



---

**ARTIGO ESPECIAL**

---

## *Televisão e educação sexual*

### *Television and sexual education*

Luiz Fernando M. Pinto \*

#### **Resumo**

O autor considera a televisão como fator que influencia a (des)educação sexual da adolescência. Analisa o papel do erotismo na televisão como fator disfuncional na educação sexual da juventude.

Em função da sua penetração, acessibilidade e conteúdos atraentes e sedutores, a televisão pode ser considerada uma fonte alternativa e um eficaz instrumento de (des)educação sexual porque nela os adolescentes encontram informações que satisfazem a sua curiosidade acerca do mundo sexual dos adultos. Isso ocorre por um processo de erotização cada vez mais explícito, que abusa de uma liberdade de expressão e exibição cada vez mais liberal e veicula informações sexuais de todos os tipos: ora fiéis e corretas, ora tendenciosas, preconceituosas, ambíguas e distorcidas.

*J. pediatr. (Rio J.). 1995; 71(5):248-254: televisão. educação sexual, erotismo.*

A televisão, como meio de comunicação de massa, não é intrinsecamente boa nem má. A programação da televisão é fruto dos interesses da classe dominante e dos detentores do poder midiático. Os diretores, produtores e executivos colocam no ar a programação que lhes convém, política, social e financeiramente. Em determinados momentos a televisão pode ser boa, educativa, hilária, informativa, perspicaz, mas em outros pode estar submissa aos interesses, acima referidos, dos executivos das redes que defendem acirradamente as suas posições, assentadas no argumento ambíguo de que a mídia oferece ao público aquilo que ele deseja: sexo e violência.

Além das funções manifestas de entreter e informar, a televisão e os demais meios de comunicação de massa têm,

#### **Abstract**

The author describes television as a factor of influence in the sexual (mis)education in adolescence. He considers the role of eroticism in television as a disfunctional factor in the sexual education of youth.

In accordance with its pervasion, accessibility and attractive and seductive contents TV may be considered an alternative source and an efficient instrument of sexual (mis)education, because adolescents find in it a lot of information that satisfies their curiosity about the sexual world of adults. This occurs through a process of more and more explicit eroticism that abuses the freedom of sexual expression and exhibition and transmits all kinds of sexual information: faithful, correct, tendentious, pre-conceptual, ambiguous and distorted.

*J. pediatr. (Rio J.). 1995; 71(5):248-254: television, sexual education, eroticism.*

também, funções latentes, que atuam através de efeitos não desejados ou não pretendidos explicitamente. Quando esses efeitos indesejáveis são negativos para o sistema social no qual ocorrem, eles podem ser considerados como disfunções midiáticas. Os subprodutos indesejáveis da violência e do erotismo são as manifestações mais evidentes deste processo disfuncional. Cabe questionar até que ponto a televisão pode ser responsabilizada, como agente direto deste processo, e até que ponto a subcultura da violência e do erotismo, importada de países desenvolvidos, através de programas de televisão, pode exercer influências em países em desenvolvimento, como o Brasil. Os programas de televisão e os telespectadores do nosso país não diferem muito do padrão médio das outras nações, e não podemos perder de vista o fato de que o Brasil é, também, um grande exportador de telenovelas para quase todo o mundo. Por isso mesmo, as conclusões de pesquisas realizadas nos EUA e Europa sobre o assunto podem, com razoável margem de segurança, ser extrapoladas para o nosso meio<sup>1</sup>.

---

\* Psiquiatra e Psicanalista.

Professor Adjunto da Universidade Federal da Bahia.

Membro do Comitê de Saúde Mental da Sociedade de Pediatria da Bahia.

*“Há uma distinção entre aprendizado incidental e aprendizado subliminar. As múltiplas informações de ordem política, social ou filosófica transmitidas pelos programas de entretenimento não são subliminares: são claramente expressas e qualquer um pode percebê-las e processá-las. Não há nada de subliminar nisso. As pessoas que assistem aos programas de entretenimento podem não ter a intenção de aprender noções sócio-político-filosóficas mas, não obstante, elas aprendem essas noções ao longo dos programas. É uma forma secundária de aprendizagem, mas definitivamente não é subliminar”*<sup>2</sup>.

