *Percepção dos jovens sobre a violência nos meios de comunicação de massa*. Brasília: UNESCO, 1998, p. 34-35.

enfraquece a capacidade de reagir do público em face da violência. Há como que uma fadiga das potências afetivas, que necessitarão de maiores estímulos para reagir. Além de ocorrer decréscimo na reação pessoal perante a violência, que repercute no aumento da falta de solidariedade para com as vítimas de ataques violentos.

Outro efeito sobre o comportamento, apresentado pelos médicos, psiquiatras, psicólogos e pediatras norte-americanos, é o *aumento do medo*. O cenário de violência retratado pela mídia transforma o mundo em um lugar atemorizante para o espectador infanto-juvenil, mais impressionável que o adulto. As crianças são especialmente afetadas pelo fato de não possuírem capacidade de discernir o que é fictício do que é real. Ao longo do tempo essa indução ao medo produz a *síndrome do mundo cruel*. O Guia alerta que “a exposição a um único filme, programa de televisão ou reportagem pode resultar em depressão emocional, pesadelos ou outros problemas relativos ao sono em muitas crianças”¹⁷, particularmente as mais novas. Crianças amedrontadas estão mais sujeitas a se tornarem vítimas ou agressores.

Efeito deformativo dos conteúdos midiáticos violentos é aumentar o *apetite pela violência*¹⁸. A insensibilização aumenta a tolerância e o gosto do espectador por mais violência: quanto mais violência alguns espectadores assistem, mais violência eles querem. Algumas das pesquisas que apóiam as conclusões do Guia demonstram que as seqüências dos filmes de ação (pense-se nos filmes da série *Rambo I, II, III* ou da série *O Exterminador do Futuro I, II e III*) quase sempre apresentam mais violência nos episódios sucessores.

Segundo pesquisas, quanto mais *realista a violência*, maior a atração e pior o impacto nas crianças. Programas policiaescos e sensacionalistas, por exemplo, prendem-lhes mais a atenção.

Outro fenômeno que se cultiva com a violência na mídia é a *cultura do desrespeito*.

“De acordo com o Psicólogo David Walsh, talvez o efeito mais prejudicial do regime constante de entretenimento violento voltado às crianças seja a criação e a sustentação de uma cultura do desrespeito. O comportamento violento em si mesmo é o ato máximo do desrespeito. Para cada jovem que pega uma arma e atira em alguém, há milhares de outros que não o fazem. Mas eles estão desrespeitando-se uns aos outros, empurrando, puxando, batendo e chutando com freqüência crescente. Isso torna mais fáceis de serem cruzadas as linhas que separam aqueles comportamentos. O resultado é que nós redefinimos a forma como devemos tratar uns aos outros”¹⁹.

Também ingrediente que atrapalha o desenvolvimento da percepção ética da criança é o frenesi da velocidade das informações que bombardeiam o telespectador infanto-juvenil, em uma mídia que deseja disparar estímulos para prender ao máximo sua atenção. Esse proceder violenta a capacidade de se dedicar tempos diferentes aos assuntos segundo hierarquia proporcional à importância do tema para os projetos vitais. Por vezes o mesmo destaque à tragédia do terrorismo no Iraque que à fofoca relativa ao aniversário da filha de apresentadora destaque.

“O que se ganha por um lado como informação rápida [...], perde-se, por outro, como aceleração do tempo vital, sob a apresentação de uma instantaneidade

¹⁷ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 16

¹⁸ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 17

¹⁹ Cf. WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*, p. 17

igualadora. Todas as coisas têm mais ou menos a mesma importância e são igualmente todas fugazes; todas são somente cotidianas”²⁰.

A mídia televisiva para crianças e adolescentes tende a preferir a o redemoinho superficial, “a agitação imediata, o estremecimento profundo; o homem fica, assim, à disposição dos ritmos mais efêmeros, das aparências, das vibrações mais epidérmicas do mundo sensorial”²¹.

As informações trazidas pelo Guia Médico de 1996 foram reafirmadas em 2001, em outro estudo publicado pela Academia Americana de Pediatria²².

