HAL
open science

QUE MONSTRO TE MORDEU ?: análise semiótica e abordagem educomunicacional

Mariana de Souza Gomes, Audrey Bonjour

To cite this version:

Mariana de Souza Gomes, Audrey Bonjour. QUE MONSTRO TE MORDEU ?: análise semiótica e abordagem educomunicacional . Revista Mídia e Cotidiano, 2015, 7 (7), pp.140-155. hal-01266890

HAL Id: hal-01266890

https://hal.science/hal-01266890v1

Submitted on 9 Feb 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Revista Mídia e Cotidiano
Artigo Seção Temática
Número 7. Nov. 2015
Submetido em: 20/09/2015
Aprovado em: 28/10/2015
© 2015 by UFF

QUE MONSTRO TE MORDEU ?:
análise semiótica e abordagem educomunicacional[1]

QUE MONSTRO TE MORDEU ?:
semiotic analysis and educommunicational approach

Mariana de Souza GOMES[2]; Audrey BONJOUR[3]

Resumo: O corpus do presente artigo é a série infantil *Que monstro te mordeu?*, exibida na televisão brasileira desde novembro de 2014. O estudo do programa dar-se-á em duas etapas: a primeira pretende analisar o monstruoso e suas representações morais e sociais à luz da semiótica. A segunda etapa é consagrada à análise da série sob o prisma da educomunicação.

Palavras-chave: Monstruoso; Educomunicação; Televisão.

Abstract*: The corpus of this article is the children's series* Que monstro te mordeu?*, broadcast on Brazilian television since November 2014. This study will be done in two stages: the first analyses the monstrous and their moral and social representations to as seen from a semiotic perspective. The second stage is devoted to analysis from the perspective of educommunication.*

Keywords: *Monstrous; Edu communication; Television.*

[1] Parte deste trabalho foi apresentado na Jornada Doutoral "*Le Souci de Soi*" em 29 de novembro de 2014 na Université Sorbonne Nouvelle – Paris 3 por Mariana de Souza Gomes.

[2] Doutoranda em Ciências da Informação e da Comunicação na Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3 e membro do CEISME (Centro de Estudos de Sons e Imagens Midiáticos). / marianaufrj@yahoo.com.br.

[3] Professora da Aix-Marseille Université em Ciências da Informação e da Comunicação, membro do laboratório IRSIC (Instituto de Pesquisa em Ciências da Informação e da Comunicação). / audrey.bonjour@univ-amu.fr.

Introdução

Com todos os novos meios de assistir televisão (tablets, smartphones...) e os novos formatos concebidos para as mídias, a televisão modifica sua forma de apresentar seus programas a fim de continuar a fidelizar seus telespectadores. Isto é válido igualmente para o público infantil, para quem a programação televisiva é cada vez mais exigente, tendo em vista a aparição massiva de canais a cabo consagrados a este público.

No Brasil, a série *Que monstro te mordeu?* é exibida pelos canais TV Cultura, TV Rá-Tim-Bum e Discovery Kids, sendo os dois últimos canais a cabo e o primeiro, público. De produção da Primo Filmes e Caos Produções, em parceria com o SESI (Serviço Social da Indústria) e a TV Cultura, o diretor Cao Hamburger cria a presente série dedicada ao universo infantil. Esta série é concebida de forma que o lúdico e o aprendizado sejam reunidos sem ser categoricamente moralizadores. Trata-se de um programa que oferece pistas às crianças de como se socializar e sobretudo como discutir sobre problemas atuais ou sentimentos.

Desta forma, este presente artigo pretende questionar as estratégias de comunicação visual e de dramatização da série *Que monstro te mordeu ?* que buscam a articulação do lúdico e do educativo. Será também nosso objetivo descrever como esta série é conduzida a um espaço de expressão educomunicacional.

Nosso corpus é constituído de 50 episódios – que têm cada um por volta de 30 minutos – desde novembro de 2014 até hoje. Nossa análise semiopragmática será feita à luz de Boutaud (1998, 2007, 2013) e Jost (2004, 2007, 2011) assim como uma perspectiva educomunicacional (BONJOUR, 2011, 2014 ; SOARES, 2011, 2014).

Em um primeiro momento, nós estudaremos as relações que entretém a televisão com as crianças de forma recíproca. Em seguida, nós apresentaremos um estudo semiológico do monstruoso, para enfim analisar o programa sob a perspectiva educomunicacional – em especial o papel de transmídia (JOST, 2014).

