

RELAÇÕES ENTRE MÍDIA, CONSUMO, INFÂNCIAS E OS DESDOBRAMENTOS NO AMBIENTE ESCOLAR

Ana Laura Ferreira de Castro¹
Carolina Faria Alvarenga²

RESUMO

Vivemos em uma sociedade capitalista e midiática, onde as crianças já nascem rodeadas por diversos estímulos tecnológicos e são bombardeadas a todo momento por muitas informações. Tendo em vista que esse contato das crianças com a mídia impacta de maneira significativa suas infâncias, em uma pesquisa qualitativa, a partir de revisão de literatura, tem-se como objetivo compreender a relação entre mídia, consumo e infâncias e os desdobramentos dessa relação no cotidiano escolar. Para tanto, faz-se necessário analisar a trajetória do conceito de infância até a atualidade, compreendendo-a em sua multiplicidade, observar a influência da mídia na vida das crianças, identificando os desdobramentos do consumo na infância e no ambiente escolar. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica, por meio de livros, artigos e revistas científicas. Percebe-se que o uso exagerado da mídia na infância influencia a criança a consumir produtos em busca de uma fantasia criada pelo que é apresentado a elas, reforçando a desigualdade social, principalmente no cotidiano escolar, em que muitas vezes ocorrem disputas por padrões de vida, o que acarreta sentimentos de inadequação, dificuldade na aprendizagem e exclusão social.

Palavras-chave: Mídia. Consumo. Infâncias. Educação.

1. INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade capitalista e midiática, onde as crianças já nascem rodeadas por diversos estímulos tecnológicos e são bombardeadas a todo momento por muitas informações. Sendo a infância o período em que a criança mais se desenvolve e experimenta o mundo, torna-se impossível pensar na infância sem também pensar na criança e vice-versa.

Sendo assim, buscamos, neste trabalho, trazer reflexões para responder o seguinte objetivo de pesquisa: compreender a relação entre mídia, consumo, infâncias e os impactos dessa relação no cotidiano escolar. Para tanto, faz-se necessário analisar a trajetória do conceito de infância até a atualidade, compreendendo-a em sua multiplicidade, observar a influência da mídia na vida das crianças, identificando os desdobramentos do consumo na infância e no

¹ Graduanda em Pedagogia pela Universidade Federal de Lavras. email: ana.castro9@estudante.ufla.br

² Orientadora. Professora do Departamento de Educação da Universidade Federal de Lavras. Pedagoga, Mestre e Doutora em Educação. email: carol_alvarenga@ufla.br

ambiente escolar. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica, por meio de livros, artigos e revistas científicas, entre o período de junho de 2022 e novembro de 2023.

Esse tema surgiu pelo interesse em focar nos valores das crianças a partir dos olhares de uma sociedade consumista, questionando seus modos de vivências a partir do capitalismo e principalmente conhecer as facetas das múltiplas infâncias tornando visível a infância da antiguidade e a infância do meio contemporâneo. Para que essa pesquisa ficasse completa tornasse visível o fato da relação da criança com o mundo midiático onde as crianças têm acessos a produtos vistos como indispensáveis a elas, e ainda, os impactos que essa ideia acarreta na vida social delas no ambiente escolar.

Logo, espera-se, com este trabalho, contribuir com a discussão sobre os desdobramentos que a mídia e o consumo têm sobre as crianças, tanto na escola como fora dela, principalmente em torno da necessidade de proteção e uma maior atenção à primeira infância, devido à exposição das crianças de forma cada vez mais precoce aos meios tecnológicos, os quais estimulam o consumo, a exclusão social, a adultização e sexualização das crianças e tantos outros fatores prejudiciais.

Para isso, abordamos primeiramente a trajetória do conceito de infância e de criança até a atualidade, além das muitas infâncias. Em um segundo momento, analisamos a relação das crianças com as tecnologias digitais, em específico com os meios de comunicação e, ainda, identificamos os desdobramentos do consumo na vida das crianças e como isso afeta a vida escolar das crianças na Educação Infantil e anos iniciais do Ensino Fundamental.

2. A CONSTITUIÇÃO DA INFÂNCIA E SUAS MÚLTIPLAS FACETAS: AS MUITAS INFÂNCIAS

Ao pensar na infância também pensamos na criança. Sendo assim, precisamos ter em mente que nem sempre existiu uma categorização, tal qual conhecemos atualmente. Para Nietzsche (2003, p. 283, apud Loponte, 2008, p. 115), a "figura de uma criança não é uma simples figura do passado ou a origem de algo do qual temos que nos afastar para "evoluir". O espírito-criança é o próprio por-vir, a abertura, o horizonte de um relato de libertação".

