



**Universidade do Minho - Instituto da Educação
Mestrado em Sociologia da Infância**

TV real e Socialização da Infância
Ensaio crítico por Ricardo Garcia

**U.C. Comunicação, Média e Infância
Professora Doutora Sara Pereira
Fevereiro de 2011**



TV real e Socialização da Infância

Ensaio Crítico

Resumo: este ensaio, integrado na Unidade Curricular de Comunicação, Media e Infância do Mestrado em Sociologia da Infância da Universidade do Minho, visa descrever o fenómeno televisivo realista, procurando identificar o seu papel enquanto veículo de normas e valores, dado o papel fundamental da televisão como agência de socialização da infância. Procura-se também questionar as implicações de mensagens veiculadas neste tipo de programação e de que modos tendem a fomentar a desmobilização e alheamento social dos indivíduos numa lógica de dependência face aos interesses corporativos e manutenção de uma cidadania constrangida.

Abstract: this essay, part of the Communication, Media and Childhood curricular unit of Minho University's masters programme on Childhood Sociology, aims at describing reality television phenomenon, seeking to identify its role as a vehicle of norms and values, given the fundamental role of television on childhood socialization. It also tries to draw the implications of broadcasted messages in this type of programming and in which ways they tend to promote demobilization and social alienation of individuals towards dependence from corporation interests and maintenance of a restrained citizenship.

“A minha mulher só vê reality tv. Só consegue ver reality shows. Eu... nunca consigo estar na sala quando estão a dar. Porque nunca experimentamos menos realidade do que quando estamos a ver um reality show. Estamos a ver pessoas que não são actores em situações criadas por pessoas que não são argumentistas e eles estão a tentar adivinhar o que eles pensam que nós gostaríamos de vê-los fazer se fosse uma situação verdadeira, o que não é, e nós estamos a observá-los, passivamente... Estamos a ver uma produção amadora de nada. É como... uma fotografia de um desenho de um holograma.”¹

A televisão como agência de socialização

Para que se possa vislumbrar o impacto da programação do género televisivo realista na transmissão de normas, valores e outros aspectos do quadro cultural vigente, é necessário perceber o papel da televisão como agente de (re)transmissão da herança cultural, processo que se convencionou designar de socialização. Importa também entender como se pode estabelecer uma conexão entre a exposição a determinados conteúdos, independentemente do meio de transmissão, e a assunção desses mesmos conteúdos enquanto mecanismos impulsionadores ou condicionadores da acção humana, mobilizadores ou constrangedores dos indivíduos e grupos.

¹ Trecho de monólogo *standup* pelo comediante Dana Gould no programa “Conan”. Emitido no dia 23-02-2011 no canal SIC Radical.



O conceito de socialização é fulcral no âmbito desta exposição, especialmente se for tido em conta o papel dos media no processo, que se encontra explícito na definição presente no Dicionário de Sociologia (2002, p. 350, sublinhado meu):

“A socialização é o processo através do qual o indivíduo aprende e interioriza o sistema de valores, normas e de comportamentos de uma determinada cultura, onde intervêm um conjunto de agentes de socialização (família, escola, *meios de comunicação social*, etc.).”

Nesta definição subjaz aprioristicamente uma concepção redutora dos indivíduos, porquanto são colocados sob uma égide determinista da construção social. Debaixo dessa cúpula esmagadora encontram pouco espaço para a individualidade e auto-afirmação, o que de resto convém à sua inserção no plano maior das relações sociais e da manutenção do *status quo*. Poderia considerar-se assim que este processo é inerente a todas as formas de reprodução intergeracional dos paradigmas culturais e serve propósitos de integração social. De acordo com Belloni (2009, p. 68) é absolutamente necessário que as novas gerações:

“(...) interiorizem as disposições que os humanizam, tornando-se indivíduos sociais capazes de fazer parte de grupos sociais (...) Antes mesmo de nascer, a criança já está inserida num determinado grupo social, cuja manifestação mais próxima é a família. À medida que vai crescendo, ela vai interiorizado a cultura de seu grupo, de sua sociedade.”