A televisão e as crianças

Contexto de uso no Brasil

A programação concebida para crianças merece uma atenção particular pois através da televisão uma criança pode estar em contato com o mundo exterior e fazer uma ideia do mesmo, aprendendo a como se socializar, se comportar ou até mesmo como exercer seu papel em uma determinada sociedade. É necessário afirmar que os horários escolares dividem-se geralmente em turnos (manhã ou tarde); desta forma as crianças são mais suscetíveis de ver televisão e o conteúdo que ela exibe merece uma atenção particular.

Atualmente, as crianças estão habituadas às novas tecnologias, como os tablets e os smartphones que são considerados como uma ferramenta para uma nova pedagogia, visto que eles oferecem um leque de informações acessíveis a todos. Entretanto, este binômio educação-infância pode ser prejudicado se estas tecnologias são utilizadas sem uma didática prévia que procure evitar a dispersão dos alunos.

O Programa nacional de tecnologia educacional do governo da presidente Dilma Rousseff[4] distribui tablets unicamente aos professores a fim de familiarizar os alunos com o digital, o que provoca reações positivas e negativas da parte de pais e dos professores.

Não trata-se de discutir, neste presente artigo, sobre os efeitos nocivos destas ferramentas tecnológicas às quais os professores têm acesso, mas sim de mostrar como esta discussão sobre o tablet na escola prova a que ponto a multiplicidade de telas é presente no desenvolvimento das crianças. Segundo o psiquiatra Serge Tisseron (2014, p. 25), os tablets são vendidos como uma ferramenta educativa, entretanto o digital poderia prejudicar as capacidades cognitivas da criança sobretudo aos que têm menos de três anos. Seria então necessário estabelecer um equilíbrio para que o digital não ocupe o lugar das atividades tradicionais, caso contrário a criança poderia ser fragilizada e interferiria na construção de um pensamento organizado e lógico.

[4] http://www.fnde.gov.br/programas/programa-nacional-de-tecnologia-educacional-proinfo/proinfo-tablets.

É assim que o debate sobre as telas e as crianças releva a questão do papel educomunicacional dos programas exibidos. De acordo com dados obtidos pela agência de pesquisas GfK, as vendas de televisores no Brasil aumentaram 45% no primeiro semestre de 2014 em relação ao mesmo período em 2013[5]. Nós podemos assim constatar que apesar da pluralidade das telas, a televisão tem sua importância em relação ao público. Esse lugar importante é modificado segundo os progressos tecnológicos, adaptando suas funções para oferecer assim outras formas de ver uma obra audiovisual.

A televisão tem um lugar importante desde a segunda metade do século XX, quando a compra de um aparelho televisor se democratizou. Ela é um meio que permite a oferta da informação e da cultura, sobretudo àqueles que não têm acesso através de outros meios. Assim, ainda hoje é importante discutir sobre a qualidade dos programas infantis. Este debate diz respeito não somente aos professores, pesquisadores e pais como a todos os cidadãos.

Esse questionamento em termos de qualidade de conteúdos não é novo. Em 1981, em um relatório encomendado pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para a educação, a ciência e a cultura) intitulado "O impacto da televisão educativa sob as crianças" (HOLTZMAN & REYES-LAGUNES, 1981, p. 49), os autores descrevem a força paradoxal da mídia televisiva no Brasil, oscilando entre alienação individual e regressão social ou *empowerment*, emancipação e progressos sócio-econômicos :

> A televisão brasileira tem um grande papel na mudança de atitudes, nas estruturas sociais e nos modos de pensamento e comportamento sociais tradicionais. [...] Há muita violência na televisão, muitas telenovelas melodramáticas e pressões – exibidas ou nos bastidores – dos anunciantes publicitários; cede-se pouco lugar à educação, à cultura e à informação enquanto os programas de entretenimento e de fuga da realidade estão em voga.[6]

Esta afirmação tem lugar ao constatarmos que a segunda telenovela mais longa da televisão brasileira é destinada ao público infantil. Com 545 episódios, Chiquititas perde apenas para "Redenção" (1966) da extinta TV Excelsior, que teve 596 capítulos. A

[5] *Cf*. http://www.gfk.com/br/news-and-events/press-room/press-releases/paginas/venda-de-eletroeletronicos-cresce-e-canal-on-line-confirma-tendencia-de-expansao.aspx.

[6] Tradução livre de Mariana de Souza Gomes.

telenovela adaptada por Íris Abravanel e exibida pelo SBT (Sistema Brasileiro de Televisão) teve médias de 11 e 12 pontos de audiência, cada ponto equivalendo a 67 mil residências em São Paulo (*cf.* LIMA, 2015).