A infância, por sua vez, pode ser categorizada por meio de diferentes naturezas. Historicamente, não há apenas uma definição de infância, mas muitas, construídas ao longo do tempo, as quais consideram que a infância não é definida pelas características individuais das

crianças, e sim pelas definições determinadas socialmente, sendo as crianças influenciadoras e influenciadas pelo meio que as cercam (Qvortrup, 2011).

Michele Castro (2010) aponta como a infância é vista e estruturada no contexto da sociedade. Há diversos paradigmas e concepções em cada contexto histórico, sendo a criança um sujeito vinculado aos domínios da família, da escola e da sociedade. Nesse sentido, atualmente, acredita-se que é na infância que a criança conhece e descobre o mundo por meio de suas ações, experimentações e relações. De acordo com Norma Queiroz et al (2006), é por meio do brincar que a criança explora o mundo de maneira livre e espontânea sem medo de errar ou ser julgada, o que a ajuda no desenvolvimento de habilidades sociais, como a capacidade de compartilhar, resolver conflitos e cooperar.

No entanto, sabemos que nem sempre foi assim. Conforme o mundo foi se transformando, as concepções e visões da criança e da infância foram se modificando. No século XII, na Idade Média, não havia uma concepção de infância propriamente dita. Essa etapa da vida ficou implícita de modo que até a sua imagem estabelecida não era reconhecida. Philippe Ariès (1981) relata que não existia esse período tal qual denominamos como infância. A infância foi um conceito historicamente construído e a criança, por muito tempo, não foi vista como um sujeito de direitos, um ser em desenvolvimento. Dessa forma, suas características e demandas não eram reconhecidas. Ao contrário, eram vistas e tratadas como adultos em miniatura, ou seja, mini-adultos.

Dessa forma, as crianças eram sujeitadas e destinadas a funções de acordo com a organização social, só sendo possível perceber uma distância da idade adulta e da infância em perspectiva cronológica e de desenvolvimento biológico, uma vez que a infância era retratada pelas compatibilidades que o adulto estabelecia com a criança, ou seja, tudo era permitido, realizado e discutido em sua presença.

Segundo Ariès (1981), houve séculos de altos índices de mortalidade e de práticas de infanticídio. As crianças eram descartadas e substituídas por outras, não havia sentimentos. A intenção era conseguirem alguma criança mais saudável, ágil, que cumprisse com as expectativas do país e da sociedade como um todo, dirigindo-se assim em torno de uma perspectiva utilitária da infância.

Nessa época (século XII), não existia o mito do amor materno e nem uma referência do que era família como a entendemos hoje. A família era algo social e não sentimental. Outra particularidade da época é a situação em que entregavam a criança para que outra família a educasse, e assim o retorno para casa se dava aos sete anos, se sobrevivesse. Consequentemente, nessa idade, seria capaz de ser inserida na vida da família e no trabalho (Ariès, 1981).

Dessa forma, a relação familiar só mudou quando as crianças passaram a ser reconhecidas em seu modo de viver, dentre elas na saúde, alimentação e higiene, fazendo assim com que suas famílias não aceitassem perdê-las tão facilmente. Essa situação só começou a modificar-se, principalmente em relação ao cuidado com as crianças, a partir do século XVII, juntamente com as ações dos poderes políticos e com a intervenção da Igreja em não aceitar o infanticídio. Portanto, reforçou-se o papel das mulheres de zelar, cuidar e preservar os bebês estabelecendo um vínculo sobre a manutenção da vida infantil.

No século XIV, segundo Rita Rocha (2002), em consonância ao grande avanço do movimento da religiosidade cristã, surge a criança mística ou criança anjo; que era essa imagem da criança associada ao Menino Jesus ou a Virgem Maria, causando nas pessoas um sentimento de ternura, “salvando”, assim, as crianças.

Ao se tratar da criança mística, sua representação aos poucos vai mudando e se transforma em relações e vínculos familiares. Assim as modificações sociais, políticas e econômicas que anteriormente não eram um problema para a sociedade se tornam fundamentais, a criança passa a ser educada pela própria família, fazendo com que exista interesse em diversos pontos do cuidar. Ariès (1981) evidencia esse momento como sentimento de infância, onde habita a paparicação e o apego.

Assim sendo, conforme apontam Mariane Niehues e Marli Costa (2012), somente a partir do século XVII que a concepção de infância se efetivou, passando as crianças a serem reconhecidas e tratadas em suas particularidades e singularidades, uma vez que possuíam sentimentos próprios. Todavia, a concepção de infância não se apresentou de forma estável, pois havia muita diversidade de entendimentos.