E assim, por meio de programas, filmes e novelas fixam-se valores na memória da criança e do adolescente mediante o uso de histórias e situações. Transmitem-se modelos estereotipados que atuam sobre a inteligência, sobre psique infanto-juvenil, sobre sua vontade e sobre sua afetividade. A criança é estimulada a assimilar comportamentos apresentados como bons sem capacidade de julgar acerca da correspondência entre essa apreciação e o agir ético respectivo. A dimensão afetiva é hipertrofiada, querendo-se levar a pessoa a induzir que tudo que é prazeroso é bom, e tudo o que gera algum desconforto ou algum tipo de sofrimento, é mau. Isso é trabalhado pela mídia e em um ritmo que dificulta pensar, refletir.

Os efeitos da programação de TV sobre a personalidade da criança e do adolescente são inegáveis. O poder de indução de comportamentos é maior à medida que se permanece mais tempo sob sua exposição. Também o estudo acerca das propagandas e publicidades ocultas traz muito de aplicável à programação televisiva, como se poderá ver logo mais, sobretudo porque o modelo de TV vigente no Brasil é o da TV comercial²³.

5. Conclusão

Os dados apresentados são suficientes para fazer concluir o acerto da política de classificação indicativa ao pautar como um dos indicadores da análise de conteúdo a exposição de sexo e violência em contextos inadequados ao público infanto-juvenil, restringindo o acesso a certos programas pela limitação horária. Trata-se de realização de duplo dever do Estado. Primeiro, com relação aos cidadãos menores de idade, que têm direito de atenção *prioritária e absoluta* (art. 227 da CF) por parte do Estado e da sociedade civil. Segundo, como aplicação do princípio da subsidiariedade e da cooperação: o Estado deve proporcionar aos pais e demais educadores um auxílio na tarefa de formação.

²⁰ Cf. INNERARITY, Daniel. *Libertad como pasión*. Pamplona: EUNSA, 1992, p. 116.

²¹ Cf. INNERARITY, Daniel. *Libertad como pasión*, p. 117

²² Cf. AMERICAN ACADEMY OF PEDIATRICS. Committee on Public Education. Children, Adolescents, and Television. *Pediatrics*, v. 107, n. 2, p. 423-426, February, 2001.

²³ Cf. FERNANDES NETO, Guilherme. *Direito da Comunicação Social*, p. 117-140

6. Bibliografia

AMERICAN ACADEMY OF PEDIATRICS. Committee on Public Education. Children, Adolescents, and Television. *Pediatrics*, v. 107, n. 2, p. 423-426, February, 2001.

ASSIS, Regina de. Apresentação da IV Cúpula Mundial de Mídia para Crianças e Adolescentes. Catálogo de atividades. Extraído de: http://www.riosummit2004.com.br/pdfs/programa_port.pdf. Acesso em 6 de janeiro de 2006.

CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecilia Von (orgs). *A criança e a violência na mídia*. Brasília: UNESCO, 1999.

DI FRANCO, Carlos Alberto. Seqüestro da infância. *O Estado de São Paulo*, 7 de agosto de 2000, p. A2.

FERNANDES NETO, Guilherme. *Direito da Comunicação Social*. São Paulo, RT, 2004.

GROEBEL, Jo. Percepção dos jovens sobre a violência nos meios de comunicação de massa. Brasília: UNESCO, 1998.

INNERARITY, Daniel. *Libertad como pasión*. Pamplona: EUNSA, 1992.

PEREIRA JÚNIOR, Antonio Jorge. *O direito da criança e do adolescente à formação integral em face da TV comercial aberta no Brasil: o poder-dever de educar em face da programação televisiva*. Tese de Doutorado. Faculdade de Direito da USP, 2006.

TAVARES, André Ramos. Liberdade de informação e comunicação: conteúdo, limites e deveres relacionados. *Cadernos de Direito*. Piracicaba. V.3. n. 5. p. 46-66. dez. 2003.

WALSH, David; GOLDMAN, Larry S.; BROWN, Roger, *Physician Guide to Media Violence*. American Medical Association, 1996. Extraído de <<http://www.ama-assn.org/ama1/pub/upload/mm/386/mediaviolence.pdf>>. Acesso em 28 de dezembro de 2005.