Promessas catódicas

De acordo com o semiólogo François Jost (2004, p. 37), a televisão estabelece uma comunicação com seu telespectador através do conceito de "promessa", que engaja um laço entre os dois comunicantes. Uma comédia promete nos fazer rir e um *thriller* promete nos dar medo, por exemplo. Segundo o semiólogo, "este modelo exige do telespectador uma contribuição ativa, ainda que esta não tenha ocorrido durante a promessa".

É através desta promessa que uma obra audiovisual pode provocar uma reação esperada em seus telespectadores, que por sua vez se comprometem em assistir um programa ou um canal. Os programas destinados às crianças têm uma dupla promessa: divertir e educar. Vale ressaltar que uma criança raramente escolherá um programa porque ele pode educá-la; é a dimensão lúdica que atrai sua atenção em um primeiro momento. Desta forma os programas ou canais para crianças enviam uma dupla promessa aos pais (educação) e às crianças (diversão e entretenimento).

Distrair, informar e educar foram os objetivos da televisão, que se entrecruzam em diferentes e múltiplos gêneros audiovisuais. Também é através destes objetivos que este meio é visto de uma maneira dialética. Segundo Dafna Lemish (2007, p. 18), a televisão criou grandes expectativas naqueles que pensavam este meio como uma ferramenta de educação. De um lado, alguns acreditavam que a televisão poderia levá-los a desconstruir valores morais ou educativos, por outro lado, pensava-se a televisão como um grande difusor de conhecimentos, de cultura, que poderia desenvolver a criatividade e a imaginação das crianças.

Entretanto não é necessário apresentar um modelo de televisão educativa para crianças, como se este meio substituísse professores ou responsáveis. Arlindo Machado critica este modelo intitulado "televisão educativa". Segundo ele, a televisão deve ser um meio com suas próprias linguagens pois "se ela é [concebida de maneira]

inteligente, ela educa bem”[7]. Esta inteligência pode ser caracterizada como um tipo de qualidade de um programa ou canal.

Se a televisão é presente no âmbito familiar desde os anos 50, o conceito de qualidade na televisão aparece somente trinta anos mais tarde com a publicação de *M.T.M.: Quality Television*, livro editado pelo órgão público inglês British Film Institute (MACHADO, 2009, p. 44). Segundo François Jost (2011, p. 15), não há nomenclatura para definir uma programação cultural, visto que se trata de um adjetivo. Assim, poder afirmar que um programa é cultural engaja uma discussão de julgamento(s) de valor e um questionamento sobre o que é a cultura em si.

Vale afirmar que os programas culturais podem ser programados bem tarde na grade de programação. Segundo Camille Brachet (2011, p. 82), por razões econômicas, os programas culturais são transmitidos durante os horários de baixa audiência, considerando que tais programas não podem atingir um grande público.

Pensa-se a qualidade de uma programação cultural através dos conteúdos exibidos e seu caráter moral ou de aprendizado. No contexto de um público infantil, poderíamos qualificar um programa como cultural se ele instrui sendo lúdico.

Como explicitado anteriormente, no Brasil os horários de aula se repartem geralmente entre os turnos da manhã e da tarde. Nas famílias sem meios para contratar uma babá, por exemplo, é a televisão que ocupa seu lugar, daí o conceito de babá eletrônica ou a figura do grande Outro – a dimensão simbólica do Pai – (DUFOUR, 2007) com um papel que não se substitui ao pedagogo (daí não falarmos de televisão educativa) mas à parentalidade enquanto função física mobilizada em todo indivíduo que deva cuidar de um outro, ajudá-lo a crescer e a se desenvolver (razão pela qual questionamos a perspectiva educomunicacional do programa).

Esta maneira de assistir televisão é caracterizada como “uso estrutural” (LEMISH, 2007, p. 17-18): os pais escolhem a televisão para que as crianças tenham um barulho através dos personagens que dão a impressão de que eles não estão sozinhos ou simplesmente para um barulho de fundo enquanto eles fazem outras atividades. Ao

[7] http://www.youtube.com/user/SonharTV, consultado em 30 de setembro de 2014.

questionarmos sobre a perspectiva educomunicacional do programa, nós propomos pensar um deslocamento dos usos da televisão du estrutural ao "relacional" (*Ibid.*)

O mundo imaginário de Que monstro te mordeu ?

