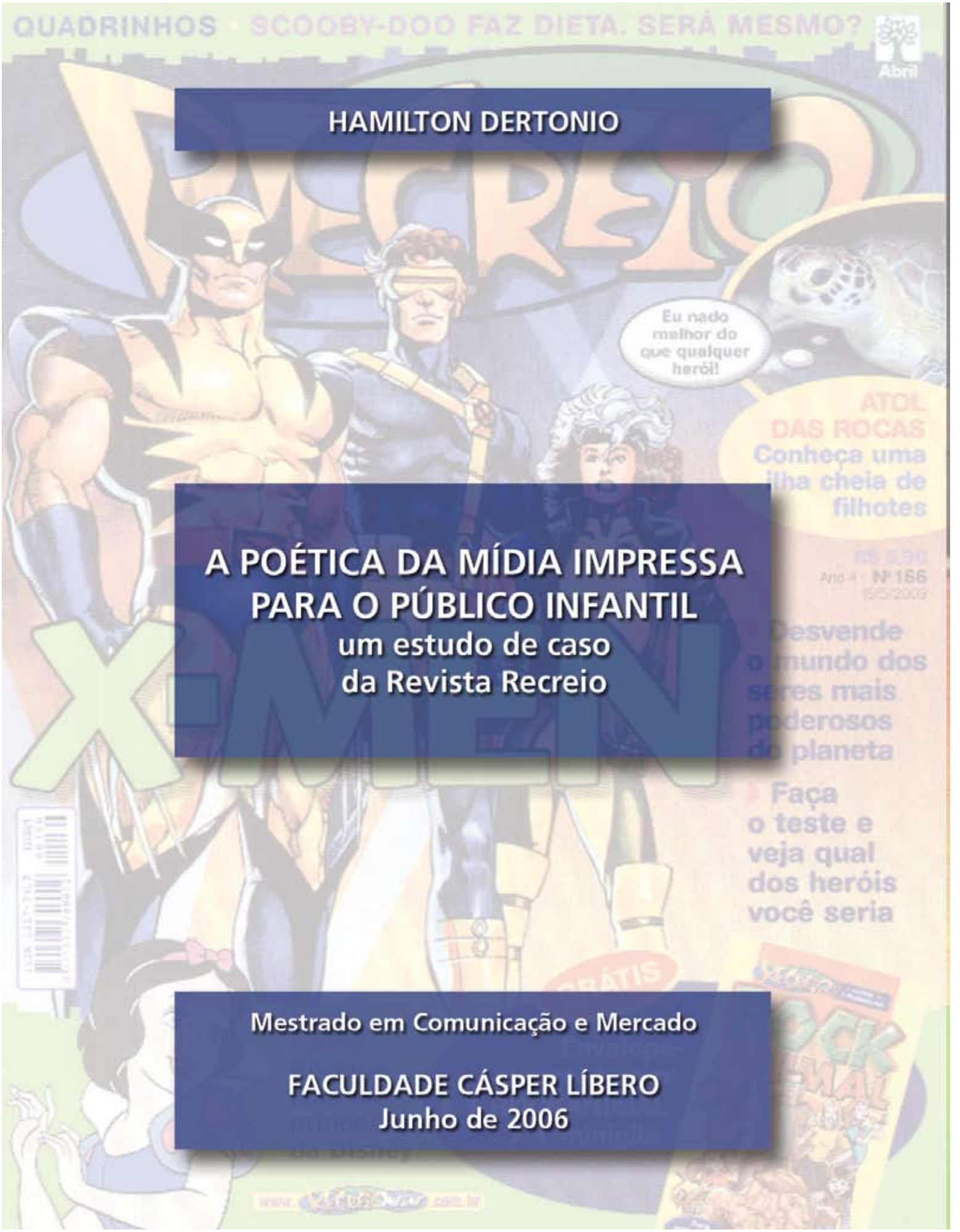


HAMILTON DERTONIO

A POÉTICA DA MÍDIA IMPRESSA PARA O PÚBLICO INFANTIL

um estudo de caso da Revista Recreio

Mestrado em Comunicação e Mercado

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
Junho de 2006

A POÉTICA DA MÍDIA IMPRESSA PARA O PÚBLICO INFANTIL

um estudo de caso da Revista Recreio

HAMILTON DERTONIO

A poética da mídia impressa para o público infantil
um estudo de caso da Revista Recreio

Mestrado em Comunicação e Mercado

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
Junho de 2006

HAMILTON DERTONIO

A poética da mídia impressa para o público infantil
um estudo de caso da Revista Recreio

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Faculdade Cásper Líbero, como exigência parcial para a obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Mercado, sob a orientação da Professora Doutora Marlene Fortuna.

BANCA EXAMINADORA

_____

_____

_____

A minha esposa, **Roberta Cesarino Iahn**, uma mulher fantástica, cujo amor, carinho e dedicação foram muito importantes na realização deste trabalho.

Agradecimentos

À Professora Doutora Marlene Fortuna, orientadora competente, por seu empenho, empolgação e dedicação nas discussões para a elaboração deste trabalho.

À Faculdade Cásper Líbero, que me incentivou a realizar esta pesquisa.

À professora Esther Schapochnik, pela delicadeza e cuidados com cada palavra revisada e pelas aulas de língua portuguesa nunca tardias, que me fizeram acreditar que posso escrever muito mais.

À Jurema Xavier Brasil, por suas indicações e pela disponibilidade em ajudar-me nos estudos sobre a infância.

Aos meus pais, Vilma e Giocondo, que perceberam em meus desenhos, ainda criança, um caminho para a minha vida profissional.

Aos meus sogros, Maria Adélia e Roberto, que me acolheram em sua família e me apoiaram durante este trabalho.

RESUMO

DERTONIO, Hamilton. *A poética da mídia impressa para o público infantil: um estudo de caso da Revista Recreio.* São Paulo, 2006, 125 pg. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Mercado) – Faculdade Cásper Líbero.

No Brasil, há 55 milhões de crianças e jovens. Monitorar suas vontades é um grande desafio, pois esta geração nasceu inserida na linguagem e nas soluções digitais, vive cercada de informação e possui a capacidade de decisão e hábitos diferenciados. Produtos da mídia, principalmente as revistas, encontraram nesse segmento potencial para o seu desenvolvimento. O objetivo desta pesquisa foi analisar, por meio de um estudo de caso, como as crianças vêem o seu tempo, interpretam os seus valores, escolhem os seus referenciais e se relacionam com a interatividade entre as mídias. Como objeto de estudo, foi escolhida a *Revista Recreio*, que permitiu observar o papel da mídia na formação do público infantil. Foi selecionada a edição 166, ano 2003, que tem como capa e matéria principal os X-Men. Esta escolha não foi aleatória, pois a história mescla elementos típicos dos super-heróis a temas como racismo, responsabilidade e política. A criança, vista como um agente fundamental de seu tempo, foi analisada sob a ótica do pesquisador russo Lev Semyonovich Vygotsky. A transformação da família, a influência da literatura, o aprendizado da escrita como meio socializador e a revolução tecnológica em curso em nossa sociedade serviram para contextualizar as discussões. A *Recreio* destaca o nicho dos 7 aos 10 anos, mas não descarta os menores ou os maiores. Ela acredita que poderá falar sobre as expectativas e vontades desse público, complementando o seu conhecimento e a sua diversão. Seus planejadores, editores e produtores gráficos esforçam-se para criar um espaço para interagir com a criança de hoje. Como um meio de informação e reprodução dos códigos culturais, a *Revista Recreio* precisa renovar-se acompanhando os processos tecnológicos e a distribuição da cultura de massa. Para a criança, o imaginário não substitui o real, mas permeia suas atitudes em relação à realidade, sendo auxiliar em seu desenvolvimento. Ao ler uma história dos X-Men, ela pode se sentir mais segura em relação à seu futuro e às mudanças que irá enfrentar na vida, porque percebe que algumas de suas características (a inteligência, o porte físico, etc.) podem ajudá-la a resolver problemas. Por também ensiná-la a pensar, essa leitura não a transformará num ser alienado.

Palavras-chaves: criança, mídia, interatividade, Revista Recreio, aprendizado, entretenimento, imaginário.

SUMMARY

DERTONIO, Hamilton. The poetry of the press media for children and young publics: a study of the Recreio Magazine case. São Paulo, 2006, 125 p. Dissertation (Master in Communication and Market) – Faculdade Casper Líbero.

There are about 55 million children and youngsters in Brazil. To monitor their wishes is a big challenge, once this generation is born inserted in digital language and solutions, lives involved in information and possesses decision capacity and differentiated habits. Media products, especially the magazines, met in this sector a potentiality for its development. The objective of this research was to analyze, by means of a study of the case, how children consider their moment, interpret their values, chose their referentials and relate themselves to the interactivity among medias. As subject of study, we have chosen Recreio Magazine, which allowed us to observe the media role in the development of a young public. The 166th edition, 2003, was selected for its cover and main subject treating on the X-Men. This choice was not aleatory. The story mixes typical elements of super-heroes to subjects as racism, responsibility and politics. The child, considered as a fundamental agent of its time, was studied under the Russian researcher Lev Semyonovich Vygotsky optics. Family changes, literary influence, the apprenticeship of writing as an environment socializer and the technological revolution in course in our society served to contextualize the discussions. The Recreio Magazine focuses the 7 to 10 year-old niche, without however discarding the younger or the older. It believes it can talk on this public's expectations and wishes, complementing their knowledge and diversion. Its designers, editors and graphic producers endeavor to create a space to interact with today's children. As means of information and reproduction of cultural codes, the magazine Recreio needs to renew itself following the technological processes and the mass culture distribution. For a child, the imaginary does not substitute the real, but permeates its attitude related to reality, being auxiliary in its development. Reading a X-Man story, it can feel more secure on its future and the changes it will face during its life, because it perceives that some of its characteristics (intelligence, physical attitude, etc) can help it solve problems. Because it teaches the child to think, reading will not transform it in alien (abstracted person).

Key-word: child; media; interactivity; Recreio Magazine; apprenticeship; entertainment; imaginary.

SUMÁRIO

Introdução 11 a 18

Capítulo 1

A identidade infanto-juvenil e a transformação da família no final do século XX: uma questão da sociedade da informação 19 a 32

Sub-capítulos:
A criança e a evolução do seu papel social 33 a 43
A geração net: educação, informação e entretenimento 44 a 50

Capítulo 2

As novas gerações e uma antiga relação: o livro, a escrita e a educação infantil 51 a 58

Sub-capítulos:
Vygotsky e a teoria do desenvolvimento da criança 59 a 73
O estímulo ao conhecimento e à cidadania: a literatura infantil 74 a 85
A história da Revista Recreio: a mídia na construção do referencial infantil 86 a 92

Capítulo 3

Análise da Revista Recreio: um estudo de caso 93 a 100

Sub-capítulo:
Mutantes do Bem: a história dos X-Men nas páginas da Recreio 101 a 112

Considerações Finais 113 a 118

Bibliografia 119 a 125

REVISTA SEMANAL
19
Recreio
ESCOLAR
a revista brinquedo
Aventuras de
MACACOTE E
PORCO PANÇA
LEIA E PINTE, RECORTE E BRINQUE
VAMOS FAZER UM BRINQUEDO
QUE SE MOVE COM O VENTO?

INTRODUÇÃO

Introdução

No final do século XX, as questões relacionadas com a economia de mercado e a organização sóciocultural de países em desenvolvimento são debatidas com fervor nas salas de aula, nas igrejas e na mídia. Nessas discussões, as críticas à grande desigualdade na distribuição de renda aparece como um dos fatores que dificulta a formação intelectual e emocional das crianças, além de negar a oportunidade de acesso às melhores condições de sobrevivência: moradia, alimentação e educação.

Embora o desenvolvimento tecnológico tenha gerado a proliferação de produtos, que resultou em ciclos de consumo, ele é considerado prejudicial para a evolução do homem enquanto ser social.

Não estará envolvido com o mundo atual, ou seja, não compreenderá os sinais e códigos da evolução humana, aquele que não entender a informação e a tecnologia como os dois principais fatores de aproximação do real. A criança que não decodificar linguagens, inclusive a da informática, e não for capaz de utilizar as informações adquiridas por meio do processo de aprendizado sinestésico não será capaz de compreender o seu mundo nem dele participar.

No Brasil, há 55 milhões de pessoas pertencentes ao grupo de crianças e jovens. O potencial de influência deles nos resultados de vendas e de marketing de empresas é imenso. Por isso, crianças e jovens ganham exclusividade nos estudos de tendências de comportamento, que, por sua vez, direcionam a sobrevivência dos negócios voltados para esse público.

Milhares de produtos são lançados ao mercado com uma obsolescência planejada muito agressiva. Estes produtos cativam principalmente as crianças e os jovens. Monitorar suas vontades é um grande desafio, pois esta geração nasceu inserida na linguagem e nas soluções digitais e, por isso, vive cercada de informação e possui a capacidade de decisão e hábitos diferenciados. Todavia, este consumidor em potencial é refém da violência urbana e da desigualdade social.

Gilberto Xavier, neurologista do Instituto de Biociências da Universidade de São Paulo, acredita que o jovem não tem capacidade cerebral maior para o processamento de informações. O que ele faz é a eliminação do excesso ou do que não lhe é necessário naquele momento. Para o especialista em marcas Martin Lindstrom, a seleção de informação que as crianças executam está associada à capacidade de filtrar a informação que recebem. As crianças aprendem sozinhas ou em grupo, na família e na escola, com auxílio da televisão e do computador. Precisam ler e escrever, brincar e experimentar várias possibilidades para o seu crescimento.

As crianças e os jovens, de hoje, obtêm facilmente mais informações que seus pais, todavia acabam por se tornar um alvo preferencial da cultura e da sociedade de massa, já que serão a principal fonte de alimentação do mercado. Como a fragmentação de opções de consumo no mercado acompanha o ritmo das tendências de comportamento, as empresas buscam identificar o que o público jovem e o infantil apresentam com maior intensidade, por meio das pesquisas que tentam desvendar o pensamento, as vontades e a disposição para o envolvimento com novas idéias.

Na pesquisa *Brazilian Teenagers Go Global*, 500 jovens mostraram, a Jaime Troiano Consultoria de Marca, que fazem várias coisas ao mesmo tempo, têm à disposição notícias e anúncios e utilizam, pelo menos, dois meios de comunicação simultaneamente. Seus sete valores capitais podem ser resumidos em: individualismo, hedonismo, conservadorismo, vida videoclipe, diluição da hierarquia, culto ao corpo e capitalismo. Sob esta perspectiva, podemos considerar que a sociedade de massa encontrou, na tecnologia, sua capacidade veloz de expansão e, no jovem, a possibilidade de multiplicar informações e desejos.

Produtos da mídia, principalmente as revistas, encontraram no segmento infanto-juvenil potencial para o seu desenvolvimento. A segmentação dos títulos editoriais dirigidos às crianças cresce muito a cada ano, pois se tornou possível separar por grupos de afinidade, assuntos e abordagens específicas. Uma característica importante é que a internet se transformou na grande parceira de todos estes produtos editoriais, pois é o meio de comunicação que apresenta maior identidade com esse público.

A competitividade mercadológica, cada vez mais agressiva e envolvida pela lógica publicitária na vida cotidiana, fez da fusão entre mídias uma oportunidade para o envolvimento com o público pretendido. Em contrapartida, a literatura infantil ainda é um segmento de grande sucesso nas editoras brasileiras, que possuem autores consagrados, sobreviventes à mercantilização da cultura e da educação nos últimos tempos.

A *Revista Recreio*, objeto de estudo desta dissertação, ilustra muito bem esta questão. Sua linguagem está diretamente ligada aos códigos da internet. Também seu conteúdo é apresentado

com a mesma fragmentação. Sem contar que seu site é parceiro na captação da atenção do público-alvo pretendido, as crianças de 7 a 13 anos.

Esta dissertação procurou mostrar a força do mercado editorial voltado para os produtos infanto-juvenis. Para isso, analisou a estética do marketing infantil, enfocando a mudança de comportamento vivida pela sociedade nos últimos trinta anos.

Assim, viu-se que o romantismo do educar brincando da primeira fase da *Revista* (final da década de 1960 ao início da década de 1980) acabou e que seu relançamento, no ano 2000, previu um leitor primordialmente consumidor, que trocará de revista e de diversão ao menor sinal de desgaste ou repetição. A *Recreio* atual tem um visual mais parecido com as páginas da internet, propondo outras formas de interatividade, pois a criança não se satisfaz mais em brincar e jogar com apenas uma história.

Como objeto de estudo, a *Revista Recreio* permitiu observar o papel da mídia na formação do público infantil, em um cenário rico em oportunidades de informação. A criança, como um agente fundamental de seu tempo, foi analisada sob a ótica do pesquisador russo Lev Semyonovich Vygotsky. A transformação da família, a influência da literatura, o aprendizado da escrita como meio socializador e a revolução tecnológica em curso em nossa sociedade foram analisadas para a contextualização das discussões sobre as novas perspectivas da era da informação da qual participamos.

Esta dissertação apresenta-se em três capítulos. No primeiro, *A identidade infanto-juvenil e a transformação da família no final*

do século XX: uma questão da sociedade da informação, o estudo do comportamento das gerações e das mudanças sociais e culturais ocorridas na família, na escola e na sociedade e que interferiram na formação do indivíduo permitiu recolher material e impressões sobre a criança e a evolução de seu papel social nos últimos trinta anos. Possibilitou, inclusive, verificar a interferência da tecnologia na educação, no acesso à informação e no entretenimento. Assim, este capítulo terminou por explorar a geração *Net*, que mudou a importância econômica da criança em nosso século, colocando-a como agente manipulador das ações de consumo.

O segundo capítulo, *As novas gerações e uma antiga relação: o livro, a escrita e a educação infantil*, por meio da contribuição da literatura infantil para a inserção da criança no mundo da escrita, mostra os referenciais imaginários da criança, que fortalecem a sua capacidade de explorar o mundo. Dados sobre o mercado editorial da literatura infantil indicaram a importância e a independência deste segmento editorial no cenário brasileiro, mesmo que, algumas vezes, com propostas educacionais inadequadas.

Vygotsky e sua teoria ajudaram a desvendar o processo de desenvolvimento infantil e a construção de seu aprendizado, sem o olhar condescendente ou minimalista. Essa teoria alimentou a pesquisa com uma fonte adequada para se perceber a criança inserida em seu contexto social, mas reagente às interferências a ela impostas. Neste capítulo, também, foi apresentado o início da *Revista Recreio*, quando autores como Ruth Rocha e Ana Maria Machado buscaram oferecer um recorte literário para o entretenimento, a educação e o fortalecimento da criatividade das crianças.

As fortes influências da tecnologia e da mídia transformaram a sociedade em um grande vácuo de informações e códigos que podem ser acessados ou compreendidos por meio de fenômenos culturais globalizados. O crescimento de uma criança está baseado na oportunidade da escolha, na auto-estima e no poder do aprendizado sinestésico. O domínio da escrita ou das novas linguagens da Internet garantem à criança o acesso ao conhecimento além dos processos que eram naturais até então, ou seja, a observação, a recepção dos conceitos da vida, as brincadeiras, e principalmente a convivência em grupos sociais.

O terceiro capítulo, *Análise da* Revista Recreio*: um estudo de caso*, concentrou-se em uma edição da fase de relançamento da publicação, a 166, do ano 2003, cuja capa refere-se à história em quadrinhos intitulada X-Men. Avalia o impacto dessa utilização de personagens já divulgados em outras mídias (cinema e televisão) mostrando a importância do consumo de massa na construção da linha editorial e comercial da *Revista*.

A história em quadrinhos X-Men, referência do estudo de caso desta dissertação, não foi escolhida ao acaso. Criada em 1963, ela se transformou em um grande sucesso de produtos nos últimos tempos. Filmes, revistas, cadernos, entre outros, compõem uma gama poderosa de produtos licenciados no mundo todo. Os X-Men são mutantes com super poderes, que lutam pelo planeta e, mesmo assim, são bastante incompreendidos pela sociedade por serem diferentes. A analogia que se pode traçar das personagens e da história com a adolescência e com os nossos tempos de intolerância ao desconhecido foi, propositadamente, escolhida para esta análise da Recreio.

Os X-Men não são humanos comuns, mas também não são heróis infalíveis. São heróis com problemas humanos. São mutantes porque têm poderes especiais, mas são humanos porque sentem dor, solidão e sofrem com o preconceito. A identificação das crianças e adolescentes com os X-Men inicia-se no processo de distanciamento da sociedade com aqueles que não apresentam comportamento ou características físicas padrões. Os X-Men transformaram-se em mitos modernos, porque, apesar de suas pequenas variações genéticas, são seres iguais a todo mundo.

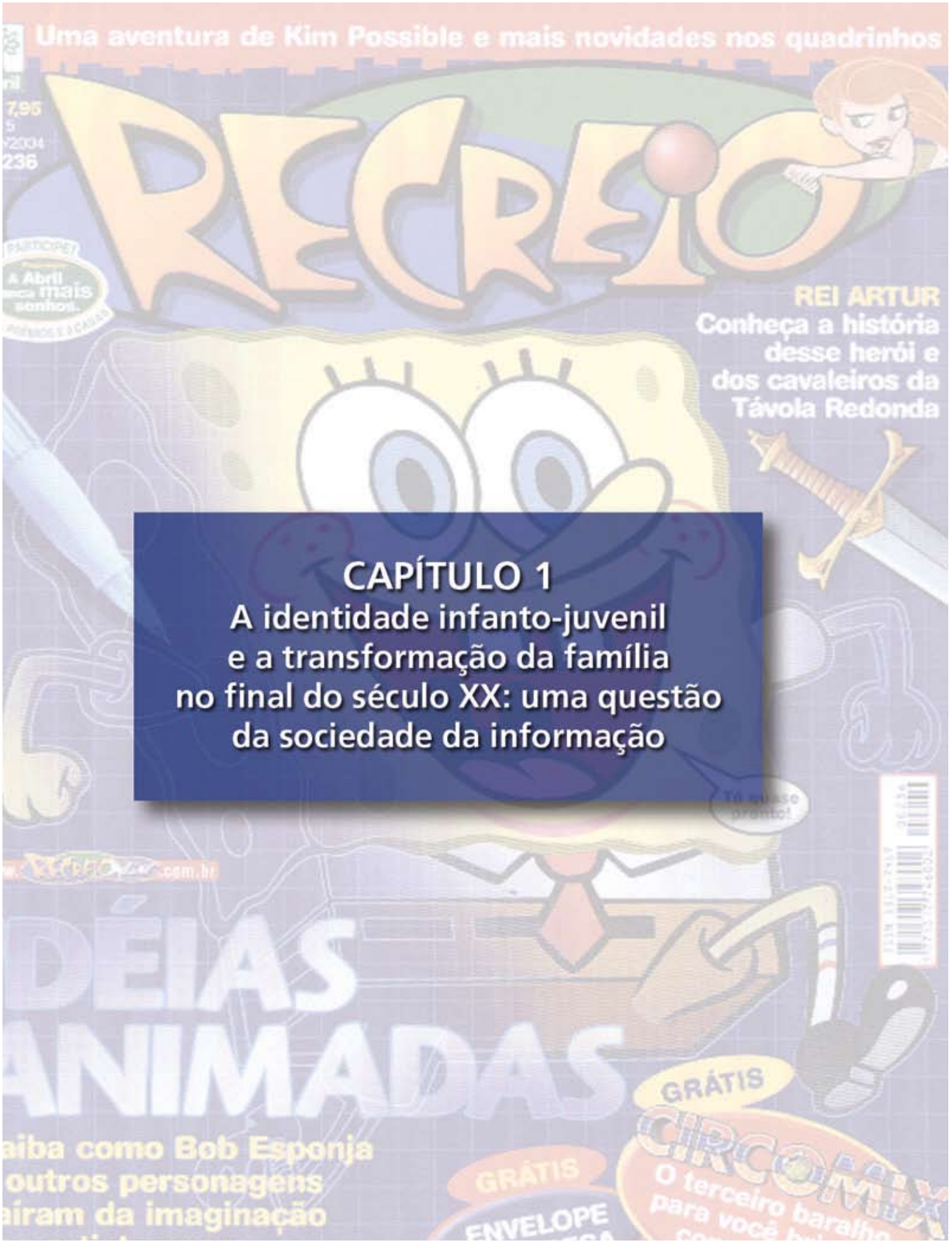
É sabido que, muitas vezes, crianças e jovens não são compreendidos, o que lhes causa muito sofrimento, pois eles necessitam viver em grupos. Cada X-Men tem uma personalidade e um talento, assim como cada jovem, o qual, apesar de dividir significados semelhantes com seu grupo, também apresenta características individuais. Esse processo de identificação acontece porque esses heróis defendem a boa relação entre todos e lutam contra aqueles que desqualificam os diferentes e que prejudicam os seres da Terra.

Vygotsky, em sua pesquisa sobre os processos do desenvolvimento humano, tinha como objetivo principal trazer para o convívio social crianças com algum tipo de deficiência, que, normalmente, estavam separadas da sociedade e até mesmo da família. O estereótipo do jovem avançado, mais aberto e tolerante disfarça uma lacuna nos anseios de uma geração. Vivendo em uma sociedade com mais possibilidades econômicas, porém com grandes diferenças sociais, este jovem está cara a cara com as diferenças, o que desperta nele uma grande insegurança e até mesmo o pânico.

Os X-Men talvez mostrem às crianças e aos jovens que as suas qualidades permitem enfrentar as dificuldades, tornado-os mais seguros de si e fortes. E isso sem lição de moral direta, ou seja, sem conselhos de pais, parentes ou professores. O super-herói está no plano simbólico, é bom e forte, como as crianças e adolescentes gostariam de ser.