Atkin<sup>2</sup> concorda com Altenfelder<sup>1</sup> e afirma, também, num seminário realizado em São Paulo sobre a televisão e a criança, que as conclusões a que chegaram os pesquisadores norte-americanos sobre este assunto são confiáveis e podem ser aplicadas ao Brasil e outros países, embora deva haver uma certa prudência contra o abuso das generalizações desordenadas. Este autor acha que, se as mesmas pesquisas fossem repetidas no Brasil, observada a mesma metodologia, os resultados seriam bastante semelhantes, pois a televisão pode ser considerada uma experiência singularmente universal, visto que a programação exibida no Brasil é, em tudo, semelhante à exibida nos EUA: noticiários fornecidos por agências internacionais, esportes, música, seriados, filmes educativos, etc. Muitas vezes o programa exibido é o mesmo, diretamente importado dos EUA e apenas dublado no nosso país. Ademais, o conteúdo programático é mais semelhante do que diferente; isso corre por conta do fato de que os EUA dominam o sistema de exportação de entretenimento e notícias na maior parte do mundo, e a sua influência cultural é universalmente marcante. Além disso, as crianças e adolescentes tendem a reagir aos conteúdos programáticos da televisão de uma maneira muito similar, não importa em que parte do mundo elas estejam. Portanto, as conclusões básicas das pesquisas norte-americanas sobre televisão podem ser aplicadas ao Brasil<sup>2</sup>.

A televisão e outros meios de comunicação de massa podem ser considerados fontes alternativas de (des)educação sexual, porque nelas as crianças e os adolescentes encontram informações que satisfazem a sua curiosidade acerca do secreto mundo sexual dos adultos. Os outros meios de comunicação, cinema, revistas, rock, etc. erotizaram-se, também, muito rapidamente, tornando-se cada vez mais explícitos sexualmente e, muitas vezes, apelando com mais desenvoltura para a liberdade de expressão e exibição do que a própria televisão.

A televisão norte-americana oferece cerca de 14.000 referências, insinuações e comportamentos sexuais a cada ano, sendo que poucas delas dizem respeito ao controle da natalidade, abstinência ou responsabilidade sexual<sup>3</sup>. Somente agora, com o boom da AIDS, a mídia passou a divulgar anúncios de preservativos e a promover campanhas oficiais de prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, divulgando, assim, informações valiosas que os adolescentes tanto necessitam. O sexo sempre esteve a serviço da publicidade para a venda de qualquer tipo de mercadoria,

desde refrigerantes, sabonetes, bebidas alcoólicas e automóveis de luxo. Nunca, porém, foi utilizado para educar a juventude e contribuir para prevenir a indesejável gravidez da adolescente.

Durante um longo período, houve carência de estudos sistematizados e científicos sobre o assunto, mas, nos últimos anos, os especialistas começaram a inquietar-se e, a partir dos estudos sobre a influência da violência na televisão, passaram a estudar, também, paralelamente, os efeitos do erotismo na televisão sobre a vida sexual dos adolescentes, tentando romper, assim, a longa conspiração do silêncio sobre o assunto.

Conforme Strasburger<sup>3</sup>, quando as crianças de hoje tiverem 70 anos de idade, elas terão dispendido 7 anos de suas vidas assistindo televisão. Para este autor, os adolescentes assistem, em média, 23 a 24 horas de televisão por semana, sendo que, aproximadamente, um terço desta audiência ocorre durante o horário nobre, e um quarto dela, após as aulas. Segundo este autor, quando se diplomarem no curso secundário, os adolescentes americanos terão dispendido 15.000 horas diante do aparelho de televisão, e apenas 11.000 horas em estudo formal em salas de aula. Isso representa um investimento significativamente superior na audiência à televisão do que em qualquer outra atividade, exceto no tempo dispendido no ato de dormir<sup>3</sup>.

Uma investigação recente constatou que 2/3 dos adolescentes norte-americanos têm seus próprios aparelhos de televisão, instalados nos seus quartos e, dentre eles, um número maior ainda dispõe de televisão a cabo com, pelo menos, um canal de transmissão direta de filmes cinematográficos. A mesma pesquisa constatou que os pais destes adolescentes raramente impõem restrições acerca dos horários permitidos para audiência de televisão<sup>3,4</sup>. Uma outra pesquisa revelou que os adolescentes dispendem, em média, 12 horas semanais em convívio com seus pais, em atividades diversas, incluindo, principalmente, o horário das refeições; mas, a maior parte deste tempo era consumido à mesa de refeições e/ou assistindo televisão neste horário. Assim, o tempo investido sozinho em companhia dos pais correspondia, por dia, à metade do tempo assistindo TV<sup>5</sup>.