Figuras monstruosas e comunicação simbólica

Após o grande sucesso de Castelo Rá-Tim-Bum – que foi honrado com uma exposição no Museu da Imagem e do Som de São Paulo em 2014 e no Centro Cultural Banco do Brasil do Rio de Janeiro em 2015 – Cao Hamburger cria, com Teodoro Poppovic, uma nova série na televisão dedicada às crianças. Exibida em 50 capítulos, cada um de duração em torno de 25 minutos, a série consiste em mostrar os medos, os sentimentos e as adversidades que uma criança pode passar ou testemunhar durante sua infância. A série ganhou o prêmio ComKids Festival 2015 – Prix Jeunesse Iberoamericano na categoria ficção audiovisual de 7 a 11 anos.

Cada episódio mostra como o Mundo dos Monstros é perturbado por un monstro que contamina os outros personagens. Com o objetivo de tratar de pequenos problemas com os quais as crianças convivem, esta série tem um tema diferente por episódio, como o consumo precoce (representado pelo monstro Romeu Umbigo) ou de comida rápida (representada pelo monstro Deliverson), ciúmes, medo, os perigos da má utilização da Internet ou temas que podem ser banais para os adultos mas que merecem uma discussão, ou até mesmo uma definição, como a família ou mesmo a guerra.

Na série, cada tema abordado é representado por um monstro desenhado previamente por crianças durante uma oficina e em seguida é enviado ao ilustrador da produção para que ele seja redesenhado e tenha vida através de uma animação em 3D. Desta forma, o lúdico ao desenhar os personagens confere uma primeira aproximação e aceitação dos monstros por parte das crianças.

Cada tema é representado por um monstro diferente que atua com os autros personagens fixos da série, monstros interpretados por dois atores e marionetes. Identificados pelo personagem Dr. Z, um cientista monstrólogo que é pai adotivo de Lali, uma personagem meio-monstra meio-menina, os monstros são catalogados através de um nome científico. Entre os monstros encontramos o da moda, que faz com que as

pessoas não queiram mais ser elas mesmas; o monstro da zica: faz tudo dar errado; o ansiosus: nos preocupa de antemão por algo que pode ou não acontecer; de olhus nosotrus: monstro da inveja, que nos dá vontade de ser outra pessoa ou de ter aquilo que outra pessoa possui.

Paralelamente aos monstros em 3D que mudam a cada episódio em função da temática abordada, há personagens fixos como Lali (Daphne Bozaski) e Super Tom (Caio Horowicz) e as marionetes que nada mais são que objetos cotidianos, como uma poltrona rosa (Luisa), uma planta ginseng (Morgume), uma lixeira (Gorgo) ou até mesmo um monstro feito de jujuba (Dedé). Segundo Cao Hamburger, a ideia era de confeccionar personagens que não fossem esteticamente "bonitinhos"[8], como verifica-se regularmente entre outros personagens de programas para crianças. Vale afirmar que se estes monstros não são graciosos, eles também não são horripilantes, pois são inspirados pelo quotidiano e possuem formas reconhecíveis, ou tranquilizadores, como uma jujuba. Desenhados pelo designer Jun Nakao, as marionetes fazem um apelo à imaginação da criança, visto que os objetos estão presentes em nosso dia a dia e ganham vida através da série. O trabalho de concepção de marionetes e a atenção dada aos movimentos é o mérito de Beto Dornelles e Paul Andrejco, cuja experiência anterior no filme *The Muppets* confirma o interesse dos produtores em produzir uma série com uma caracterização artística.

O cenário do Mundo dos Monstros, bem como a escolha dos objetos para representar os monstros na série testemunham uma "compreensão empática de um meio ou de uma situação" (BOUTAUD, 2007, p. 8), supondo "uma relação sensível ao meio ambiente, em termo de acordo, confiança e conivência" (*Ibid.*).

In fine, o que caracteriza a parte figurativa da série, é a passagem de um espaço não somente orgânico (corpos monstruosos) a um espaço simbólico (corpo social e monstros sociais) (BOUTAUD, 1998, p. 256). Neste sentido, diferentes figuras monstruosas povoam (personagens principais e secundários) e ritmam (um episódio é correspondente a um tema ou problema social) a série.

[8] *Mais Cultura*, São Paulo : TV Cultura, 31 de outubro de 2014. Programa de TV.

Além disso, o espaço figurativo do monstruoso onde se observam formas significantes nos "remete aos processos de construção de sentido que engajam o fazer representativo do sujeito" (BOUTAUD, 1998, p. 262).

Uma experiência sensível: monstro representado, monstro social e monstro moral

Nossa análise semiótica da série se inscreve na filiação das obras de Jean-Jacques Boutaud (2013, p. 85) sobre a trindade da experiência sensível (estesia, estética e ética) e a figurabilidade da imagem monstruosa sobre três grandes dimensões: a imagem das emoções representadas, a imagem do monstro e a imagem da cena temática, isto é, o quadro performativo.