Por meio do contexto moral da educação das crianças, surgiu a partir do final do século XVIII e começo do século XIX o posicionamento moralista de educadores (na época, apenas homens) e principalmente a representação da família nuclear burguesa (modelo de família conservadora, símbolo da continuidade parental e patriarcal que marca a relação pai, mãe e criança), conseqüentemente sucedem as regras e normas geradas pelas famílias aos filhos para uma melhor doutrina atentando à nova sociedade na qual opera. Por conseguinte, ao surgir a imposição dessa nova família, surgem também as primeiras instituições educacionais, oportunizando a opinião de que os adultos compreenderam a particularidade da infância e a importância tanto moral como social e metódica das crianças em instituições especiais, adaptadas a essas finalidades (Ariès, 1981).

Conforme Niehues e Costa (2012) apontam, tais estabelecimentos educacionais foram criados com o objetivo de educar, instruir e disciplinar moralmente as crianças, assim surgindo junto a ideia de infância, sendo um período da vida que precisa ser cuidado e moldado.

Com a evolução nas relações sociais que se constituem na Idade Moderna, a criança passa a ter um papel fundamental para as famílias gerando sentimentos de preocupação, felicidade e afeto. A nova projeção e organização social se fortaleceram e, a partir desse momento, a criança começa a ser vista como indivíduo social dentro do conjunto familiar onde mães e pais possam proporcionar saúde e educação de "qualidade", elementos indispensáveis para manter esse vínculo (Rocha, 2002).

Dessa forma, segundo Niehues e Costa (2012), a criança, então, é considerada um sujeito que tem suas próprias necessidades, maneiras de pensar e modo de se comportar. Contudo, as representações de infância variam de acordo com a interação e da posição da criança na família, no meio religioso, na classe social, nas relações étnico-raciais e de gênero, geração e na sociedade como um todo.

Sendo assim, Rogério Fernandes e Moysés Kuhlmann Júnior fazem uma denominação de infância na perspectiva da contemporaneidade:

um guarda-chuva a abrigar um conjunto de distribuições sociais, relacionadas às diferentes condições: as classes sociais, os grupos etários, os grupos culturais, a raça, o gênero; bem como as diferentes situações: a deficiência, o abandono, a vida no lar, na escola (a criança e o aluno) e na rua (como espaço de sobrevivência e/ou de convivência/brincadeira). É nessa distribuição que as concepções de infância se amoldam às condições específicas que resultam na inclusão e na exclusão de sentimentos, valores e direitos (FERNANDES; KUHLMANN JÚNIOR, 2004, p. 30 apud Niehues e Costa, 2012, p. 287).

Nesse contexto, segundo Isabella Gonçalves (2022, p. 41), "a infância é construída socialmente e historicamente, é impróprio supor a existência de uma população infantil homogênea, de uma população infantil que não é atravessada pela realidade ao qual se insere". Sendo assim, existem diferentes infâncias, as quais são influenciadas e estabelecidas pelo meio familiar, econômico e social em que a criança está inserida. Pensar apenas em uma infância como sendo a universal significa ignorar e invalidar as inúmeras infâncias que existem, principalmente em nosso contexto social e histórico atual. Por isso, não se pode generalizar a infância como forma única e imutável, necessitando cada dia mais nos debruçarmos sobre essa imensidão que é a infância.

Para considerar a pluralidade da infância, ou melhor, as múltiplas infâncias existentes, observamos o documentário "A invenção da infância" (2000), dirigido por Liliana Sulzbach, em que podemos analisar algumas das diferentes infâncias que existem no mundo

caracterizadas pelas realidades e contextos distintos. No documentário, vemos que, enquanto as crianças deveriam estar brincando, imaginando, fantasiando, despreocupadas com a vida adulta, elas estão, de um lado, presas a rotinas engessadas (balé, natação, aula de inglês); de outro, envolvidas em trabalhos infantis, vivendo em lugares precários ou nas ruas, se comportando simplesmente como adultos. Com isso, vemos que as crianças não têm vivido a sua infância como uma etapa de exploração das experiências vivências do ser criança, mas pelo contrário, muitas são resignadas a uma vida de rotinas cronometradas, em que quanto mais cedo iniciar-se nesse mundo do adulto, melhor.