Estudos realizados de 1987 a 1988, na televisão norte-americana, buscando avaliar o conteúdo de comportamentos sexuais exibidos na televisão, permitiram a quantificação deste material. Os achados foram os seguintes: os telespectadores assistem mais de 27 casos diversos de comportamentos sexuais por hora. O conjunto de redes de televisão transmitem, anualmente, aproximadamente 65.000 casos de material sexual durante a tarde e no horário nobre. Do total deste material transmitido, os adolescentes assistem, aproximadamente, 14.000 casos por ano. Destas 14.000 referências sexuais, apenas a irrisória cifra de 165 situações refere-se a conteúdos ligados à educação sexual propriamente dita, a doenças sexualmente transmitidas, controle da natalidade ou aborto. Isso representa a insignificante proporção de 1:85. No período em que a pesquisa foi realizada, não foi constatada a veiculação de qualquer anúncio referen-

te a produtos de controle da natalidade. Foram observados vários anúncios referentes à AIDS, porém nenhum deles fazia referência ao uso de camisinhas. A referência direta a elas só tem ocorrido mais recentemente com o agravamento da prevalência da AIDS. Mas, ainda assim, o anúncio das camisinhas permanece inseparavelmente vinculado diretamente ao problema da AIDS.

Outra interessante pesquisa, levada a efeito por Buchta<sup>6</sup>, sobre a posição da televisão ante o sexo e os contraceptivos, realizada em 1989, junto a pais de adolescentes e adolescentes de ambos os sexos, constatou que a maioria dos pais pesquisados era favorável a este tipo de anúncio. Dentre os oitenta e três por cento dos pais que responderam positivamente à pesquisa, oitenta e nove por cento eram pais de adolescentes masculinos, e noventa e dois por cento de adolescentes femininos. O uso da mídia como veículo educativo na promoção e controle da natalidade e prevenção de doenças sexualmente transmissíveis entre a população adolescente, foi considerado benéfico por eles.

O autor acredita que, se essa pesquisa tivesse sido realizada cinco anos atrás, os resultados teriam sido bastante diferentes. Para ele, a AIDS mudou radicalmente a maneira de pais e de adolescentes encararem alguns aspectos da sexualidade. Enquanto a questão era apenas pertinente à gravidez, os pais mantinham uma posição mais conservadora e vinculada à moral convencional e social, optando pela manutenção do *status quo* concernente à educação e controle da natalidade e prevenção das doenças sexualmente transmissíveis. Contudo, com o advento da AIDS, doença causadora da morte de quem a contrai, a necessidade coletiva dos pais de protegerem a vida dos seus filhos foi fortemente mobilizada. Os pais deixaram de lidar com uma questão estritamente cultural/ social/ moral/ ética/ religiosa e passaram a enfrentar a questão da vida ou da morte de seus filhos. Para os pais, a AIDS era o fator primordial da sua aceitação à campanha referida, vindo a gravidez e o controle da natalidade em segundo lugar. No entanto, para as adolescentes do sexo feminino, a situação era inversa. Elas aceitavam a propaganda educativa, considerando a prevenção da gravidez e o controle da natalidade em primeiro lugar e a AIDS em segundo, por acreditarem que sabiam se defender dela, selecionando parceiros sexualmente confiáveis. Tanto os adolescentes quanto seus pais consideravam que este tipo de propaganda representaria um valioso e importante papel educacional, no que diz respeito à educação sexual, quanto à prevenção da gravidez e da AIDS. O medo da AIDS, sem dúvida alguma, abriu um largo e amplo caminho para estimular a comunicação e o diálogo entre pais e adolescentes.

O autor conclui, então, que a televisão tem uma forte e grande influência na educação das crianças e adolescentes e que a mídia pode ser utilizada com vantagem para oferecer e promover a oportunidade do controle da natalidade e prevenção de doenças transmissíveis na população adolescente. O anúncio de camisinhas, se feito de maneira pertinente e com bom gosto, pode ser o primeiro passo no

processo de uma melhor comunicação e informação na complexa área da educação sexual das crianças e adolescentes<sup>6</sup>.