Assim, os X-Men possibilitam uma identificação imediata porque eles sofrem e se defendem como qualquer outra criança ou jovem gostaria de fazer contra os seus medos e angústias e apesar do sofrimento, são vitoriosos e muito próximos do real. Estes heróis-cotidianos são atraentes e interativos. Talvez, os X-Men sejam os mais significativos, mas não se pode esquecer do menino Elliot, do filme ET, e de Woody, do desenho animado Toy Story.

Esta pesquisa traz uma reflexão sobre a estética do entretenimento voltado ao público infantil, mas que não elimina o valor da educação como um componente fundamental para o acesso às oportunidades em nossa realidade. Também mostra que, apesar de apoiada no comportamento do consumidor infantil e na relação com a cultura de massa, a *Revista Recreio*, um produto de mídia, não enxerga seu público como mini adultos. Considera-o capaz de receber informações e escolher produtos e não como uma marionete da sociedade de consumo.


Uma aventura de Kim Possible e mais novidades nos quadrinhos
RECREIO
REI ARTUR
Conheça a história desse herói e dos cavaleiros da Távola Redonda
CAPÍTULO 1
A identidade infanto-juvenil e a transformação da família no final do século XX: uma questão da sociedade da informação
DÉIAS
ANIMADAS
aiba como Bob Esponja
outros personagens
iram da imaginação
GRÁTIS
CIRCOMIX
GRÁTIS
ENVELOPE

Capítulo 1

A identidade infanto-juvenil e a transformação da família no final do século XX: uma questão da sociedade da informação

Qualquer indivíduo terá na família o arrimo para desenvolver-se social, cultural e psicologicamente. Discutir a identidade infanto-juvenil exige compreensão sobre o papel da família na sociedade atual. As mudanças vividas pela sociedade contemporânea mostram que a família, apesar de receber grande parte destas, continua a ser a instituição que é mais valorizada. Embora exista esta valorização, a crítica sobre o seu papel e posicionamento atuais também vem ocorrendo.

Figura 1: *pintura da família brasileira de Cândido Portinari*

As crianças e os jovens estão expostos a todas as transformações que a família sofreu no último século. Questões sociais, políticas, culturais e econômicas modificaram o entendimento sobre os códigos e os valores até então praticados pela sociedade. As transformações da família ganharam destaque após a Segunda Guerra Mundial. A entrada das mulheres no mercado de trabalho, a difusão dos heróis dos gibis, a explosão da cultura pop por meio da televisão e a força da indústria cultural da música e do cinema são alguns fatos que levaram as famílias a modificarem os seus valores e costumes.

O poder de produção e de consumo norte-americanos reflete-se em todo o Ocidente chamado capitalista. Nele, as famílias passam a ter o mundo dentro de casa com a televisão e recebem os efeitos do rock de Elvis Presley, dos ensaios feministas de Simone de Beauvoir e da chegada do homem à lua.

Figura 2: *TV12 da Bush, 1949. Gabinete de banquita exibe o seriado* I Love Lucy, *que estreou na TV em 1951*

A velocidade das transformações ocorridas no século XX alterou o perfil da família, principalmente nos países que tiveram forte impacto da industrialização. O ciclo da era pós-moderna vai do conformismo dos anos 40 e 50, às idéias revolucionárias das décadas de 60 e 70, ao comportamento avançado em relação às novidades tecnológicas na década de 80 e ao pragmatismo na década de 90. Estas foram as grandes mudanças que as famílias tiveram de enfrentar.

O poder agora está no consumo. As atitudes das gerações foram se transformando rapidamente para acompanhar as descobertas tecnológicas. Um novo modo de vida surge com a criação dos eletrodomésticos, a força de trabalho feminino e a busca da eterna juventude. Da geladeira ao televisor, do aspirador de pó ao minisystem, do videocassete ao microcomputador, a casa das famílias deu suporte a um novo universo de equipamentos que se substituíam em obsolescência planejada, assim como seus ícones e posturas. Entre o mundo de Francisco Alves, na década de 40, e o mundo de Sandy e Jr., nos anos 90, as mudanças foram grandes…

Os anos de rebeldia da década de 70, quando a contradição dos valores e a confusão moral permitiram grandes revoluções sociais, como a liberação sexual, foram determinantes para o entendimento da cultura contemporânea. A contestação da autoridade e os desafiadores das instituições serviram para o acúmulo das experiências históricas e culturais que culminaram nos anos 90.

Derrick de Kerckhove, ex-colaborador de Marschall McLuhan, diretor do Programa McLuhan na Universidade de Toronto, explica

Figura 3: *ícone de cada década: eletrodomésticos*

que o jovem "tem a capacidade de nos explicar o mundo na medida em que ele é transformado pela tecnologia, para que possamos viver plena individual e coletivamente."[1] Diz ele:

> O estereótipo de jovem avançado desaparecendo em uma geração bem mais conservadora, que trocou o idealismo de seus pais por um pragmatismo cínico. [2]

A família sofreu, além das motivações culturais, a grande interferência da tecnologia, o que revolucionou a identidade social dos indivíduos. Para Manuel Castells, a identidade constitui a fonte de significado e experiência de um povo. A identidade pode ser considerada, também, um processo de construção de significado com base em um atributo cultural inter-relacionado com as estruturas da sociedade. Há, ainda, o conceito de identidade ligado à resistência, que leva à formação das comunidades e é muito importante, pois é a partir dele que surgem manifestações como o fundamentalismo religioso, a auto-afirmação nacionalista e a comunicabilidade recíproca entre as identidades excluídas.

Figura 4: *sistema multimídia "Symbios" que integra telefone, fax, pager, e-mail e bloco de anotações*

Segundo Alain Touraine, outro processo de construção de identidade é o de projeto, que produz sujeito:

> […] chamo de sujeito o desejo de ser um indivíduo, de criar uma história pessoal, de atribuir significado a todo o conjunto de experiências da vida individual ... A transformação de indivíduos em sujeitos resulta da combinação necessária de duas afirmações: a dos indivíduos contra as comunidades, e a dos indivíduos contra o mercado. [3]

[1] *Jornal Folha de S. Paulo*, Caderno Mais!, Cultura em Mutação, 14 de janeiro de 2001, p.9
[2] *Jornal Folha de S. Paulo*, Caderno Especial Família, 20 de setembro de 2000.
[3] CATELLS, Manuel. *O poder da identidade*. São Paulo: Terra e Paz, 1999, p.17

Realmente, as normas dirigem as relações humanas, na busca da convivência. Caberá às gerações futuras a solução de questões como discriminação e desigualdades de todo tipo. O que poderia transformar esta "mini-estrutura" social – a família – em um agente gerenciador de identidades e transformador social e cultural?

Figura 5: *mulheres no mercado de trabalho*

Ultrapassar a revolução cultural de modos e costumes e questionar as instituições políticas são temas muito discutidos neste novo milênio. Em pesquisa desenvolvida pelo Instituto Datafolha, a mulher foi apontada como a dona "da casa" e não mais a dona "de casa". A pesquisa mostrou, também, que bater nos filhos ainda é uma prática disciplinar bastante presente. O dinheiro é o maior motivo de brigas em casa e que, durante as refeições, a televisão está sempre ligada.

O estudo do Datafolha apontou a influência das mudanças do século XX sobre a realidade da família brasileira e como isso refletiu nos papéis de mãe, pai e filhos. Todavia, não há como negar que a verdadeira transformação social do século XX foi a entrada das mulheres no mercado de trabalho e o seu acesso à educação superior, fazendo florescer uma nova participação na economia mundial, fato que não havia ocorrido nem com o direito ao voto.

Figura 6: *mulheres como viajantes a negócios nos EUA:*
1970 = 1%
2005 = 50%

Um dos pontos mais importantes da pesquisa e que reflete na identidade infanto-juvenil, mostra que ainda se pensa na família com a sua estrutura básica: pai, mãe e filho, embora isso já não seja o reflexo da realidade brasileira. As estatísticas, tanto do Datafolha como do IBGE[4], indicam que o "esquema matrifocal", ou seja, família chefiada e sustentada apenas por mulheres, é

[4] Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

crescente, garantindo-lhes até um certo prestígio e configurando a queda de importância da figura paterna. Assim, percebemos que o casamento legalizado e o parentesco sanguíneo já não são tão significativos como há alguns anos atrás.

É curioso, porém, que a grande maioria dos entrevistados afirmem que a mulher só deve sair da casa dos pais casada. A independência feminina ainda é um assunto difícil para os pais, irmãos e namorados, diferentemente do que pensam as mães, que se apresentam mais abertas para este assunto. A valorização da independência e sucesso ainda é maior para os homens.

> De qualquer modo, o que mudou na revolução social não foi apenas a natureza das atividades da mulher na sociedade, mas também os papéis desempenhados por elas ou as expectativas convencionais do que devem ser esses papéis. (...) Pois enquanto se podia esperar que grandes mudanças, como a entrada em massa de mulheres casadas no mercado de trabalho, produzissem mudanças concomitantes e conseqüentes, nem sempre essas mudanças ocorrem – como atesta a URSS, onde (depois que se abandonaram as aspirações utópico-revolucionárias iniciais da década de 1920) as mulheres casadas em geral se viram carregando o duplo fardo de velhas responsabilidades domésticas e novas responsabilidades no emprego, sem mudanças nas relações entre os sexos ou nas esferas pública e privada. De qualquer modo, os motivos pelos quais as mulheres em geral, e sobretudo as casadas, mergulharam no trabalho pago não tinha relação necessária com sua visão da posição social e dos direitos das mulheres. Talvez se devesse à pobreza, à preferência dos patrões por operárias e pelo número crescente de famílias chefiadas por mulheres.[5]

[5] HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX.* São Paulo: Companhia das Letras, 2005, p.307

Os brasileiros moram, em média, com três pessoas ou mais, e, na maior parte dos domicílios, apenas uma dessas pessoas trabalha. Os filhos jovens continuam na casa de seus pais por maior tempo, porém entre os integrantes da geração 90, nota-se uma taxa alta de entrevistados que vivem apenas com a mãe (15%). Conforme aumenta a idade, principalmente os que têm 65 anos ou mais, há uma elevação do índice de pessoas que moram sozinhas. O quadro a seguir mostra os valores atribuídos pelos entrevistados do Datafolha:

Figura 7: *solteiros moram com os pais*

Tabela 1: Valores e suas atribuições nas gerações

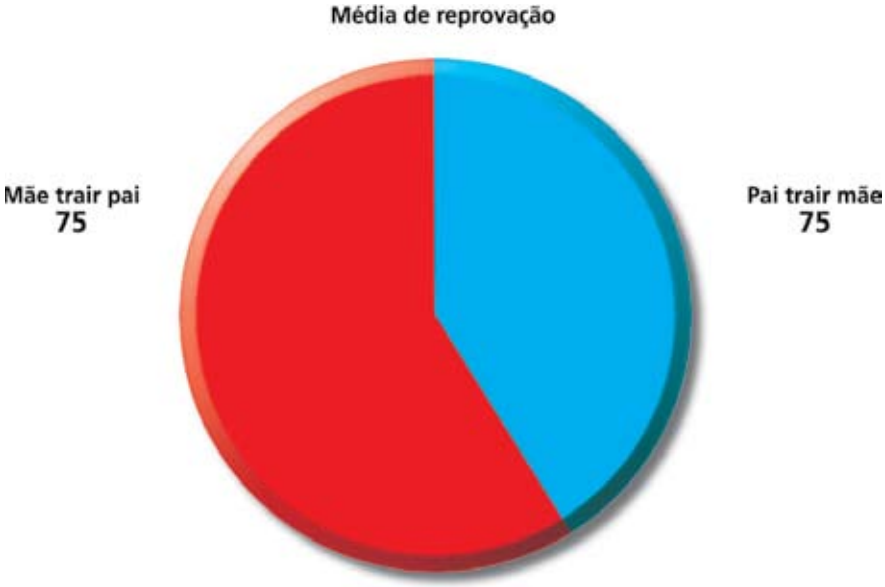
Categorias	Geração 40 ou antes	Geração 50	Geração 60	Geração 70	Geração 80	Geração 90
Família	▲	▲	▲	■	●	●
Estudo	▲	▲	▲	▲	●	●
Trabalho	▲	▲	▲	●	●	▲
Religião	●	●	●	●	▲	▲
Casamento	●	●	■	▲	▲	▲
Dinheiro	●	▲	●	●	■	▲
Lazer	■	■	■	■	●	▲

● Acima da média ■ Na média ▲ Abaixo da média

Fonte: Datafolha

Algumas posições conservadoras ainda se destacam. Os entrevistados entre 16 e 24 anos condenaram o aborto e a gravidez antes do casamento com mais intensidade que os entrevistados com idade entre 35 e 44 anos. Sobre a sexualidade, a geração nascida e criada na década de 70, continua a ser mais liberal que a atual, embora isso ocorra mais no pensamento do que na ação. Os jovens de hoje revelaram preferência pela conversa e pelo relacionamento franco com as pessoas de convivência na casa. Costumam reunir a família para assistir TV e almoçar nos fins de semana. Outro fato curioso é a supervalorização da fidelidade e, como não poderia deixar de ser, os jovens são bastante contraditórios em assuntos como sexo.

Gráfico 1: Importância da fidelidade do pai e da mãe



Fonte: Datafolha

A era da globalização em que vivemos resultou em uma estrutura familiar funcional, indecisa e informatizada. Nela, a construção da identidade está baseada nos valores em transformação de uma nova ordem global - a doutrina sócio-

econômica e a fragmentação da informação pela mídia. A história contemporânea é uma matriz de novidades. Talvez a mundialização de informações e comportamentos permita aos indivíduos perceber, pela primeira vez, o mundo como um todo, em sua contradição e dialética existencial.

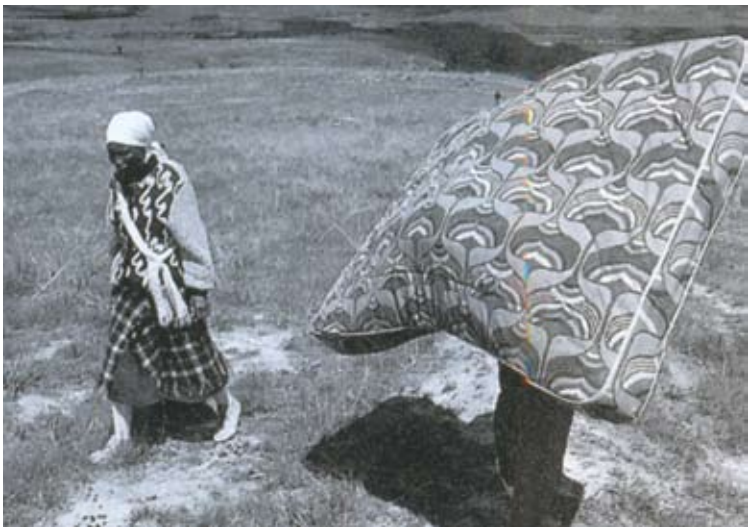


Figura 8: *refugiados na África*

Enrique Marínez Reguera[6], educador espanhol, considera a família como a grande responsável pela boa infância, independentemente da classe social. É evidente que as famílias com menos condições econômicas, muitas vezes se tornam, na sociedade de consumo, mão-de-obra barata, sempre carente por educação e saúde básicas. Este fato pode gerar crianças em grande desvantagem para atingir um desenvolvimento normal e saudável:

Figura 9: *vida urbana – Índia*

> O garoto se converte em matéria de consumo de ONGs (organizações não governamentais), fundações, igrejas, empresas, profissionais. Os problemas dos meninos estão sendo formalizados como um negócio de grande interesse econômico. Antes vivíamos em uma sociedade de consumo: quem tinha dinheiro consumia; quem não tinha se afastava. Agora, vivemos em uma sociedade de consumidores e consumidos: uns consomem bens e outros são consumidos como matéria, como usuário de drogas e por muitas instituições que vivem do negócio da segurança.[7]

[6] *Revista Educação*, número 101, p.7
[7] Idem, p. 9

A adaptação aos tempos foi o fenômeno mundial que imperou nas sociedades que viveram o século XX. Diferente de todos os outros na questão da evolução científica, este século também obrigou que sua população transformasse suas realidades e conceitos para sobreviver à competitividade do mercado, da tecnologia e da velocidade da informação.

Não é difícil compreender porque algumas idéias, mesmo que boas, precisaram receber roupagem e interpretações diferentes para atender às necessidades da maioria dos consumidores. A grande transformação da família de hoje está diretamente ligada à revolução do capital, da indústria de massa e da informação globalizada. A biologia também ganha uma grande parcela de responsabilidade neste momento, já que podemos alterar o que antes era considerado impossível, a mudança da hereditariedade. Com os clones e com o projeto genoma poderemos mudar qualitativamente nossa evolução:

Figura 10: *DNA*

> [...] a explosão da informação é indicadora de um beco sem saída evolutivo. Pode ser o auge da civilização humana, mas também é o clímax de sua existência evolutiva. Em nossa fase biológica decadente, devoramos a informação como se ela compensasse nossas inadequações genéticas.[8]

A sociedade contemporânea encontrou, em sua evolução cultural, complexas redes de significados e processos de estímulo para propagar o consumo de massa. A amplitude do mercado acabou por gerar a necessidade da segmentação de públicos-alvos para serem atingidos.

[8] DOMINGUES, Diana. *As humanizações das tecnologias*. São Paulo: Unesp, 1997, p.53

Com a fuga do estado público para o estado privado do domínio intelectual e do aprendizado, percebe-se que a busca pela customização dos conceitos e idéias criou um novo tipo de consumo cultural e tecnológico, que é obrigado a acompanhar e lançar tendências que entendam e transmitam as vontades do público consumidor.

A epopéia do consumo começou nos anos 45, entre o lançamento da primeira bomba atômica e o fim da União Soviética. Foi neste período que duas potências filosófica e economicamente opostas lutaram em "guerra fria" para dominar valores e pessoas. O bloco que dominou a economia, o mercado e a concentração do consumo sufocou os burocratas orientais, fechados e defasados, usando apenas o terrorismo nuclear como doutrina para a dominação.

Figura 11: *Hiroshima após a bomba atômica*

Essa trincheira de idéias abriu espaço para uma discussão mundial sobre economia e política, sociedade e tecnologia. A guerra como uma ferramenta freqüente em conflitos teve outro significado no início dos anos 90:

> O fim da Guerra Fria retirou de repente os esteios que sustentavam a estrutura internacional e, em medida ainda não avaliada, as estruturas dos sistemas políticos internos mundiais. E o que restou foi um mundo em desordem e colapso parcial, porque nada havia para substituí-los. A idéia, alimentada por pouco tempo pelos porta-vozes americanos, de que a velha ordem bipolar podia ser substituída por uma "nova ordem" baseada na única superpotência restante, logo se mostrou irrealista. Não poderia haver retorno ao mundo de antes da Guerra Fria, porque coisas demais haviam mudado, coisas demais haviam desaparecido.[9]

[9] HOBSBAWM, Eric. op. cit., p.251

Como herança de outros tempos, houve a revolução social e cultural, que, no início dos anos 90, pós-queda do muro de Berlim, trouxe referências para adaptações e mudanças e para a possibilidade de especulação econômica. Assim, o consumo cultural e o tecnológico tornam-se fonte de uma idéia que alfabetiza um público, envolve a estrutura urbana e condiciona a sociedade a perceber apenas os símbolos de uma evidência fugaz e programada.

Figura 12: *queda do muro de Berlim*

Com a queda das fronteiras, o mundo está disponível a qualquer pessoa que tenha acesso à internet e à televisão. A família continua sendo a maior referência humana de sociabilidade, mas está menor, tem chefes diferentes e suas formas de controle estão ainda mais ineficazes. O divórcio e o novo comportamento feminino colocaram a família em uma fase de transição, mas seu objetivo ainda é educar os filhos para a conquista de oportunidades.

Figura 13: *multiplicação de* Cybercafés

A estrutura social e cultural que conhecemos hoje está baseada no posicionamento do jovem em nossa sociedade. Economicamente, inclusive, o jovem pode causar a crise na família, na subordinação política e nos costumes. Assim como aconteceu com as mulheres, foi o comportamento do jovem e a sua liberação de uma estrutura controladora e pouco progressiva, que possibilitaram que pessoas com idade inferior a 40 anos galgassem posições políticas ou empresariais importantes. E, atualmente, o mundo luta pela integração do idoso na sociedade e no mercado de trabalho.

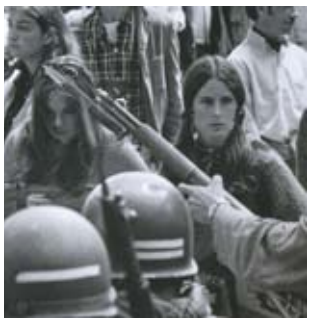


Figura 14: *manifestação de jovens*

Com o divórcio e com os nascidos fora da estrutura

familiar convencional, uma "cultura jovem específica"[10] crescia e chocava-se com os pilares morais e comportamentais das gerações anteriores. O fortalecimento da cultura jovem nas décadas de 70 e 80 mostrou que um grupo até a faixa dos trinta anos dominaria os lançamentos do mercado, principalmente a tecnologia da informação.

A globalização do pensamento tecnológico e a corrida para a evolução e o domínio da informação geraram uma ansiedade para a construção do conhecimento humano, que, por meio da educação básica ou fundamental, principalmente nos países em desenvolvimento, escancarou a real diferença entre os ricos e os pobres. Assim, cada vez mais, a tecnologia altera a vida da família, tanto social como economicamente.

As mulheres partiram para a competição no mercado de trabalho, fortaleceram a revolução dos eletrodomésticos e eletroeletrônicos, tornando-se também foco e perfil para o consumo. Essa busca incansável pela novidade tecnológica mostrou que a globalização colocou a família em questionamento e que houve uma mudança de conceitos para assegurar a sua sobrevivência. Mas isso não contribuiu para a discussão sobre o uso dos recursos renováveis e segue-se poluindo cada vez mais o ambiente e invertendo as prioridades que antes eram ligadas principalmente às condições de vida:

> Enquanto os que fizeram parte das imensas gerações de consumidores precisam consumir menos, para mais de um bilhão de pessoas consumir mais é questão de vida ou morte e um direito básico – o direito de ser livre da carestia; e

Figura 15: *geração digital*

[10] Idem, ibidem, p.317

> não é apenas de comida e água que elas sentem falta, mas também de conhecimentos técnicos.[11]

Figura 16: *jovens com piercing*

A nova família apresenta em seu núcleo um jovem bastante eclético, com uma imagem bem diferente daquela das gerações passadas com seus hippies, punks e yuppies. O jovem do século XXI, filhote da tecnologia globalizada, também é um tipo de personalidade múltipla, com tendências oriundas das mais diferentes partes. Para ele, a fé pode estar associada ao rock, assim como o piercing não é mais do que uma simples moda.

A violência urbana e o desejo constante de consumo fizeram do jovem um mercado mais do que promissor, que concentra o maior número de novidades, marcas e obsolescência planejada em curto prazo. Este jovem não suporta a rotina, pois foi uma criança teleguiada, estimulada e, muitas vezes, com um contato mais eletrônico do que humano em sua primeira percepção das coisas da vida e do mundo:

> Pela primeira vez na história o novo deixa de ser apenas uma referência ao amanhã; ele é também constituído do que hoje ainda não se realizou, mas a partir de possibilidades atuais concretas. Tudo o que nos rodeia, aqui e em outras partes do mundo, sugere a possibilidade de realizações viáveis, mas ainda não presentes. A história atual é, em si mesma, uma matriz de novidades.[12]

Figura 17: *estudante faz várias coisas ao mesmo tempo*

A TV, para a família brasileira, é babá, entretenimento e informação. Praticamente 99% do território nacional recebem sinal e possuem aparelhos de televisão. Assuntos políticos,

[11] GORDIMER, Nadine. A face da globalização, *Folha de S. Paulo*, p. 10
[12] SANTOS, Milton. O novo século das luzes, *Folha de S. Paulo*, p. 14

econômicos e culturais entram na casa das pessoas e fortalecem a relação de consumo, já que a forma de sustentação e lucratividade das emissoras de televisão está na comercialização de seus espaços publicitários.

Figura 18: *anúncios da Nintendo e Playstation*

Para Raimar Richards, o marketing eficiente é aquele que busca a "identificação de nichos" e "oportunidades para a demanda", ou seja, aquele que procura recursos estratégicos para elevar a necessidade e o desejo de consumidores. Por isso, a família brasileira, o jovem e a criança estão constantemente nos comerciais e anúncios publicitários. Para a venda da casa própria, do aparelho de televisão ou do último modelo de computador, aparecem as mesmas soluções comportamentais na propaganda, porém com elementos estéticos adaptados à falsa noção de modernidade que o mercado e a tecnologia nos mostram.

As soluções do mercado e da propaganda criaram neuroses comportamentais que modificaram a evolução da educação infantil, pois, desde cedo, as crianças têm na tecnologia o seu ponto de apoio.

A criança e a evolução do seu papel social

Figura 19: *prática do uso da mão-de-obra infantil*

A criança brasileira representa, simbolicamente, as diversidades social, cultural e econômica do país, desde o início da colonização portuguesa. Dos bebês rosados no colo de suas amas de leite até as crianças de machado na mão carpindo a cana, este país registra, em sua história, gerações de abonados e abandonados, que não se vêem, não se falam e não se entendem. São estes os adultos atuais: conformados com sua realidade, amedrontados pela falta de competência, ora do governo ora da sociedade, de pensar e organizar as distorções de renda, criando oportunidades para as novas gerações.