A percepção das crianças enquanto membros desiguais da sociedade desde logo enviesou o conceito de socialização. De acordo com Almeida (2009, p. 15) a *visão reducionista* das crianças colocou nestas o rótulo de meros receptores do processo socializador, perspectivando-as assim como pouco ou nada influentes nas formas de transmissão e apropriação dos conteúdos, sendo estes da exclusiva responsabilidade dos adultos. Tratava-se assim de um processo unidireccional:

“É o adulto, mestre detentor de saber, poder e projecto, quem nele assume o papel de sujeito activo, enquanto a criança é o receptáculo, o objecto passivo dessa magistratura que a molda de fora para dentro, de cima para baixo. (...) Excluía-se certamente o inverso, isto é, a criança que molda e constitui o adulto, a criança com capacidade para produzir o seu cenário educativo.”

Embora possa ser admissível que até determinada altura da vida da criança esta não tenha capacidade de conscientemente influenciar o meio em que se encontra inserida, designadamente nos momentos mais pueris do seu desenvolvimento, parece hoje claro que as crianças e jovens assumem um papel activo no seu próprio processo de socialização a partir do momento em que adquirem consciência do mundo que as rodeia. Excluí-las academicamente deste processo é



perder de vista não só a singularidade da infância, mas também a sua capacidade de autodeterminação, em suma, ignorar todas as formas de participação, interacção com os pares e permanente reedificação dos construtos sociais.

Para além da família e da escola, os meios de comunicação social são universos onde se reconstrói e transmite todo um conjunto de normas e valores da sociedade onde se está inserido. De acordo com Pinto (2000, p. 71) estes constituem uma “*terceira agência de socialização*”, e a televisão assume aqui particular relevo na medida em que não há praticamente famílias em que este meio não esteja presente, para além de ser consumido cada vez mais precoce e autonomamente. Importa inserir aqui um quarto plano de socialização, que é o grupo de pares. Com efeito, embora Pinto (idem, p. 72) considere que o impacto destas relações não seja tão contundente no processo de socialização, porque menos “*estruturado e institucionalizado*” que os restantes, admite que os mecanismos de transmissão cultural não podem ser perspectivados sem ponderar as relações que as crianças estabelecem entre si. Uma possível simbiose destas duas instâncias de socialização deveria ser considerada num mesmo plano de efectividade que a família e a escola. E o facto é que é possível estabelecer-se essa mesma simbiose, como fez Maz (s.a.) acerca do consumo de séries televisivas por adolescentes espanholas, quando considera que o consumo dos conteúdos mediáticos vai além da mera exposição aos mesmos e se estende nas conversas e interacções das jovens, como mecanismo de reforço identitário, balanço pessoal e leitura do lugar ocupado numa hierarquia grupal.

Parece assim ser clara a relação entre os media em geral e a televisão em particular, e o processo de socialização dos seus espectadores. De seguida procurar-se-á escarpelizar o género televisivo realista, de modo a melhor entender as formas como este se imiscui no processo socializador e determina os modelos comportamentais, redefine os papéis sociais e modela a civilização a cada momento.

A Vida em Directo

*The Truman Show*², longa-metragem icónica de finais dos anos '90, retratava a vida de um cidadão comum que julgava levar uma vida normal e que ao longo do enredo acabou por descobrir ser personagem principal de um programa televisivo, através do qual milhões de telespectadores a nível planetário acompanhavam o seu quotidiano. Todos os seus familiares e amigos eram actores, toda a população da sua comunidade construída para o efeito era integralmente formada por figurantes cujas rotinas eram ensaiadas e cronometradas. O

² Título português, surpreendentemente feliz, “A Vida em Directo” (<http://www.imdb.com/title/tt0120382/>).



programa, homónimo do filme, apesar de não ser baseado em factos verídicos, constitui a quintessência do género televisivo realista que se convencionou denominar de *reality television*. *The Truman Show* satiriza de forma paradigmática este género televisivo enquanto enfatiza os seus aspectos negativos, designadamente a transgressão da privacidade sustentada na submissão às audiências. Este filme dá também outra alfinetada no universo cinematográfico ao ridicularizar as práticas de *product placement*, reduzindo a vida de Truman a um instrumento dos interesses corporativos. A crítica social subjacente faz com que o espectador se identifique com Truman e se reveja enquanto ferramenta desses interesses.

Embora os programas construídos em torno da premissa do personagem insuspeito não tenham um impacto televisivo muito significativo (o melhor exemplo destes programas são os do tipo *Candid Camera*, ou “apanhados” que, apesar de estarem na génese da TV real, são pouco relevantes para o propósito desta exposição), há toda uma panóplia de *reality shows* cuja pedra de toque é a filmagem ininterrupta ou circunstancial de pessoas reais, que não interpretam qualquer papel, mas que presenteiam aspectos da sua vida privada aos demais, tendo por intermediários as objectivas das câmaras televisivas.