Ao pensar e refletir sobre as múltiplas infâncias, olhando-as como multiculturais, sociais, econômicas e históricas, somos capazes de "compreender que a criança se dá na relação com o meio social, assim como o meio social se dá, dialeticamente, na relação com a criança, e ambos se constituem" (Gonçalves, 2022, p. 44). Por isso, concordamos com Isabella Gonçalves (2022), quando ela apresenta com base no referencial teórico da Psicologia Sócio-Histórica, uma concepção que compreende as crianças como seres ativos, sociais e históricos, que constituem e são constituídas pelo mundo e pelas relações com as pessoas a sua volta, reconhecendo o que é específico da infância.

Por fim, é importante salientar que a atividade do brincar é a mais presente na fase da infância, em ambientes como: escola, em casa ou até mesmo na rua. A criança tem como necessidade natural explorar o mundo ao seu redor, sendo um princípio básico para uma infância saudável ao caráter imaginário. "Através da imitação, a criança não apenas significa o mundo adulto ela transgride através de sua ação lúdica o real, mas tenta compreendê-lo e significá-lo, brincando de ser adulto, ou seja, reinventando-o" (GOUVÊA, 2011, p. 556). Partindo desse pressuposto, fica claro que as infâncias que existem atualmente são distintas das infâncias passadas e serão ainda mais diferentes das infâncias que virão no futuro.

3. RELAÇÃO ENTRE MÍDIA E INFÂNCIAS

Atualmente vivemos na era digital ou como também é conhecida: era da informação ou da tecnologia. Esse tempo é marcado por diversas tecnologias as quais modificam a nossa forma de falar, pensar, comunicar, trabalhar, estudar, se relacionar, ou seja, modifica toda a nossa vida e das pessoas que vivem em sociedade (Távola, 2009). Sendo assim, até mesmo aquelas pessoas que não sabem usar ou que acabam de nascer são afetadas pelas tecnologias, falando aqui especificamente das digitais.

Portanto, muito se tem discutido sobre a evolução humana e a tecnologia tem sido uma parte importante dessa evolução, pois ela permite que os seres humanos criem diversas ferramentas cada dia mais avançadas para ajudá-los em seu cotidiano (Bueno, 2019). Com as tecnologias digitais, surgiram as mídias, ferramentas criadas para facilitar a comunicação e a dissipação de informações de forma rápida e de modo que não existam fronteiras territoriais. No entanto, a tecnologia não é neutra e precisamos nos atentar ao uso que se faz delas e as implicações que traz em nossas vidas, especialmente quando pensamos nas crianças, não existem apenas maravilhas neste mundo.

A mídia e as tecnologias digitais estão cada dia mais presentes no universo infantil, podendo ser visível desde seu nascimento. A inserção da mídia no meio familiar começou com a rádio, mais tarde a televisão começou a ganhar espaço nos lares dos indivíduos, sendo responsável por reunir a família em um momento de lazer (Díaz, 2010). Mais recentemente, os *smartphones* ganharam lugar nos lares, bolsos e mãos dos indivíduos por onde quer que vão. No entanto, os smartphones trouxeram com eles não mais a ideia de agrupamento como a televisão, mas sim a ideia do individualismo, onde cada indivíduo deve possuir seu aparelho celular, incentivando assim o consumismo (Belloni, 2007).

Observamos que tecnologias digitais e a mídia já fazem parte da vida da criança desde que nasce e durante todo seu desenvolvimento, uma vez que as famílias já estão inseridas nessa rede infinita de conexão. Podemos citar alguns exemplos de tecnologias digitais pelas quais as crianças estão cercadas e muitas vezes fazem uso como "brinquedos" no seu cotidiano, como por exemplo os computadores, celulares, videogames, televisões, entre outros.

A interação que a criança faz com o mundo desde que nasce faz com ela seja influenciada e também influencie os que estão à sua volta. Afinal, segundo Alex Santos (2019, p. 21), ela “não se trata de um ser inerte e passivo em sua totalidade. A criança atua, constrói e transforma a sociedade na qual vive e da qual herda uma tradição de fazeres”.

Sabemos que é na infância que a criança está em fase de aprendizado e conhecimento para que seja formada a sua personalidade e autonomia, não possuindo ainda uma opinião consolidada sobre a vida, sobre as pessoas de sua convivência. Para Pacheco (2009),

conhecer a criança é pensá-la não apenas numa perspectiva evolutiva e etária. Conhecer a criança é pensá-la como um ser social determinado historicamente. Conhecer a criança é pensá-la interagindo dinamicamente, influenciando e sendo influenciada. Conhecer a criança é pensá-la como um ser de relações que ocorrem na família, na sociedade, na comunidade. É conhecê-la em casa, na escola, na igreja, na rua, no clube, em grupos sociais, nas “peladas”, enfim, em todas as suas atividades (Pacheco, 2009, p. 32).