O Estatuto da Criança e do Adolescente nasceu da falta de respeito social à infância e à juventude, é uma reposta para o abandono, a exploração e falta de educação. Um país que precisa de um estatuto para garantir que uma criança de cinco anos não pegue no machado como um trabalhador braçal não pode ser sério e mostra que insiste em manter a sua origem:

> A escravidão foi outra marca profunda que atravessou a formação social do Brasil. Se os filhos de escravos se tornavam novos escravos, as alforrias, ao se multiplicarem, criavam um gravíssimo problema social: mães negras alforriadas produziam multidões de mulatos associados à indisciplina, à desordem e à rebelião. Não faltaram normas e propostas para disciplinálos: a concessão de alforria foi proibida em certas regiões; grávidas eram obrigadas e revelar sua condição para os poderes municipais; a formação de famílias brancas sob o sacramento cristão do matrimônio passa a ser estimulada. As crianças negras não estavam incluídas na sociedade colonial senão como mão-de-obra, e

Figura 20: *segundo a Unicef, existem no Brasil 3,8 milhões de crianças e adolescentes trabalhando*

> suas mães freqüentemente serviram de amas-de-leite dos filhos da elite senhorial, muitas vezes em detrimento de sua própria amamentação. No entanto, se muitas vezes filhos de senhores, índios e escravos compartilhavam os mesmos espaços, ao fim da primeira infância seus destinos se separavam: crianças da elite estudavam, e aos filhos dos escravos só restava o mundo do trabalho.[13]

A infância fascina a todos: pesquisadores, professores, escritores, médicos, pais e mães. Ainda nos preocupamos muito em desvendar dúvidas sobre a infância. Afinal, o que é ser criança? Compreendemos o papel social e cultural das crianças? Em estudos antropológicos com foco na infância encontramos discursos sobre sua inocência e sobre sua crueldade. A maior dificuldade no estudo da infância é a caracterização de mundo que a criança constrói, as suas sensações e emoções.

Muitas são as dificuldades para se analisar a criança como um objeto de pesquisa, pois ela se apresenta em plena construção de personalidade e comportamento. Os estudos mais comentados iniciaram-se nos anos 1920 e 1930, nos Estados Unidos, com as pesquisas de Margaret Mead[14]. Nesses trabalhos a metodologia baseou-se na definição de cultura, ou seja, na transmissão de informação, costumes, valores e conhecimentos de geração a geração, para poder delimitar o que é natural e universal, do que é cultural e particular no comportamento do homem.

Já os antropólogos britânicos da escola estrutural

[13] VENÂNCIO, Renato Pinto. Mensagens do abandono, *Revista de História da Biblioteca Nacional*, p. 35

[14] Psicóloga e antropóloga, iniciou suas pesquisas com um estudo sobre adolescentes em Samoa, nas ilhas norte-americanas do Pacífico.

funcionalista centraram sua preocupação no entendimento dos papéis e relações sociais do indivíduo, como ocorreu com o estudo de Bárbara Ward[15], em Hong Kong, sobre o choro e a birra infantis. Nessa mesma corrente, temos as pesquisas sobre a educação em sociedades indígenas brasileiras e a inserção de indivíduos na sociedade. Entram aqui os estudos de Egon Schaden sobre a criança guarani e os de Florestan Fernandes sobre a socialização entre os tupinambás. Após os anos 1960, uma revisão sobre a antropologia da criança propôs outras formulações e metodologias para o estudo antropológico das crianças:

Figura 21: *crianças da Escola Municipal Chico Mendes, em Santo André*

> Na revisão do conceito de cultura, os antropólogos, ao invés de tomá-la como algo empiricamente observável e delimitado, cada vez mais abdicam de falar em costumes, valores ou crenças para frisar que o que de fato interessa está mais embaixo. Ou seja, não são os dados culturais, mas aquilo que os conforma. E o que os conforma é uma lógica particular, um sistema simbólico acionado pelos atores sociais a cada momento para dar sentido a suas experiências. Ele não é mensurável, portanto, e nem detectável em um lugar apenas – é aquilo que faz com que as pessoas possam viver em sociedade compartilhando sentidos, porque eles são formados a partir de um mesmo sistema simbólico.[16]

O termo infância surgiu na Europa, a partir do século XVII, com a mudança da composição familiar. É uma idéia puramente ocidental, ligada às noções de maternidade e paternidade e à

15 Clarice Cohn, em Antropologia da Criança, comenta: "O que ela nos diz é que o esvaziamento do choro como um recurso de garantia de cuidados pelas crianças não significa falta de cuidados em geral, e deve ser entendido em seu contexto social. E esse contexto é o de uma inserção gradativa na sociedade (pouco problemática porque sem grandes rupturas e sem exigências de que se faça mais do que se é capaz), de uma consciência do papel exercido e de uma valorização do autocontrole em detrimento da agressividade nos papéis de liderança."

16 Idem, p. 19

inserção da escola como construtora da educação e do saber. Por isso, a idéia de direito da criança e a institucionalização do estado de ser da criança estão diretamente ligadas às sociedades que reconhecem a infância como um contexto sociocultural e seus membros como seres atuantes:

> A criança atuante á aquela que tem um papel ativo na constituição das relações sociais em que se engaja, não sendo, portanto, passiva na incorporação de papéis e comportamentos sociais. Reconhecê-lo é assumir que não é um adulto em miniatura, ou alguém que treina para a vida adulta. É entender que, onde quer que esteja, ela interage ativamente com os adultos e as outras, com o mundo, sendo parte importante na consolidação dos papéis que assume e de suas relações.[17]

O desenvolvimento da criança passa por três fases bastante evidentes: autonomia, domínio e integração. Desde o nascimento até o início da fase juvenil, a criança busca compreender qual é a sua posição diante da autoridade familiar, manipula seu poder de raciocínio e abstração, baseia suas experiências em influências emocionais e envolve-se com a socialização do grupo. A evolução dessas fases é cronológica. Para esta pesquisa, consideraremos o desenvolvimento até os 12 anos de idade, já que o seu objeto, a *Revista Recreio*, tenta atingir leitores até esta faixa etária.

Figura 22: *aluno da Escola Municipal Monte Cristo, em Porto Alegre*

Durante os primeiros anos de vida, normalmente, a criança convive e tem suas experiências iniciais de socialização com os pais. Conforme vai crescendo, vai vivendo também suas primeiras frustrações e angústias, como o medo de ser

[17] Idem, p. 28

abandonada pelos pais, o medo da morte e a necessidade de ser amada. Estes medos e estas necessidades vão construindo um mundo real e um imaginário, que se confundem em sua cabeça e criam seus primeiros referenciais de aceitação pela sociedade, com suas regras e seus troféus.

No início da individualização, o bebê precisa perder a simbiose entre ele e sua mãe, passando da fase de dependência total à fase da consciência da separação. Após os cinco meses de idade, seu ego vai se separar de sua mãe e se reconhecer. Ele aprenderá a se comunicar, escolhendo a boca como o grande sinalizador deste relacionamento com o mundo. Começa, assim, a fase oral, uma fase de pura investigação e percepção:

> A criança toma, enfim, consciência, através da reação de seus pais, de seu próprio poder. É ela quem decide se está ou não está limpa. Para Freud, o aprendizado da limpeza é o elemento mais determinante para a estruturação psíquica da criança.[18]

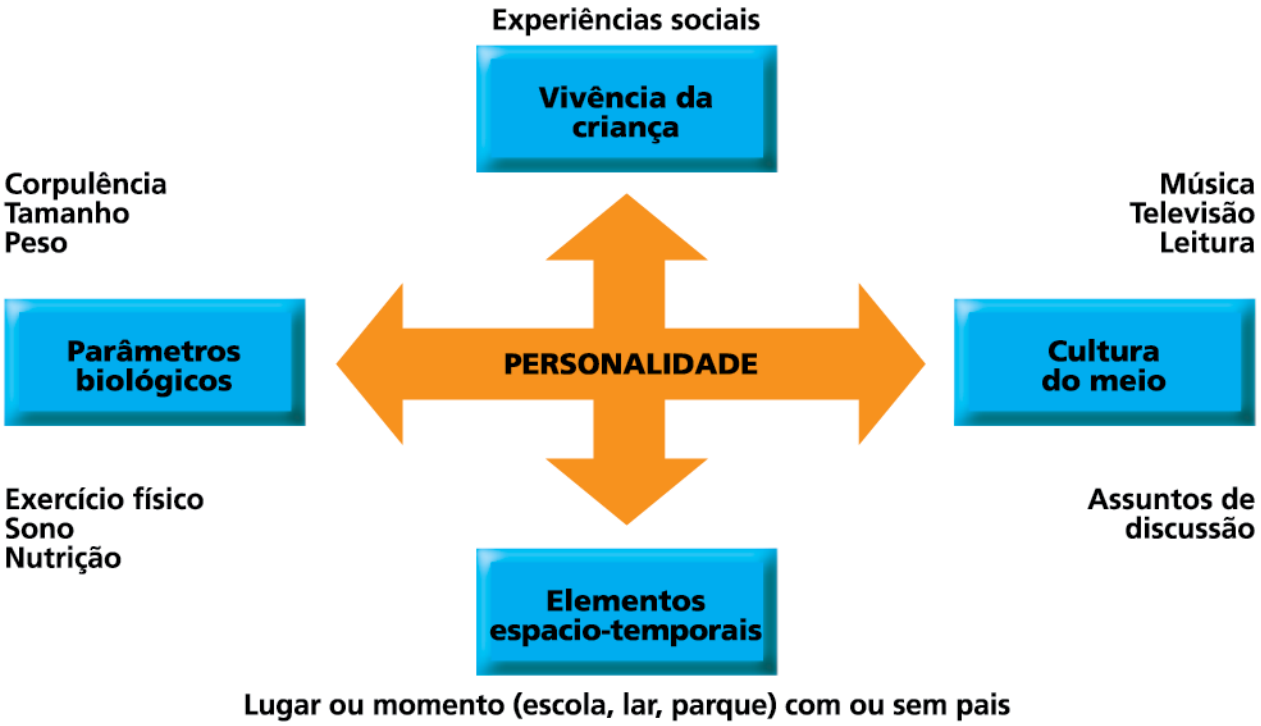
Dos 2 aos 7 anos, a criança vive uma fase importante do desenvolvimento psicológico e afetivo da formação de sua personalidade. É nesse período que a criança questiona a origem da vida, a diferença entre os sexos, instalando uma fase frenética de perguntas. Por volta dos quatro anos, a criança é forçada a reconhecer que existem diferenças no mundo. A partir daí, fatores como a socialização e o contato com outras crianças fazem com que ela perceba a vida e a ação fora do seu meio e de sua família. Assim, a linguagem da criança começa a se desenvolver pela representação simbólica. O mundo imaginário da criança é muito

[18] MONTIGNEAUX, Nicolas. *Público-alvo: crianças – A força dos personagens e do marketing para falar com o consumidor infantil.* São Paulo: Negócio, 2003, p.30

próximo de seu mundo real, pois ela o interpreta por meio de sua visão sobre as coisas:

> Piaget e Inhelder identificaram, entre outros, o brinquedo e o desenho como os primeiros condutores simbólicos que permitem à criança utilizar um significativo para representar. (...) O desenho (outra representação simbólica) corresponde completamente à psicologia da criança dessa idade porque se trata de uma atividade solitária que lhe permite concentrar-se sobre si mesma. Através do desenho, a criança exprime bem melhor aquilo que pensa, comprova e ressente no seu foro interior. Ela transmite aos outros, por meio de desenho, aquilo que ela não consegue exprimir através de palavras…[19]

Gráfico 2: Fatores que influenciam a personalidade da criança



Fonte: MONTIGNEAUX, Nicolas. Público-alvo: crianças – A força dos personagens e do marketing para falar com o consumidor infantil, p. 48

[19] Idem, p.36

Entre os 7 e 12 anos, na tentativa de se socializar, a criança começa a se abrir a outras formas de comunicação, longe dos seus pais e fora do seu ambiente familiar. Assim, ela recebe grande influência dos grupos com que convive e das mensagens que recebe. Isso tem grande importância na formação da personalidade da criança. A aceitação ou não pelo grupo fará com que ela adote este ou aquele tipo de comportamento em função das mensagens emitidas por seus parceiros ou pelos meios de comunicação por eles eleitos.

A revista infantil escolhida pelo grupo, por exemplo, transforma-se em referência no imaginário e na formação das opiniões da criança. O imaginário, nesta fase, é um fator absolutamente necessário para a criança. Ela descobre que poderá explorar o mundo através de sua imaginação e, ao mesmo tempo, se integrar à realidade, criando a sua própria visão da vida. Neste sentido, os meios de comunicação trabalham com o imaginário da criança para fazer valer noções de moral que passam a integrar este mundo particular de imaginação. Personagens, mundos novos e linguagem, tudo é usado como suporte para a comunicação:

Figura 23: *capa da* Revista Recreio *de janeiro de 1970*

> A necessidade de magia é indispensável ao crescimento da criança. (...) A criança está completamente pronta a crer em um gênio que pode desempenhar o papel de um anjo da guarda ou de uma boa fada com sua varinha de condão. Graças à magia, e mesmo se a criança se sente extremamente vulnerável, ela pensa que não há maldição e que saberá encontrar uma saída feliz para suas dificuldades.[20]

[20] O imaginário é um espaço de liberdade, segundo Nicolas Montigneaux, diretor da Kidekon, agência especializada na criação e utilização de personagens imaginários.

Ao assimilar os conceitos mais abstratos, a criança pode dar, repartir, aceitar e julgar. Pela exposição, ela também já pode assimilar um excesso de informação, o que gera, inclusive, uma certa superioridade em relação a seus pais quando tinham a sua idade. A criança tem tamanha familiaridade com conceitos da modernidade, como a tecnologia, por exemplo, que realmente acaba por possuir maior conhecimento específico sobre algumas áreas que os próprios pais. Crianças não precisam de manual de instrução para o uso de equipamentos eletrônicos.

Entre 8 e 12 anos, o desenvolvimento infantil possibilita o aprendizado de como e porquê as coisas funcionam. Nesta etapa da vida, as crianças desenvolvem suas relações sobre juízo, independência, discriminação e reflexão. Por isso, os meios de comunicação, atualmente, provocam uma grande discussão sobre a sua influência na educação e na percepção de mundo das crianças e dos jovens. Realmente, os meios de comunicação possibilitam criar vínculos entre pessoas e grupos e estabelecer, através de seus códigos, o funcionamento social.

Figura 24: *opção de escolha e opinião são características do desenvolvimento infantil*

O Laboratório de Pesquisas sobre Infância, Imaginário e Comunicação – LAPIC, sediado no Departamento de Comunicações e Artes da Escola de Comunicações e Artes – ECA/USP, discute a relação entre a televisão e a criança. Seus estudos, percebendo a criança como um ser histórico e produtor de cultura, constituem a pedagogia da imagem, dos recursos midiáticos das novas linguagens e da mídia eletrônica. O cotidiano infantil, recebendo cada vez mais estímulos consumistas e imagéticos, depende quase que prioritariamente da televisão para abastecer seu repertório cultural e social, o que compromete a qualidade do seu desenvolvimento físico, emocional, intelectual, social e moral:

> Inerte como um liquidificador, basta apertar um botão e um outro mundo se precipita sala adentro. Como o Saci, invade a realidade, viajando num redemoinho. Só que a TV não obedece às regras de passagem. O real e o imaginário, o comum e o mágico, a vida real e a ficção sucedem-se, interpenetram-se e misturam-se, criando um mundo paralelo que, como no conto tradicional, encontra-se com o nosso e interfere na imaginação.[21]

Os meios de comunicação sempre tiveram espaço para um público muito especial e peculiar: as crianças. O público infantil, entre 7 e 12 anos, foco desta pesquisa, ascende a um estágio de desenvolvimento classificado por Piaget como o das Operações Concretas. Ou seja, é quando a criança começa a raciocinar por dedução. Nesse período, elas são bombardeadas por milhares de revistas, jogos eletrônicos, brinquedos, livros de fábulas e programas de televisão, que, misturando diversão e educação, buscam a evolução de um ser humano com papel definido em sua sociedade.

Figura 25: *livros e crianças*

No imaginário social, o cotidiano foi tomado pelas interferências da mídia eletrônica. Assim, a educação infantil, cada vez mais, tem dificuldade para formar o hábito da leitura. O mercado editorial infanto-juvenil, contudo, mostra que existe a procura por idéias diferentes, por ações lúdicas e por espaços privados para a evolução da imaginação e do repertório. O livro ensina a criança a ter raciocínio próprio, a despertar sua imaginação para a construção de novos referenciais e permite, por meio de suas projeções, uma visão crítica do mundo.

[21] PACHECO, Elza Dias (org.). *Televisão, criação, imaginário e educação.* São Paulo: Papirus, 1998, p. 13.

Nas últimas décadas, as crianças já percebem que a presença da televisão interfere em seu entendimento sobre a sociedade. Entretanto, o circo dos programas de auditório, o sensacionalismo do jornalismo e os comportamentos estereotipados das novelas subestimam a capacidade analítica e perceptiva da criança. Por isso, a polêmica sobre os efeitos da televisão sobre o desenvolvimento infantil deixou de ser acadêmica ou educacional e passou a ser política:

> Na turminha da escola ou das brincadeiras, no grupo do condomínio ou do clube não são necessários muitos detalhes do episódio visto na TV. Às vezes, basta um nome, o do super-herói ou do desenho animado, para que a comunicação baseada na cumplicidade da audiência se estabeleça. Mais do que um grupo, essas crianças formam uma tribo, no sentido que Maffesoli atribui ao termo, e espalha-se a proxemia, que é uma ocupação simbólica de um tempo-espaço comum e efêmero.[22]

Figura 26: *televisão como instrumento de aprendizado*

A programação televisiva e suas intervenções, como os comerciais, são mediadores de informação e desejos de uma sociedade globalizada e focada no consumo. A audiência, as produções televisivas e as programações mutantes respondem às necessidades dos telespectadores como consumidores e não como agentes culturais.

No Brasil, há três posições muito claras sobre a publicidade exclusiva para crianças: a do Conar (Conselho de Auto Regulamentação Publicitária), que rejeita o projeto de proibição da publicidade de produtos destinados apenas às crianças; a dos pesquisadores acadêmicos, que sugerem uma

[22] Idem, p. 78

regulamentação mais rígida sobre o tema, e a das entidades de defesa da criança, que propõem a total exclusão da publicidade dirigida ao público infantil. Alemanha, Áustria, Dinamarca, França, Itália, Grécia e Reino Unido estabeleceram uma série de normas que regulamentam a publicidade para esse público. A Suécia proibiu a publicidade exclusiva para crianças.

Figura 27: *comerciais de TV dirigido às crianças*

A geração net: educação, informação e entretenimento

Figura 28: *capa do especial da* Revista Veja *sobre os jovens*

Passados os momentos de atenção e dúvidas do *Bug* do Milênio, o ano de 2000 se iniciou com a explosão da internet como palco dos maiores investimentos e promessas do milênio que estava se iniciando. A tentativa de encontrar fórmulas para transformar a grande rede em um negócio rentável dependia das oportunidades que fossem criadas e oferecidas a um público disposto a conhecer uma nova fonte de informação.

Colocar um site disponível na internet é um pré-requisito para empresas que pretendem acompanhar o desenvolvimento do mundo digital. Após a euforia do início do século XXI, a *web* passou por grandes transformações e continua provocando discussões pelos quatro cantos do mundo: Qual é a forma correta de utilizar a rede? Será possível combater a exclusão digital em uma sociedade como a brasileira? É necessário proteger as crianças do conteúdo disponível na internet?

A internet precisa ser discutida como um processo de transformação cultural. Surgida na pós-revolução industrial, ela foi a grande descoberta que mudaria o comércio, a indústria e as relações humanas. Internet e tecnologia se relacionam estreitamente na infinita possibilidade de elaboração e divulgação de dados, informação e conhecimento.

Manuel Castells, em O poder da identidade[23], aponta o

[23] Trata-se do segundo volume da obra *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. Ver p. 17

conflito que a sociedade da informação vive na busca de sua identidade na cultura digital:

> Nosso mundo e nossa vida vêm sendo moldados pelas tendências conflitantes da globalização e da identidade. A revolução da tecnologia da informação e a reestruturação do capitalismo introduziram uma nova forma de sociedade, a sociedade em rede. Essa sociedade é caracterizada pela globalização das atividades econômicas decisivas do ponto de vista estratégico; por sua forma de organização em redes; pela flexibilidade e instabilidade do emprego e a individualização da mão-de-obra. Por uma cultura de virtualidade rala construída a partir de um sistema de mídia onipresente, interligado e altamente diversificado. E pela transformação das bases materiais da vida – o tempo e o espaço – mediante a criação de um espaço de fluxos e de um tempo intemporal como expressões das atividades e elites dominantes.

Figura 29: blogs – *diários do século XXI*

Evidentemente, os conflitos de identidade e as questões relacionadas à revolução digital associam-se à cultura das mais diferentes regiões e ao estágio econômico em que esses locais se encontram. O avanço digital está diretamente ligado aos países que apresentam maior desenvolvimento econômico e, portanto, maior tecnologia. Para identificar o grau de domínio de novas tecnologias da população de um determinado local, deve-se observar o número de linhas telefônicas por centena de habitantes, a densidade dos domínios registrados na rede, a porcentagem de lares onde há um computador ou conexão à internet.

Nicholas Negroponte[24] aponta três perfis de usuários de

[24] Fundou e dirige o Media Lab. do Massachusetts Institute of Technology (MIT), autor da *Vida digital* (Cia das Letras), colunista da *Revista Wired* e do *Jornal The New York Times*. Faz parte do conselho editorial da Motorola.

internet, nos Estados Unidos, para discutir a interferência cultural na revolução tecnológica:

1. As crianças, pois elas entendem a informação computadorizada de forma diferente. Nos Estados Unidos, por exemplo, há um grupo de jovens usuários de internet, com menos de 15 anos de idade, que são chamados de 100% digitais. Eles usam o computador e navegam na internet como "peixes na água".

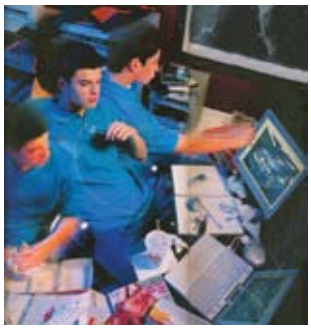


Figura 30: *geração* ponto com

2. Um grupo escondido, mas que apresenta rápido crescimento, o das pessoas acima de 65 anos e que entraram no mundo digital aproveitando um fator vantajoso para o desenvolvimento em rede: a disponibilidade de tempo.

Figura 31: *a prosperidade dos "acima dos 65"*

3. Os desamparados, ou seja, aqueles que estão fora do processo não por falta de oportunidade, mas porque não permitiram que a tecnologia fizesse parte de seu cotidiano, mesmo estando economicamente ativos, às vezes até na direção de escolas, empresas e até países.

O impacto da tecnologia permitiu a Don Tapscott[25] classificar as gerações em três grupos principais: a geração dos anos 60, que teve a televisão como a inovação do século, a geração X dos anos 90, que viveu a fase de transição entre o início da revolução das comunicações e o mundo dominado pela internet, e a geração net, os nascidos a partir de 1977, que tem como característica a interação com as tecnologias e com os mais diversos meios de comunicação.

25 Don Tapscott escreveu *Growing Up Digital – The rise of the NET Generation.*

Com a influência da mídia e da tecnologia, a educação e os valores transmitidos às crianças vêm sofrendo forte mudança nos últimos tempos. O crescimento de uma criança está baseado na oportunidade da escolha, na auto-estima e no poder do aprendizado sinestésico. Correndo, brincando, lendo, imaginando e observando os outros, as crianças aprendem naturalmente os conceitos da vida. Aprendem sozinhas ou em grupo, na família e na escola. O processo educativo infantil engloba os mais diversos estímulos, como: brincadeiras, livros, vídeos, softwares. Trata-se de atividades cujo o objetivo é estimular, informar e criar a visão de mundo.

Atualmente, faz parte do consumo infantil, a boa escola, as atividades extras escolares, os brinquedos educacionais e tudo o que a ciência e a mídia jogam na sociedade como receita para o desenvolvimento de uma criança feliz e inteligente. A importância econômica destes pequenos seres é tamanha que a indústria de entretenimento e lazer lança inúmeros produtos e serviços, todos os anos, para satisfazer as suas vontades. Assim, o consumo das idéias culturais e tecnológicas sobrevive à interferência da economia de mercado em centenas de títulos editoriais, fonográficos, jogos eletrônicos e filmes.

A Geração digital, z, net, ou qualquer outro nome usado para explicar o comportamento dos jovens que se relacionam intimamente com a tecnologia é fruto da fragmentação da identidade pós-moderna. Essa geração é completamente desapegada das fronteiras geográficas, pois já nasceu com a internet à disposição para pesquisar, informar-se e, assim, conhecer um mundo através da rede:

> A faixa etária entre 8 e 14 anos corresponde à primeira geração verdadeiramente interativa. Essas crianças nasceram e foram criadas com um mouse na mão e não têm a menor idéia de como era o mundo sem ele. Como todos os meios de comunicação tendem a ser interativos precisamos estudar essa geração para ter uma idéia de como serão as próximas.[26]

O impacto da tecnologia, um dos principais fatos da pós-modernidade, não afetou a chamada geração net. Seus pais tiveram que se adaptar às invenções tecnológicas: o computador, a internet, os celulares e os sistemas eletrônicos das agências bancárias. Os integrantes da geração digital querem ser entendidos como indivíduos por suas ações pessoais e diferenças sutis de comportamento. A febre pela busca de produtos exclusivos e pela interatividade revela uma geração que considera a internet, simplesmente, um meio de comunicação.

As ideologias e a visão de mundo dessa geração são adaptáveis conforme a diversidade de informação que recebem. O acesso ao computador, à televisão a cabo e à linha telefônica é algo comum à maioria dos jovens da geração net, que transformou seus quartos em janelas para a informação sobre os mais diferentes assuntos. Resulta daí a diferença em seus comportamentos em relação aos adolescentes das gerações anteriores. Os antigos diários das meninas, em plena fase de descobertas, transformaram-se em home pages, onde o segredo passa a ser compartilhado por milhares de outras pessoas.