A TV real, designação em língua portuguesa utilizada a partir deste ponto, é um género televisivo abrangente - porque dividido em vários subgéneros - e difuso, pois a realidade captada pode ser apenas parte do conceito e confundir-se com elementos ficcionais ou artificiais (cenários, actores e figurantes) introduzidos para coadjuvar no processo de transmissão da mensagem pretendida. A título de exemplos, a série “*Cops*” emitida no canal de televisão por cabo *Fox Crime*, quando comparada com o também realista “*I Didn't Know I Was Pregnant*”, emitido no canal cabo *Discovery Travel & Living*, contém uma envolvimento de superior realismo uma vez que são utilizados poucos ou nenhuns elementos ficcionais. Já esta última consiste na interpretação por actores de episódios supostamente vivenciados e relatados por mulheres que desconheciam estar grávidas até ao momento do parto, que, para enfatizar a carga dramática, acontece invariavelmente em contextos inusitados. Pode-se afirmar assim que dentro do género da TV real coexistem diferentes escalas de realismo.

Relativamente aos subgéneros, estes complexificam a tarefa de categorização da TV real, mas distinguem-se os seguintes tipos: Documentários, Competição/Concursos, Transformação/Estética Corporal, Renovação Habitacional, Experimentação Social, Relações, Entrevistas, Apanhados, Sobrenaturais/Paranormais e Embustes (artigo *Reality Television*, Wikipedia). Há séries que agregam vários subgéneros, e mesmo estes encerram variantes que não é oportuno dissecar agora mas que reforçam a complexidade deste fenómeno televisivo, ilustrando as múltiplas nuances que foram sendo criadas com o fito de responder a gostos



específicos e explorar nichos de mercado. Ainda na tentativa de melhor clarificação do conceito, Casey et al. (2008, p. 229), descrevem e exemplificam a polivalência deste género televisivo:

“O termo televisão real é usado para descrever uma variedade de programas que vão desde os programas de crime e emergências médicas (...) até entrevistas (...), *docuvelas* (...) e, mais recentemente, numerosas formas de concursos de talento (...). A marca ‘televisão real’ abrange uma larga variedade de textos que tomam como elemento central vidas reais, situações e eventos autênticos, e os relatos na primeira pessoa de pessoas comuns (...). Neste contexto as revelações pessoais, emocionais e muitas vezes íntimas são a força motriz da estrutura narrativa de tais programas, suportadas em filmagens (ou dramatizações) dos eventos em apreço (...). Um dos elementos-chave é a justaposição do ‘diário’ e banal com o inesperado e bizarro.”

Tendo em conta o carácter polissémico da televisão como meio de comunicação social e da própria TV real enquanto conceito multifacetado e “cirúrgico”, considero algo discutível a afirmação de Gerbner (1976, p. 2):

“A televisão (...) é uma agência da ordem vigente e serve como tal para manter ao invés de alterar, ameaçar ou enfraquecer as concepções sociais, crenças e comportamentos. A sua função cultural consiste em disseminar e estabilizar padrões sociais, cultivar a resistência à mudança. A televisão é um meio de socialização das massas para o cumprimento de comportamentos e papéis estandardizados. A sua função é, numa palavra, a enculturação.”

Afigura-se nesta altura claro que a televisão e a TV real são também mecanismos de multiplicação de aspectos culturais menos generalizados ou realidades próprias de minorias sociais (atente-se ao programa “*LA Ink*” transmitido no canal de cabo Discovery Travel & Living, relativo ao fenómeno das tatuagens corporais, ou a série do mesmo canal “*Little People, Big World*” que mostra o quotidiano de uma família de anões que promovem acções de advocacia social das pessoas portadoras de nanismo, ou ainda as vivências dentro de uma oficina de motas pertencente a uma família de motoqueiros em “*American Chopper*”, emitido no Discovery Turbo), mas cujo papel socializador, entendido como veículo da cultura dominante, é ainda hoje inegável. Talvez a afirmação de Gerbner fosse mais acertada numa altura em que a política televisiva derivava dos monopólios estatais, mas é hoje perceptível para o cidadão comum que a liberalização do meio veio abrir caminho a uma multiplicidade de conteúdos televisivos e ao desdobramento de montras dos muitos e diversos retalhos que compõem o tecido social. Não obstante, a televisão encerra enorme potencial enquanto niveladora dos quadros culturais e da acção social.



