



CRIANÇAS E CULTURA MIDIÁTICA: RELAÇÕES POSSÍVEIS NA BRINQUEDOTECA UNIVERSITÁRIA¹

Danielle Oliveira Freitas²

Wellington Sousa Lima²

Ramão Marques dos Santos Filho²

Evandro Salvador Alves De Oliveira³

Resumo: Vários autores discutem a cultura midiática e suas influências no cenário nacional e internacional, com especial atenção às mídias eletrônicas, como a televisão. Dentre eles, Canclini (2003) destaca que, atualmente, além da TV, muitos outros meios de informação e comunicação já fazem parte do cotidiano das crianças desde cedo. A interação com esses recursos tecnológicos produz novas formas de aprender no contemporâneo, de modo a refletir na maneira como as crianças se relacionam com os saberes e produzem sentimentos e ações sobre eles. Nesta direção, este trabalho, caracterizado como uma pesquisa intervenção, se apropria da abordagem qualitativa e tem como objetivo analisar algumas relações e influências da cultura midiática no brincar, assim como no comportamento de crianças, observadas especialmente em uma Brinquedoteca Universitária. Tem-se como foco identificar o quanto presente a mídia atravessa a vida das crianças da Educação Infantil e como ela interfere em suas culturas lúdicas. Concluiu-se, a partir dos dados coletados e analisados, que a mídia, em suas variadas formas, influencia as brincadeiras infantis, contribuindo para que iniciem uma vida de consumo desde a mais tenra idade, visíveis por meio de seus discursos e relatos. É forte a maneira como a mídia possibilita que as crianças reproduzam o que vivenciam em suas relações com o universo midiático e tecnológico. Nesse contexto, meninos e meninas são impulsionados a adquirir os produtos disponíveis e apresentados pela cultura midiática, sobretudo pela televisão, que escapam, muitas vezes, do controle dos adultos que com eles convivem e se relacionam na sociedade regida pelo capital.

Palavras-chave: Brincar. Brinquedoteca. Infância. Mídia.

INTRODUÇÃO

Sabemos e vivenciamos cenas que nos permitem compreender que as mídias estão, mais do que nunca, em quase todos os lugares, e, de certa forma, são importantes

¹ Este trabalho é fruto de um projeto de pesquisa, desenvolvido no âmbito da Brinquedoteca Universitária do Centro Universitário de Mineiros, que contou, também, com a participação de outros pesquisadores, membros do grupo de investigação coordenado pelo professor Evandro Salvador Alves de Oliveira, a saber: Francielly Maria de Souza, Marcos Suel Duarte, Laila Cristina Pereira Furtado, Cristiane Oliveira Souza.

² Acadêmicos na Unifimes do Curso de Educação Física.

³ Mestre em Educação, doutorando em Educação, na UNIUBE. Professor adjunto na Unifimes.

para a sociedade atual. É fato que uma das mídias mais acessíveis é a televisão, que ganha atenção de faixas etárias distintas, seja com novelas, filmes, desenhos, séries, entre outros tantos produtos exibidos por ela. Este trabalho aborda a relação das crianças com a cultura midiática, com especial atenção às diversas referências simbólicas que elas constroem a partir das relações e interações com os discursos midiáticos, sobretudo com os personagens que mais se destacam na mídia.

Nesta direção, como grupo de pesquisa interessado em analisar as brincadeiras e as produções de culturas lúdicas infantis, por meios das ações que realizam no interior da Brinquedoteca Universitária, tomamos a observação participante como importante estratégia metodológica, bem como intervenções lúdico-pedagógicas, a partir das questões que as próprias crianças trazem à tona no contexto educativo.

Na esteira das reflexões de Bauman (2008), ao discutir “vida para consumo e a transformação das pessoas em mercadoria”, observamos a existência de uma dominação presente veemente sobre as crianças, imposta pela mídia, a título de ilustração, por meio do cinema e desenhos animados, propagandas comerciais, em que a televisão é protagonista nesse aspecto, assim como o contato com tablets ou outros aparelhos eletrônicos, como celulares. A indústria dos brinquedos e jogos eletrônicos, por exemplo, faz com que as crianças sejam seduzidas e acabam sendo influenciadas, de modo a perseguir tais objetos e produtos que são apresentados pela mídia.

QUESTÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS NA PESQUISA COM CRIANÇAS⁴

Para a construção das reflexões aqui presentes, recorreremos à realização de coleta de dados, advindas do contato com crianças da Educação Infantil de escolas municipais de Mineiros, com faixa etária de 4 a 5 anos, que frequentam a Brinquedoteca Universitária do Centro Universitário de Mineiros – UNIFIMES. Duas vezes por semana as crianças visitam a brinquedoteca e ficam à vontade para brincar enquanto são observadas por suas professoras e pelos pesquisadores. As ações que mais chamam a atenção são registradas em um caderno de campo, que se transformam em dados a serem averiguados e analisados.

O registro de ações, cenas e episódios são feitos pelos pesquisadores envolvidos, pois os fenômenos são considerados preciosidades no processo investigativo. O ato de

⁴ A pesquisa em questão foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CONEP), e obteve consentimento e assentimento das crianças e suas professoras, envolvidas na investigação.

registrar aquilo que ocorre durante esses contatos com as crianças, oriundos de interações que se processam durante o ano inteiro, se caracteriza como um trabalho inspirado na etnografia, que se debruça sobre um determinado fenômeno e pretende captar, com densidade, informações que, posteriormente, se tornam fontes que contribuem com a ciência. Para tanto, apoiamos-nos na teoria de Geertz (1989), que ao interpretar as culturas nos fornece subsídios para esse tipo de método de investigação: a etnografia na pesquisa com crianças.

Conforme descrito por Siqueira, Wiggers e Souza (2012, p. 320), diversos estudos já “evidenciaram que figuras midiáticas ampliam suas funções quando são aproveitadas pela indústria do consumo para a divulgação de outros produtos a serem ofertados pelo mercado ao consumidor”. Nesse sentido, tal ideia reforça o que temos observado e analisado no contexto educativo como a Brinquedoteca, pois é frequente vemos crianças portando mochilas do Batman, carrinhos da Hot Wheels, sapatilhas da Barbie, etc.

Para Gilles Brougère (1984), pesquisador francês referência internacional nos estudos do brincar e das culturas lúdicas, registra várias reflexões a respeito das influências que a mídia, em especial a televisão, imprimem nas crianças. Dentre suas afirmações, encontramos algumas que traduzem com relevância esse ponto, pois para ele:

A televisão não se opõe à brincadeira, mas alimenta-a, influencia-a, estrutura-a na medida em que a brincadeira não nasceu do nada, mas sim daquilo com que a criança é confrontada. Reciprocamente, a brincadeira permite à criança apropriar-se de certos conteúdos da televisão. (BROUGÈRE, 1984, p. 60)

Trata-se de uma apropriação, como ressalta o autor supracitado, que ocorre em função do livre acesso à TV, que verificamos com expressividade na segunda década do século 21. O acesso aos conteúdos disponibilizados pela televisão permitem que as crianças reproduzam ações e discursos de modo a agregar novos elementos em suas brincadeiras.

Com bases nesses pontos e contrapontos, vemos que o brinquedo, objeto, que a criança passa a criar uma relação de apego, de posse, de perda e desgosto, a partir de situações que vivenciam no cotidiano, se tornam reações e esquemas em que elas reproduzem com outros objetos em sua vida futura (BROUGÈRE, 1984, p. 68). Passar por essas sensações é essencial na vida das crianças, visto que elas aprendem a desenvolver sentimentos, bem como constroem valores. A partir deste contato com o brinquedo na infância, ela amplia o seu repertório de experiências lúdicas e nesse enriquecimento cultural a mídia se faz presente em muitos momentos e ações.

RELAÇÕES ENTRE CRIANÇA E CULTURA MIDIÁTICA NA BRINQUEDOTECA UNIVERSITÁRIA

No decorrer do projeto de pesquisa, desenvolvido na Brinquedoteca Universitária, é comum presenciarmos fenômenos, entre as crianças, relacionados com a cultura midiática, seja nas maneiras de brincar, bem como, em seus processos de socialização. Belloni (2009) discorre sobre a socialização na infância e destaca que a mídia se caracteriza como paradoxal e emblemática na construção de processos e fenômenos relativos à socialização de crianças na cultura entre pares.