As salas de bate papo, um fenômeno da internet, surgiram

[26] Segredos do público-jovem. *Revista HSM Management*, 42, janeiro e fevereiro de 2004, p. 134.

como fonte de conhecimento de novos amigos e até de namoros. A Pesquisa "Hábitos de Consumo" da MTV, aplicada com jovens das classes A e B entre 12 e 30 anos, sobre o perfil e as preferências dos usuários da internet, mostra que 26% usam prioritariamente as salas bate-papo, 22% fazem pesquisas ou trabalhos da escola e apenas 13% lêem notícias. Este fato se contrapõe às idéias de Don Tapscott, autor do livro "Growing up Digital – the rise of the net generation", originado de um projeto desenvolvido na internet com a participação de mais de 300 crianças de todo o mundo.

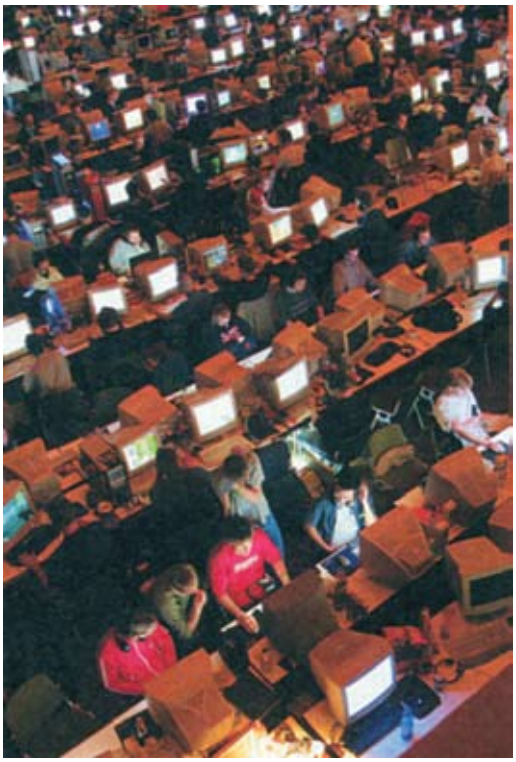


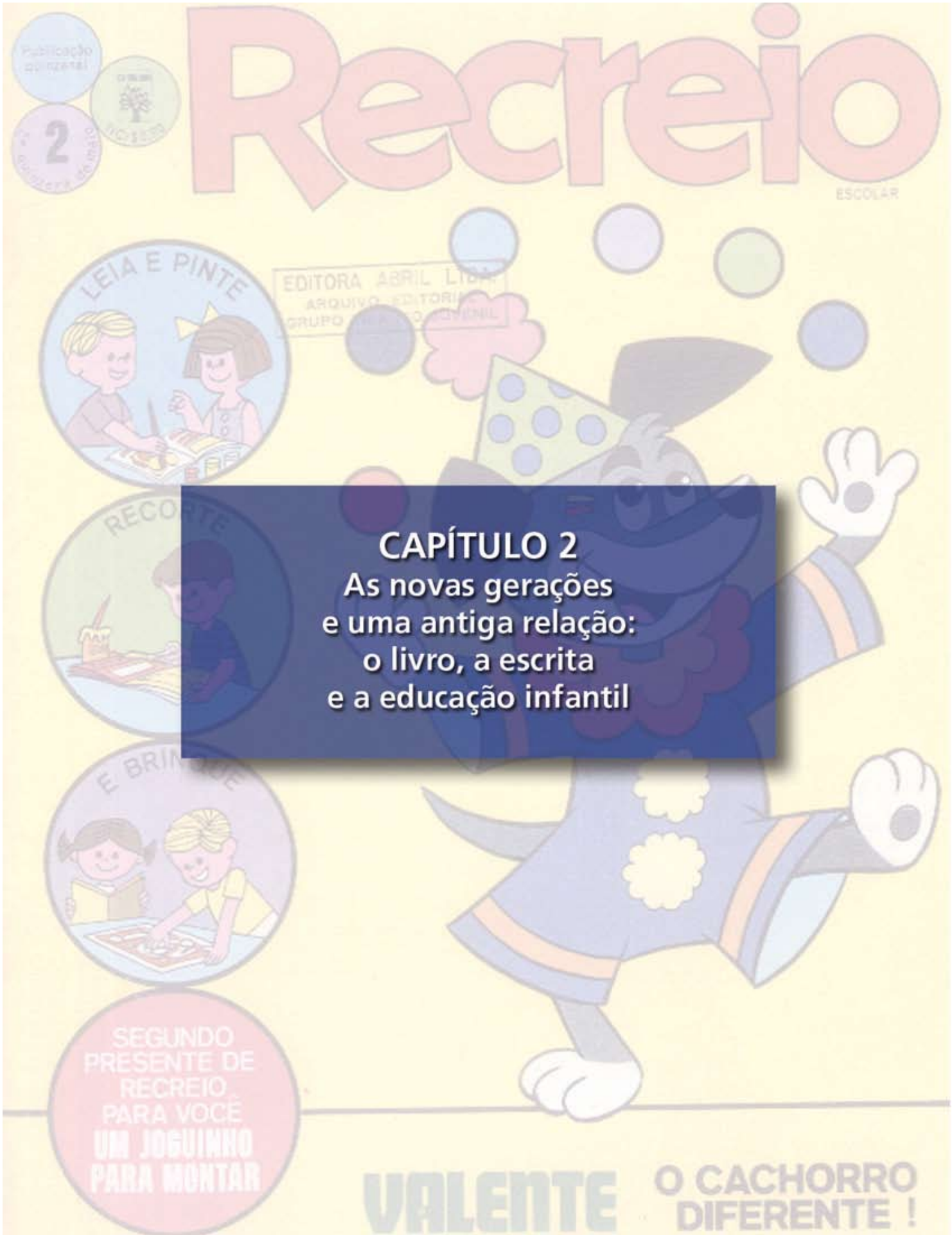
Figura 32: *campeonato em* Lan house *na Alemanha – videogames movimentam 28 bilhões de dólares*

Segundo Tapscott a comunicação da geração net passaria a ser baseada novamente na palavra escrita, já que, nas gerações anteriores, ela foi baseada na imagem pela forte influência da televisão. Este fato faria com que as crianças voltassem a ter a necessidade de aprender a ler, escrever e pensar criticamente. Entretanto, a pesquisa da MTV e a maioria dos estudos que relatam o comportamento da geração net indicam que as crianças e os adolescentes utilizam a internet como ferramenta de comunicação utilizando um outro tipo de escrita, uma linguagem própria, repleta de abreviações e símbolos. Esse fato contraria a idéia de retomada da escrita formal postulada por Tapscott.

O pensamento crítico também não é um aspecto relevante dessa geração. Apesar da queda das fronteiras da informação e do rápido acesso às mais diferentes culturas do mundo, os nets não estão revolucionando o mundo com suas idéias. Talvez Tapscott os tenha analisado com o entusiasmo de quem teve que

aprender a linguagem e não com a visão de quem simplesmente nasceu com a tecnologia ao seu alcance.

No Brasil, o target juvenil, expressão muito utilizada pelos homens de marketing e propaganda, constitui-se de 17 milhões, segundo Fanny Elisabete Moore, do IBGE. Calcula-se que mais da metade desse grupo seja economicamente ativo e tenha uma taxa de escolaridade baixa. Essa realidade mostra a dificuldade de se trabalhar com um produto cultural que tenha como meta divulgar conhecimento e estimular o aprendizado, como a Revista Recreio, objeto desta pesquisa.



CAPÍTULO 2

As novas gerações e uma antiga relação: o livro, a escrita e a educação infantil

Capítulo 2

As novas gerações e uma antiga relação: o livro, a escrita e a educação infantil

Figura 33: *inclusão social e a educação escolar*

Um dos focos da educação infantil é a inclusão da criança no mundo da escrita, pois é a partir do seu aprendizado que uma nova fase de desenvolvimento dos processos psicoindividuais é ativada, dando continuidade ao aprendizado da linguagem, até então estimulado por representações simbólicas como os gestos, o desenho e o brinquedo.

A geração net vem estimulando os educadores a refletir sobre os princípios da educação infantil direcionada à alfabetização. Esta reflexão, porém, não está relacionada apenas com a forma de ensinar as crianças a ler e a escrever, ou seja, com a metodologia a ser utilizada, mas preocupa-se também com a identificação do perfil e das necessidades das novas gerações.

A educação tem, em suas bases, teorias filosóficas e das ciências humanas, porém seus fundamentos podem compor uma práxis social com objetivo ideológico. Portanto, as discussões sobre os rumos da educação geram a necessidade da construção de um vínculo entre a corrente filosófica e a intenção pedagógica para permitir que a escola ultrapasse o limite meramente político.

O debate atual é sobre a multiplicidade de linguagens a que as crianças estão expostas e como ela interfere na representação e na compreensão da realidade, apontando um novo modelo de produção social. A internet, a televisão e os vídeo-games alimentam o imaginário infantil com imagens de alta tecnologia,

facilitando a elaboração do pensamento. Todavia, a base da educação escolar repousa no desenvolvimento da escrita.

As formas de organização do pensamento, os registros de idéias e a preservação dos códigos de um idioma foram guardados pela cultura escrita:

> Esses aspectos da tecnologia da escrita – o registro e a expansão da memória – deixaram importantes marcas na organização cultural ocidental, tendo sido fundamentais para o desenvolvimento das ciências, da filosofia e até de um certo tipo de arte. Todas essas coisas surgiram em função do desenvolvimento de uma tecnologia extremamente poderosa, que permite o pensamento descontextualizado, abstrato e dissociado da situação imediata. Há, portanto, um vínculo entre a escrita e as formas de exercício do poder.[21]

O governo brasileiro vem lançando, na mídia, campanhas sobre a preservação do livro didático. Em 2006, um jingle com elementos do rock e do rap chamava a atenção para isso, pois as crianças matriculadas na rede pública recebem gratuitamente esse material, mas não garantem a sua durabilidade para os alunos dos próximos anos.

O maior segmento editorial do país, o livro didático, depende diretamente do governo, seu principal comprador, por meio do Programa Nacional do Livro Didático. Criado para estimular a leitura e garantir o acesso ao livro, o PNLD é responsável por 50% do faturamento e 60% do número de exemplares vendidos no país.

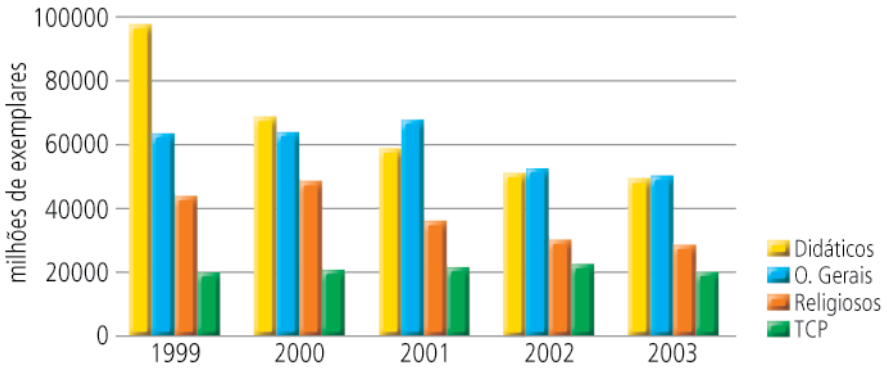
Figura 34: *a escola é a grande responsável pelos resultados do livro didático*

1 MELLO, Suely Amaral. *Linguagens infantis: outras formas de leitura.* Campinas: Autores Associados, 2005, p. 10

A demanda pelos livros no Brasil está concentrada nos setores com maior escolaridade. O leitor brasileiro alega alguns fatores que o impedem de comprar outros títulos editoriais, além dos didáticos: a necessidade da leitura específica para enfrentar a competitividade do mercado de trabalho, a falta de tempo devido a super-ocupação para manter a renda, a falta de dinheiro disponível. As obras que o público declara que gostaria de consumir em maior quantidade são, em ordem de importância, as de religião, as de literatura adulta e as de filosofia/psicologia, segundo a pesquisa da Universidade Federal do Rio de Janeiro, do Instituto de Economia, intitulada Economia do Livro. Portanto, os leitores pouco lêem por lazer, mas reconhecem a leitura como a forma de conquistar conhecimento.

Os preços dos livros brasileiros estão entre os mais baratos do mundo, só sendo superados pelos russos e pelos chineses. Porém, o preço ainda é alto, deixando o livro fora do alcance de populações cuja renda é baixa. Assim se entende que a população dos países mais pobres só tenha acesso aos livros através de transferências – ou doados pelo governo ou em bibliotecas públicas ou, ainda, nas particulares.

Gráfico 3: Quantidade de livros vendidos ao público brasileiro



Fonte: Perspectivas do mercado editorial e livreiro para 2005, Câmara Brasileira do Livro.

Em nosso país, há uma mobilização pela construção social por meio dos caminhos da educação. Assim, promover a leitura entre as crianças significa atingir os graus de conhecimento de países desenvolvidos, o que transfere para a leitura a função de um exercício para garantir a informação:

> Neste caso, trata-se de instrumentalizar os alunos, pelo ensino da técnica, para que possam, hipoteticamente em igualdade de condições, disputar seu espaço na guerra social. Sua desvantagem atual estaria no menor domínio da língua (falada e escrita – mas lembrando que língua falada, neste caso, é uma expressão do modo escrito de ser) e no desajustamento às formas adequadas de comportar-se nos padrões da produção. Daí a afirmação de que se não modificarem suas formas de ser, serão excluídos (o que não passa de produção de ideologia, já que o que faz é instituir um modelo ideal de inserção social e de transferir para o plano dos comportamentos de classes o insucesso neste mercado). Este modelo de educação tecnicista e voltado para a competitividade tem larga aceitação da opinião pública. [22]

Em nosso país, muitas vezes, a criança é vista com reducionismo, como um simples organismo em mudança, um organismo que virá a ser um adulto. Diversas pesquisas antropológicas mostram que a criança é um ser completo e complexo. Ela apresenta profundas raízes em seu tempo histórico e espaço, influenciando e sendo influenciada pelo meio onde vive.

Por isso, a educação, vista como transmissão de conhecimento e cultura, não pode ser pensada como um objeto de assimilação, como um produto dado e concluído, que pode

[22] Idem, p.20

ser mensurável e mercantilizado a ponto de ser confundida com um instrumento de intimidação social.

Figura 35: *o mundo em rede*

A linha pedagógica escolhida para ser o alicerce da educação de um país é, na verdade, uma opção política. Mostra como este país interpreta os métodos de reprodução e dominação social. Não desenvolver a escrita, por exemplo, seria expulsar a sociedade do real, do reconhecimento de sua existência. Alfabetizar apenas para o domínio da técnica, não aprimora o desenvolvimento do pensamento crítico nem leva à produção real da cultura, implica apenas em proliferar a alfabetização funcional.

A escrita não é apenas uma forma de comunicação e informação. Ela garante a construção do conhecimento pela operação dos signos e significados num mundo de valores e sentidos socialmente determinados. A escrita permite experimentar, discutir o cotidiano e elaborar discursos. Há uma enorme diferença entre alfabetizar para a inserção de um ser no mercado competitivo e estimular a leitura e a escrita para romper com as formas de domínio e alienação.

Nas sociedades contemporâneas, a criança passa muitas horas envolvida com a televisão e o computador. Esses meios de comunicação e informação fazem parte de todo processo educacional infanto-juvenil e podem estimular a leitura e a escrita. Contudo, o que se percebe na discussão atual sobre educação infantil é a tendência de se apontar esses dois meios de comunicação como vilões do desenvolvimento da criança.

Televisão e internet já são meios tão absorvidos pela cultura, que se tornaram indispensáveis. Os dois meios, quando

utilizados, podem gerar produção cultural. Em nossa sociedade, um indivíduo sem o acesso à televisão e ao computador é um ser excluído de seu tempo. A criança hoje, além do acesso à informação e à tecnologia, é consumidora desses bens culturais, mas a sua inclusão social, na verdade, seria a inclusão no mundo das classes dominantes, o que na realidade não ocorre.

Nossa sociedade tem seu alicerce cultural na desigualdade. O atual acesso à educação exerce, na verdade, uma função domesticadora, inibindo a participação da criança como sujeito social e conseqüentemente, formando um adulto alheio à questão da discriminação. Ele vê a escola como único acesso às oportunidades, porém não percebe que não tem condição de intervir no produto cultural recebido:

> A cultura, portanto, apenas como um produto acabado a ser transmitido para a criança significa inverter as relações de um processo onde as coisas passam a ter vida e as pessoas a serem vistas como coisas. Em outras palavras, significa a reificação da criança, situação que se acham condenados todos aqueles que foram excluídos da cultura enquanto elementos participantes, enquanto sujeitos. (...) Já mostrou Paulo Freire há algum tempo, que os seres humanos não necessitam ser objeto de intervenção cultural, mas, isto sim, ser agente de sua cultura, de sua história, da História. Só assim eles se humanizam de verdade.[23]

A internet, embora seja uma fonte de pesquisa e de informação, não elimina outras possibilidades de conhecimento. Ela não substitui o relacionamento pessoal, é apenas mais uma alternativa. A proximidade entre as pessoas permitiu que histórias

[23] PERROTTI, Edmir. *A criança e a produção cultural.* Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982, p. 17

e valores sobrevivessem por várias gerações. A escrita garantiu aos povos o registro de diferentes fases de seu pensamento. O livro possibilita o encontro com o íntimo, com a imaginação e com o aprofundamento dos sentidos. Os veículos modernos garantem a informação. O livro possibilita o conhecimento.

A relação da educação com os novos meios de informação ainda vive em um conflito de ideais entre os progressistas, educadores, psicólogos e a própria mídia. O discurso político das pesquisas e das discussões acadêmicas sobre o desenvolvimento infantil esconde questões importantes como as relações entre o pensamento, a linguagem, a aprendizagem e o papel das culturas e das tecnologias no desenvolvimento humano.

A mídia, permitindo o acesso democrático aos novos formatos de comunicação e informação, torna-se instrumento mobilizador da participação da criança em nossa sociedade. A Convenção da ONU sobre os Direitos da Criança, além do bem-estar social, enfatiza o acesso a informações e materiais de várias fontes, no sentido de que a criança terá o direito à liberdade de expressão e de opinião sobre os assuntos que a afetam:

> Ainda mais hoje em dia – quando a mídia/ telecomunicações representa/am uma área com crescimento recorde nas duas últimas décadas – a explosão da mídia significou uma verdadeira globalização. Além disso, como a mídia é, em muitos aspectos, pré-requisito para o funcionamento da sociedade atual, nem sempre é possível diferenciar mídia de sociedade.[24]

[24] FEILITZEN, Cecília Von e CARLSSON, Ulla (Org.). *A crianças e a mídia: imagem, educação, participação.* São Paulo: Cortez, 2002, p.21

A relação entre os meios de comunicação e a educação das crianças permite uma construção de conhecimento, que resultará na inclusão destes seres na sociedade. Com maior possibilidade de desenvolvimento da inteligência e com visão crítica, a criança poderá utilizar todas as ferramentas capazes de alimentar seu processo de aprendizagem, tenha ele interferência da tecnologia ou não. Assim, a leitura, a escrita, a pintura, a brincadeira, a modelagem e a dança levam a criança a incorporar ativamente as formas de linguagem e os comportamentos.

A ação de educar envolve a transmissão - pelos pais, pela escola e pelos meios de informação - de cultura, valores morais e condutas sociais. A inteligência e a sensibilidade de uma criança permitem-lhe o aprendizado de conhecimentos variados, porém, é fundamental estimulá-la a construir seu imaginário, exercitando-o com um repertório vasto e passível de utilização em qualquer ação interativa com o mundo.

Figura 36: *programas infantis*

Vygotsky e a teoria do desenvolvimento da criança

Os estudos do russo Lev Semyonovich Vygotsky (1896/1934) sobre os processos de transformação do desenvolvimento humano identificaram mudanças qualitativas no comportamento do homem, que ocorrem ao longo de sua evolução e relação com o contexto social. Apesar de não concluir plenamente suas pesquisas[25], sua obra é considerada de extrema importância para a psicologia.

A pesquisa de Vygotsky está fortemente ligada à educação, embora tenha elaborado mais de duzentos estudos científicos sobre as discussões da psicologia e das ciências humanas. Sua produção intelectual deu-se no cenário pós-revolução russa, um cenário sedento por renovação, onde se esperava que os avanços tecnológicos e científicos resolvessem os problemas sócioeconômicos.

Vygotsky, com sua análise do desenvolvimento da linguagem e a sua importância para a formação da criança no contexto atual, é o teórico que dará a base para esta dissertação. O autor manteve o seu interesse no estudo da gênese dos processos psicológicos, tipicamente humanos, em seu contexto histórico-cultural. Segundo Tereza Cristina Rego[26], "ele foi o primeiro psicólogo moderno a sugerir os

25 Vygotsky morreu aos 37 anos de tuberculose. Sua produção sobre a aprendizagem e o desenvolvimento humano foi intensa de 1924 a 1934. Porém, sua obra foi editada tardiamente, de forma incompleta. Somente após a década de 60, o Ocidente conheceu parte de sua pesquisa. Alguns de seus colaboradores, como Alexander Romanovich Luria e Alexei Nikolaievich Leontiev, ajudaram a difundir sua teoria sobre as funções psicológicas superiores e o desenvolvimento infantil.

26 A pesquisadora e pedagoga desenvolveu estudos sobre "A origem da constituição da singularidade do ser humano" na perspectiva de Vygotsky.

mecanismos pelos quais a cultura torna-se parte da natureza de cada pessoa".

Os estudos de Vygotsky contemplam os mecanismos psicológicos mais sofisticados, ou seja, as funções psicológicas superiores, que são: 1 – controle consciente do comportamento, 2 – atenção e lembrança voluntária, 3 – memorização ativa, 4 – pensamento abstrato, 5 – raciocínio dedutivo e 6 – capacidade de planejamento. São essas funções que garantem ao homem a possibilidade de independência.

Rego (1995, p.39) explica:

> Vygotsky se dedicou ao estudo das chamadas funções psicológicas superiores, que consistem no modo de funcionamento psicológico tipicamente humano, tais como a capacidade de planejamento, memória voluntária, imaginação etc. Estes processos mentais são considerados sofisticados e "superiores", porque referem-se a mecanismos intencionais, ações conscientemente controladas, processos voluntários que dão ao indivíduo a possibilidade de independência em relação às características do momento e espaço presente. Segundo ele, estes processos não são inatos, eles se originam nas relações entre indivíduos humanos e se desenvolvem ao longo do processo de internalização de formas culturais de comportamento. Diferem, portanto, dos processos psicológicos elementares (presentes na criança pequena e nos animais), tais como, reações automáticas, ações reflexas e associações simples, que são de origem biológica.[27]

A interdisciplinariedade presente nas pesquisas de Vygotsky permitiu que as mais diferentes áreas - antropologia,

[27] REGO, Tereza Cristina. *Vygotsky: uma perspectiva histórico cultural da educação.* Petrópolis, RJ: Vozes, 1995, p.39

lingüística, filosofia e sociologia -pudessem contribuir na análise dos processos de aprendizagem e desenvolvimento humano. Portanto, sua abordagem ultrapassa os limites da observação e descrição, método até então encontrado nos estudos da psicologia. Ofereceu, assim, um amplo material para entender o comportamento infantil ao longo da história da humanidade. É importante ressaltar que, até o início do século XX, a Psicologia era estudada como um ramo da Biologia e focava-se apenas no comportamento do cérebro humano.

O pesquisador[28] estudou e fez carreira em Moscou. Formou-se em Direito e Literatura e freqüentou, também, os cursos de História e Filosofia. Para compreender o desenvolvimento psicológico humano focado nas anomalias físicas e mentais fez vários cursos na Faculdade de Medicina. Seu trabalho transformou os estudos sobre o desenvolvimento humano, fazendo frente a duas correntes antagônicas da psicologia: a linha natural (baseada na filosofia empirista) e a linha mental (baseada na filosofia idealista).

Na linha da psicologia como ciência natural, os estudos estavam concentrados na descrição de comportamento exterior, ou seja, no que se entendia por habilidade. Estavam então, centradas nos processos mais elementares (os sensoriais e os reflexos), ignorando os fenômenos do consciente humano. Já a psicologia como ciência mental descrevia funções e via a vida psíquica humana como manifestação do espírito, mas não a considerava objeto da ciência objetiva:

[28] De origem judaica, foi educado com tutores até os 15 anos. Dominava vários idiomas (inglês, francês e espanhol). Desde cedo, estudou autores como Spinoza. Teve dificuldade para ingressar na Universidade, pois na Rússia, havia território restrito e números de vagas limitadas nas universidades para os judeus.

> Vygotsky entendia que ambas as tendências, além de não possibilitarem a fundamentação necessária para a construção de uma teoria consistente sobre os processos psicológicos tipicamente humanos, acabaram promovendo uma série crise na psicologia. Ao mesmo tempo que tecia críticas contundentes às correntes idealista e mecanicista, buscava a superação desta situação através da aplicação dos métodos e princípios do materialismo dialético, para a compreensão do aspecto intelectual humano. Ele acredita que através desta abordagem abrangente seria possível não somente descrever, mas também, explicar as funções psicológicas superiores. Pretendia construir, assim, sobre bases teóricas completamente diferentes, uma nova psicologia que sistematizasse e transformasse as duas abordagens anteriores: uma teoria marxista do funcionamento intelectual humano. [29]

No meio do conflito dos estudos da psicologia, Vygotsky valorizou a consciência humana e considerou seus fenômenos como processos dinâmicos, em constante mudança e baseados fundamentalmente no desenvolvimento histórico de toda a espécie humana.