Bergman<sup>7</sup>, a propósito afirma:

*“É possível que o aparecimento do anúncio pertinente de camisinhas na televisão, numa tarde ou noite de domingo, no decorrer de um jogo de futebol importante, seja mais capaz de diminuir o índice de gravidez nas adolescentes do que cinco anos de investimentos e trabalho de instituições federais, estaduais ou municipais que mantêm programas dirigidos à saúde dos adolescentes.”*

Outras pesquisas constataram, também, que as novelas apresentavam um percentual cada vez mais alto de conteúdos sexuais em relação aos demais programas do horário nobre e que suas cifras de incidência oscilavam em torno de 50%. A linguagem da televisão, quanto às questões sexuais, deixou de basear-se apenas na insinuação, como fazia anteriormente, e tornou-se mais direta, franca, objetiva e explícita. Este tipo de apresentação do sexo na televisão iniciou-se em 1987/1988. Já antes disso, porém, a incidência de referências verbais ao sexo vinha se elevando rapidamente a partir do fim da década de 1970. Agora, situa-se em torno de uma referência a cada hora, o que é 35 vezes maior do que o seu índice em 1975. Na televisão norte-americana a sugestão e a insinuação verbal atingiram seu ápice em torno de 1979, mas a freqüência de sugestão física continua a aumentar, significativamente, a cada dia; por outro lado, vale referir que as novelas aumentaram o seu conteúdo sexual em 21% a partir de 1980 e em 103% a partir de 1982<sup>3,8</sup>.

A maioria dos pesquisadores concorda que as novelas apresentam o que há de mais sensacionalista e inexato acerca da sexualidade normal do adulto. O sexo extraconjugal é retratado cerca de 8 vezes mais freqüentemente que o sexo entre cônjuges; 94% dos encontros sexuais ocorridos são entre pessoas não casadas entre si<sup>4</sup>.

Nas novelas, embora nunca haja referência à anticoncepção, é extremamente raro que as mulheres engravidem e nunca houve registro de uma mulher adquirir alguma doença sexualmente transmissível numa relação sexual na televisão.

Na televisão norte-americana, os homossexuais raramente aparecem como personagens de novelas e, quando aparecem, em geral, são retratados como vítimas ou vilões, nunca como cidadãos inseridos na vida cotidiana, como os demais personagens<sup>9</sup>. As novelas brasileiras também trilham por este mesmo caminho e raramente incluem homossexuais entre os seus personagens.

A televisão americana é muito erotizada e a publicidade recorre freqüentemente aos temas sexuais para aumentar as vendas dos produtos anunciados. Pesquisas revelam que as adolescentes norte-americanas dispõem, por ano, aproximadamente 5 bilhões de dólares na compra de cosméticos. Em 1977, quase um terço de todos os anúncios veiculados no horário nobre da televisão apelava para a atração sexual e a



juventude ou a beleza feminina. Nos comerciais de TV, como núcleo de atração, predominavam as situações em que havia forte apelo erótico e atração física de mulheres jovens e belas<sup>10</sup>.

### Televisão e informação sexual

A educação sexual da criança e do adolescente ocorre de três maneiras diferentes:

1 - De forma direta e formal, através da educação e informações recebidas através da família, da escola ou de campanhas educativas oficialmente dirigidas.

2 - De maneira autodidática e informal, através de acertos e erros cometidos na busca pessoal e individual da experiência sexual.

3 - De maneira indireta, também informal, através dos modelos sociais que rodeiam a criança e o adolescente, exercendo alguma forma de influência sobre ele. As fontes mais importantes deste tipo de informação são a mídia e os diversos ambientes sociais, nos seus variados segmentos.

As pesquisas e as análises de conteúdo dos programas televisivos podem revelar o que é mostrado às crianças e adolescentes, mas, na realidade, não podem revelar o que eles aprendem, de fato, em contato com esses materiais de conteúdo sexual. Em função da sua penetração, sua acessibilidade e seus conteúdos atraentes e sedutores, a televisão torna-se um eficaz instrumento de (des)educação sexual. Assim, ela passa a atuar como um educador sexual alternativo, capaz de fornecer informações sexuais de todos os tipos, fiéis ou tendenciosas, corretas ou distorcidas.

Essa (des)educação sexual midiática induz os telespectadores a fantasiarem o mundo real como se ele fosse estruturado da mesma forma como é retratado na televisão. Assim, o mito sexual televisivo cria a utopia do pan-sexualismo hedonista e do retorno ao princípio do prazer permanentemente.