Atualmente, conhecer a criança também é pensá-la na esfera da internet, pois concordamos com Santos (2019, p. 33) quando fala que "é no contato direto com a rede que a infância de muitas crianças acontece". Com base nisso, uma pesquisa realizada pelo TIC *Kids* em 2021, apresentada na página Criança e Consumo (2022), mostra que 93% das crianças e dos adolescentes brasileiros entre 9 e 17 anos estão conectados à internet. Desses 81% afirmam já terem visto divulgação de produtos ou marcas na Internet. Essas divulgações incluem vídeos de *unboxing*, apresentação de produtos, pessoas fazendo desafios e brincadeiras. Tudo isso pode ser considerado práticas manipulativas na Internet, além de abusivas e ilegais.

De acordo com um levantamento com crianças e jovens entre 5 a 15 anos realizado pelo *AppGuardian*, aplicativo de controle parental, divulgada na página Exame (2019), a média de permanência no celular é de 5 a 7 horas por dia, de segunda a quinta-feira. Esse tempo aumenta no fim de semana, com uma média de 6 a 9 horas/dia. No entanto, somando todas as plataformas do *YouTube (Kids, Go)* são 47 horas por mês nesses canais, enquanto as outras horas se dividem em jogos e outros aplicativos.

Além disso, o TIC *Kids Online 2021* apurou que, dos jovens conectados, 78% possuem perfil em redes sociais, sendo as três principais plataformas o *WhatsApp* (80%), o *Instagram* (62%) e o *TikTok* (58%). As crianças de 9 a 10 anos estão mais presentes no *TikTok* e as de 11 a 13 anos no *Instagram*, sendo que ambas as plataformas não permitem contas de pessoas menores que 13 anos (Criança e consumo, 2022).

Esse cenário nos chama a atenção para uma questão: onde estão as mães e pais dessas crianças e adolescentes? Segundo Alex Santos (2019), grande parte das crianças e adolescentes atualmente possuem os pais e mães ausentes, pois ou estão percorrendo o mercado de trabalho para sustentar a família neste mundo extremamente desigual e capitalista, ou estão focados em valorizar de forma absoluta o trabalho, a fim de ganhar cada dia mais dinheiro para promover um status a família, onde a prioridade é adquirir cada vez mais bens.

Por isso, na ausência parental, outras instâncias tomam lugar dos pais e mães na educação dos filhos e filhas. Atualmente as tecnologias, internet e redes sociais têm tomado grande parte desse papel. Porém, conforme expresso por Marie Sauret (1998, p. 87 *apud* Santos, 2019, p. 58), "não há necessidade de família para fazer filhos, mas para fazer sujeitos, sim". Assim, a família deve recuperar a responsabilidade na educação dos filhos e filhas, uma vez que a responsabilidade de educar, ensinar valores e princípios deve ser responsabilidade principal da família, ainda que outras instituições, como a escola, também tenham um papel fundamental na educação de crianças e adolescentes.

O acesso exagerado à tecnologia pelas crianças e sem supervisão dos responsáveis gera inúmeras consequências em seu desenvolvimento, uma vez que essa circunstância afeta o desenvolvimento emocional, psíquico, intelectual, físico, imaginário e antecede vivências e sensações do público infantil. Com isso, algumas das consequências são: o individualismo, a falta de criatividade e criticidade, a adultização precoce das crianças, o consumismo exacerbado, a idealização do só ser feliz se tiver aquilo, além da falta do lúdico e do imaginário que são primordiais durante a infância, entre tantas outras (Bueno e Martelli 2019).

Com o fato de a mídia desempenhar um papel crucial a partir da era digital, é cada vez mais raro encontrar uma criança que cria o seu próprio brinquedo e suas próprias brincadeiras. Para elas, os brinquedos prontos são de fácil acesso, visto que a história já vem montada e não é preciso construí-las (Lima, 2010). A era digital surgiu com o intuito de propor um cenário já encontrado na indústria cultural na era do consumo e do imediatismo onde o público infantil fica suscetível à disseminação de informações rápidas em suas vidas diárias (Pacheco, 2009).

Conforme as menções feitas acima, as crianças apresentam vulnerabilidade, ou seja, não possuem maturidade para diferenciar múltiplas experiências para sua formação, precisando de habilidades como: agir, criar, inventar, introduzir, ou seja, se socializar como crianças. Os seus processos cognitivos não estão devidamente formados gerando um desvio promovido pela mídia, confrontando a construção social, histórica, e cultural da existência das crianças (Bueno e Martelli, 2019).