Sua metodologia inicial procurou identificar os trabalhos produzidos nos cinqüenta anos anteriores a seu tempo, ampliando as bases teóricas para além da psicologia e estudando outras áreas de conhecimento. Por essa reunião de informações de campos distintos, aproximou-se de seu objetivo principal, que era compreender as diferentes características do comportamento humano.

A pesquisa de Vygotsky[30] procurou conhecer a origem e o processo de desenvolvimento das funções psicológicas. Percebeu

[29] Idem, ibidem, p. 29

as influências do estudo comparativo entre o comportamento animal e o humano, da abordagem histórica e da origem da linguagem e das concepções de Marx e Engels sobre a sociedade, o trabalho humano, o uso de instrumentos e a interação dialética entre o homem e a natureza.

Para Vygotsky, tanto os fatores biológicos como os culturais garantem a estruturação das funções psicológicas. Sua principal tese está na relação entre o indivíduo e a sociedade. Ele afirma que características tipicamente humanas não estão presentes desde o nascimento do indivíduo, nem são resultado apenas das pressões do meio externo. Na verdade, elas resultariam de uma interação dialética do homem com o meio sócio-histórico-cultural.

Outros estudiosos contemporâneos de Vygotsky, também, desenvolveram teorias comportamentais, como: Ivan Pavlov (associação estímulo-resposta), Wolfgang Kohler e Kurt Lewin (fundadores da Gestalt) e o epistemólogo suíço Jean Piaget.

Das idéias de Pavlov, muito valorizadas durante o governo de Stálin[31], destaca-se a defesa da plasticidade e da potencialidade dos seres humanos frente às pressões do ambiente externo. Vygotsky, apesar de reconhecer o conceito de plasticidade do homem perante as influências culturais, criticava a ausência de discussão sobre a criação deste ambiente pelo homem.

Gestalt é um termo alemão, que indica a teoria da percepção visual baseada na psicologia da forma. Os estudos sobre a percepção humana da forma apontavam que o homem

[31] Após a morte de Vygotsky, o governo de Stálin proibiu a publicação de suas obras, no período de 1936 a 1956, por considerá-las idealistas.

somente perceberia uma imagem através de suas partes, identificando-as por associações com experiências passadas. A Teoria da Gestalt afirma que não se pode ter conhecimento do todo através das partes e que só através da percepção da totalidade é que o cérebro pode, de fato, perceber, decodificar e assimilar uma imagem ou um conceito. Os trabalhos do movimento da Gestalt na psicologia serviram de contraponto ao pensamento de Vygotsky em sua teoria sobre a gênese social das funções psicológicas superiores.

Vygotsky só teve contato com os estudos de Piaget produzidos nos anos 1920. Interessou-se por sua pesquisa e reconheceu a validade do método clínico adotado por Piaget, para o estudo do processo cognitivo individual. Ambos, Vygotsky e Piaget, interessavam-se pelo estudo da gênese dos processos psicológicos. A grande divergência teórica entre eles centrou-se na interpretação da relação entre pensamento e linguagem. Vygotsky escreveu os prefácios da edição russa dos dois primeiros livros de Piaget. Criticou algumas de suas teses, mas não conheceu a evolução do pensamento do estudioso suíço.

Vygotsky, em seu prefácio, reconhece que a psicologia deve muito a Piaget. Ressaltou que seu método clínico de investigação das idéias infantis mostrou a percepção e a lógica das crianças, destacando as diferenças qualitativas entre o pensamento da criança e do adulto. Piaget não via a criança como um adulto em miniatura nem entendeu a mente da criança como a de um adulto em menor escala.

Vygotsky indicou como ponto forte das pesquisas de Piaget a exaustão de análises e classificações, pois "das páginas de

Piaget, cai sobre a psicologia infantil uma avalanche de fatos que desvendam novas perspectivas"[32].

Piaget, no prefácio de sua edição russa, considerou importante o pensamento de Vygotsky sobre a necessidade de comparar o comportamento de crianças com formação social diferentes, para isolar o aspecto social do indivíduo em seu pensamento. Escreveu naquele momento: "Aceito com prazer a colaboração dos psicólogos soviéticos".

Nos estudos de Vygotsky, a cultura torna-se parte da natureza humana. Integrados numa mesma perspectiva, encontramos o homem enquanto corpo e mente, o ser biológico e o ser social, membro da espécie humana e participante de um processo histórico.

As reflexões de Vygotsky são muito importantes para o papel da educação no desenvolvimento humano. Sua dedicação ao estudo da aprendizagem e do desenvolvimento infantil originou-se na busca de alternativas que ajudassem crianças portadoras de deficiências e ocasionou uma possibilidade para entender os processos mentais humanos. O pensador recorreu à infância[33] para explicar o comportamento humano, pois considerava que a criança, ao descobrir os instrumentos da sociabilidade e a fala, estava em um momento da "pré-história do desenvolvimento cultural":

> A criança em idade pré-escolar envolve-se num mundo ilusório e imaginário onde os desejos não realizáveis podem ser realizados, e esse mundo é

[32] *A Teoria de Piaget sobre a linguagem e o pensamento das crianças* – prefácio da primeira edição escrita por Vygotsky, em Moscou, 1932.
[33] Criou a Pedologia, ciência da criança, que integra os aspectos biológicos, psicológicos e antropológicos.

> o que chamamos de brinquedo. A imaginação é um processo psicológico novo para a criança; representa uma forma especificamente humana de atividade consciente. (...) É no brinquedo que a criança aprende a agir numa esfera cognitiva, ao invés de uma esfera visual externa, dependendo das motivações e tendências internas. [34]

As maiores aquisições da criança são obtidas por meio de brinquedos. No jogo infantil (o brincar), a imaginação, a interpretação e a vontade são processos internos conduzidos pela ação externa.

Das principais idéias de Vygotsky, prevalecem como base para o estudo do desenvolvimento humano: a relação indivíduo e sociedade, a integração dos aspectos biológicos e sociais do indivíduo e a mediação.

Na relação do indivíduo com a sociedade, o homem transforma o meio em que vive para atender as suas necessidades básicas, e isso resulta em sua própria transformação. Na integração dos aspectos biológicos e sociais do homem, as funções psicológicas se originam nas relações do indivíduo e seu contexto cultural e social. O cérebro, como principal órgão da atividade mental, não é um sistema imutável ou fixo. Pode-se alterar seus modos de funcionamento, sem transformar seu estado físico. Por isso, ele é a base biológica do estudo de Vygotsky e é considerado objeto de longa evolução.

A mediação está presente em toda a atividade humana, seja nos processos da função psicológica, seja na relação do ho-

[34] VYGOTSKY, L.S., *A formação social da mente*. São Paulo: Martins Fontes, 1994, p. 122 e 126

mem com o mundo. A linguagem, para Vygotsky, é um signo mediador no processo da elaboração do pensamento. Na mediação entre o homem e o mundo, as ferramentas elaboradas historicamente pelo ser humano permitem o domínio não apenas do ambiente, mas do seu próprio comportamento.

Na mediação, Vygotsky encontrou dois elementos básicos: o instrumento (que regula as ações sobre os objetos) e o signo[35] (que regula as ações sobre o psiquismo das pessoas). Os instrumentos e os signos estão ligados na história humana como experimentos individuais e desenvolvem habilidades que transformam a natureza e o próprio homem em reflexo da sociedade.

A maior parte dos atos do homem são motivados por necessidades complexas, como: adquirir conhecimento, se comunicar, ocupar um papel na sociedade e corresponder aos princípios e valores esperados. O complexo psiquismo humano recebe as condições sociais formadas e aperfeiçoadas pelo homem. Estas condições estão relacionadas com o trabalho social, o emprego de instrumentos de sociabilidade e o surgimento da linguagem.

Sobre a linguagem, Rego (1995, p.53) comenta:

> Vygotsky dedica particular atenção à questão da linguagem, entendida como um sistema simbólico fundamental em todos os grupos humanos, elaborado no curso da história social, que organiza os signos em estruturas complexas e desempenha um papel imprescindível na formação das características psicológicas humanas. Através da linguagem, é possível designar os objetos do mundo exterior (como, por exemplo, a palavra

[35] Signo pode ser: um objeto, uma forma, um fenômeno, um gesto, uma figura ou um som. Substitui e expressa idéias, servindo como um auxílio para a memória.

> faca que designa um utensílio usado na alimentação), ações (como cortar, andar, ferver), qualidades dos objetos (como flexível, áspero) e as que se referem às relações entre os objetos (tais como: abaixo, acima, próximo).

A linguagem desempenha um papel fundamental na psicologia humana, pois provocou três mudanças nos processos psíquicos do homem: 1 – permite lidar com os objetos do mundo exterior, 2 – possibilita analisar, abstrair e generalizar situações da realidade e 3 – garante com a comunicação, a transmissão de informações e acúmulo das experiências da humanidade.

No desenvolvimento infantil, a interação social mostra que o bebê, em constante contato com o adulto, absorve os significados e as condutas culturais que se formaram naquele grupo. Sendo indefeso, precisa de sujeitos que mediem a sua relação com o mundo, suprindo as suas necessidades básicas e afetivas. Portanto, ele passará por duas linhas de desenvolvimento: a elementar (origem biológica) e a das funções psicológicas superiores (origem sóciocultural).

> (...) a capacitação especificamente humana para a linguagem habilita as crianças a providenciarem instrumentos auxiliares na solução de tarefas difíceis, a superarem a ação impulsiva, a planejarem a solução para um problema antes de sua execução e a controlarem seu próprio comportamento. Signos e palavras constituem para as crianças, primeiro e acima de tudo, um meio de contato social com as pessoas. As funções cognitivas e comunicativas da linguagem tornam-se, então, a base de uma forma nova e superior de atividade nas crianças, distinguindo-as dos animais. [36]

[36] VYGOSTSKY, L. S. *Pensamento e linguagem.* São Paulo: Martins Fontes, p. 67

Na relação entre pensamento e linguagem, Vygostsky considera que ambos são elaborados de maneira recíproca, na dinâmica que se estabelece no desenvolvimento da criança nas interações sociais. A conquista da linguagem é marcante para o homem, facilitando o contato das crianças com as outras pessoas e com os instrumentos na realização de tarefas, na solução de problemas e no controle de si próprias.

Tanto para os adultos como para as crianças, a fala tem como função propiciar o contato social, estabelecer a comunicação. Para a criança, o domínio da linguagem permite o diálogo com os membros de seu convívio e cultura, tornando-se um instrumento de seu pensamento. Desde bebê, o homem manifesta inúmeras maneiras de organização de pensamento, bastante distintas, entretanto, do formato adquirido com o conhecimento da escrita. Além disso, as crianças elaboram uma série de formas de comunicação (por meio do papel e lápis, com os movimentos em suas brincadeiras, etc), que desafiam o adulto a buscar meios de continuar sua formação, sem transformá-lo em um repetidor de conhecimento adquirido.

Para Vygotsky, o processo de conquista da linguagem pode ser observado pela comparação de desenhos elaborados por crianças em idades diferentes. As menores só nomeiam seus desenhos após a sua finalização, quando elas podem visualizar o que criaram. Já as maiores nomeiam seus desenhos quando ele está quase pronto, e poderão, também, decidir antes de iniciar o desenho, o que será ali representado.

> Assim, a criança, ao longo da idade pré-escolar, com a ajuda do desenho e do faz-de-conta, vai tornando mais elaborado o modo como utiliza as

> diversas formas de representação. Desta maneira, entende-se que a representação simbólica no faz-de-conta e no desenho é uma etapa anterior e uma forma de linguagem que leva à linguagem escrita: desenho e faz-de-conta compõem uma linha única de desenvolvimento que leva do gesto – a forma mais inicial da comunicação – às formas superiores da linguagem escrita. Esta forma superior da linguagem deve ser entendida como o momento em que o elemento intermediário entre a realidade e a escrita – a linguagem oral – desaparece e a escrita se torna diretamente simbólica, ou seja, percebida como uma forma de representação direta da realidade. [37]

Com a linguagem escrita, a criança adquire uma complexa e sistemática forma de se relacionar com o mundo. Seu aprendizado é um grande salto, pois adquirirá uma nova maneira de pensar. Com a sua capacidade de memória e armazenagem de dados, a linguagem permite outras possibilidades de organizar suas ações, ainda mais abstratas. Por isso, para Vygotsky, a escola carrega uma importante missão: apresentar a escrita para a criança.

O pesquisador russo criticou duramente a psicologia e a pedagogia por considerarem o aprendizado da escrita uma habilidade somente motora, um traçado de letras e formas para compor palavras. Para ele, prevalece, neste caso, o mecanismo da utilização racional, funcional e social da escrita, que é percebida pelas crianças como algo que chega de fora, pelas mãos do professor, como uma técnica. Este tipo de ensino não permite o desenvolvimento natural da criança e sua própria iniciativa na elaboração de um processo de seu aprendizado, explica Vygotsky.

[37] Idem, ibidem, pg. 29

A criança estabelece contato com a linguagem antes da escola, inicialmente como linguagem falada, que evolui de uma fala exterior[38] para uma fala egocêntrica e, por último, para uma fala interior. A aquisição da escrita tem um papel fundamental para o desenvolvimento psicológico e cultural da criança, pois, passando a dominar um sistema simbólico complexo, ela pode criar outras formas elaboradas de pensamento. A escrita é um produto cultural elaborado e difundido ao longo da história da humanidade.

Assim, o aprendizado da linguagem escrita consiste na elaboração de um sistema de representação simbólica da realidade, operado sobre o material cultural experimentado, como valores, conceitos, idéias, objetos, entre outros. Com domínio dessa linguagem, a criança garante maior agilidade e profundidade em suas relações com o meio, estimula o próprio pensamento e abre caminho para a construção de seu imaginário.

Com a elaboração do imaginário infantil, a criança, como uma pessoa inteira e não como um objeto acumulador de informações, desenvolverá suas afetividade, sua expressão, seu senso crítico e, principalmente, sua criatividade. Ampliará, também, seus referenciais de linguagem (escrita, sonora, dramática, corporal, cinematográfica, virtual, entre outras), ultrapassando os muros da escola e construindo sua própria visão de mundo.

Ao respeitar estas características do desenvolvimento humano, a escola terá de pensar sua rotina pedagógica, revendo experiências e objetivos, rompendo com a estrutura estática de

[38] Fala exterior: fruto das atividades interpsíquicas que ocorrem no plano social. Fala interior: atividade intrapsíquica, individual. Fala egocêntrica: um estágio de transição entre a fala interior e a fala exterior.

seus modelos. Os educadores precisarão, também, perceber certos preconceitos sobre as necessidades da criança:

> Intelectuais e pedagogos franceses crêem que a imaginação infantil vem sendo estancada devido, talvez, à tradição do pensamento racionalista cartesiano, que se bem constituísse extraordinário progresso para a expansão do horizonte intelectual humano, veio assumindo forma silogística, o que reflete, em geral uma linha quase mecânica, com exclusão de outras categorias. (...) A imaginação, como instrumento da criação, de experiência interior, mostra a necessidade de reconhecer o imaginário como motor do real, que leva ao progresso. [39]

Educar e colocar as crianças em contato com o universo da escrita significa operar os signos e os significados dentro de um mundo constituído de valores e sentidos produzidos historicamente. Entretanto, ao incentivar a construção do imaginário e permitir o reconhecimento da escrita pela criança, como um instrumento de manipulação e composição de sua realidade, estaremos possibilitando à criança que se desenvolva como uma pessoa plena e ciente de seu direito de experimentar diferentes formas e modos de pensar.

Para a criança, aprender significa ser sujeito, ser elemento ativo do processo. Além disso, ela é seletiva. O conhecimento é estabelecido quando ela entende o sentido do que aprende. Se motivada, a criança poderá interpretar e expressar seu aprendizado, no contexto social.

O professor da infância tem papel fundamental na apresen-

[39] HELD, Jacqueline. *O imaginário no poder.* São Paulo: Summus, 1980, pg. 13

tação e no estímulo para a aquisição do conhecimento. Precisará perceber o momento da criança, sua etapa de desenvolvimento psíquico para, a partir disso, utilizar os instrumentos necessários o aprendizado da leitura e da escrita.

Estudos sobre a idade pré-escolar, das crianças de 3 a 6 anos, mostram que brincar livremente em um mundo fantasioso permite a experimentação de muitas outras atividades. É um exercício para o pensamento infantil, que criará hipóteses e teorias que constituirão sua personalidade:

> Ao se colocar no papel do outro, a criança assume um comportamento compatível com o personagem representado, em geral de mais idade que ela e com atitudes mais complexas e intencionalmente controladas. Ao controlar o "querer fazer" ante o "poder fazer", delimitado pelo papel assumido, a criança exercita o aprendizado do controle da conduta e o domínio da vontade.[40]

Para Vygotsky, a linguagem escrita deverá ser apresentada para a criança com um instrumento de expressão e conhecimento que ela poderá dominar. Isso permitirá que ela reconheça sua própria importância e seu poder no mundo, propiciando a formação de um leitor e produtor de textos, que desempenhará o papel de cidadão.

[40] MELLO, Suely Amaral. *O processo de aquisição da escrita na educação infantil. Contribuições de Vygotsky.* Campinas: Editores Associados, 2005, p.35

O estímulo ao conhecimento e à cidadania: a literatura infantil

Figura 37: *criança lendo*

A magia poética que envolveu as crianças brasileiras surgiu das histórias inspiradas na cultura popular, com suas lendas, fábulas e contos, que eram transmitidos oralmente, em geral pelas avós, de geração a geração. Por isso, a literatura infantil foi considerada, inicialmente, como uma produção menor, direcionada aos que estavam desenvolvendo sua capacidade cognitiva e ligada ao aspecto intuitivo, representativo e simbólico.

Antigamente, a literatura infantil estava a serviço da dos princípios didáticos e pedagógicos vigentes e à transmissão dos valores da sociedade. Segundo Maria José Palo[21], hoje, nosso modelo pedagógico de ensino infantil considera necessário, também, adequar o literário às fases do raciocínio infantil, pois isso permitirá que, por meio de "hábitos associativos", a criança encontre a proximidade entre as situações imaginárias e as vividas.

Na cultura ocidental, a educação dava à literatura infantil uma função utilitária. A relação entre os adultos e as crianças tinha seu alicerce na autoridade, com o adulto sendo o condutor dos saberes e das experiências, enquanto a criança aprendia, gradual e continuamente, as regras gerais:

> Tal caracterização evolucionista da criança não esconde, enquanto procedente dessa corrente de pensamento, um critério valorativo, que atribui ao adulto – "ser completo" – os pontos positivos no confronto com a criança. Partindo-se dela, a

[21] Professora de literatura brasileira da PUC-SP.

> criança é sempre alguma coisa imperfeita que necessita ser lapidada, educada. E a lapidação será feira segundo critérios fixados pelo adulto, pois este representa, na perspectiva evolucionista, o estágio mais avançado do organismo vivo em suas diferentes fases.[22]

Piaget e Vygotsky, ainda na década de 1920, apontaram, em suas pesquisas, que a criança tem uma mente integral, apta a responder aos signos, com pensamentos próprios e desejos. Ela é o agente de seu aprendizado e privilegiará, em seu contato com o mundo, linguagens que valorizem o espontâneo, o intuitivo e o analógico.

Apesar de ter sido considerada, por muito tempo, uma "literatura menor" e de ser marginalizada por sua função didática, a literatura infantil possibilitou a construção da percepção social sobre o papel da criança em nossa sociedade. Como produção cultural, quando comparada com a literatura adulta, ela não se mostrou menos importante nem seu texto inferior.

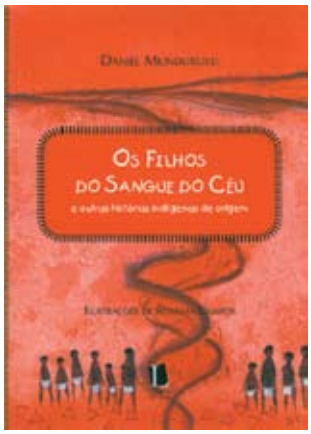


Figura 38: Os filhos do sangue do céu e outras histórias indígenas de origem*, livro de Daniel Munduruku que recebeu no Prêmio Unesco, menção honrosa em literatura para crianças e jovens na questão da tolerância*

Assim, no Brasil, a crítica literária e as pesquisas acadêmicas passaram a discutir a literatura infantil não somente por sua função pedagógica, mas como um fenômeno literário, que contribui ativamente para a cultura nacional. Estudos atuais reconhecem que o discurso literário infantil possibilita a criação de signos complexos e a experimentação artística. Os contos infantis permitem que a criança saia da passividade e desenvolva seu imaginário. Eles provocam o questionamento e estimulam sua independência:

[22] ZILBERMAN, Regina (org.). *A produção cultural para a criança.* Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982, p. 15

> O pensamento infantil é aquele que está sintonizado com esse pulsar pelas vias do imaginário. E é justamente nisso que os projetos mais arrojados de literatura infantil investem, não escamoteando o literário, nem o facilitando, mas enfrentando sua qualidade artística e oferecendo os melhores produtos possíveis ao repertório infantil, que tem a competência necessária para traduzi-lo.[23]

A literatura focada nas crianças permite a construção do imaginário por meio das estruturas do pensamento comum, porém acrescidos de grande poeticidade e complexidades temáticas. Por este motivo, ela é carregada de sentidos, que somam com as experiências e pensamentos da criança em seu dia-a-dia.

Figura 39: *personagem de Ziraldo*

O livro infantil constrói diálogos entre imagens, desenhos e textos. A ilustração, além de criar maior veracidade para a história, atrai as crianças para mais um tipo de linguagem. Por influência da poesia concreta, na década de 1950, a ilustração no livro infantil ganhou uma interpretação mais moderna e sofisticada, como acontece com os desenhos de Ziraldo.

Para Walter Benjamin[24], a cor pura constrói a fantasia como um efeito "ótico-sensorial", por isso ela trouxe a luminosidade para a literatura infantil. Benjamin explica que a criança estabelece um novo padrão de comparação e uma relação histórica com tudo aquilo que o seu repertório possa traduzir, sonhar e pensar. Ele lembrou, ainda, que Goethe, na época do Romantismo,

[23] PALO, Maria José e OLIVEIRA, Maria Rosa. *Literatura infantil: a voz da criança,* p. 11
[24] Walter Benjamin (1892-1940) viveu entre transformações históricas profundas. Em sua reflexão sobre a cultura da criança e do adolescente, fez oposição à pedagogia utilitária (a burguesa - que enquadra os filhos como herdeiros ou a proletária – que conta com os futuros militantes), defendendo a idéia de "garantir às crianças a plenitude da infância".

analisou a relação da luz com as cores e com as transparências, mostrando que a visão constrói formas e movimentos.

A literatura infantil possibilita um diálogo mais intenso entre a história e o referencial da criança, ou seja, permite que seu imaginário interaja com a materialização do fato. É como se a criança preenchesse, com sua imaginação, todo o espaço vago para interpretação:

> A criança consegue lidar com os conteúdos do conto maravilhoso de maneira tão soberana e descontraída como o faz com retalhos de tecidos e material de construção. Ela constrói o seu mundo com os motivos do conto maravilhoso, ou pelo menos estabelece vínculos entre os elementos do seu mundo.[25]

Em um livro infantil há três tipos de figuras: a sonora, a visual e a verbal. As figuras sonoras estão nas pulsações rítmicas das frases, dando o tom e os contrastes que fazem o contexto da história ganhar vida. A rima, as aliterações, os paralelismos e as dissonâncias são algumas das possibilidades sonoras. Já as figuras visuais estão nas formas analógicas das linhas, figuras, planos, cores e espaços. Não há obrigação de reprodução fiel das formas, pois a ilusão da realidade e as distorções da perspectiva fazem parte da construção deste gênero.

Com a percepção da diferença entre adultos e crianças, a literatura infantil assumiu importante papel na produção cultural ocidental, oferecendo perspectiva mercadológica para a indústria editorial. A relevância deste segmento acentua as estatísticas de

25 BENJAMIN, Walter. *Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação.* São Paulo: Duas Cidades, ed. 34, 2002, p.58

desenvolvimento comercial, tanto para os livros didáticos como para os títulos de ficção. O mercado editorial infantil revela-se um filão cheio de oportunidades e ramificações, mesmo em um país como o Brasil, onde a leitura ainda é um hábito associado à elite e à educação.

O mercado editorial brasileiro está em constante crescimento. Nele, a literatura infantil apresenta índices de produção e venda muito significativos, enquanto o mercado literário adulto enfrenta dificuldades para aumentar seus índices. Fica evidente que a utilização da literatura infantil como instrumento pedagógico, resquício de políticas educacionais anteriores, dificulta a compreensão do adolescente sobre o papel social e cultural da leitura. Por isso, ao transformar-se em adulto, ele se distancia da leitura como um hábito e como fonte para a construção de seu conhecimento, utilizando outras ferramentas para obter informação.

Nas escolas, as leituras obrigatórias, sem opção de temas nem de autores levam os jovens verem a leitura como um instrumento autoritário de aquisição do conhecimento. Para ele, as tentativas de estímulo à leitura são apenas indicação do professor. Além disso, outras formas de informação e entretenimento, como a Internet e a televisão, substituem o hábito de ler:

> Se as instituições especializadas devem tornar a leitura atividade e objetivo prioritário, devem também desenvolver práticas que alterem a atual imagem negativa produzida, sobretudo, por práticas institucionais inadequadas. Assim, por exemplo, a coerção, o autoritarismo explícito das práticas escolares, especialmente as tradicionais, estariam na base de representações

> que levariam ao desinteresse de crianças e jovens na leitura.[26]

O livro infantil oferece uma contribuição extremamente rica para o imaginário. A literatura infantil pode atingir outros públicos, além da criança, pois a identificação com o imaginário e as fantasias atrai os mais diversos perfis de leitores. A linguagem e a temática são as responsáveis pelo magnetismo dessas histórias.