O problema central não é a falta de variedade, tanto quanto é a falta de qualidade, conceito este que deverá ser entendido à luz da urgência de valorização dos cidadãos pelo acesso à informação, à cultura, e especialmente à formação de uma cultura ética. Invocando Lipovetsky (1983), vivemos a *era do vazio* em que se impõe o individualismo narcísico, e é crível que este género televisivo seja um dos inúmeros factores que reforça esta tendência das mudanças sociais, sendo simultaneamente sua consequência directa. Também Millan (2006, p. 192), recorre a Olórtégui que *“sugere que os ‘reality shows’ são programas que revelam um indivíduo telespectador espetacularizado e banalizado em suas relações mediadas pela TV, em que o vazio e a sedução são preponderantes”*.

Rinoplastias, perseguições e *feng-shui*: mau karma?

Neste ponto invocam-se três subgéneros de TV real, propondo possíveis consequências para a estruturação de uma cultura de massas alicerçada no culto da imagem corporal, na disseminação do medo e na glorificação dos bens materiais. Os programas de Transformação/Estética Corporal, de crimes (inserido no subgénero Documentário) e Renovação Habitacional estão (demasiadamente) bem presentes no mercado televisivo português, designadamente na televisão por cabo.

O culto do corpo

Derenne e Beresin (2006, p. 259) identificam os axiomas de grande parte dos programas cuja fórmula de sucesso radica em torno das cirurgias plásticas e estéticas, descrevendo dois deles, actualmente em transmissão nos Estados Unidos da América. Salienta-se aqui a descrição do programa *“The Swan”*, também emitido em Portugal:

“Mais recentemente, programas de realidade como *‘The Swan’* e *‘Dr. 90210’*, que apresentam cirurgias plásticas e extensas reconstruções [corporais], têm sido criticados por promoverem uma imagem corporal não saudável. Em *‘The Swan’*, mulheres jovens são separadas da família e durante várias semanas sujeitam-se a um plano intensivo de dieta e exercício físico. Cabeleireiros recomendam extensões e madeixas, e cirurgiões plásticos realizam aumentos mamários, **facelifts** e injeções de Botox e colagénio. Os resultados finais desfilam num concurso de beleza, em que os anteriores ‘patinhos feios’ competem uns contra os outros pelo título de ‘cisne’.”



Também Marzochi (2005, p. 3), problematiza esta temática salientando os efeitos do *esquecimento*, símbolo de uma cultura baseada no transitório e no efémero, e valorizadora da transformação da imagem corporal como alavanca da obliteração do pretérito individual e convicção num futuro melhor, mesmo que tal implique uma clivagem com o passado. A autora invoca algumas verbalizações dos(as) participantes nestes programas (p. ex.: “agora posso recomeçar tudo de novo”) que amiúde afirmam que as transformações sofridas lhes possibilitarão uma vida melhor, com mais sucesso e auto-confiança:

“A questão da memória é talvez a mais séria implicação política. Além da produção de “eus” espetacularizados nas superfícies dos corpos e das imagens, da produção de subjetividades seriadas, como kits-de-perfis tirânicos adquiridos no atacado, o que está em jogo, em última instância, é uma produção de esquecimento generalizada.”

Outra ideia veiculada por esta autora (idem, p. 15) é o *declínio do paradigma da interioridade*, expressão que subentende o culto da imagem exteriorizada como causa e consequência do abandono da subjectividade individual, movimento que se afigura cada vez mais generalizado - tanto quanto se tende a instalar a noção de que as imperfeições corporais são dignas de crítica social -, relegando assim para segundo plano de afirmação individual o culto do intelecto e a demanda de uma ética socialmente responsável.