Para Bueno e Martelli (2019), a mídia sonora, audiovisual e impressa se dá por um processo universal de entretenimentos e referências, comparecendo no âmbito social, político, econômico e cultural. Em função da tecnologia, as informações que antes eram deliberadas aos adultos hoje em dia são de total liberdade às crianças, taxando até mesmo fatos midiáticos que disseminam conteúdo impróprio para essa faixa etária.

Segundo Silva e Guizzo (2022), o público infantil continua cada dia mais sendo visto como potenciais consumidores, uma vez que cada dia mais novas as crianças têm acesso a *smartphones* ou *tabletes*. Devido sua mente que é mais vulnerável do que a de um adulto, afinal ainda não consegue identificar o que está por trás de uma propaganda ou vídeo do *YouTube*, vendo no brinquedo o "ser feliz".

Silva e Guizzo (2022) apresentam três conceitos centrais que empreenderam durante a análise cultural: a representação, identidade e consumo. O primeiro pega algo da sociedade que produz sentido ou efeito sob o sujeito. O segundo acontece quando a criança, ao assistir algo, se identifica, enxergando os acontecimentos como semelhantes aos vividos por ela. E o terceiro conceito acontece quando a criança, a partir dessa representação e desse sentimento de

identidade, passa a desejar possuir o mesmo brinquedo, produtos e roupas mostrados na televisão ou nos *smartphones* no *YouTube*, lugar esse que as crianças passam a maioria do tempo assistindo a *youtubers* que trabalham promovendo produtos.

Maria Belloni (2007) afirma que a mídia funciona como uma “escola paralela”, designando acesso a várias informações repentinas que dizem ser conteúdos infantis gerando conflitos e desestabilizando a formação da criança. O papel dessas informações deveria servir de auxílio ajudando na sua criticidade, autonomia e não em uma alienação ao consumo.

Todavia, o que é visto são vídeos para manipular as crianças a consumirem cada dia mais. Esses vídeos utilizam-se, muitas das vezes, da ausência dos responsáveis como desculpas para ganhar um produto desejado, e os pais e mães, pelo sentimento de culpa pela ausência, cedem ao pedido dos filhos e filhas. Assim sendo, segundo Santos (2019), a dívida se inverte aos pais e mães que se sentem endividados com os próprios filhos e filhas.

Para Pacheco (2009), o que tem chamado mais atenção nessa “era digital” é a mudança rápida da indústria cultural, visto que essa mudança está gerando novos padrões e personalidades nessas pessoas.

Massificação e solidão são características da globalização da indústria cultural. A mídia modela as posturas e cria necessidades levando ao consumo do supérfluo. Isso é feito não só por meio de estratégias de publicidade e marketing, como também por meio de estratégias subliminares, que desfilam diariamente em todos os gêneros televisivos (Pacheco, 2009, p. 30).

As crianças têm sido cada dia mais ativas e participativas aos conteúdos que estão assistindo, sendo capturadas pelas mídias, em especial pelos *youtubers* famosos e famosas, que os incentivam a consumir uma infinidade de produtos para se encaixarem em um estilo de vida e serem felizes

O consumo excessivo torna o público suscetível a mercadorias em grande expansão. Para esse novo mundo da mercadoria, as empresas usam estratégias para persuadir o público infantil, existindo novos significados em questão da relação de vida e novas perspectivas de mundo. A partir do pensamento de Gilles Lipovetsky (2007), o consumismo expansivo vem sendo tratado com desejos nunca alcançados, tornando-se um ciclo vicioso, visto em grandes partes da sociedade capitalista. O ato do consumo exagerado adquire estímulos compulsivos, fazendo com que a pessoa consuma cada vez mais, gerando consigo consequências como consumidora alienada.

Segundo as falas de Lipovetsky (2007), juntamente com Cirino (2006), ressaltamos a ideia de que vivemos na era do vazio, da insegurança e do imediatismo. Por muitas vezes, as pessoas optam por uma busca desenfreada por apenas um sentido, preencher um vazio

existencial. No contexto sociocultural e histórico da sociedade, são apontadas necessidades que são arquitetadas pelas pessoas com o fato da necessidade de ter sempre o moderno.

No poema “Eu, Etiqueta”, de Carlos Drummond de Andrade, o autor faz uma crítica ao modo capitalista de vida, onde o que somos é substituído pelo que temos, por meio do constante apelo ao consumismo. O poema retrata a sociedade contemporânea e seus modos de viver e funcionar, em que o ser humano se identifica com o produto e não tem uma identidade própria.