Os homens são criadores por natureza e buscam, eternamente, construir significações para que suas vidas, tradições e culturas possam persistir ao tempo. Por isso, a possibilidade de construir novos parâmetros de tempo e espaço, com cores, ilustrações e elementos repletos de simbologia, garantem a sobrevivência da literatura infantil desde os seus primórdios na Índia. Por isso, também, ela rende-se ao fantástico e à magia e tem sido alimentada por autores de renome, como os Irmãos Grimm, na Alemanha, e Hans Christian Andersen, na Dinamarca.

A produção literária infanto-juvenil, no Brasil, não aparece como uma herança social, ou seja, como um objeto estático, que permite a análise de seu conteúdo década a década, dividido em temáticas que buscavam inserir as crianças no cotidiano dos adultos. Entretanto, nossa literatura possui traços particulares de criatividade e poeticidade que permitem a suas histórias interagir com outras mídias nos dias atuais.

Ainda nos anos 30, Monteiro Lobato escreveu histórias

[26] PERROTTI, Edmir. *Confinamento cultural, infância e cultura.* São Paulo: Summus, 1990, p.72

especialmente para crianças. Elaborando obras, como *Sítio do Pica Pau Amarelo,* com muita aventura e humor, introduziu milhares de crianças no mundo literário. Entre o tradicional e o moderno, Lobato criou para literatura infantil a indústria brasileira do livro, fundando, em 1918, a "Monteiro Lobato e Cia", primeira editora brasileira, já que antes dele, todos os livros produzidos no país, eram impressos em Portugal. Em 1946, a Editora Brasiliense publicou a obra completa de Lobato destinada às crianças, num total de 26 títulos.

Figura 40: *Jeca Tatu, personagem de Monteiro Lobato*

Segundo Nelly Novaes Coelho, a evolução da literatura infantil ocorreu com a produção de diferentes tipos de narrativas, como a fantasia dos contos maravilhosos, a realidade cotidiana, histórica, mítica e o realismo maravilhoso. Porém, independente do estilo, na década de 30, a produção literária voltada ao público infantil acompanhava a nova política educativa e ainda não havia entrado em confronto com a televisão.

A década de 40 trouxe a história em quadrinhos como febre na literatura infantil nacional. Todos os super-heróis são importados dos Estados Unidos: Dick Trace, Agente secreto X-9, Tarzã, entre outros. O pós-guerra, na década de 50, gerou uma fraca produção literária, tanto para os adultos como para as crianças. Porém, em 1951, ocorreu a primeira Exposição Internacional da História em Quadrinhos, em São Paulo.

Na década de 60, os adolescentes curtiram obras como O gênio do crime, de João Carlos Marinho, e a série das Vacas Voadoras, de Edy Lima, histórias repletas de diversão, aventura, ação e esperteza. A heroicidade é dada ao grupo de crianças-

personagens, em ações onde a coragem e a autodeterminação fica distanciada do ambiente natural.

Com a televisão, novas formas de conhecer e informar foram criadas. A literatura infantil alimentou as séries e os desenhos destinados ao telespectador infantil, que recebia as histórias como um dado pronto, o que facilitava a relação entre a transmissão e a assimilação. Por isso, na década de 70, percebemos a música, a literatura e o teatro, como atividades voltadas para o público infantil, em um momento muito criativo da produção nacional, disputando a atenção de seu público e tentando relacionar-se com os novos formatos de mídia.

A linguagem passou a ser mais questionadora e criativa. Um dos pontos mais importantes deste momento está na ilustração, com as pinturas, os cartoons e os desenhos. A estrutura narrativa e as imagens, são mais questionadoras e colocam a criança em contato com o mundo e com os valores da sociedade em que ela se encontra.

Nos meados dos anos 70, grande parte dos pedagogos e professores não aceitavam a idéia de educar utilizando produtos de massa (H.Q.) e, muitas vezes, desprezavam até elementos da cultura popular, por estarem fora do ambiente acadêmico. Foi nesse contexto que a Lei de Diretrizes e Bases Educacionais exigiu que a escola e a literatura estreitassem seus laços.

A literatura permite a construção de referenciais, facilita a compreensão do mundo e permite a transmissão de culturas distintas, fazendo de cada obra lida uma nova experiência e não apenas um entretenimento, um brinquedo ou um jogo.

Benjamin (2002, p. 77) diz que a responsabilidade é a grande "máscara do adulto" e que a transmissão de seus valores para a criança é uma prática mecânica podendo ser quebrada por outras perspectivas:

> A literatura infantil, por iniciar o homem no mundo literário, deve ser utilizada como instrumento para a sensibilização da consciência, para a expansão da capacidade e interesse de analisar o mundo.

Nas crianças,a partir dos seis anos, a leitura desperta um grande interesse pela ilustração. Os livros infantis, a partir deste momento, ganham um novo significado, tornando-se mais uma passagem livre para a construção do imaginário.

O mercado editorial atual explora intensamente novos formatos de produtos. Recursos gráficos com cortes, facas e vincos causam na criança, e até no adulto, uma forte atração. Diante de tantas opções direcionadas para meninos e meninas, anualmente, as edições dos clássicos de Walt Disney recebem nova roupagem para atrair a atenção de seu público.

Figura 41: A agenda de Carol, *de Inês Stanisiere*

As novas tecnologias ajudaram a aprimorar as publicações com maior qualidade gráfica e com formatos diferenciados, além da revolucionária criação de processos de distribuição inteligente, possibilitando maior acesso e facilidade aos leitores, estimulando a experimentação com salas especiais em livrarias e supermercados, sala de espera dos consultórios médicos e odontológicos.

O único segmento editorial que foi abalado pelo avanço da internet e precisou alterar o seu formato tradicional foram as obras de referência (dicionários e enciclopédias) e os periódicos

científicos, que hoje também são publicados em cd-rom.

Segundo Eduardo Blucher, coordenador do Estudo de Novas Tecnologias da Câmara Brasileira do Livro, segmentos editoriais como romances e ficções, ou seja, obras para serem lidas do começo ao fim tendem a ficar no papel. Seria difícil imaginar alguém sentado em uma poltrona confortável ou deitado em uma rede, com um laptop no colo lendo a última obra de Gabriel Garcia Marques.

As empresas que iniciaram o desenvolvimento de produtos para fortalecer a idéia do leitor digital, até agora, não obtiveram bons resultados. A Sony, por exemplo, lançou, no Japão, um aparelho menor do que um maço de cigarros ou uma embalagem de chicletes tipo Trident, que imita o conceito do Ipod, utilizado para carregar mais de mil músicas em mp3 e também imagens de vídeo. Apesar do lançamento de inúmeras possibilidades tecnológicas, nos Estados Unidos, por exemplo, que é um mercado consumidor voraz de novas tecnologias, a demanda pelo livro eletrônico é pequena.

Figura 42: *livro eletrônico da Panasonic – acesso a 5.500 livros*

Na explosão da internet, ela foi vista pela imprensa e pelos consumidores como a substituta de todas as outras formas de comunicação e informação já existentes. Mas, agora, com a percepção de que as fontes virtuais podem ser desorganizadas, falsificadas e inconsistentes, a confiabilidade tornou-se a verdadeira busca daqueles que procuram por conhecimento.

Segundo a Câmara Brasileira do Livro, a grande ameaça das editoras é a fotocópia. Com os livros a preços altos para o público jovem e estudantes em geral, as editoras calculam que metade

do faturamento acaba nas máquinas de Xerox das universidades, faculdades, cursinhos e escolas do país. Algumas editoras tentam enfrentar esta dificuldade disponibilizando a obra na internet, porém permitem impressão apenas de algumas partes e cobram cerca de 10% do preço de capa para o acesso.

O segmento editorial, contudo, atualmente conta com os esforços de instituições, como: escolas, universidades, Ministérios e Secretarias de Educação e da Cultura. Também as relações comerciais promovem o livro como um bom produto de exportação.

Na 19ª Bienal Internacional do Livro de São Paulo, em março de 2006, o público visitante chegou a 811 mil pessoas. Em dez dias, um público que buscava a mais tradicional fonte de conhecimento, teve acesso a 1,5 milhão de livros, 3 mil lançamentos e 700 sessões de autógrafos. Somente pelo programa Visitação Escolar, 180 mil estudantes, da rede pública e da particular, tiveram com livros da literatura nacional e estrangeira.

Sobre os perfis dos leitores no país, Perrotti (1990, p. 15) comenta:

> O grupo de leitores infanto-juvenis começou a se diversificar. A ampliação da rede de ensino ocorrida nas últimas décadas, mesmo que deficiente e sujeita a todo o tipo de precariedades, resultou na absorção de novos públicos pelo sistema escolar e, em decorrência, na ampliação do público do impresso. Não é abusivo afirmar que a assimilação de novos segmentos sociais pela escola pública alterou o que prevalecia anteriormente. (...) Se livro e leitura estão longe de se popularizar no Brasil, sem dúvida alguma em alguns centros

começaram a penetrar em segmentos sociais que tradicionalmente viveram totalmente à margem deles.

O desenvolvimento do mercado editorial brasileiro está diretamente ligado às condições econômicas, sociais e culturais do país, contando ainda com as particularidades de cada região. A partir de 2004, os movimentos em torno do livro e da literatura por parte do governo e da sociedade têm sido relevantes para o crescimento do mercado editorial.

As associações de classe estão mais atuantes e organizadas, o interesse do Governo Federal levou-o à desoneração fiscal do setor e as estruturas educacionais, incentivando a leitura em canais de massa como a televisão, proporcionaram à sociedade brasileira, a percepção de um universo cultural, que tem como elemento fundamental o estímulo à leitura desde a infância. A produção de livros para crianças é um dos segmentos mais relevantes da indústria editorial, aumentando a produção universitária de teses, congressos e seminários sobre o assunto.

Gráfico 4: Evolução da produção editorial e venda de livros no Brasil

	PRODUÇÃO (1ª edição e reedição)		VENDAS	
Ano	Títulos	Exemplares	Exemplares	Faturamento (R$)
1990	22.479	239.392.000	212.206.449	901.503.687
1991	28.450	303.492.000	289.957.634	871.640.216
1992	27.561	189.892.128	159.678.277	803.271.282
1993	33.509	222.522.318	277.619.986	930.959.670
1994	38.253	245.986.312	267.004.691	1.261.373.858
1995	40.503	330.834.320	374.626.262	1.857.377.029
1996	43.315	376.747.137	389.151.085	1.896.211.487
1997	51.460	381.870.374	348.152.034	1.845.467.967
1998	49.746	369.186.474	410.334.641	2.083.338.907
1999	43.697	295.442.356	289.679.546	1.817.826.339
2000	45.111	329.519.650	334.235.160	2.060.386.759
2001	40.900	331.100.000	299.400.000	2.267.000.000
2002	39.800	338.700.000	320.600.000	2.181.000.000
2003	35.590	299.400.000	255.830.000	2.363.580.000
2004	34.858	320.094.027	288.675.136	2.477.031.850

Fonte: Câmara Brasileira do Livro e Sindicato Nacional dos Editores de Livro

A história da *Revista Recreio*: a mídia na construção do referencial infantil

A partir dos 7 e 8 anos, a criança se alfabetiza e passa a se importar mais com as suas relações sociais. Nesta idade, ela começa a estabelecer um ponto de vista pessoal sobre as coisas. Este é o momento mais importante para estimular seu gosto pela leitura, que contribui para potencializar a construção do seu referencial.

Nessa fase, surge na criança a necessidade de defender sua vontade. Ela percebe que é um ser independente em relação ao poder dos pais e pode apresentar rivalidade com os irmãos ou amigos. Os contos de fadas oferecem grande influência na formação da personalidade da criança e em sua percepção com relação a si mesma e ao mundo. As personagens divididas entre boas e más, belas ou feias permitem à criança entender os valores da conduta humana, aumentando a sua capacidade de convívio social. A interferência dos contos de fada na percepção infantil da realidade não prejudicará a sua formação, tampouco distorcerá seus princípios éticos.

A criança se identifica com o herói bom e bonito, não pelo destaque exclusivo à bondade ou à beleza, mas porque ele personifica seus questionamentos infantis. Os heróis da literatura infantil podem ajudá-la a enfrentar o medo e as ameaças que percebe em sua volta, alcançando gradativamente o equilíbrio adulto. Para a Psicanálise, os significados simbólicos dos contos maravilhosos estão ligados aos eternos dilemas que o homem enfrenta ao longo de seu amadurecimento emocional.

Figura 43: *capas da primeira fase da* Recreio

A *Revista Recreio*, capitaneada por Ruth Rocha, foi a primeira proposta de atividade interativa da mídia, com preço acessível, que floresceu entre as crianças. Foi lançada duas vezes pela Editora Abril, a primeira vez no final dos anos 1960 e a segunda no ano 2000, perdurando até os dias atuais. Nos dois momentos, teve por objetivo educar e divertir a criança. Suas histórias e brincadeiras alimentam o referencial infantil.

Figura 44: *planejada para estimular a criatividade e a inteligência da criança*

Em sua primeira fase, a *Revista* publicava, a cada semana, uma história diferente e lançou grandes escritores, como Ana Maria Machado, que atualmente possui mais de 100 livros publicados. Foi nas páginas da *Recreio* que Ruth Rocha criou a história Marcelo, Martelo, Marmelo, que se transformou em um grande fenômeno editorial no país.

Mais do que uma revista com histórias em quadrinhos, a *Recreio* era planejada para estimular a criatividade e a inteligência da criança. Trazia histórias, ilustrações, jogos e uma rara coleção de peças para montar cidades, navios de pirata, circo ou até mesmo um zoológico. Em uma época em que as crianças eram presenteadas apenas em datas especiais (aniversário e no Natal) e os brinquedos eram, normalmente boneca, bola e jogo de botão, a *Recreio* exercia encanto e atiçava a curiosidade de crianças de 7 a 12 anos.

Envolvidos com a filosofia da revista, traduzida pelo slogan "Leie e pinte, recorte e brinque", os ilustradores desenvolveram uma linguagem especial para narrar peripécias de crianças e histórias de adultos medrosos, bichos e personagens saídos do folclore.

A *Revista Recreio*, embora seja um veículo de comunicação

de massa, trouxe elementos importantes para a educação infantil com as histórias da literatura transformadas em brincadeiras e jogos de montar, que ajudavam a estimular o imaginário ao lado das atividades da sala de aula.

Na *Revista Recreio*, todas as seções permitem a construção de um referencial criativo porque possibilitam um estímulo para a imaginação. Desenvolvendo-a, a criança percebe a sua capacidade para aprender coisas novas, assimilar novos conceitos e a lidar com o inesperado. A *Recreio* participa do desenvolvimento psicológico de seu leitor, já que foca as suas atividades e conceitos no momento de construção e afirmação da personalidade da criança e no processo de aquisição de valores, quando está aberta para um novo esquema da realidade. Nesse momento, a criança se distancia dos pais e educadores, lutando para ser aceita e desejada por seu ambiente social.

As duas fases da *Recreio* valorizaram o lúdico como forma de comunicação e divulgação de valores para as crianças. Na primeira fase, a revista tinha um formato diferente das publicações infantis da época: seu tamanho era maior que o dos gibis, para valorizar as ilustrações e deixá-la mais atraente na conquista do leitor infantil.

Ligia Cademartori Magalhães (1982, p. 85) faz a defesa dos quadrinhos, mostrando-os como uma experiência sem a interferência escolar:

> Sendo produto da cultura de massas, o gibi é uma experiência da coletividade, embora não se confunda, pela sua característica industrializada, com a cultura proveniente das classes populares.

As histórias em quadrinhos apresentam uma relação tal que os signos, que permitem as imagens visuais comportar frases escritas ou implicitar estruturas lingüísticas, assim como signos verbais complementam e reforçam imagens visuais.

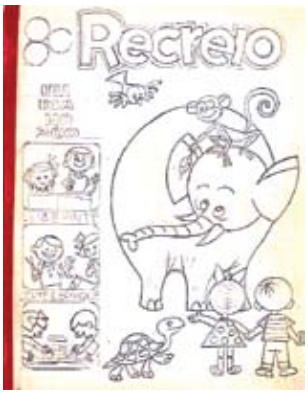


Figura 45: *layout da capa do primeiro número da* Recreio

Na *Recreio*, tudo foi pensado, testado e criado para que o leitor infantil fosse seduzido pela forma lúdica que a *Revista* trazia. Era publicada em papel alta alvura, um tipo de papel que permitia que a criança escrevesse, desenhasse e pintasse em suas páginas. O papel couchê, mais brilhante e de melhor absorção das tintas gráficas e, portanto, com mais qualidade de impressão, foi preterido em função de uma maior interatividade da criança com a revista.

No início quinzenalmente e, mais tarde, semanalmente, a *Recreio* era publicada com dezesseis páginas coloridas, contando uma ou duas histórias, de autores iniciantes, em que a ilustração era muito valorizada. Seu formato era o de um livro infantil, cada página continha uma ilustração que tomava todo o espaço livre, e o texto, interagindo com ela, ia contando a história, página à página. Além disso, a novidade, que garantia o acompanhamento lúdico da história e a sua interatividade, eram as tiras laterais, de aproximadamente 5 cm de largura e que tomavam toda a altura da página, sempre do lado externo dela (na página par, a tira ficava do lado esquerdo e, na página ímpar, do lado direito). Essas tiras eram separadas da história por uma linha grossa, colorida, o que fazia com que não atrapalhasse a continuação da história principal. Contudo, essas tiras traziam brincadeiras, jogos e diversões alinhadas ao tema da história.

Na edição número 6, da segunda quinzena de julho de

1968, a *Revista* trazia uma história completa sobre um "Festival na Floresta", onde bichos de todas as espécies estavam concorrendo ao prêmio de melhor cantor da floresta (uma clara referência aos festivais de música da TV Record, muito populares na década de 60).

Figura 46: *história "Festival na Floresta"*

Enquanto a história se desenrolava, em cada página, as tiras faziam brincadeiras ligadas ao mundo musical. Na página 3, num jogo de linhas aparentemente sem sentido, as crianças eram convidadas a pintar espaços com alguns sinais que indicavam certas cores e, ao pintar todos os espaços, instrumentos musicais apareciam como mágica. Na página 6, alguns desenhos de instrumentos musicais surgiam na tira e o seu título pedia: "Marque os instrumentos que você conhece". Na página 10, a tira sugeria uma experiência. Pedia que a criança enchesse vários copos com quantidades diferentes de água e, depois, com um lápis batesse em cada copo, tentando perceber a diferença dos sons. Para a criança conhecer e aprender a importância da autoria, no final da história principal, os autores eram identificados (no caso, a escritora e o ilustrador).

Em todas as edições, a brincadeira mais esperada era um encarte que vinha no centro da *Revista*, em um papel mais encorpado, com um brinquedo para recortar e montar. Na edição aqui comentada, este brinquedo era uma ilustração de um leão, dividido em duas partes. Uma parte era o corpo completo do bicho segurando uma guitarra. A outra parte era o braço. Depois de recortadas as duas partes e por meio de um engenhoso mecanismo de montar, o braço do leão ficava móvel e a criança podia fazer o leão "tocar" a guitarra. Um genial estímulo à criatividade, à imaginação e ao desenvolvimento lúdico da criança.

Na segunda fase da *Revista*, lançada em 2000, o lúdico continuou a ser seu grande apelo. No mesmo tamanho da fase anterior, mas com muito mais páginas (em média 44), a Revista valorizou muito mais a qualidade gráfica (agora o papel passou a ser o couchê), já que a interatividade com o público de hoje, a chamada geração Net, não precisa mais estar diretamente nas suas páginas.

A criança leitora da *Recreio* de hoje pode continuar a leitura de um assunto que a interessa na Internet, nos sites sugeridos pela própria *Revista*. Agora, não há somente uma história que vai do começo ao fim da edição, mas várias matérias, sobre vários assuntos, vão pautar cada número, satisfazendo a curiosidade e a saciedade por informação do leitor atual.

A *Recreio* desta fase traz anúncios publicitários, algo praticamente proibido na primeira, mas que revela um leitor infantil muito mais consumidor e decisor de compra do que a criança da década de 70 e 80. Toda edição da nova *Recreio* traz, como matéria de capa, um filme, um desenho ou uma novidade do cinema ou da TV, mostrando a interdependência que os meios de comunicação de hoje têm e que o leitor infantil espera.

Figura 47: *capa divulgando o desenho animado "Procurando Nemo"*

Quadrinhos, passatempos, curiosidades e testes são anunciados também na capa da Revista. Contudo, muitas semelhanças quanto ao tipo de jogos e brincadeiras existem nas duas fases da *Recreio*. Na edição 173, de 3 de julho de 2003, a matéria de capa é sobre o lançamento do desenho animado da Pixar, Procurando Nemo, um sucesso de público. Esse número traz uma matéria de seis páginas sobre o filme, com sinopse do desenho, como ele foi criado, os primeiros esboços das

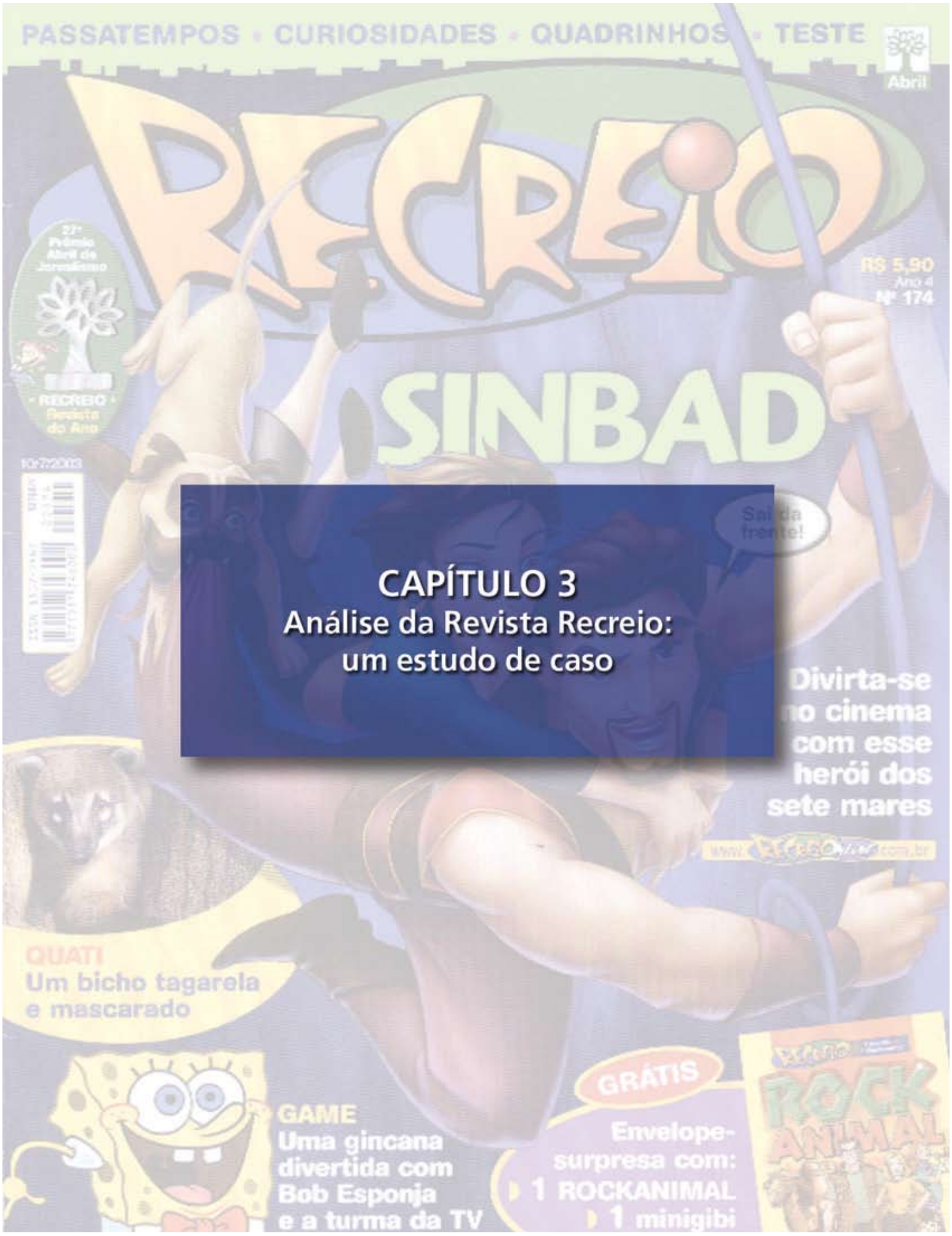
personagens principais, as técnicas de animação por computador e uma instrutiva comparação entre essas personagens e os peixes de verdade em que foram inspirados.

A edição traz também duas páginas de teste, brincando com as particularidades da língua espanhola, um convite para a criança criar uma mini-galeria de arte, recortando uma caixa de sapatos para simular as paredes da galeria e técnicas para a criação de pequenos quadros e esculturas, que seriam expostos na "caixa-galeria".

Dicas de brincadeiras para as férias de julho, contos, uma história em quadrinhos com Os Flintstones, seção de cartas e passatempos transformaram essa nova *Recreio* na única revista de variedades do mercado editorial dirigida para o público infantil, o que faz com que suas idéias sejam respeitadas por esse público.

No momento em que a *Revista* foi criada, a produção cultural do país estava em um período inovador, principalmente para os produtos culturais infanto-juvenis. Um de seus objetivos era inserir a criança no mundo literário. Em seu declínio, na década de 80, as produções televisivas infantis ganhavam um aspecto mais comercial e massificado.

Em seu relançamento, no ano 2000, a *Revista Recreio* busca a interatividade, por meio da velocidade, na representação da simbologia criada e estimulada por outras mídias, porém apesar destas mudanças, tenta conservar sua capacidade de ensinar e divertir. A *Revista* enfrenta, atualmente, o consumo intelectual ligado à segmentação de públicos, ou seja, à segmentação de mercado e suas ondas de consumo.