Nos encontros que acontecem na Brinquedoteca, é comum a criança assumir e interpretar um personagem que ela gosta, principalmente personagens de desenhos e de filmes, em que reproduzem ações, modos de ser e agir. Nas brincadeiras, personagens de ação, como os “Power Rangers”, são mais reproduzidos devido, possivelmente, pelo poder que eles possuem e também por conta de suas armas e lutas. Por mais que no interior do Laboratório de Ludicidade existam objetos variados, jogos e brinquedos interessantes e distintos, as crianças, em diversos momentos, no faz de conta, utilizam a imaginação para construir suas espadas, escudos e golpes – em que o poder e a força sempre imperam sobre suas condutas lúdicas.

Também é comum nas brincadeiras das crianças na Brinquedoteca Universitária, o uso de produtos que a mídia divulga em suas propagandas. O celular é um desses produtos. A Brinquedoteca possui uma grande diversidade de brinquedos e as crianças usam sua imaginação e transformam outro objeto em celular, fazem o uso deste aparelho em suas brincadeiras conversando entre eles ou, até mesmo, sozinhos, reproduzindo discursos advindos da esfera midiática, seja no contato com as mídias em casa ou outros espaços.

Durante a observação, na Brinquedoteca, uma criança chamou atenção simulando uma ligação, dizendo estar numa festa e afirmando que chegaria mais tarde em outra. Trata-se de uma reprodução advinda, do universo adulto, em que a criança interpreta e, em suas produções culturais e lúdicas, traduz ações e comportamentos que vivencia, observa, analisa – de modo a incorporar suas ações e condutas brincantes.

A pesquisa na Brinquedoteca Universitária é um espaço de produção de culturas lúdicas e de construção do conhecimento, que assegura um direito inalienável da criança, que é o direito de brincar, pois elas, ao frequentarem o espaço, manifesta em suas

brincadeiras muitas maneiras distintas de ser, de brincar e se movimentar. Percebemos, ainda, que as crianças conversam sobre elementos de programas televisivos que fazem parte de seu cotidiano, reforçando a diluição das fronteiras que separam a vida do adulto e da criança, quando dizem e opinam sobre cenas sociais da vida. São questões que aparecem fortemente em suas brincadeiras e em seus diálogos nos grupos de pares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este trabalho constatamos e analisamos que existe uma forte tendência e influência da mídia na cultura lúdica das crianças, bem como é relevante a grande presença de ações e modos de ser, reflexos de personagens que se destacam na mídias e interagem com as crianças por meio das telas, que aparecem em suas brincadeiras quando utilizam a Brinquedoteca Universitária.

Nesse sentido, a partir do contato com filmes, desenhos, jogos eletrônicos, etc, as crianças manifestam situações em suas brincadeiras que representam aquilo que é transmitido e exposto pela mídia. Assim, muitos fenômenos acontecem na vida das crianças, como aqueles atrelados ao consumismo, em que as crianças valorizam e desejam produtos e objetos que são altamente difundidos na cultura midiática.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BELLONI, Maria Luiza. **O que é sociologia da infância**. Campinas: Autores Associados, 2009.

BROUGÈRE, Gilles. **Brinquedo e Cultura**. Revisão técnica e versão brasileira adaptada por Gisela Wajskop. – 8. ed. – São Paulo: Cortez, 2010. – (Coleção questões da nossa época; v. 20)

FERNANDES, Maria; GOUVÊA, Guaracira. Criança, mídia e produção de narrativa. In: GOUVÊA, G.; NUNES, M. F. (orgs.) **Crianças, mídias e diálogos**. Rio de Janeiro: Rovel, 2009.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

SIQUEIRA, Isabelle Borges; WIGGERS, Ingrid Dittrich; SOUZA, Valéria Pereira. O brincar na escola: a relação entre o lúdico e a mídia no universo infantil. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**, Florianópolis, v. 34, n. 2, p. 313-326, abr/jun. 2012.