Se é claro que a exposição das crianças a tais conteúdos tem resultados imprevisíveis ao nível da socialização e das implicações na estruturação societal futura, a sua utilização enquanto protagonistas deste tipo de programas afigura-se duplamente perversa. O documentário “*Toddlers & Tiaras*”, emitido no canal de cabo *Discovery Travel & Living*, utiliza o modelo de concursos de beleza norte-americanos (*beauty pageants*), mas introduz as crianças como candidatas a *misses* que concorrem almejando o título de “*supreme*”. O programa acompanha toda a preparação destas crianças até obter um perfil pretendido, não só com recurso a maquilhagem ostensiva, como também a exercício físico, prática exaustiva de uma especialidade artística (porque também importa demonstrar um talento) e, por vezes, intervenções médicas (p. ex. colocação de próteses dentárias para produzir um sorriso mais perfeito). São filmados os eventos, toda a competitividade dos bastidores, a pressão exercida pelos progenitores sobre as crianças e o sofrimento inglório da derrota. Estas situações constituem um clamoroso abuso psicológico de crianças com idades a partir dos 5 anos, e são potencialmente nefastas para o espectador da mesma idade, dado o provável risco de identificação deste com aquelas.



Este culto da imagem emerge estreitamente relacionado com mutações operadas nas formas de organização das sociedades ocidentalizadas ao longo do séc. XX e consolidadas no séc. XXI, em que a disseminação das tecnologias e a aglomeração da produção em corporações vieram fazer perigar a estabilidade anteriormente associada ao trabalho. Actualmente todas e quaisquer razões fundamentam os despedimentos massivos e as contratações sob regimes de precariedade. A pressão laboral e a premência do desempenho instituídas nas grandes empresas tolhem o livre arbítrio dos funcionários que se encontram cada vez mais condicionados sob políticas de gestão de recursos humanos baseadas no terror (relembrem-se os casos *France Telecom* e *Foxconn*). A comunicação social publicita artigos científicos, ou designados como tal, afirmando que o sucesso profissional e pessoal estão intimamente relacionados com a irrepreensibilidade da imagem corporal; trabalhar o corpo abnegadamente é sinónimo de resultados profissionais. Está assim aberto o caminho para o culto da imagem como plataforma subconsciente da manutenção do trabalho e para a instalação de competitividade aguerrida entre os indivíduos, em que a imagem tem superlativa importância enquanto cartada decisiva no jogo da vida. Quem não tem o peso certo está condenado a perder em todos os domínios da existência. É o “*The Biggest Loser*” por excelência (programa de TV real emitido no canal aberto SIC). O cunho encarniçado do quotidiano actual origina uma fragmentação societal assinalável. Expor precocemente os cidadãos mais jovens a este tipo de programação inflacionará estes efeitos.

A raiz do medo

A série “*Cops*” emitida no canal de cabo Fox Crime é o epíteto da TV real de conteúdo violento. Nela são visualizadas perseguições a pé e de carro, tiroteios e detenções de criminosos que por vezes envolvem confrontação física, ataques com unidades caninas, disparos de armas eléctricas e bastonadas. Além de fazer o retrato do submundo norte-americano, esta série é um veículo de construções socioculturais, preconceitos e medos. Cachazo (s.a., p. 3) socorre-se de algumas teorias formuladas em torno do fenómeno da violência televisiva para propor as seguintes perspectivas:

“Partindo da teoria da aprendizagem social, podemos dizer que o espectador que sofre uma exposição prolongada e excessiva à violência televisiva corre o risco de adoptar as atitudes agressivas que observa ou “aprende” (...). Tomando como base a teoria da tolerância, podemos apontar que o espectador também corre o risco de desenvolver uma forte indiferença quanto aos actos violentos, assim como uma marcada insensibilidade (...).



Depois da teoria das cultivações de Gerbner que se pode afirmar que o espectador de cenas violentas corre o risco de chegar a considerar que o que ocorre na ficção televisiva é um reflexo do que lhe acontece na vida real (...).”

É incauto estabelecer uma relação directa entre os conteúdos televisivos violentos e a sua mimetização pelos espectadores. O autor refere aliás a particularidade da “exposição prolongada” como factor coadjuvante. Para além deste conceito ser pouco claro (o facto de não estar quantificado o carácter “prolongado” inibe que tal conceito possa ser aplicável a mais ou menos indivíduos), retirar da equação o meio em que o espectador se encontra inserido é uma opção ingénua. Com efeito, o contexto, ou melhor, as restantes instâncias de socialização, têm um papel muito mais preponderante na identificação com e repetição dos actos violentos. Particularmente preocupante é a mensagem subliminar do medo que se transmite em tais programas, designadamente no mencionado antes. O rótulo de “real” transmite uma mensagem clara ao espectador que o que é filmado nas ruas norte-americanas pode acontecer na sua própria rua. Para além disto, o programa em questão é um claro veículo de estereótipos raciais e de género, o que será muito mais difícil combater, pois tais mensagens são transmitidas de forma sub-reptícia. Fazendo fé das mensagens veiculadas neste programa, em qualquer esquina nos podemos deparar com um criminoso, qualquer estranho pode constituir um risco. O medo favorece os processos de fechamento social e de individualismo.