CAPÍTULO 3
Análise da Revista Recreio: um estudo de caso

Capítulo 3

Análise da *Revista Recreio*: um estudo de caso

Em uma revista como a *Recreio*, prazos, pautas e obrigações comerciais provocam dificuldades em seu planejamento editorial. Ao abordar, em suas matérias, conteúdos informais e comprometidos com o mercado de entretenimento ela corre o risco de se tornar um produto massificado e viciado.

A *Revista Recreio*, atualmente, luta para manter duas verdades a seu respeito: não é um gibi, apesar do entrosamento com a cultura de massa, e não quer transformar suas páginas em uma gôndola de supermercado. Ricas em informações e repletas de elementos lúdicos que estimulam a imaginação das crianças, suas matérias podem se tornar, com o tempo, meros *press-releases*[1] de lançamentos comerciais.

O leitor de *Recreio* caracteriza-se por compartilhar com o seu grupo valores, roupas e objetos semelhantes e que perdem o sentido rapidamente por influência de modismos, do consumo e da mídia. Exatamente por isso, seus planejadores, editores e produtores gráficos esforçam-se para criar, na *Revista*, um espaço para interagir com a criança de hoje, buscando entender como ela vê o seu tempo, interpreta os seus valores e escolhe os seus referenciais. Como um meio de informação e reprodução dos códigos culturais, a *Revista Recreio* precisa renovar-se pelo acompanhamento dos processos tecnológicos e de informação distribuídos pela cultura de massa.

[1] Trabalho desenvolvido por assessoria de imprensa para divulgar e incentivar o aparecimento de marcas e produtos na mídia para atrair seus públicos-alvos.

Para o estudo de caso que realizamos, foi selecionada a edição 166, ano 4, ano 2003, que tem como capa e matéria principal o X-Men. Essa escolha não foi aleatória, pois o X-Men mescla elementos típicos de histórias de super-heróis e temas como racismo, responsabilidade e política. X-Men é uma série de histórias em quadrinhos publicada pela Marvel Comics, que se transformou em uma coqueluche para crianças e jovens no Brasil e no mundo. Hoje, esta mania é uma franquia de produtos para o cinema, televisão, brinquedos e games. É a revista em quadrinhos mais vendida nos Estados Unidos. *X-Men - O Filme* arrecadou US$ 55 milhões apenas em seu fim de semana de estréia nos Estados Unidos. No Brasil, o filme levou aos cinemas mais de 550 mil pessoas em seu primeiro fim de semana, tornando-se a 2ª melhor estréia da Fox no Brasil e a 3ª melhor estréia na história do cinema no país.

Figura 48: *capa da edição 166 da* Revista Recreio

Criada por Stan Lee e Jack Kirby, em 1963, surgiu, no Universo Marvel, os mutantes: indivíduos portadores de mutações genéticas. As pessoas comuns têm preconceito contra eles e os perseguem pela cidade. Os X-Men são um grupo de mutantes com habilidades extraordinárias que tenta proteger e reconciliar os mutantes e as pessoas comuns. O nome da equipe vem do fato de possuírem o "gene Fator-X".

As histórias dos X-Men têm personagens de diversas etnias, por isso, talvez seja a revista em quadrinhos mais multicultural já vista nos últimos tempos. Este aspecto foi introduzido nos anos 1970, numa tentativa de tornar os personagens mais populares também fora dos Estados Unidos. Na história, a equipe dos X-Men foi criada pelo telepata paralítico Prof. Charles Francis Xavier, com a finalidade de proteger o mundo da crescente ameaça mutante. O Professor X, como ficou conhecido, idealiza um mundo onde humanos e mutantes possam viver em harmonia. Seus poderes telepáticos se manifestaram na adolescência, quando sentiu sua mente recebendo pensamentos de milhões de pessoas em todo o mundo simultaneamente. Isso era mais do que ele poderia suportar, e o jovem Xavier foi forçado a aprender a bloquear seus poderes mentais para não enlouquecer. Xavier abriga os X-Men em sua mansão que também é uma escola para "jovens superdotados", na rua Graymalkin Lane, n° 1407, em Salem Center, no condado de Westchester, Nova York. Os X-Men originais eram cinco adolescentes que ainda não dominavam seus poderes. A meta de Xavier era treinar jovens mutantes a controlar e usar suas habilidades especiais, eliminando a possibilidade de se tornarem uma ameaça e formando uma equipe que poderia conter os mutantes malignos.

Figura 49: *professor Xavier*

A primeira formação dos X-Men era composta por: Ciclope, Fera, Anjo, Homem de Gelo e Garota Marvel (Atual

Figura 50: *algumas personagens do grupo dos X-Men*

Fênix). O irmão de Ciclope, Destrutor, a princesa do magnetismo Polaris e o enigmático Mímico também foram integrantes por um período. Um tempo depois os X-Men foram capturados, e Xavier se viu forçado a convocar novos elementos para o resgate. Assim surgiram os Novos X-Men: Tempestade, Wolverine, Noturno, Colossus, Solaris, Pássaro Trovejante e Banshee. Também freqüentes nos roteiros de X-Men são as participações de personagens vindos do futuro e de realidades alternativas.

As mutações especiais dos principais mutantes da equipe X-Men são:

Figura 51: *Wolverine*

WOLVERINE - Também conhecido como Logan, esse X-man possui sentidos animais, um espetacular poder de cura e garras afiadas;

COLOSSUS – É o mutante russo Pietr Rasputin, conhecido como a casa de força dos X-Men. Seu coração artístico é envolto pelo aço orgânico frio no qual ele se transforma;

Figura 52: *Tempestade*

NOTURNO – É o alemão Kurt Wagner, nascido com a habilidade mutante de se teleportar a curtas distâncias, grudar em paredes e ficar virtualmente invisível em sombras escuras;

TEMPESTADE – É a Ororo Munroe, a deusa das tempestades na África. Como X-Man, ela usa seu controle do clima para salvar humanos e mutantes;

Figura 53: *Phoenix, a Jean Grey*

PHOENIX – É a Jean Grey, a primeira estudante do professor Xavier. Possui tanto poderes telepáticos quanto telecinéticos, o que lhe dá poder para mover objetos com a mente e ler pensamentos;

FERA - É Hank McCoy, um dos X-Men originais. Possui agilidade super-humana, força, velocidade e vitalidade. É um dos vingadores e um bioquímico reconhecido mundialmente;

Figura 54: *Fera*

ANJO - É Warren Worthington III, um dos estudantes originais do Professor X. Divide seu tempo entre uma vida de playboy milionário e a vida de herói;

Figura 55: *Anjo*

BISHOP - Refugiado de uma era futura, ele ainda tenta achar explicações para o seu futuro e formas de evitá-lo;

VAMPIRA - A jovem é abençoada e amaldiçoada ao mesmo tempo por seu incrível poder: absorver memórias e poderes de todos a quem toca. Isso a obriga a manter distância das pessoas a quem ama, já que não controla seu poder;

Figura 56: *Iceman*

GAMBIT - O misterioso e charmoso ladrão consegue bioenergizar pequenos objetos, causando explosões com eles;

ICEMAN - É Bobby Drake, outro dos X-Man original. Tem o poder de gerar gelo em volta de sua pele e, praticamente, criar camadas e blocos de gelo em todos os lugares;

LINCE NEGRA – É Kitty Pride, que pode deixar seu corpo intangível e caminhar no ar. Foi treinada em artes marciais por Wolverine e é tremendamente inteligente;

THUNDERBIRD – É Neal Shaara. Tem a habilidade de absorver calor e energia do meio ambiente e transformar em plasma. Nativo de Calcutá, ele descobriu seus poderes na Operação Tolerância Zero;

CABLE - É Nathan Dayspring Summers. Infectado, por Apocalypse, com um vírus techno-orgânico quando bebê, foi enviado para o futuro por seu pai, Scott "Ciclope" Summers, com esperança de cura. Ele retornou ao presente para enfrentar Apocalypse e desde então se uniu aos X-men;

Figura 57: *Magneto*

MAGNETO – Está entre os mais poderosos mutantes. Já foi amigo do Professor X, mas deixou de acreditar na convivência pacífica entre mutantes e humanos e decidiu dominar o mundo. É capaz de agir como ímã. É um grande conhecedor de engenharia genética e outras áreas da ciência.

A semelhança com a realidade é uma das características da história dos X-Men. Sua base está envolvida com fatores sociais e políticos. Os mutantes são uma metáfora de minorias (étnicas ou oprimidas) como: afro-americanos, homossexuais, judeus e até mesmo os comunistas. Seus poderes estão ligados a uma metáfora do estereótipo do que é estranho.

O Professor X é comparado ao líder afro-americano Martin Luther King Jr. e Magneto seria a representação do militante mais agressivo Malcolm X. O propósito dos X-Men refere-se ao "sonho de Xavier", talvez em uma referência à famosa frase de Luther King: "Eu tenho um sonho". As revistas X têm, com frequência, mostrado mutantes como vítimas de violência, evocando o linchamento de afro-americanos na época anterior ao Movimento para o Direito Civil Americano.

Figura 58: *Martin Luther king*

Outras interpretações também apareceram nos últimos anos. Julian Darius, crítico de quadrinhos, afirmou que uma análise detalhada do início da história até os dias de hoje mostra

que a personagem Magneto não é a representação de Malcolm X, mas dos radicais Panteras Negras.

Figura 59: *capas de revistas de histórias em quadrinhos dos X-Men*

Outra metáfora presente nas histórias é a ligação da situação mutante com o homossexualismo. Quando os adolescentes mutantes percebem seus poderes, no segundo filme da série para o cinema, o personagem Bobby Drake revela a seus pais sua mutação. Também no primeiro filme da série, o Senador Robert Kelly afirma que mutantes serão proibidos de lecionar para crianças em escolas. Nos anos 90, a história também abordou a Aids, com a trama do Vírus Legado, uma doença fatal, que só atingia os mutantes nos primórdios de sua descoberta científica.

Outra comparação mais explícita nas histórias é com o anti-semitismo, que não aparece em formato apenas de metáfora. Magneto, um sobrevivente do Holocausto, considera a situação mutante muito parecida com a dos judeus na Alemanha nazista. Nos quadrinhos, Magneto tem, rotineiramente, buscado estabelecer uma nação mutante, que seria um paralelo com o estado de Israel, nos dias atuais. O campo de concentração para trabalho forçado de mutantes na Ilha de Genosha, nos quais números eram marcados nas cabeças dos mutantes, teve muito em comum com os campos de concentração nazistas.

Nas histórias de Grant Morrisson, no ano 2000, os mutantes representam uma sub-cultura distinta chamada "Bandas Mutantes". Ele cria, inclusive, produtos especiais para esse grupo consumir e roupas especiais para a fisiologia mutante. A disseminação das histórias e dos personagens X-Men é a metáfora para a aceitação de todas as pessoas por seus dons únicos e especiais. O poder mutante que deve ser escondido do

mundo é uma analogia ao sentimento de diferença e medo, normalmente sentidos por todos durante a adolescência. Parte da atração de X-Men é oferecer um santuário para explorar e celebrar abertamente as diferenças em uma subcultura única.

Figura 60: *quadrinhos X-Men*

Mutantes do Bem: a história dos X-Men nas páginas da *Recreio*

Figura 61: *página dupla no miolo da* Revista Recreio *com a matéria analisada*

A matéria utilizada para análise deste estudo de caso é intitulada "Mutantes do Bem". Em termos gráficos, ela é apresentada em página dupla. O diretor de arte, profissional que elabora o design gráfico da revista, trabalhou com cores quentes, abusando de vermelhos, laranjas e amarelos, tentando passar um clima desafiador ao leitor. É uma espécie de embate visual, que dá um resultado muito parecido com o roteiro das histórias criadas para estes personagens.

As duas páginas abertas apresentam o fundo totalmente tingido por um degradê vertical, que começa em um vermelho-vivo no alto da página, passando por laranja, marrom, preto e chegando, ao pé da página, em um tom de cinza-chumbo. No canto superior esquerdo,

foi colocada a vinheta da seção, composta por duas ovais deitadas, colocadas uma sobre a outra, com um pequeno deslocamento. A que está sobreposta é vermelha e, abaixo dela, a outra oval é de um tom escuro, quase vinho, simulando a sombra da primeira.

Nas duas ovais foi aplicado um efeito computadorizado que lhes dá um aspecto tridimensional. As duas são circundadas por um traço preto. Dentro da primeira, lê-se o texto "Na TV", em uma fonte exclusiva da revista, na cor amarela, com um forte contorno preto. Ao lado do texto, à direita, um desenho de uma TV caricata e um controle remoto, também em cores fortes – vermelho, laranja, verde e marrom – completam o desenho da vinheta. Ela não deve ocupar mais do que 1/3 da largura da página esquerda, mas tem elementos coloridos e impactantes suficientes para chamar a atenção. Ao lado dessa vinheta, à direita, inicia-se o título da matéria, que atravessa as duas páginas, chegando próximo ao final da segunda, com as letras em caixa alta, como são chamadas as letras maiúsculas no jargão gráfico.

Figura 62: *vinheta da seção*

Figura 63: *desenho da vinheta*

"Mutantes do Bem" é o título. Foi escrito em um laranja sobre o fundo degradê, em sua parte ainda vermelha. Nessas letras, foi aplicado um efeito computadorizado que lhes dá volume. Logo abaixo, em uma fonte menor, com aproximadamente 1/5 da altura das letras do título, aparece o sub-título, na cor amarela, ainda sobre o fundo vermelho.

No lado esquerdo, ocupando a metade vertical da primeira página e, portanto, o maior destaque da matéria, foi aplicado um dos super heróis da série. É o Wolverine, um dos preferidos das crianças. Ele aparece em posição expressionista, agressiva, tendo, em primeiro plano, o seu braço esquerdo musculoso,

Figura 64: *Wolverine em destaque na página*

vestindo uma luva metálica com garras afiadíssimas, poderosas, desafiadoras. Aparentemente, está prestes a atacar, e a sua posição, de frente para o leitor, sugere que o inimigo pode ser a própria criança, mas, ao mesmo tempo, parece conferir poder e força a quem o vê. Afinal, Wolverine é o herói e representa, apesar de suas características agressivas, o bem.

O traço do desenho é vigoroso e as cores da personagem, dominantemente amarela e azul, contrastam com o fundo degradê, passando a sensação de que a personagem vai saltar da página e atacar a qualquer momento. Na parte inferior da página dupla, cinco quadros, simulando fotografias, pelo seu contorno branco, estão como que jogadas propositalmente ao longo das duas páginas e apresentam instantâneos de outros personagens da série. Estão neles, o Ciclope, o Professor X, a Tempestade e Jean Grey. Todos sempre em combate, utilizando os seus super-poderes.

Figura 65: *outros personagens na parte inferior da página*

No canto direito da segunda página, vê-se um pequeno quadro amarelo, sobreposto por uma moldura laranja, novamente utilizando o efeito tridimensional computadorizado. Este box, como são chamados estes quadros na linguagem gráfica, tenta imitar um hiperlink da Internet. Sobre ele, na parte superior, aparece o nome da série , X-Men, em letras tridimensionais, com volume e um efeito de perspectiva, com elevação diagonal em direção ao canto superior direito da revista, inclusive cortando o texto, como se ele estivesse querendo escapar da página, assim como o personagem principal. Neste box, foram colocadas informações, digamos, técnicas da série, como quando e onde está sendo exibida, em que horário e seus desdobramentos para o cinema.

Figura 66: *box com dados técnicos da série*

Na parte central da matéria, um texto na cor branca, disposto em três colunas, faz uma breve descrição informativa da série e da origem dos personagens com seus poderes e suas fraquezas. O texto procura ser bem didático, trazendo informações básicas para que um leitor, que nunca assistiu ao desenho, possa vê-lo, entender e conversar sobre ele com seus colegas.

Depois de analisada toda a iconografia destas duas páginas, resta-nos procurar entender o objetivo deste conjunto de elementos gráficos, composto por cores, letras e efeitos de computador. Em primeiro lugar, é possível reconhecer que as crianças também possuem uma *agenda setting*, pois a partir do momento em que existem publicações infantis, o agendamento de informações é uma forma de cativar este leitor e colocá-lo no centro das discussões do momento com seus amigos.

Seria ingenuidade imaginar que este agendamento não fosse existir só por se tratar de uma publicação infantil. Afinal de contas, a *Revista Recreio* é uma publicação comercial semanal e é natural que a editora procure pautar as suas edições nos sucessos da TV, do cinema ou dos quadrinhos do universo infantil. A análise aqui realizada está em outro patamar, ou seja, o conjunto iconográfico apresentado não está somente a serviço da beleza das páginas, mas está relacionado a um contexto cultural mais amplo e exprime claramente uma visão ideológica:

Figura 67: *revista Pipoca e o lançamento do filme* X-Men - o confronto final

> Perguntemo-nos agora se, estabelecidos esses elementos ideológicos, ficam os meios comunicativos, os elementos estilísticos individuados, restritos aos fins da comunicação daquela precisa ideologia (ou melhor: obrigados a não exprimir outra coisa além dela). Isto equivaleria a dizer que esta linguagem é ideologicamente determinada pela sua

> natureza elementar baseada num código bastante simples, obrigado a narrar mediante personagens-padrão, em grande parte forçada a servir-se de modos estilísticos já introduzidos por outras artes e adquiridos pela sensibilidade do grande público só depois de um considerável espaço de tempo (isto é, quando, historicamente, não mais revestem funções provocatórias), isolados do contexto original, reduzidos a puros artifícios convencionalizados. Só lhe seria possível, infelizmente, comunicar conteúdos ideológicos inspirados no mais absoluto conformismo; sugerir ideais de vida já exaustivamente compartilhados por todos os seus leitores, ignorando toda e qualquer proposta eversiva, e reforçar, em arte como em política, em ética ou em psicologia, o já conhecido.[2]

A matéria da *Revista Recreio* aqui estruturada com seu formato página dupla e sua iconografia, tenta fazer o leitor assistir à série, aumentando a sua audiência e, conseqüentemente, a leitura da *Revista*, num círculo tal de comprometimento entre os diversos meios de comunicação dirigidos ao público infantil, que seria quase impossível, para uma criança, não assistir ao desenho, não ler a revista, não consumir os produtos merchandizados com personagens do seriado, o que transforma o pequeno leitor num pequeno consumidor.

A formatação da matéria com cores e elementos tridimensionais lembra as páginas de internet, com seus múltiplos elementos, botões e hiperlinks. O corte e a sobreposição dos elementos assemelham-se a takes cinematográficos, usados também em televisão. Toda esta iconografia tenta ser familiar aos olhos do público infantil, envolvendo a criança num mundo ilusório e imaginário. A imaginação é um processo psicológico novo para

[2] ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*, p. 154-155

a criança. Nele, desejos não realizáveis podem ser realizados, quando a criança cria regras de comportamento para que este imaginário faça sentido. Se, por um lado, as páginas examinadas colocam em circulação elementos gráficos originais, que criam uma linguagem visual na imaginação das crianças, por outro, eles devem ser estudados não só como fato estético, mas também como modificadores de hábitos de vida e de consumo infantil.

É dentro desse imaginário que surgem os super-heróis das histórias. As personagens do grupo dos X-Men falam às crianças de uma forma simbólica, longe da realidade. A ilusão do poder dessas personagens tem uma dimensão mágica para o público infantil. Os X-Men caracterizam-se pela coragem, perseverança e inteligência. Eles são justos e leais e representam tudo o que uma criança gostaria de ser. Encontram-se, quase sempre, em situação de combate, em uma luta do bem contra o mal. Conseguirão sempre triunfar frente à situações impossíveis e provarão sua superioridade em ação:

> O super-herói remete muito mais ao mito e se coloca a um nível de existência superior, sendo a expressão daquilo que muitas vezes fica inacessível ao comum dos mortais. Os super-heróis pressupõem as exigências do superego, seguindo um comportamento exemplar e quase milagroso. Aos olhos das crianças, o super-herói encarna aquilo que existe de melhor na natureza humana. É um ser sem defeitos, aceito como um super-homem.[3]

As histórias infantis, recheadas de super-heróis, produzem nas crianças o que Umberto Eco chama de "evidente exemplo de

[3] MONTIGNEAUX, Nicolas. *Público-alvo: crianças. A força dos personagens e do marketing para falar com o consumidor infantil.* Rio de Janeiro: Campus, 2003. P. 131.

mitificação na produção dos *mass media*", pois cria um repertório popular mitológico claramente instituído de cima, isto é, criado por uma indústria do entretenimento, porém particularmente sensível aos caprichos do seu público, que, embora ainda descobridor desse repertório, torna-se absolutamente exigente.

Esse tipo de linguagem obtém uma eficácia de persuasão que pode ser comparada apenas às grandes personagens mitológicas. As aventuras dos super-heróis são paralelas à história ou à vivência da criança. Ela percebe, na personagem e nas tramas da qual participa, as suas próprias fraquezas, suas inquietudes e angústias. A criança encontrará tranquilidade no final feliz que a história proporciona e no triunfo do seu herói. Este triunfo se transfere para ela, fazendo com que se sinta mais segura para enfrentar o seu próprio futuro e as dificuldades que encontrará na vida. A criança passa a perceber sozinha a noção do bem e do mal e saberá entender porque é preferível ser bom e não ser mau. A vitória sistemática do super-herói sobre seus inimigos faz a criança entender os valores humanos mais por entender o resultado das histórias do que pelos valores em si.

As aventuras dos X-Men produzem um fascínio nas crianças pelo fato de que eles resolvem seus problemas contando com aptidões físicas excepcionais, mas são pessoas comuns, embora não o sejam fisicamente. Os seus poderes vêm de pequenas variações genéticas. Portanto, têm fraquezas, solidão, sentem preconceitos. Essas características oferecem à criança um acesso imaginário à sua própria transformação. Por meio dos X-Men, a criança tem esperança de que sua inteligência e suas habilidades lhe permitirão vencer todas as adversidades.

Os pontos fracos dos X-Men os aproximam da vida cotidiana das crianças e dos problemas que elas enfrentam no dia-a-dia, na escola, com seus amigos ou em casa com seus pais. Os super-heróis ajudam as crianças, que muitas vezes crescem em um mundo conturbado, dentro de estruturas familiares instáveis, a encontrar a sua própria identidade. Eles as ajudam a acreditar que, se fizerem bastante esforço e não desistirem, acabarão encontrando o sucesso. Montigneaux (2003, p. 133) comenta:

> O interesse da criança pelo herói permite descobrir suas grandes interrogações. As grandes questões que se colocam para a criança, assim como as suas angústias, estão ligadas à fragilidade na qual ela se sente, ao medo da morte, ao medo de crescer, aos mistérios da sexualidade, às noções do bem e do mal, ao desejo de poder, ao dever da coragem... Finalmente, as histórias ajudam a criança a encarar, sobretudo, as questões relativas ao sentido da vida.

Por outro lado, a matéria dos X-Men, na *Revista Recreio*, pode ser analisada como mais um exemplo de conteúdo ideológico voltado para a banalidade comercial, contendo uma estrutura circular, estática e com uma pedagogia imobilista. Afinal, a indústria da cultura de massa produz histórias com super-heróis para crianças em escala internacional e as difunde a todos os níveis. A *Recreio*, por fazer parte dessa indústria, difunde um produto industrial, encomendado de cima, segundo todas as mecânicas de persuasão oculta, refletindo todo o esquema de um sistema e reforçando os mitos e valores vigentes.

Assim, o Professor X reforçará a imagem de um líder aparentemente preocupado com o bem-comum, mas que se tranca em seu quartel-general e somente protege e comanda

o seu grupo de super-heróis; Wolverine defenderá a amizade acima de tudo, apesar de ser uma pessoa solitária; a Vampira, que pode absorver a energia de quem toca sua pele, sente-se insegura com esse poder e o Magneto, que já foi amigo dos X-Men, mas transformou-se em vilão, agora quer conquistar o mundo, porém nunca atinge o seu objetivo e também nunca é destruído, passando a mensagem conformista de que o mal que está sempre presente, mas que precisamos conviver com ele e combatê-lo, mesmo que não o derrotemos. Eco (2004, p. 283) faz alguns questionamentos:

> Deveremos então dizer que a história em quadrinhos, encerrada nas regras férreas do circuito industrial-comercial da produção e do consumo, só se destina a oferecer produtos padronizados de um paternalismo às vezes incônscio e às vezes programado? Tendo elaborado, como elaborou, modos estilísticos, talhes narrativos, propostas de gosto indiscutivelmente originais e estimulantes para a massa que as assimilava, sempre usará, no entanto, dessas audácias artísticas para uma constante função de evasão e de mascaramento da realidade?

Creio que a *Revista Recreio* se renda às armadilhas do sistema de cultura de massa por ser parte dela, embora tente manter um nível intelectual superior às demais publicações infantis. A criança transforma a *Revista* em um brinquedo, em um instrumento ilusório e imaginário, de acordo com o que Vygotsky fala sobre o desenvolvimento da linguagem e do pensamento infantil.

A tendência de uma criança é satisfazer seus desejos imediatamente. Conforme vai crescendo, ela percebe que nem sempre isso pode acontecer. A *Revista* substitui essas situações de modo a satisfazer as crianças rapidamente. A presença de

personagens e super-heróis que conhece de outras mídias faz com que ela aprenda a agir numa esfera cognitiva, criando uma nova forma de desejos. Dessa maneira, a *Recreio* faz com que as crianças tenham aquisições importantes que se transformarão, no futuro, em seu nível básico de ação real e de moralidade.

Muitas transformações internas surgem na criança quando ela se utiliza de uma situação imaginária proposta na história da *Revista*. A história em si e seus desdobramentos em matérias complementares, com jogos, testes e brincadeiras, transformam essas situações imaginárias em regras que ela respeita e cumpre. Essas regras determinam o papel da criança no jogo (que é, segundo Piaget, uma regra de autocontenção e autodeterminação), fazendo com que ela se realize nas histórias. Por isso, as regras transformam-se num fator muito importante do desenvolvimento infantil. Quando a criança se realiza, ela pensa e, ao pensar, ela age. Esses dois movimentos, internos e externos, estão interligados. Ela imagina, interpreta e age.