Matthieu Duperrex & François Dutrait (2011, p. 17), em uma obra consagrada ao *monstruoso*, nos lembram a definição de monstro e definem os efeitos de sentido de uma transposição do biológico ao moral:

> [...] um corpo organizado – animal ou vegetal – que apresenta uma conformidade insólita da totalidade de suas partes, ou somente de algumas dentre elas. Pela transposição do físico ao moral, o monstro significa uma pessoa cruel, desnaturada.

A metáfora do monstro na série explora todos os aspectos do monstruoso através dos medos desmistificados e representados, das normas e desvios sociais assim como os valores e proibições morais ao mesmo tempo que retrata o oxímoro do monstro gentil que esconde o rosto do 'homem vilão'.

A fim de ilustrar este propósito, citaremos dois exemplos: o Monstro da Vergonha e o Monstro da Intolerância.

Precisamos de antemão que um dos meios aos quais esta série recorreu para dialogar com outras telas é a utilização da rede social Facebook para sua promoção e do site YouTube. Neste último, o canal do programa exibe vídeos de uma duração máxima de 6 minutos. Segundo Serge Tisseron (2014, p. 25), a criança de seis a nove anos deve dividir seu tempo entre telas as quais ele tem acesso e outras atividades, como brincar, estudar, etc. Se o tempo de uso destas telas é partilhado com outras formas de sociabilização e de desenvolvimento de sua coordenação motora como o corte e cole, a visualização das telas não pode provocar riscos às crianças.

Ainda que a utilização da Internet antes de nove anos seja pouco recomendada, Tisseron (*Ibid*.) afirma que os pais devem discutir sobre os usos da Internet e de seus riscos, pois é essencial falar de sua imagem, de seu direito à intimidade, etc.

É em relação à discussão do uso da Internet que aparece o Monstro da Vergonha em um episódio da série[9]. A protagonista Lali faz um vídeo no qual ela dança, mas decide em seguida de jogar o aparelho na lixeira. Um outro monstro coloca este vídeo na *Monstronet* e Lali se sente humilhada pelos comentários e reações que seu vídeo provocou.

Um dos meios para discutir sobre o consumo precoce é a presença do personagem Romeu Umbigo; vendedor e showman, ele tenta vender todos os tipos de produtos em sua loja, Umbigo's Shopping. Pode-se pensar este personagem como uma crítica à televisão em si, visto que ele tem uma tela no lugar da cabeça, uma voz um pouco rouca, como se saísse de uma caixa de som ou de uma televisão e um slogan final para um determinado produto: "Monstro pad: você quer, você pede" – jogo de palavras entre 'pad', como Ipad e 'pede', do verbo pedir.

Assim, esta série pode engajar o "uso relacional" na qual, segundo Dafna Lemish (2007, p. 44), a televisão oferece vias de discussão a partir de cenas ou conflitos vividos pelos personagens enquanto a família vê um determinado programa. A partir do episódio mencionado, os pais podem discutir com as crianças sobre a consciência de sua imagem e de seu direito à intimidade. Nós podemos então afirmar que esta série não aprende somente o saber enciclopédico, como também as habilidades para a vida.

Durante o episódio[10] do Monstro da Intolerância, vê-se bem as inter-relações entre todos os planos de construção semiótica da imagem monstruosa: semióticas sinestésica, do objeto, situacional e interacional bem como discursiva (BOUTAUD, 1998, p. 282) se acumulam na construção de uma forma significante e de uma experiência sensível. Com efeito, neste episódio, o Monstro da Intolerância vem perturbar a vida normal dos habitantes do Mundo dos Monstros e os Monstro-meias decidem de se separar dos Monstro-luvas, ao passo que viviam até então pacificamente. No mesmo capítulo, os

[9] *Que monstro te mordeu?*, São Paulo : TV Cultura, 20 de novembro de 2014. Programa de TV.

[10] *Que monstro te mordeu?*, São Paulo : TV Cultura, 18 de novembro de 2014. Programa de TV.

Monstros Unidos fazem uma reunião onde se discute sobre uma guerra iminente entre as comunidades. O primeiro Monstro diz que "é grave", o segundo, que "com efeito, é muito grave" e por fim o terceiro diz que "é gravíssimo". Esta sucessão de adjetivos modificados por um advérbio ou seu superlativo são repetidos pelos monstros, o que permitiria à criança identificar as nuances que um modal poderia ter na língua portuguesa. Desta forma, este programa permitiria à criança aprender um conteúdo escolar ao mesmo tempo que assiste televisão, o que seria um lazer.