É necessário também não remover do horizonte os significados que os espectadores atribuem aos conteúdos visionados, o que pode fazer variar exponencialmente a interpretação dos mesmos, bem como a sua apropriação como adequados ou não, o que depende de vários aspectos constitutivos da forma como a mensagem é veiculada (Casey *et al.*, p. 297):

“A violência é multi-facetada e enquadra várias formas de comportamento (político, sexual, físico, emocional e por aí em diante) em numerosos contextos. O significado ou, mais importante, o nosso entendimento de um acto violento depende – como qualquer um – do seu contexto. O perpetrador, a vítima, a severidade do acto, a justificação inerente ao acto e as conceptualizações mais latas de moralidade e justiça (como a aceitação de certas formas de violência legitimadas e legalizadas pelo estado), todas contribuem para o significado imputado ao acto ele próprio.”

Em suma, apesar de parecer um pouco ambicioso estabelecer relações unívocas entre consumo de violência televisiva e comportamento violento, é importante sublinhar a necessidade de assegurar às crianças enquanto espectadores a necessária mediação do consumo, de forma a enquadrar e parametrizar mentalmente os comportamentos violentos. Mas mais importante é que as crianças cresçam sem que os abusos verbais, psicológicos, físicos e sexuais,



a disfuncionalidade familiar, os consumos de substâncias de abuso e muitos outros factores de risco, ou de perigo, não fazem parte integrante do seu quotidiano, desde logo na primeira instância de socialização. Se estes aspectos estiverem presentes ao longo do seu crescimento, não será a violência televisiva a tornar evidentes desde cedo perturbações comportamentais.

Lar, doce lar, desde que minimalista

“*Querido Mudei a Casa*”, SIC Mulher. O Sr. António do 2.º esquerdo acabou de ter a sala remodelada por uma equipa de profissionais garbosos que além de ensinarem o espectador a pendurar uma prateleira flutuante também lhe dizem que marcas escolher e onde deve comprar. “*MTV Cribs*”, MTV. O famoso *rapper* e actor norte-americano 50 Cent mostra aos jovens consumidores do canal a fabulosa mansão adquirida à custa de vários Top 10 da *Billboard*. Do *jacuzzi* ao ginásio interiores, passando pelo jardim e *barbecue* exteriores até à luxuosa *suite* ou à sala de cinema repletas de *gadgets*, toda a edição audiovisual acentua subliminarmente a importância da posse material enquanto legitimadora de estatuto social, tendo a casa como elemento central dessa afirmação.

Casey *et al.* (idem, p. 159) enquadram o género televisivo das Renovações Habitacionais na programação realista de *estilos de vida*, que abrange outras áreas como a moda, culinária e decoração. Baseiam o ímpeto deste género televisivo nas mudanças sociais da pós-modernidade que Lipovetsky evocava. Os autores recorrem a Palmer, para quem este estilo televisivo é ilustrativo da forma como os seres humanos se percebem enquanto cidadãos e consumidores, e que tem subjacente uma importância paradigmática da imagem e da estética como indicadores precisos do bom gosto. Winslow (2010, p. 4) analisa o programa “*Extreme Makeover*”, também em exibição em Portugal, designadamente o seu impacto na sociedade norte-americana pela forma como “alinha dois dos nossos mais importantes mitos culturais, (...) a ideologia dominante do Sonho Americano e o mito de uma sociedade sem classes.” Jakobson (2008, p. 5) opta por destacar, como elementos essenciais explicativos do sucesso da série, a *necessidade de segurança* e o crescimento exponencial de uma classe média aquisidora pelo recurso ao endividamento, tudo isto sob a ameaça do *pesadelo americano*.

Parece assim claro que debaixo de uma capa inofensiva esta categoria de programas funciona como dínamo de um movimento consumista alicerçado na posse de bens materiais e numa constante necessidade de renovação do espaço íntimo. Esta tendência resulta de uma cultura do imediato e do vazio generalizada, e não deixa de ser preocupante que o impacto deste



género televisivo no processo socializador tenha um efeito massificador de tais quadros valorativos.