Assim, para fazer sexo, bastaria apenas a empolgação, a excitação e o consentimento mútuo dos parceiros. Isso faz com que os adolescentes sexualmente ativos nem se preocupem com a contracepção porque, para eles, o sexo apenas acontece e não há tempo para se preparar uma relação sexual, que acontece ao acaso, sem planejamento prévio<sup>11</sup>.

Uma investigação recente nos EUA constatou que os adolescentes relataram que a televisão era igualmente encorajadora, ou mais encorajadora ainda, acerca do sexo, do que seu(sua) melhor namorado(a) e que a TV podia criar, entre os adolescentes, a fantasia de que todos estariam praticando sexo descontraindo e livremente, e se locupletando de prazeres, exceto eles, na sua supostamente tola abstinência. Esta situação pode contribuir de maneira decisiva, firme, lenta e gradativa para a diminuição da idade de início da vida sexual dos adolescentes, conforme vem ocorrendo nas duas últimas décadas<sup>12</sup>.

Este tipo de fonte de informações raramente discute e avalia as atividades sexuais ou controle da natalidade. Os programas de educação sexual nas escolas, por sua vez,

também atingem pouco a adolescência, em virtude da sua obsolescência e inadequação. Raramente esses programas escolares são abrangentes e satisfatórios a ponto de atender aos interesses, curiosidade e necessidades dos adolescentes. Somente cerca de 10 a 20% deles têm algum conteúdo aproveitável. Quando isso ocorre, deve-se mais ao interesse e formação pessoal do professor, do que aos programas em si mesmos, que, geralmente, não vão além de algumas aulas elementares, formais e preconceituosas sobre anatomia e fisiologia do aparelho reprodutor.

Na maioria das vezes, quando o aluno tem acesso a esse tipo de informação capenga e desatualizada, ele já iniciou, há muito tempo, a sua vida sexual, de maneira intuitiva e experimental, e a adolescente ou já está grávida, ou já se submeteu ao seu primeiro aborto. Assim, além de inúteis pela pobreza do seu conteúdo, essas informações quase sempre chegam tarde demais, trafegando pela contramão da sexualidade adolescente. Muitas vezes os adolescentes reciclam entre si as poucas informações de que dispõem - corretas, distorcidas ou incompletas - e os parceiros(as) sexuais transformam-se em mestres, educadores e transmissores de um suposto saber sexual que, na realidade, não têm, revezando-se entre si no papel de educadores sexuais improvisados dos colegas menos informados.

Estudos realizados nos EUA, em 1981, revelaram que as fontes de informação sobre sexo considerada mais importantes eram, em primeiro lugar, os companheiros(as) e parceiros(as) sexuais, situando-se, em segundo lugar, os próprios pais.

Outra importante e muito citada pesquisa realizada pelo National Institute of Mental Health, sobre a influência do erotismo na televisão, revelou que os adolescentes americanos reconheciam como as principais fontes de influência sobre o seu comportamento sexual, em primeiro lugar os parceiros, depois os genitores e, finalmente, os meios de comunicação<sup>13</sup>.

No entanto, pesquisas realizadas junto aos pais, indicavam que eles se consideravam a fonte mais importante de educação sexual para seus filhos, situando-se os meios de comunicação em segundo lugar. Esses achados revelam, portanto, uma significativa discrepância entre a visão dos adolescentes e a visão dos pais sobre a hierarquia de valores das fontes de informação sexual na adolescência.

O Relatório Harris, realizado em 1986, no entanto, investigou 1000 adolescentes em todo o país e parece confirmar a posição privilegiada dos genitores como educadores sexuais, gerando uma controvérsia sobre o assunto. No entanto, questiona o relatório, considerando-se que os amigos e os genitores são, por sua vez, também influenciados pela televisão, é possível que haja um efeito cumulativo e extensivo da televisão que supere todos os outros e esteja previamente embutido na educação que está sendo transmitida pelos pais e companheiros. Considerando-se este efeito cumulativo, a influência da televisão supera todas as outras. Considerando-se, também, que a TV é amplamente ubiqüitária, sua influência sobre os primeiros 18 anos de vida pode

ser tão lenta e insidiosa que os adolescentes nem mesmo se conscientizem acerca de como e quanto são influenciados por ela.