A respeito deste contexto pedagógico, Carolina Duek afirma que uma dose exagerada de educação e de cultura provoca uma "hiperpedagogia" na televisão (2014, p. 216). Entretanto, o lúdico, o riso e os conflitos da dramaturgia aliados aos conteúdos pedagógicos presentes na série analisada permitem reunir o educativo ao entretenimento. Por exemplo, durante a guerra dos Monstro-meias e Monstro-luvas, estes personagens se desfazem e, quando descobrem que são todos feitos de lã, decidem fazer as pazes, visto que apesar das aparências eles são feitos da mesma matéria, portanto iguais.

Perspectiva educomunicacional

A educomunicação é hoje um campo de pesquisa autônomo com uma forte dimensão empírica. Enquanto vetor de mudança e meio de intervenção social, a educomunicação se articula em torno de cinco eixos que são (1) a educação para recepção crítica, (2) as mediações tecnológicas no espaço educativo, (3) a expressão comunicativa através da arte, (4) a gestão dos processos comunicativos, (5) a reflexão epistemológica sobre a inter-relação Comunicação/Educação.

Em paralelo, desenvolvem-se pesquisas sobre educomunicação cobrindo diversos campos de estudos tais como a deficiência e Tecnologia da informação e comunicação (TIC); o meio ambiente e o desenvolvimento sustentável; a educação e a comunicação familiar e cidadã bem como a alimentação e a saúde como quadro teórico (e prático) pluridisciplinares e plurimetodológicos (BONJOUR, 2011, 2014).

A educomunicação se define especialmente pela oportunidade de acessar outras possibilidades de educação e de formação fora do sistema escolar tradicional. O

conceito de educomunicação se traduz então por uma concepção pedagógica de ensino, que se inscreve na filiação do pensamento de Paulo Freire, mas também de práticas de educação participativas onde a comunicação sob todas suas formas favoriza a mediação da relação e dos saberes (habilidades para a vida e competências). A comunicação que os educomunicadores praticam é específica; ela é simultaneamente uma comunicação positiva, responsável e engajada.

Ismar de Oliveira Soares (2011, p. 313) resume assim o conceito:

> O conjunto das ações inerentes ao planejamento, execução e avaliação de produtos e processos voltados para a criação e desenvolvimento de ecossistemas comunicativos abertos e criativos, em espaços educativos (formais, não formais ou, mesmo, informais), mediados pelas tecnologias da informação, mediante uma gestão democrática e compartilhada de tais recursos, tendo como meta a ampliação do coeficiente comunicativo dos sujeitos e a prática plena da cidadania.

Ainda que a educomunicação se aplique ao campo da educação, Lise Renaud & Carmen Rico de Sotelo (2007, p. 38) identificaram três grandes abordagens que influenciaram as comunicações no campo da saúde e que podem se aplicar ao campo educativo: a abordagem da modernização com uma comunicação linear e descendente (papel do professor ou educador), a abordagem da dependência e da autonomização (autonomia do aprendiz, *empowerment* e conscientização) e por fim do novo desenvolvimento (pedagogia ativa, comunicação participativa ou co-desenvolvimento). Nós pensamos que a educomunicação possa se definir como uma quarta abordagem, ou até uma meta-abordagem.

Desta forma, em que medida *Que monstro te mordeu ?* participa à criação de um espaço de expressão educomunicacional?

A série analisada tem por particularidade o fato de evidenciar a importância social do sentido. Os problemas e questões sociais que são discutidos transformam os atos em sentidos através de cenas sociais e territórios culturais onde predominam a “cultura da babá eletrônica”. Não se trata aqui de debater a questão sobre os efeitos benéficos e maléficos sobre o desenvolvimento e educação da criança, visto que partimos de um postulado de base empírica: número de telespectadores crescente e uma realidade social no Brasil, a TV-babá.

Portanto, o que nos interessa de fato na concepção deste programa é a "manipulação do sentido entre sujeito e objeto" (BOUTAUD, 1998, p. 245) sendo atentivo à produção/recepção destes objetos de comunicação que visam *in fine* uma mudança em ato (BERNARD, 2014, p. 90): 1. Formar ou mudar as representações sobre diversos problemas sociais; 2. Adotar o bom comportamento.

De fato, esta série é uma forma (verbal, visual e situacional) mas ela pode também ser apreendida como "um processo que implica pessoas e suas competências para manipular um sentido" (BOUTAUD, 1998, p. 245), sendo então sua força simbólica (especialmente *via* semiologia do monstruoso) e pragmática (questões educomunicacionais).