Posto isso, com relação ao consumo infantil, há estudos pertinentes que mostram que o fato da criança se tornar demasiadamente consumista desempenha para que não realizem relações necessárias com valores essenciais para sua existência, e assim faz com que fiquem dependente a valores do mundo do consumo (Moura; Viana, Loyola, 2013). À vista disso, é imprescindível pensar em como as relações ficarão prejudicadas em nossa sociedade.

Segundo Silva e Guizzo (2022), a existência de tantas lojas destinadas a produtos infantis tem feito com que as crianças fiquem mais participativas na atividade de consumo, no que se refere à aquisição de produtos.

Uma vez que para a criança o consumo representa uma oportunidade de inserção social em determinados grupos, e os meios de comunicação aproveitam das técnicas de persuasão para que as crianças a consumam reforçando a ideia de que felicidade pode ser adquirida no mercado (Souza, 2014), a autora acredita que as crianças são vistas pelas empresas como um mercado do futuro, em que esperam estabelecer com elas uma lealdade que será mantida até sua vida adulta.

Sendo assim, Daiane Souza (2014) menciona que o consumo se inicia com as expectativas que as pessoas exercem sobre o que gostaria de ter e a vida que gostaria de levar e assim essas expectativas fazem com que o ser humano selecione estímulos que se relacionam com ele, fazendo com que aconteça um processo chamado percepção. Segundo Luciana Camurra,

Essa percepção é influenciada por diferentes fatores e motivações, o processo de escolha e interpretação dos estímulos que se recebem, depende do modo de ver e entender o mundo, o homem e a sociedade que nos cercam. Tendo como referencial a cultura de que se deve ter para ser, fazendo o consumismo se tornar uma prática social, o processo de consumo permite o indivíduo identificar-se com os objetos que o leva a diferenciar-se de alguns e parecer-se com outros. Conseqüentemente ocorre uma discriminação e uma hierarquização de grupos sociais. O indivíduo que não possui condições econômicas para obter, a cada dia, um novo produto lançado, torna-se excluído (Camurra, 2010, p. 43).

Com base nisso, esse processo se torna normal na sociedade. Assim, o indivíduo busca pela compra incessante sentindo prazer no que a mídia atribui, o consumo não consegue cessar o real, mas preza o discurso de que possuir é o melhor caminho (Souza, 2014).

Desta maneira, fica visível que esse ciclo é inquebrável, onde as crianças continuarão consumindo imagens e produtos em busca do gozo mediante a brinquedos, a produtos alimentícios, roupas, acessórios, entre outros produtos, alimentando ao mesmo tempo um sonho onde o imaginário fica ao centro preenchendo lacunas do “ter” (Santos, 2019).

Sendo assim, as crianças da atualidade encontram novos modos de socializar e produzir-se como sujeitos que andam na moda por meio do consumismo, o que reflete em toda sua vida social, principalmente na vida escolar.

4. O CONSUMO INFANTIL E A EDUCAÇÃO

O consumo infantil no ambiente escolar é um tema importante e que merece atenção. A escola é um espaço onde as crianças passam grande parte do seu tempo e, por isso, reproduzem dentro do ambiente escolar atitudes que estão presentes nos contextos que elas estão inseridas e que participam (Camargo, Vieira Júnior, 2011). Podemos citar como principais contextos e ambientes em que as crianças são inseridas desde que nascem: a família, a comunidade, a igreja, a cultura do país, e as instituições educacionais.

Sendo assim, concordamos com Fernanda Roveri e Ana Carolina Santos (2016) quando elas consideram que a escola está imersa em uma rede de circulação de culturas, as quais configuram o nosso modo de fazermos as coisas e de vivermos, uma vez que estamos inseridos em mundos cada vez mais virtuais, marcado pela fluidez, velocidade e múltiplas informações. As autoras também destacam que existe uma pedagogia cultural, formada por músicas, revistas, filmes, séries, brinquedos entre outros produtos, em que os mecanismos de poderes, aqueles em que moldam as nossas ações, se camuflam sob a áurea da fantasia e do divertimento e acabam utilizando desses artefatos da indústria cultural para adentrar nas escolas, ensinando e produzindo sujeitos.

Como exemplo disso Roveri e Santos (2016) nos relatam sobre o dia do brinquedo que acontece na educação infantil em sua escola, dias esses (sextas-feiras) que as crianças eram instruídas a levarem brinquedos de suas casas para brincarem com as e os colegas. No entanto, conforme as autoras observaram que a maioria das crianças não aproveitava desse tempo para interagir, dividir e trocar brinquedos, uma vez que eram brinquedos eletrônicos e jogos individuais. Além disso, as crianças também eram instruídas pela família a não quebrarem,

sumirem e nem mesmo emprestarem os brinquedos para os amigos e amigas. Desse modo, as crianças estavam muito mais preocupadas em proteger os objetos que tinham do que fantasiarem, brincarem e interagirem com os e as colegas.

