

O espetáculo do consumo: a relação entre crianças e mídia na educação infantil.

Juliana Costa Muller

Universidade Federal de Santa Catarina
julianacmuller@hotmail.com

Ficamos sabendo pelo narrador que as novas aventuras fizeram Peter esquecer as antigas. Que o passado para ele não existe e que o tempo nunca passa para ele. Por não ter memória, Peter vive tudo como se fosse pela primeira vez, sempre com a mesma idade. Tudo é sempre um grande início, uma aventura inaugural. Mas a verdade é que Peter nunca consegue ganhar experiência, não muda, não se transforma. Quem se transforma é Wendy. Mas Peter nem sequer percebe que Wendy já está crescendo, que seu vestido está ficando curto. (BARRIE, 2012, p. 26).

Ao estudarmos a criança e seu contexto sócio cultural de inserção, questionamentos emergem devido à presença massiva das mídias. Seja pela mídia digital ou impressa o objetivo se concentra em conquistar a criança, fazendo-a consumidora ativa dos inúmeros artefatos apresentados diariamente. Diante deste poder de conquista

das mídias, nos questionamos: - Será que nossos olhos estão percebendo a criança e o contexto contemporâneo que a envolve?



Imagens¹ como essas representam o desafio que é estudar sobre a criança e sua infância na atualidade, uma vez que mostram claramente que estão permeadas pelos campos da mídia, do consumo, da tecnologia, enfim, pelo espírito burguês. Estas representações de crianças entre cinco e seis anos, na educação infantil, foram percebidas durante a pesquisa de mestrado com este grupo que apresentava como cenário: Festa de aniversário com o bolo “Beyblade”, “Barbie” em calçados, “Cinderela” e “Homem aranha” em roupas, “Angry Birds” nos acessórios, mochilas de diversos desenhos animados e presentes de aniversários com os brinquedos mais desejados pelas crianças, como por exemplo, a boneca “Monster Ray”.

Além desta realidade voltada ao consumo, as falas e as brincadeiras das crianças por vezes também nos chamaram atenção: “Que massa meu! Teu bolo é uma beyblade gigante”. “Tú trouxe a tua beyblade hoje? Vamos fazer o duelo?”. Enquanto algumas crianças brincavam de “beyblade, outras mostravam os brinquedos que haviam trazido e

¹ Imagens derivadas da Pesquisa de Mestrado em Educação na Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, sob orientação da Profª Drª Monica Fantin (2014/1).

diziam que também iriam comprar: “Meu tênis é da Puma, meu pai disse que foi bem caro”. “Deixa eu brincar com sua “Monster”? Quando eu comprar a minha também te empresto”.

Esse é o contexto sócio cultural de parte das crianças que vivenciam sua infância na contemporaneidade, uma sedução da publicidade que apresenta diariamente diferentes objetos para consumo que são apontados como “necessários” para sua felicidade. Perante esta realidade, nos indagamos a respeito dos espaços educacionais da escola, da sociedade e da mídia que demonstram certa invisibilidade entre o senso crítico e o campo de sedução da mídia: - Estamos construindo espaços para socialização do que a mídia apresenta? De que forma, nós enquanto professores, podemos trabalhar com essa questão?

Questionamentos como esses nos fazem perceber que a escola em certo momento deixou de acompanhar a realidade da sociedade e que sim, é importante falar a respeito da mídia! Nesse momento de construção e reflexão Silverstone (2005, p. 147) vêm a tona, ao falar que “a mídia se faz. Nós a fazemos. E ela é feita por nós”. Ou seja, as crianças estão presenciando e consumido a mídia de modo, muitas vezes passivo, porque o contexto educacional muitas vezes não se encontra preparado para mediar verdades e necessidades apresentadas pela mídia.

Ao buscarmos o significado da palavra mídia, Gonnet (2004) já nos adianta e afirma que não existe uma definição única para a palavra “mídia”. Diante da infinidade de definições construídas, ela sempre nos apresentará pontos positivos e negativos presentes desde a sua constituição, desde a ideia de mídia enquanto massificadora, que com o passar dos anos vem nos atentando para a necessidade de conhecermos seus efeitos e compreendermos seu funcionamento:

A acusação se refere tanto à banalização do assassinato, do crime, na televisão (ao final da escola primária uma criança já viu, em média, 8 mil assassinatos e mais de 100 mil atos violentos) como os conteúdos da maioria dos *videogames* que giram em torno de adversário a “eliminar”. Ao contrário, a defesa em favor das mídias proporrá uma utilização educativa massiva destas novas tecnologias das quais se espera que tragam tonicidade e saber para a escola. (GONNET, 2004, p. 17).

A mídia então é “O outro”, ela informa que existe algo que não sou eu, que não é minha produção e não está sob meu controle e ainda se ficarmos sem “O outro” estamos perdidos. Silverstone (2005) percebe esse “outro”, em que sua anulação pode nos conduzir a outro patamar, o do isolamento, do aniquilamento. Essa dimensão que envolve a mídia, tratada por Gonnert (2004, p. 23), nos ajuda na aproximação do que é visto como algo rotineiro, e que em alguns momentos, não nos remete a visão crítica do que está sendo apresentado:

entende-se, para a leitura das mídias, qualquer que seja o suporte (escrito, radiofônico, televisivo). O objetivo é facilitar o distanciamento pela tomada de consciência do funcionamento das mídias, tanto de seus conteúdos como da contextualização dos sistemas nos quais elas evoluem.