Retomando a tipologia de Lemish, de um ponto de vista estrutural o programa *Que monstro te mordeu ?* possui características que permitem classificá-lo no campo da educomunicação: trata-se de uma série de acesso à educação em um espaço educativo não-formal com questões de sensibilização, de prevenção, de educação às boas práticas – bem como *empowerment* e cidadania – , em um espaço dedicado aos programas culturais educativos.

Sob um prisma relacional, a educomunicação se define particularmente pela criação de educosistemas comunicativos. Como tal, podemos citar três exemplos que ilustram como a série se inscreve em uma dinâmica educomunicacional atemporal.

De um lado, em uma dinâmica de participação em termos gerais, os produtores da série fizeram com que grupos de crianças participassem da série através de oficinas realizadas em diferentes escolas, abrindo um espaço de discussão em torno da temática dos monstros reais e simbólicos. Em seguida, foi pedido para que as crianças desenhassem e explicitassem seus próprios monstros que a série integra por sua vez nos seus capítulos. Uma relação sócio-educativa se instaurou com estas crianças, ontem autoras de desenhos utilizados nos espisódios, hoje, telespectadoras.

Por um outro lado, a série anima uma página *Facebook* que representa o lugar de mediação entre pais, crianças e realizadores; o lugar dos pais sendo até então pouco discutido. Pode-se ver desenhos ou ainda fotos de crianças imitando as situações nas

quais os monstros se apresentam na série; fotos estas enviadas pelos pais e que ilustram a função performativa da série, isto é, transformando o sentido em ato.

Um outro exemplo traduz a sensibilidade da série diante das mensagens veiculadas em uma dinâmica de participação. Nesta mesma página *Facebook*, a personagem Luisa (marionete de poltrona rosa) era descrita em uma foto divulgada 12 de novembro de 2014 como "uma verdadeira mocinha, delicada, sonhadora e romântica"[11]. Na parte dos comentários desta foto, pode-se ver uma mãe que sublinha que a expressão "verdadeira mocinha" está atrelada a adjetivos que conotam fragilidade. Além de reagir ao comentário desta telespectadora, quinze dias depois uma outra foto da mesma personagem foi enviada pelos administradores da página com a seguinte fala: "desculpe, eu sou desajeitada e não controlo a minha força"[12]. Desta forma, toda e qualquer ambiguidade em relação à uma possível fragilidade pelo fato de uma personagem rosa e feminina ser relacionada com fragilidade foi descartada.

Considerações finais

Nós vimos que a televisão exerce um papel particular em uma sociedade, sobretudo a brasileira, onde os canais e as programações destinados ao público infantil podem ser caracterizados como a figura de um Outro (DUFOUR, 2007). Os produtores, atentos a este fenômeno, oferecem várias possibilidades de entretenimento às crianças, considerando-as como possíveis telespectadores e consequentemente adaptam seus horários de exibição na grade horária em função dos turnos escolares.

Visto que as crianças podem conhecer um pouco mais sobre uma determinada sociedade através da televisão, faz-se necessário escolher o conteúdo dos programas vistos pelas crianças como se escolhêssemos uma babá para elas.

Através do monstruoso, analisado neste presente artigo em relação à série em questão, vimos que os personagens permitem uma experiência estésica do sensível, através de personagens que, ainda que sejam monstros, são confortadores por serem

[11] https://www.facebook.com/quemonstrotemordeu/photos/pb.775255075849993.-2207520000.1442583947./803302343045266/?type=1&theater , consultado em 19 de setembro de 2015.

[12] https://www.facebook.com/quemonstrotemordeu/photos/pb.775255075849993.-2207520000.1442586493./813037235405110/?type=3&theater , consultado em 19 de setembro de 2015.

objetos quotidianos, com os quais pode-se criar uma empatia e consequentemente uma familiaridade para abordar temas menos lúdico em si, como a guerra, por exemplo.

Se a definição de programa cultural é difícil de delimitar e se a categoria de programa educativo é polêmica e discutível, podemos afirmar que a série *Que monstro te mordeu ?* é o exemplo de um programa responsável, reunindo em uma mesma obra audiovisual conteúdos educativos, culturais e lúdicos em uma dinâmica educomunicacional que se caracteriza pelo lugar primordial concedido ao transmidiático em vistas de uma participação do público.

Referências

BERNARD, F. Imaginaire, participation, engagement et empowerment. In: **Communication & Organisation**, Bordeaux, v. 45, pp. 87-98, 2014.