O Relatório Harris de 1987 investigou 1250 adultos em toda a nação e constatou que mais de 80% dos adultos acham que a TV exerce grande influência sobre os valores e o comportamento dos adolescentes; 64% acham que a TV encoraja o adolescente a se tornar sexualmente ativo e 66% acreditam que a TV dá uma imagem distorcida ao adolescente sobre o sexo<sup>14</sup>.

Não há a menor dúvida de que a televisão pode ser considerada o meio mais eficaz para divulgação de informações sobre a AIDS. Numa outra pesquisa realizada entre 2.000 adultos, em 1988, os investigadores constataram que 96% dos telespetadores tinham ouvido alguma referência acerca da AIDS, nos últimos três meses que antecederam à pesquisa e 73% achavam que a TV estava realizando um trabalho eficiente na educação do público contra essa doença.

*“Não há a menor dúvida de que a TV é um educador sexual eficaz e importante, ainda que as mensagens por ela transmitidas nem sempre sejam exatas, saudáveis ou específicas para a idade. Contudo, nas vidas dos adolescentes, é possível que a TV seja o mais importante educador sexual, porque os genitores, as escolas e os companheiros são fontes ineficazes; a TV é consumida em grande escala desde os 2 anos de idade, durante a infância e a adolescência; a programação e os anúncios da TV são freqüentemente sensuais e, muitas vezes, os adolescentes acreditam que aquilo que vêem na TV seja real. Essa crença na realidade é maior entre crianças e adolescentes mais jovens, que são os maiores consumidores de TV, e entre as adolescentes, grupo em que ocorrem os maiores índices de gravidez”*<sup>11</sup>.

### **Afinal, o que a televisão ensina?**

Inúmeros estudos têm comprovado a indiscutível capacidade da televisão não só para transmitir informações mas, sobretudo, para moldar atitudes e determinar valores, através de uma ação direta e indireta sobre a percepção que os telespetadores desenvolvem acerca do comportamento e da realidade social. Esta influência contribui decisivamente para o estabelecimento das normas culturais e para a interpretação das mensagens relativas aos comportamentos retratados e vigentes.

*“As atitudes dos adolescentes são maleáveis e a TV proporciona-lhes o primeiro vislumbre real do mundo secreto do sexo do adulto, antes que possam aprender de experiência de primeira mão. Em consequência disso, ela pode oferecer aos adolescentes roteiros para o seu comportamento sexual, ensinando-lhes acerca dos papéis do sexo, da resolução de conflitos e dos padrões de gratificação sexual que seriam incapazes de observar e obter em outro lugar e em outras fontes”*<sup>18</sup>.

Essa situação pode confundir o adolescente que, em plena efervescência da sua crise de identidade pessoal e

sexual, vive o epicentro da crise na busca da elaboração do luto pela perda da sexualidade infantil e dos papéis sexuais infantis, ora em plena mutação. A capacidade que ele tem para perceber as múltiplas alternativas e múltiplos apelos sexuais que lhes são expostos e apresentados pela televisão e pelo mundo circundante como sendo a via régia para a satisfação dos prazeres hedonistas não são acompanhadas pela maturidade e capacidade necessárias para a escolha adequada das prioridades a serem assumidas.

As adolescentes que mais intimamente se identificam com os seus ídolos da televisão e que acham que os modelos sexuais que elas representam na telinha são a exata representação da sexualidade que elas comunicam na vida real, em geral, são pessoas insatisfeitas com a própria sexualidade: se ainda são vírgens, estão insatisfeitas com a sua virgindade, e se são sexualmente ativas, estão insatisfeitas com o seu desempenho sexual<sup>9</sup>.

O Relatório Guttmacher, realizado nos EUA, revelou que os mais altos índices de gravidez na adolescência ocorrem naquele país, superando os índices comparativos com outros países desenvolvidos, com os quais foi estabelecido o paralelo. Este relatório afirma que os adolescentes norte-americanos parecem haver herdado o que há de pior em relação a sua exposição às mensagens acerca de sexo veiculadas pela televisão, cinema, música, rádio e outros meios de comunicação. O relatório chega às seguintes conclusões:

*“A televisão, o cinema, a música e o rádio informam aos adolescentes que o sexo é romântico, excitante, divertido; que o sexo e as relações pré-conjugais são formas altamente gratificantes de prazer que eles observam entre os adultos com os quais convivem.*

*Não obstante, ao mesmo tempo e contraditoriamente, as jovens recebem mensagens ambivalentes que afirmam que as moças decentes devem dizer não ao sexo.*

*Quase nada do que vêem ou ouvem na televisão sobre sexo lhes informa acerca da anticoncepção ou da importância em evitar a gravidez; ouvem mais acerca de abortos e estupros do que acerca da contracepção. Tais mensagens levam a uma ambivalência que reprime a busca de comunicação e expõe a adolescente a um maior risco de gravidez, nascimentos ilegítimos e abortos”*<sup>16</sup>.