A aproximação crítica e reflexiva à mídia, que por vezes é negligenciada, remete a necessidade de nos distanciarmos para compreendermos “friamente” sua abrangência:

Os sentidos culturais das sociedades contemporâneas se organizam cada vez mais a partir das mídias, que sendo parte da cultura exercem papel de grandes mediadoras entre os sujeitos e a cultura mais ampla, modificando as interações coletivas. Nessas interações, verificamos diversas fragmentações em relação ao trabalho educativo com crianças, como razão-emoção, jogo-trabalho, ciência-imaginação, e embora as crianças, teimosamente, insistem em mostrar sua junção, nem sempre ela é percebida pelos adultos. (FANTIN, 2006, p. 25).

Ainda podemos dizer que a educação e os discursos escolares vão se separando da cultura, a cultura parece que se dá no saber-fazer e a educação no saber-usar-refletir, instrumentalizar: “No entanto, ainda que a escola possa ensinar o saber-fazer visando superar tal dicotomia, se os sentidos desses saberes não forem apreendidos, isso não será suficiente”. (FANTIN, 2006, p. 26). Eis então a necessidade de uma visão crítica a respeito da mídia, um desafio apresentado pela sociedade contemporânea ao meio escolar:

Embora saibamos que nem sempre a demanda da sociedade é a mesma da escola, o papel que as mídias têm desempenhado na sociedade da informação, da comunicação, do espetáculo e, conseqüentemente, na formação dos sujeitos

deve ser discutido na escola. Por mais que fale que as atuais gerações de crianças e jovens cresceram com a TV, com o vídeo, com o controle remoto, e embora apenas uma minoria possua computador e internet (nos países periféricos), e por mais que se pergunte o que isso significa, o entendimento a respeito das mudanças propiciadas pelas mídias e pelas redes ainda está longe de ser suficientemente problematizado na escola. (FANTIN, 2006, p. 26).

Neste movimento, Fantin (2006, p. 27) ainda nos questiona: “[...] em que medida as informações estão sendo trabalhadas na escola a fim de contribuir para a interpretação do mundo?”. Percorrer alguns minutos refletindo sobre tal questionamento, nos faz perceber algo já mencionado por Fantin em 2006:

a visão desarticulada dos acontecimentos nas mídias unidas à fragmentação dos saberes escolares dificulta tal construção. Isso requer uma reflexão sobre a relação entre as mídias, a escola e as políticas sócio-econômicas mais amplas. (FANTIN, 2006, p. 27).

Essa fragmentação e a articulação entre mídia, escola e política pública nos leva a percepção da necessidade de transparência da informação, sua representatividade social e cultural nos diferentes setores da sociedade de modo que as “políticas culturais [...] possam impulsionar outros tipos de produção midiática, favorecendo o desenvolvimento de alternativas aos mercados globalizados em função dos interesses públicos e dos processos educativos e formativos”. (FANTIN, 2006, p. 27). “Mais que prover e/ou proteger as crianças dos meios há que se pensar em formas de prepará-las mais eficazmente para as responsabilidades atuais do ser criança hoje”. (FANTIN, 2006, p. 31). E o que deveríamos/devemos propor, enquanto educadores, às crianças de hoje?

Capacitá-las a partir de suas especificidades, analisar e refletir sobre suas interações com as mídias e criar condições para a participação (na medida do possível) em decisões que dizem respeito a este contexto. E isso deve estar claro nas mediações escolares, visto que a educação para as mídias não se reduz aos meios e a seus aspectos instrumentais, pois as mídias situam-se numa arena de produção de significados. (FANTIN, 2006, p. 31).

Sob a perspectiva da mídia-educação, educar *com*, *sobre* e *através* das mídias é apresentado por muitas pesquisas como algo possível, uma formação de “espectadores/produtores críticos que negociam os significados, que constroem conhecimento e que interagem de diversas formas” (FANTIN, 2006, p. 36). Desta forma, o campo metodológico da mídia-educação aponta para a reflexão teórica sobre a prática

cultural e o fazer educativo. Temos o “fazer a partir dos sentidos culturais” da sociedade, com a dimensão do “ensinar-aprender a fazer com significado” da educação, configurando uma aproximação entre cultura e educação [...]” possibilitando uma aproximação entre cultura, cidadania e educação. (FANTIN, 2006, p. 37).

Diante da sociedade do espetáculo e das necessidades, por vezes temporárias, devemos lembrar que a escola é um espaço público de promoção para um “sentido comum”, de maneira mais ou menos livre em relação a cultura letrada, que deve se preocupar com os efeitos que a cultura e a sociedade produzem nas pessoas. Ou seja, a “escola tem como missão trabalhar para desconstruir a imagem ideológica”. (Dussel, 2008, p. 186). Portanto, desde a educação infantil precisamos desafiar e possibilitar outros meios das crianças de relacionarem com o mundo, analisando e refletindo a respeito das informações.

Vamos percebendo assim a imensidão que compõe o papel do professor e dos espaços educacionais, aquele que precisa desafiar-se e desafiar as crianças para que experimentem novos ou outros saberes, construindo ou desconstruindo-os, percebendo o visível e sentindo o que está invisível aos olhos, refletindo e criando ações conforme o cenário que as crianças apresentam. Sendo assim, enquanto espaço educacional e disseminadores de saber, devemos desestabilizar nossas certezas, vivenciar o caos e permitir-se experimentar o desconhecido, a fim de fazer da criança um sujeito crítico e ativo perante suas necessidades contemporâneas.

Referências Bibliográficas

BARRIE, James. Peter Pan. Rio de Janeiro: Zahar, 2012

DUSSEL, I. La cultura visual de los docentes. Clacso: Buenos Aires, 2008.

GONNET, J. Educação e mídias. São Paulo: Loyola, 2004

FANTIN, M. Mídia-Educação: olhares, conceitos e experiências Brasil-Itália. Florianópolis: Cidade Futura, 2006.

SILVERSTONE, Roger. Por que estudar a mídia. 2ª.ed. São Paulo: Loyola, 2005.