Contudo, esse comportamento da criança no dia-a-dia é oposto ao seu comportamento na imaginação da história, porque a história não é a forma predominante de atividade da criança. Não é possível imaginar, como sugere Umberto Eco, que a simples criação de personagens e histórias com detalhes gráficos e estilísticos criativos, mesmo dentro de um "circuito industrial-comercial da produção e do consumo", seja capaz de influenciar todo o comportamento da criança, mesmo que ela transfira parcialmente o imaginário da história para a vida real:

> Sob o ponto de vista do desenvolvimento, a criação de uma situação imaginária pode ser considerada como um meio para desenvolver o pensamento

> abstrato. O desenvolvimento correspondente de regras conduz a ações, com base nas quais torna-se possível a divisão entre trabalho e brinquedo, divisão esta encontrada na idade escolar como um fato fundamental.[4]

Para a criança, o imaginário não substitui o real, mas permeia suas atitudes em relação à realidade. A essência do imaginário traz uma nova relação entre o campo do significado e o campo da percepção visual, entre situações de pensamento e situações reais. Nesse sentido, o imaginário tem pouca influência no comportamento da criança. Ele, por outro lado, ajuda a criar regras para esse comportamento sem, no entanto, influenciá-lo.

Uma criança pode, ao ler uma história dos X-Men, se sentir mais segura com relação ao seu futuro e às mudanças que irá enfrentar na vida, porque passa a perceber que algumas características suas que se destacam, como a inteligência ou porte físico, podem ajudá-la a resolver problemas. Mas, por também ensiná-la a pensar, essa leitura de forma nenhuma a transformará num ser alienado. O imaginário será sempre um auxiliar importante no seu desenvolvimento.

Permeando a análise da *Revista Recreio*, algumas indagações se fizeram presentes: como um grupo de crianças passa a aceitar a *Recreio* como uma referência? Em que ponto as opiniões e a moral difundidas pela *Revista* passam a ser aceitas como as corretas por este grupo? Será que o poder econômico da Editora Abril influencia a aceitação deste veículo no grupo? Realmente a *Revista Recreio*, parece ter uma penetração eficaz

[4] VYGOTSKY, L. S. *A formação social da mente*, São Paulo: Martins Fontes, 1994. P. 136.

porque a criança sente a necessidade de ser aceita e bem-sucedida na sociedade, ela não quer ser diferente dos outros e busca, por meio das histórias, o conforto e a estratégia para posicionar-se em relação ao grupo.

A *Revista Recreio* sabe se aproveitar muito bem dessa situação. Por se tratar de um meio eleito pelo grupo social infantil, suas opiniões fazem parte do imaginário dominante. A criança lê, faz as brincadeiras e responde aos testes para poder participar da agenda imposta pela mídia. A *Revista*, contudo, também precisa adaptar-se às mudanças desta criança, perseguir as suas expectativas e solucionar suas dúvidas nos momentos especiais. Embora tenda a ler o mesmo que o seu grupo lê, a criança costuma reagir ao que lhe é imposto com atitudes que o seu imaginário lhe permite assumir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerações finais

Como prioridade do desenvolvimento econômico, o capital abriu o mercado mundial para a propagação de produtos e serviços, que buscaram a massificação do consumo. A diversidade da mídia, crescente na sociedade pós-moderna, deixou como herança complexos processos de estímulo para propagar ondas de consumismo. A abundância de oportunidades foi o discurso de uma sociedade caótica, cujas falhas se mostram na contemporaneidade.

Para entender a mudança dos perfis de consumo da pós-modernidade para os dias atuais vale destacar, que a escassez provocada pela Primeira e Segunda Guerras provocou, no Ocidente, uma reorganização de valores e necessidades, revelando seus efeitos na política, nas artes e em suas instituições principais, como: a família e o governo.

O perfil desse consumidor nasce de fatos históricos relacionados a planos econômicos, perspectivas políticas, crescimento populacional e distribuição de renda. Fica claro, também, que o crescimento econômico de um país, muitas vezes rico em oportunidades de mercado, nem sempre evidencia progresso social, pois apresenta falhas no combate à miséria e muitas vezes, por meio da impossibilidade da aquisição de bens de consumo.

Em três décadas, a partir de 1950, uma infinita possibilidade de comportamentos humanos, ligados ao poder econômico e formados na ascensão da sociedade capitalista pós-revolução industrial, revelou um homem que busca a superação

da vida atual por meio de consumo. A sensação da oportunidade de escolha oferecida pelo mercado, contudo, não superou as expectativas de um novo consumidor nascido fora deste ciclo:

> Uma força significativa que impulsionou o consumo foi o desejo de ascender socialmente pela aquisição de bens materiais como um carro novo, uma televisão, um freezer e móveis que identificaram o indivíduo como membro da classe média. Hoje, em sua maioria, os consumidores já esgotaram, em grande parte, os artigos que precisavam adquirir e estão focalizando o querem comprar, ou seja, buscam oportunidades e experiências que, segundo eles, lhe proporcionarão uma vida mais feliz, mais rica e recompensada. Na Nova Economia, as empresas com maior probabilidade de sucesso são aquelas que tornam mais simples e vantajoso, para os Novos Consumidores, esse investimento de tempo, atenção e dinheiro. [21]

A necessidade da segmentação de públicos-alvos tornou-se vital para a sobrevivência do conceito neoliberal, que aposta no mercado competitivo como um meio para a proliferação de novos ciclos de consumo. Nesse contexto, selecionar e atingir o maior número possível, porém dentro de novos nichos de mercado, possibilitam que as idéias como exclusividade e customização ganhem destaque na mente das pessoas.

O consumo massificado provocou uma reação de busca pela individualidade naqueles que podem efetivamente consumir muito. Assim, a sobrevivência do comércio exterior de um país está diretamente ligada à criação de tendências, que hoje apresentam um curioso ciclo de desgaste.

[21] LEWIS, Dr. David & BRIDGER, Darrem. *A alma do novo consumidor*. São Paulo: M.Books, 2004, p. 22

Os produtos exclusivos são lançados para uma classe que se aclama de "vanguarda". É esta classe que alimenta a criação de tendências, transformadas posteriormente em fenômenos de imitação. As novidades tecnológicas da moda, das manifestações culturais e da mídia são rapidamente absorvidas e consumidas por este público "antenado" com a novidade, com o raro.

O produto usado como diferenciador socioeconômico pela vanguarda passa a ser absorvido por uma outra classe, poderosa apenas pelo poder econômico. O consumo desta segunda classe, os chamados "emergentes", faz com que o produto deixe de ser exclusivo, tornando-se apenas uma escada para a ascensão social e cultural. Assim, os emergentes transformaram-se em difusores de tendências.

Quando esta tendência se massificar, ou seja, quando chegar às lojas do grande mercado consumidor como um produto acessível à classe média, será automaticamente descartada pela vanguarda e pela emergente. Assim, o produto atingirá o desgaste como inovador e exclusivo. E perderá totalmente o valor de mercado, ao chegar às bancas dos camelôs.

As crianças de 7 a 13 anos, público-alvo da *Revista Recreio*, são o exemplo desse novo consumidor. Cada vez mais próximos da interatividade e das mais diversas fontes de informação, o público infanto-juvenil ganhou um status importante na cadeia de consumo. Os lançamentos de produtos para este público precisam superar a segunda edição sem modificações e adaptações, fazendo dos novos conceitos uma realidade cotidiana.

As crianças não toleram mais o ultrapassado. Escolhem

marcas, conhecem a reputação de empresas e sabem qualificar produtos. O consumo das idéias culturais e tecnológicas sobrevive à interferência da economia de mercado, apontando os veículos de comunicação como direcionadores das vontades e necessidades do público infantil. Uma novelinha que "emplaca", um desenho que não promove muitos produtos licenciados ou um filme que não "esquenta" a bilheteria no período de férias são os termômetros dos desejos do público pretendido.

Provocar experiências nesse público possibilitou treiná-lo para se manifestar em relação as suas preferências de consumo. Informá-lo significa preparar-se para a sua escolha. Percebe-se, no mercado contemporâneo, que o consumidor infantil é um ótimo exemplo para nos indicar que, atualmente, o público segmenta-se em razão da sua escolha, ou seja, a generalização de perfis massificados acabou:

Figura 68: *aprendizado infantil*

> Os consumidores estão dispostos a comprar os melhores produtos sem pensar no preço, em determinadas categorias, e em outras, a buscar somente os mais baratos. Ou seja, eles compram seletivamente, "esticando-se" e adquirindo produtos Premium em certas categorias que desejam e buscando produtos mais baratos em outras, para equilibrar a equação dos seus desejos. [22]

Neste cenário, a *Revista Recreio* nasceu e morreu. Mas renasceu e, hoje, luta para sobreviver conforme o gosto e as exigências de seu leitor. Mesmo sendo um marco na pedagogia brasileira, a *Revista* está inserida no mercado editorial, que exige adequação ao perfil do consumidor. Seu objetivo atual é ser reconhecida pelos pais como um instrumento de diversão e educação, como aponta a sua missão:

[22] As novas exigências, *HSM Management,* número 54, janeiro de 2006, pg. 98

> Despertar o prazer do conhecimento, incentivar o hábito de leitura, melhorar o desempenho escolar e formar o leitor do futuro.

Apesar dos valores restabelecidos para o seu lançamento, a *Recreio*, em 2003, firmou uma parceria com a marca de alimentos Kellogg's. A coleção RockAnimal, um dos brinquedos distribuídos com a *Revista*, ganhou, na caixa dos Sucrilhos, trinta e um cenários para os animais de pedra da coleção lançada em suas edições.

Na justificativa da parceria comercial em nota à imprensa, a *Revista* defendia a idéia de que o público-alvo poderia brincar, colecionar e trocar as caixas e os brinquedos com os amigos. Aguçando a curiosidade e ressaltando as habilidades manuais, a Recreio participa da escolha "saudável" da criança por este tipo de refeição.

Com apenas um anúncio em sua contra-capa, a *Revista* também apresenta um comportamento participativo na polêmica sobre a proibição de campanhas de vendas de produtos destinadas exclusivamente para o público infantil. As discussões entre governo, escolas e empresas propõem maior discernimento na atuação de anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação. Na *Recreio*, a seleção das peças publicitárias e do tipo de empresa que anuncia, aponta uma parceria entre os objetivos comerciais e os editoriais. Entretanto, a sua editora, a Abril, ao participar com a sua marca de prêmios e programas sociais focados na educação, garante apenas um exemplo de auto gestão.

Com a expectativa de vender trezentos mil exemplares por semana, a Revista se adapta ao conteúdo da grande mídia, como é o caso da edição eleita para a análise aqui realizada com a

série, em quadrinhos, X-Men. Também pelas cartas dos leitores e pelos chats da Internet, percebe-se que assuntos como Nintendo, Pokemon, Play Station estão na onda de consumo cotidiana das crianças leitoras de Recreio.

Em entrevista ao site da Editora Abril, a redatora chefe da Recreio, Gisleine Carvalho, comenta:

> Procuramos assuntos que agradem nossos leitores. Falamos sobre games, desenho animado e pokemons. Perseguimos o modo de ser e pensar das crianças. Queremos escrever e ilustrar com o que eles querem.

A *Revista* também se torna muito atrativa quando a televisão subestima a criança, pois não se pode classificar o público infantil como um único segmento. Quando a *Recreio* destaca como faixa concentradora o nicho dos 7 aos 10 anos, não descartando os menores ou os maiores. Ela acredita que, assim, poderá falar particularmente sobre as expectativas e vontades desse público, complementando o seu conhecimento e a sua diversão.

Figura 69: *anúncio publicado no jornal* O Estado de S. Paulo*, em 4 de junho de 2006, mostrando a atualização das normas éticas aplicáveis à publicidade de produtos destinados a crianças e adolescentes*

FATO SOCIAL RELEVANTE

O CONAR torna público que promoveu a atualização do Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, estabelecendo novas normas éticas aplicáveis à publicidade de produtos destinados a crianças e adolescentes (Seção 11) e aperfeiçoando as regras para a publicidade de produtos alimentícios, refrigerantes, etc. (Anexo H).

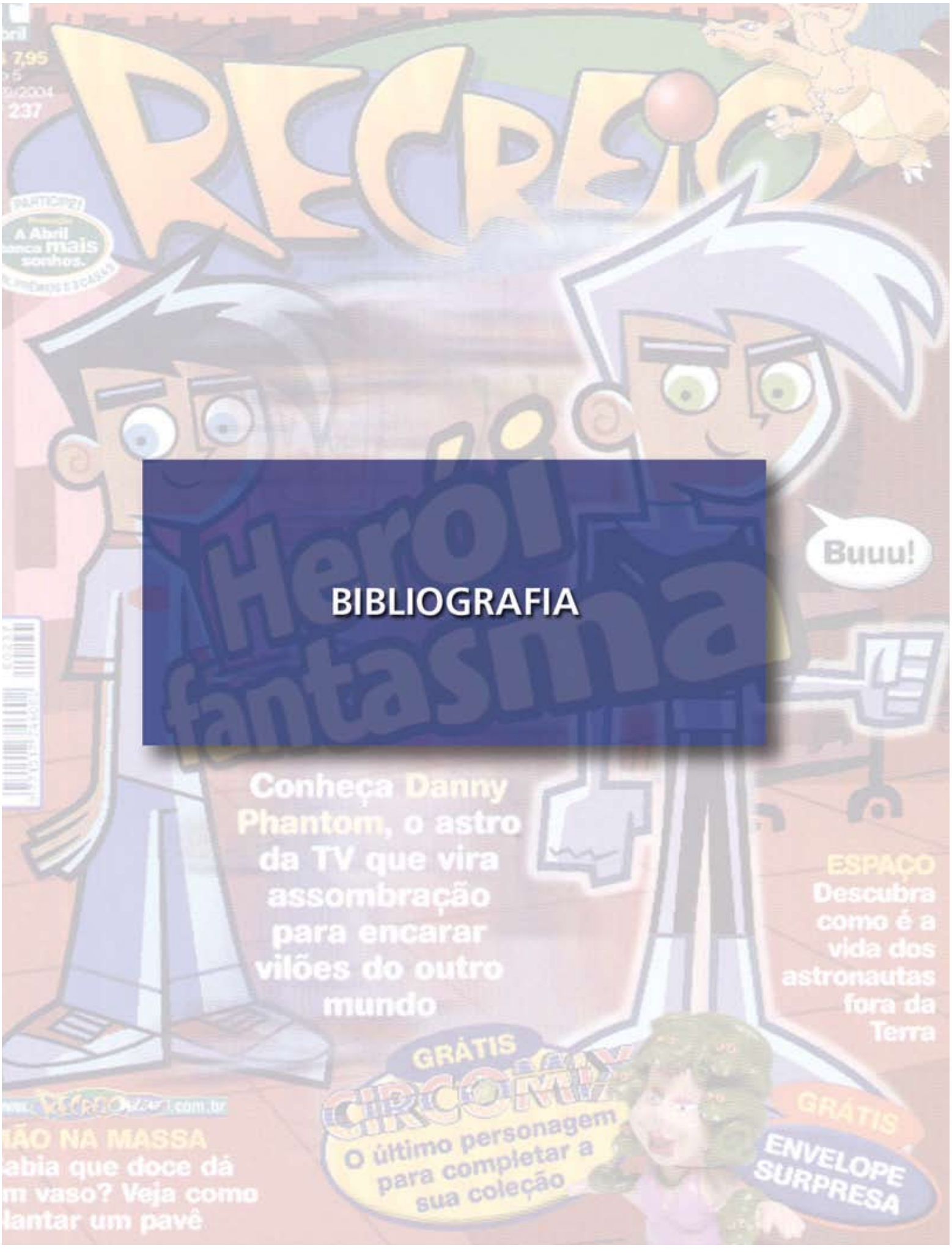
Os novos normativos refletem as preocupações e a responsabilidade social dos anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação brasileiros, em linha com as experiências de órgãos de auto-regulamentação internacionais.

O CONAR acredita que a liberdade de expressão comercial e o direito do consumidor à informação, faces da mesma medalha, são indispensáveis à formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes.

As novas normas serão praticadas pelo mercado e monitoradas pelo CONAR a partir de 1º de setembro de 2006, e estão disponíveis no site www.conar.org.br

CONAR
Conselho Nacional de Auto-Regulamentação Publicitária

A *Revista* também participa do conflito dos pais, que precisam optar entre o que os filhos desejam e a necessidade de educar com os recursos que têm. Esse conflito é responsável, muitas vezes, pela substituição de um brinquedo pela Recreio, que apresenta um caráter mais participativo na educação dos filhos.


RECREIO
Herói fantasma
Buuu!
BIBLIOGRAFIA
Conheça Danny Phantom, o astro da TV que vira assombração para encarar vilões do outro mundo
ESPAÇO
Descubra como é a vida dos astronautas fora da Terra
GRÁTIS
O último personagem para completar a sua coleção
GRÁTIS
ENVELOPE SURPRESA

Bibliografia

1. Livros

BENJAMIN, Walter. *Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação*. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2002

CASSIRER, Ernst. *Linguagem e mito.* São Paulo: Perspectiva, 2003

CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade.* São Paulo: Terra e Paz, 1999

COELHO, Nelly Novaes. *Dicionário crítico da literatura infantil e juvenil brasileira.* São Paulo: Edusp, 1995

COHN, Clarice. *Antropologia da criança.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005

DOMINGUES, Diana. *A humanização das tecnologias.* São Paulo: Editora Unesp, 1997

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados.* São Paulo: Perspectiva, 2004

FREITAS, Marcos Cesar. (org.). *História social da infância no Brasil.* São Paulo: Cortez, 4ª ed., 2001

GIGLIO, Ernesto. *O comportamento do consumo.* São Paulo: Pioneira, 2002

GOTTLIEB, Liana. *Mafalda vai à escola.* São Paulo: Iglu, 1996

HELD, Jacqueline. *O imaginário no poder: as crianças e a literatura fantástica.* São Paulo: Summus, 1980

HOBSBAWM, Eric. *Era dos extremos: o breve século XX (1914-1991)*. São Paulo: Cia das Letras, 1995

LAJOLO, Marisa e **ZILBERMAN**, Regina. *Literatura infantil brasileira: histórias & histórias.* São Paulo: Ática, 2003

LEWIS, Dr. David e **BRIDGER**, Darren. *A alma do novo consumidor.* São Paulo: M. Books, 2004

McCLOUD, Scott. *Reiventando os quadrinhos.* São Paulo: M.Books, 2006

MEIRELES, Cecília. *Problemas de literatura infantil.* Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1984

MELLO, Suely Amaral e **FARIA**, Ana Lúcia Goulart. *Linguagens infantis: outras formas de leitura.* Campinas: Autores Associados, 2005

MONTIGNEAUX, Nicolas. *Público-alvo: crianças.* São Paulo: Negócio, 2003

MUNDURUKU, Daniel. *Os filhos do sangue do céu e outras histórias indígenas de origem.* São Paulo: Landy, 2005

PACHECO, Elza Dias. (org). *Televisão, criança, imaginário e educação*. Campinas: Papirus, 1998

PALO, Maria José e **OLIVEIRA**, Maria Rosa. *Literatura infantil: a voz de criança,* São Paulo: Ática, 2003

PERROTTI, Edmir. *Confinamento cultural, infância e leitura.* São Paulo: Summus, 1990

PETERS, Tom. *Reimagine! Excelência nos negócios numa era de desordem.* São Paulo: Futura, 2004

REGO, Teresa Cristina. *Vygotsky: uma perspectiva histórico-cultural da educação*. Petrópolis: Vozes, 2ª ed., 1995

ROCHA, Ruth. *Almanaque Ruth Rocha.* São Paulo: Ática, 2004

STANISIERE, Inês. *A agenda de Carol.* Belo Horizonte: Leitura, 5ª ed., 2004

TUCK, Mary. *Como escolhemos? Psicologia do consumidor.* Lisboa: Tombo, 1988

VYGOTSKY, Lev Semyonovich. *A formação social da mente.* São Paulo: Martins Fontes, 5ª ed., 1994

_____. *Pensamento e linguagem.* São Paulo: Martins Fontes, 2ª ed., 1998

WERTHEIM, Margaret. *Uma história do espaço de Dante à internet.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001

ZILBERMAN, Regina (org). *A produção cultural para a criança.* Porto Alegre: Mercado Aberto, 1982

2. Cadernos especiais

Crianças e adolescentes: Os donos do mundo, *Meio & Mensagem,* 29/08/2005

Crianças e adolescentes: atenção especial ao marketing, *Meio & Mensagem,* 13/09/2004

Todo poder aos jovens: eles dominam a tecnologia, *Exame Negócios*, março de 2001

Um retrato da geração mais bem informada de todos os tempos, *Veja Edição Especial Jovens*, setembro de 2001

Como são e o que esperam do futuro os 28 milhões de teens brasileiros, *Veja Edição Especial Jovens*, agosto de 2003

Ser um jovem brasileiro é?, *Veja Edição Especial Jovens*, junho de 2004

3. Internet

A importância do maravilhoso na literatura infantil
Por Cristiane Madanelo de Oliveria
http://www.graudez.com.br/litinf/marav.htm

Almanaque Folha, Banco de Dados Folha, Autores, Monteiro Lobato
http://www1.folha.uol.com.br/folha/almanaque/monteirolobato.htm

A nova geração contada por Don Tapscott
www.janclanaweb.com

Nossas marcas: Recreio
http://www.abrilmarcas.com.br/recreio.html

Quem é Ruth Rocha?
http://www2.uol.com.br/ruthrocha/rr/curriculum.htm

Parceria de Sucrilhos Kellog´s e Revista Recreio: Abril invade os supermercados de todo o Brasil
http://www.memoriadapropaganda.org.br/noticias/20030715kelloggs.html

4. Artigos

PAIVA, Cláudio Cardoso. **Ética e estética da programação infanto-juvenil**. *Revista Comunicação&Educação*, Globalismo: futuro e utopia – Programação infanto-juvenil e história em quadrinhos. São Paulo: Segmento, 2001

ROCHA, Valdir. **Publicidade (própria) para menores**. *Meio&Mensagem* - Outra Leitura, 29 de agosto de 2005

5. Reportagens

A face da globalização, por Nadine Godimer, *Folha de S. Paulo*, Caderno Mais!, 30 de janeiro de 2000

A Família, *Folha de S. Paulo*, setembro de 2000

A geração Z, *Revista Veja jovens*, 2001

A tinta digital salva as árvores, *Revista Veja*, 21 de julho de 2004

A tirania dos adolescentes, *Revista Veja*, 18 de fevereiro de 1994

Boa TV ajuda em aprendizado infantil, *Folha de S. Paulo*, 5 de junho de 2005

Brasil na TV infantil, *Meio&Mensagem*, 13 de dezembro de 2004

Civilização Digital: como mundos paralelos e ao mesmo tempo integrados, a revolução tecnológica e a nova sociedade estão construindo o futuro digital, *HSM Management*, março/abril 2000

Crianças viram personagens em quadrinhos na promoção da Pritt, *Meio&Mensagem*, 17 de janeiro de 2005

Cultura em mutação, *Folha de S. Paulo*, Caderno Mais!, 14 de janeiro de 2001

Eles vêm com tudo, por Adriano Silva, *Revista Exame*, 16/06/1999

Equilíbrio entre a ciência e o bom senso, essa é a fórmula para ajudar os pais a criar filhos mais preparados para a vida, *Revista Veja*, 21 de julho de 2004

Família: a mais ampla e completa pesquisa realizada sobre o tema no país, feita pelo Datafolha, mostra novas formas de organização, hábitos e valores, *Folha de S. Paulo*, Especial A1, 20/9/1998

Geração Zapping: eles sabem fazer tudo ao mesmo tempo e pertencem a várias tribos, *Revista Isto É*, n. 1659, 18/7/2001

Guerra do super poderes: até o último mutante, *Revista Pipoca*, n.18, 2006

Mais cedo na escola, *Revista Educação*, ano 9, n. 101, setembro de 2005

Mamãe, eu quero!, *Meio & Mensagem*, 06 de outubro de 2006

Nos EUA, nova geração mistura piercing e Deus, *O Estado de S. Paulo*, 23 de maio de 2004

O admirável mundo novo do design, por Pedro Tavares, *Mundo Mix*, agosto de 2004

O Brasil do filho único, *Revista Veja*, 18 de fevereiro de 2004

O consumidor e a experiência, *HSM Management*, março e abril de 2003

O novo consumidor, *HSM Management*, janeiro e fevereiro de 2006

O novo século das luzes, por Milton Santos, *Folha de S. Paulo*, Caderno Mais!, 14 de janeiro de 2001

O retrato de uma geração, *Revista Veja jovens*, 2003

Os incompreensíveis, *Revista About*, 12 de julho de 1999

Proposta para a compra da Disney pode criar um dos maiores grupos de mídia e entretenimento, *Revista Veja*, 18 de fevereiro de 2004

Publicidade (própria) para menores, por Valdir Rocha, *Meio & Mensagem*, 29 de agosto de 2005

Respeito pelos baixinhos, *Revista Propaganda*, janeiro de 2003

Segredos do público jovem: o especialista em marcas Martin Lindstrom sugere como se comunicar com crianças e adolescentes entre 8 e 14 anos. *HSM Management*, n. 42, janeiro/feveiro 2004

Um retrato do telespectador, *Revista Veja*, 3 de dezembro de 2003

Universo Infantil, *Revista Marketing*, outubro de 2002

Velha infância: a trajetória das crianças no Brasil. *Revista de História da Biblioteca Nacional*, ano 1, n. 4, outubro de 2004