A televisão tem assumido o papel de principal educador de crianças e adolescentes nos EUA. Isso aconteceu não por opção, mas por omissão dos segmentos responsáveis pela educação das novas gerações. Ainda que ela pudesse - como efetivo meio de comunicação - usar o seu poder de uma forma positiva para conduzir a juventude a um aprendizado positivo acerca das relações humanas e da sexualidade, atualmente ela é mais negativa do que positiva<sup>3</sup>.

Endossamos inteiramente o ponto de vista de Strasburger e achamos que as suas idéias aplicam-se, também, à televisão brasileira, em concordância com as idéias defendidas por Atkin e Altenfelder<sup>1</sup>. Vale ressaltar, outrossim, que as raízes do erotismo são mais abrangentes e mais profundas do que a própria televisão, considerada em si mesma como

meio de comunicação e veículo direto e indireto de educação de massa. Na verdade, as raízes do erotismo nascem e crescem no lar, na vida comunitária, nas experiências sociais em geral e, sobretudo, no mundo interior de cada um, estruturadas, dinamizadas e potencializadas pelo tipo de personalidade do sujeito.

Através da sua potente influência, a televisão otimiza e favorece a liberação dos impulsos pré-existentes, normais ou perversos, de cada um. É sabido que a comunicação de massa nunca age por si própria, isoladamente, sobre um indivíduo. Qualquer que seja o seu efeito, ele será fruto de uma ação conjunta, de um conglomerado de forças determinantes e causais, dentre as quais as duas mais importantes são as estruturas da própria personalidade individual e suas interações com os grupos sociais. Assim, o erotismo na televisão poderá exercer influências significativas nos usos e costumes de uma comunidade, mas não modificará, jamais, a estrutura intrínseca da natureza humana.

A televisão, como os demais órgãos de comunicação social, apresenta o mundo como ele é e não como gostaríamos que fosse. O erotismo sempre existiu, antes mesmo do advento da televisão, e não seria a censura ou extinção deste privilegiado meio de comunicação de massas que baniria os seus excessos e os males por eles provocados. As situações geradoras destes fenômenos sociais continuariam, ainda assim, a existir e não tardariam a encontrar formas vicariantes de expressão. Não há, porém, como eximir a televisão do seu papel de agente (des)educador da infância e da adolescência.

É indiscutível a importância e a influência dos meios de comunicação de massa nos grandes centros urbanos. Esses canais de comunicação transformam-se em potentes veículos de comunicação social, que transmitem modos de comportamento e ideologias capazes de influenciar, significativamente, as massas.

A televisão modela, como a escola, os hábitos e os comportamentos da população, dominando seu pensamento e regendo e determinando seus hábitos, qualquer que seja o tipo de sociedade - socialista ou capitalista - porque a sua força é maior do que a força do próprio regime social vigente. A televisão reflete o conflito entre as pressões inovadoras e as pressões conservadoras. O resultado desse confronto torna-se explícito através do discurso midiático ambivalente que procuramos esboçar neste artigo.

Em muitos setores, a televisão conseguiu substituir a igreja, a escola, a família, os partidos políticos, os sindicatos, etc., até então instâncias de socialização do indivíduo e fontes de transmissão do saber social. A televisão nos informa sobre o que ocorre no mundo e nos fornece os dados com os quais elaboramos o conhecimento do nosso ambiente e da nossa suposta realidade. Este saber - em todas as áreas do conhecimento - nos chega através de uma nova forma de expressão e transmissão imagética, fundamentada numa cultura factual e num conhecimento *prêt-à-porter*.