Conclusão

Nesta exposição defende-se a importância do género televisivo realista na aquisição de quadros próprios de uma cultura pós-moderna assente no culto do indivíduo e da imagem. Esta tendência assume particular relevo se atentarmos à franca invasão do mercado televisivo pelo género, e adquire um perfil estrutural quando as crianças são espectadores e multiplicadores das mensagens veiculadas no processo socializador.

Quer-se para a televisão um papel emancipador dos indivíduos, exige-se que se afirme como impulsionadora do *empowerment* das comunidades mas, acima de tudo, urge que se constitua como bússola orientadora de uma ordem social fraterna e humanista. Será capaz de o fazer quando recentes e mais democráticos meios se afirmam no horizonte mediático? Neste preciso momento o Médio Oriente experimenta enormes movimentos de transformação social cuja mobilização vem sendo operada a partir do *Twitter* e do *Facebook*, o que permite apreender a importância destes meios na construção da opinião pública num primeiro momento, mas também o seu papel nas grandes mudanças sociais que afectam milhões de pessoas a longo prazo. A televisão detém ainda responsabilidades enquanto agente socializador da infância, ou tende a ser substituída por outros agentes informáticos globalizados?

Independentemente destas reflexões, a prevenção da massificação de *egos narcísicos* deverá ser feita na instância de socialização primordial, a família, que deverá mediar o consumo televisivo das crianças e adoptar práticas educativas mitigadoras da competitividade e satisfação imediata. E essas práticas terão necessariamente que passar pela participação activa da criança como método facilitador da apreensão. Também os estados deverão manter um papel regulador imparcial e descomprometido de interesses corporativos, de forma a garantir o acesso dos cidadãos a conteúdos que contribuam para a emancipação cultural e o estímulo do juízo crítico dos indivíduos, dentro de um quadro mais abrangente de políticas educativas e sociais que impulsionem o potencial maior de cada um e todos os cidadãos.



Referências:

- Almeida, A. (2009). *Para uma Sociologia da Infância*. Instituto de Ciências Sociais. Univ. Lisboa, Lisboa.
- Belloni, M. (2009). *O que é Sociologia da Infância*. Ed. Autores Associados. São Paulo.
- Casey, B., Casey, N., Calvert, B. French, J., Lewis, J. (2008). *Television Studies – The Key Concepts (2nd Edition)*. Routledge. Oxon.
- Cachazo, C. (S.A.). *La violencia audiovisual y sus efectos evolutivos: un estudio teórico y empírico*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- Derenne, J., Beresin, E. (2006). *Body Image, Media, and Eating Disorders*. Academic Psychiatry, 30:257-261.
- Gerbner, G., Gross, L. (1976). *Living with television: the Violence Profile*. Journal of Communication. Acedido a 12-02-2011 em: <http://onlinelibrary.wiley.com/journal/10.1111/%28ISSN%291460-2466>
- Jacobson, K. (2008). *Renovating the American Woman's Home: American Domesticity in Extreme Makeover: Home Edition*. Legacy: a Journal of American Women Writers, Volume 25, Number 1, 2008, pp. 105-127 (Article).
- Lipovetsky, G. (1989). *A Era do Vazio*. Ed. Relógio de Água. Lisboa.
- Marzochi, I. (2005). “*Antes e depois*”: *Reality shows de intervenção, reformatação do corpo e produção de esquecimento*. Palestra “Comunicação e culturas urbanas”. V Encontro de Núcleos de Pesquisa da Intercom. Rio de Janeiro.
- Maz, M. (S.A.). “*Las series son como a vida*”- *el significado para las Adolescentes de la ficción televisiva*. Estudios de Periodismo - Universitat Pompeu Fabra. Barcelona.
- Millan, M. (2006). *Reality Shows – uma Abordagem Psicossocial*. Psicologia Ciência e Profissão, 26:190-197.
- Pinto, M. (2000). *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Ed. Afrontamento. Porto.
- Maia, R. (coord.), Silva, S. (2002). *Dicionário de Sociologia*. Termo *Socialização*. Porto Editora, Porto.
- Wikipedia (2011). *Reality Television*. Acedido a 15/02/2011 em: http://en.wikipedia.org/wiki/Reality_television.
- Winslow, L. (2010). *Comforting the Comfortable: Extreme Makeover Home Edition's Ideological Conquest*, *Critical Studies in Media Communication*, 27: 3, 267 — 290.