BONJOUR, A. Pragmatisme de l'éducommunication en milieu institutionnel. In: MEYER, V. **Les technologies numériques au service de l'usager…** Au secours du travail social? Bordeaux: Les Études hospitalières, 2014, pp. 61-75.

_____. **Usages et pratiques socio-(ré)éducommunicationnels pour les personnes handicapées mentales**. Outils informatiques et média Internet. 2011. 756 f. Tese - CREM, Université Paul Verlaine-Metz, Metz, 2011.

BOUTAUD, J-J. **Sémiotique et communication**. Du signe au sens. Paris : L'Harmattan, 1998.

_____. Du sens, des sens. Sémiotique, marketing et communication en terrain sensible, **Semen**, Paris, v. 23, pp. 45-63, 2007.

_____. L'esthétique et l'esthétique: la figuration de la saveur comme artification du culinaire, **Sociétés & Représentations**, Paris, v. 34, 2013.

BRACHET, C. **Peut-on penser à la télévision?** La Culture sur un plateau. Paris : Le Bord de l'Eau, INA, 2010, 293 p.

DUEK, C. L'enfance, la télévision et l'Etat argentin : Une discussion sur la qualité des programmes télévisés pour enfants. In : JOST, François. **Pour une télévision de qualité**. Paris : INA, 2014, pp. 207-218.

DUFOUR, D-R. Le troisième parent, **La clinique lacanienne**, Paris, v. 12, n 1, p. 49-60, 2007.

DUPERREX M. ; DUTRAIT F. Qu'est-ce qu'un monstre ?, **Enfances & Psy**, Paris, v. 51, n. 2, pp. 17-24, 2011.

JOST F. **La télévision et après**: vers le transmédia. Paris : C.N.R.S. Editions, 2014.

_____. Peut-on parler de télévision culturelle ? In: JOST, François, **Télévision** – Quelle culture pour la télévision, 2011, 2, 198 p., pp. 11-24.

_____. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004. 174 p.

LEMISH, D. **Children and Television**: a Global Perspective. Oxford: Blackwell Publishing, 2007, 257 p.

LIMA, S. **Segunda novela mais longa da TV, "Chiquititas" chega ao fim milionária**. Fonte: http://otvfoco.com.br/segunda-novela-mais-longa-da-tv-chiquititas-chega-ao-fim-milionaria/#ixzz3mB7nihfZ Postado em ago 14 2015, consultado em 19 de setembro de 2015.

MACHADO, A. **A Televisão levada a sério**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009, 247 p.

RENAUD, L. ; RICO DE SOTELO, C. **Communication et santé**: des paradigmes concurrents, Santé Publique, Paris, 19, pp. 31-38, 2007.

SOARES, I. O. Educomunicação e Educação Midiática: vertentes históricas de aproximação entre comunicação e educação, **Comunicacao e Educacao**, v. 19, pp. 15-26, 2014.

_____. Educomunicação e Terceiro Entorno: diálogos com Galimberti, Echeverría e Martín Barbero. In: MELO, José Marques de (Org.). **Pensamento comunicacional uspiano**: impasses mundializadores da Escola de Comunicações e Artes (1973-2011). São Paulo: ECA/USP / SOCICOM. 2011.

TISSERON, S. **3-6-9-12**: Apprivoiser les écrans et grandir. Toulouse : Editions Erès, 2014. 134 p.

MAIS CULTURA. São Paulo: TV Cultura, 31 de outubro de 2014. Programa de TV.

QUE MONSTRO TE MORDEU?. São Paulo: TV Cultura, 18 de novembro de 2014. Programa de TV.

QUE MONSTRO TE MORDEU?. São Paulo: TV Cultura, 20 de novembro de 2014. Programa de TV.

http://www.fnde.gov.br/programas/programa-nacional-de-tecnologia-educacional-proinfo/proinfo-tablets, consultado 19 de outubro de 2014 às 15h.

http://www.gfk.com/br/news-and-events/press-room/press-releases/paginas/venda-de-eletroeletronicos-cresce-e-canal-on-line-confirma-tendencia-de-expansao.aspx, consultado em 30 de setembro de 2014 às15 h.

http://www.youtube.com/user/SonharTV, consultado em 30 de setembro de 2014 às 10 h

https://www.facebook.com/quemonstrotemordeu/photos/pb.775255075849993.-2207520000.1442586493./813037235405110/?type=3&theater , consultado em 19 de setembro de 2015 às 20h.

https://www.facebook.com/quemonstrotemordeu/photos/pb.775255075849993.-2207520000.1442583947./803302343045266/?type=1&theater , consultado em 19 de setembro de 2015 às 20h.