Através da televisão as crianças e os adolescentes estão cada vez mais bem (?) informados sobre tudo que ocorre ao

seu redor, porém de uma maneira fragmentada e superficial, na maioria das vezes distorcida. Daí resulta um nível de informações folhetinesco, inconsistente e superficial. Hedonista quando se trata das questões sexuais. A relação com o saber torna-se pouco assimilada e mais difusa, porque a criança e o adolescente buscam mais o que é prazeroso e lúdico do que o que é cognitivo. Neste particular, a televisão é suficientemente pródiga para conquistar o interesse infantil e juvenil e mantê-los subordinados à sedução pelo erotismo.

Não temos a menor dúvida de que a televisão tornou-se um instrumento ideológico, modelador, destinado a elaborar e alimentar a ética e a estética vigentes no sistema hegemônico. Qualquer que seja o sistema, as influências estudadas no percurso deste artigo são inevitáveis e representam a expressão de um poder cultural, decorrente do poder econômico e político, que operam conjuntamente, para a dominação do Estado.

A partir dos pensamentos expostos neste artigo, podemos concluir nossa exposição com uma recomendação: o pediatra deve, acima de tudo, acima da sua própria condição de médico, ser um cidadão consciente e engajado socialmente, para que possa exercer uma pediatria plena, integrada e socialmente vinculada, para que ele não seja apenas um agente de prescrição de medicamentos ou um mero pedinte de exames complementares. O pediatra deve ser, também, um educador alternativo e um ser humano sensível e integrado aos problemas sociais da sua comunidade.

Com este artigo, nas suas recomendações explícitas neste epílogo e implícitas no decorrer de todo o texto, estamos procurando chamar a atenção dos pediatras para a importância que a televisão exerce no mundo infantil e adolescente, ao tempo em que recomendamos que a sua relevante responsabilidade social seja assumida em toda a sua plenitude.

#### Referências bibliográficas

1. Altenfelder M. Os Meios de Comunicação e os Direitos Humanos. Cadernos de Comunicação PROAL 1978;3:7-8.
2. Atkin C. Tendências Atuais em Pesquisa sobre a Criança e a Televisão. Cadernos de Comunicação PROAL 1978;4:40-44.
3. Strasburger VC. A Sexualidade da Adolescente e os Meios de Comunicação. Clínicas Pediátricas da América do Norte. Rio de Janeiro, Interlivros, 1989; Vol 3:89.
4. Greenberg BS, Abelman R, Neuendorf K. Sex on the Soap Operas: Afternoon Delight. J. Communication 1981;31:83-89.
5. Csikszentmihalyi M. The Pressured World of Adolescence. Planned Parenthood Review 1986; Spring 2-4.
6. Buchta RM. Attitudes of Adolescents and Parents of Adolescents Concerning Condom Advertisements on Television. J Adolescent Health Care 1989; 10:220-223.
7. Bergman A. Condoms for sexually active adolescents. Am J Dis Child 1980; 134:247-9.
8. A.C.Nielsen Company. Report on Television. New York: A.C. Nielsen Company, 1984.

9. Lowry DT, Love G, Kirby M. Sex on the Soap Operas: Patterns of Intimacy. *J Commum* 1987; 31:90-96.
10. Baran SJ. Sex on TV and Adolescent Sexual Self-image. *J Broadcast* 1976; 20:61-68.
11. Harris L et al. Public Attitudes About Sex Education, Family Planning and Abortion in the United States. New York: Planned Parenthood Federation of America, 1986.
12. Mewcomer SF, Broen ID. Influences of Television and Peers on Adolescents' Sexual Behavior. Paper presented at the American Psychological Association Meeting, Toronto, Canada, August 26, 1984.
13. Pear D, Bouthilet L, Lazar J, eds. Television and Behavior: Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties. Summary Report, Vol. 1 Rockville, Maryland: National Institute of Mental Health, 1982.
14. Attitudes about Television, Sex and Contraception Advertising. New York: Planned Parenthood Federation of America, 1987.
15. Silverman-Watkins LT. Sex in the Contemporary Media. In: Maddock JW, Newbeck G, Sussman, MB, eds. *Human Sexuality and the Family*. New York: Haworth Press, 1983.
16. Jones EF, Forrest JD, Goldman N, et al. Teenage Pregnancy in Developed Countries: Determinants and Policy implications. *Fam Plann Perspect* 1985; 17:53-63.

Endereço para correspondência:

Rua Ceará, 1072 - Apto. 1301 (Pituba) - Edif. Villa Del Rey  
CEP 41.830-451 - Salvador - Bahia  
Fone: (071) 248.6692