Como podemos perceber, por meio desse relato, que o dia do brinquedo não se torna para as crianças um período do brincar, interagir, construir e criar com seus amigos, mas sim, um momento para evidenciar o ter e o possuir. Por isso, as autoras repensaram suas práticas em relação ao momento do brincar e trouxeram novas ideias, como por exemplo as próprias crianças confeccionarem seus brinquedos por meio de materiais recicláveis, momentos de trocas dos brinquedos confeccionados pelas turmas.

No entanto, vemos que o dia do brinquedo com o acarretamento de produtos, personagens midiáticos ainda são introduzidos em muitas escolas neste dia. Sendo assim, um dos grandes desafios docentes atualmente é pensar em práticas pedagógicas que superem a lógica do consumo, do entretenimento midiático, uma vez que muitas e muitos não conseguem imaginar práticas divertidas e prazerosas que não sejam propostas pelas mídias (Roveri; Santos 2016).

Outras formas que nós podemos observar a inserção de produtos das indústrias culturais do consumo em algumas escolas é por meio dos materiais escolares, roupas, acessórios, produtos alimentícios entre outras coisas. Deste modo, por meio das observações feitas por Sônia Camargo e Hélio Vieira Júnior (2011) durante suas investigações no ambiente escolar com crianças de 6 e 7 anos notaram que as crianças que possuíam produtos de marca e estilo, ou seja, uma condição financeira um pouco melhor, possuíam maior interação com as demais, além de ser admirada e aceita pelas outras.

Já as que não possuíam condições financeiras um pouco melhor como essas, quando eram excluídas do ciclo de amizade perdiam seu reconhecimento como sujeito participante daquele ambiente, o que dificultava a aprendizagem da criança e também o desenvolvimento de conceitos e valores que são tão importantes na sua formação moral, social e ética (Camargo; Vieira Júnior 2011).

Assim sendo, podemos observar que isso não acontece somente neste relato das autoras acima, pois isso está inteiramente ligado com o mundo em que vivemos, acontecendo assim também em muitas outras instituições de ensino e outras faixas etárias. Segundo Mariângela Momo (2007), o que diz respeito ao ambiente escolar na atualidade integra a configuração de um mundo atual sinônimo de modernidade, onde a escola cumpre com outras funções que lhe são atribuídas. As crianças hoje em dia não vão para a escola exclusivamente para a busca da aprendizagem, mas para que elas sejam alvo de visibilidade, mostrando suas roupas, calçados,

lancheiras, entre outros objetos. Dessa forma, a escola tem sido mais um lugar onde a mídia conseguiu alcançar, além da internet e da mídia televisiva.

Com isso, para Daniel Bergamasco (2009), o consumo direcionado ao público infantil vai além de publicidades conduzidas por *outdoors* e televisão. Ele tomou parte das instituições educacionais, passando também a noticiar grandes anunciantes interessados em promover seus produtos para se beneficiarem. O autor ressalta o fato desses anunciantes apresentarem seus produtos distribuindo brindes e assim fica viável à criança pedir aos responsáveis o produto.

Sobre esse fato, pude vivenciar de forma presencial acontecimentos como esse em um estágio realizado em uma escola da rede pública. A data era comemorativa do dia do Circo e como estratégia de *marketing* do mesmo, eles enviaram palhaços durante uma hora cívica da escola. As crianças da Educação Infantil e anos iniciais do Ensino Fundamental assistiram ao espetáculo e logo após os palhaços e seus assessores passaram de sala em sala, entregando bilhetes para as e os responsáveis comprarem produtos. Dessa forma, ganhariam ingresso do circo.

Sendo assim, as crianças são estimuladas pelas publicidades a conviver com marcas e produtos que passam a acompanhá-las no cotidiano escolar, seja no momento das refeições com os lanches trazidos por elas, ou sejam nos momentos de lazer, esses produtos vão se impondo, sem pensar na especificidade, singularidade ou necessidade das crianças (Derisso, Conceição, Soligo, 2017). Vale ressaltar aqui a obrigatoriedade de as escolas públicas oferecerem lanche às crianças, no entanto entendemos que muitas preferem levar seu próprio alimento de casa, o que, contraditoriamente, é permitido pelas instituições.

A vista disso, também pude vivenciar por meio desse mesmo estágio um outro momento em que houve uma alta comparação permitida por produtos da mídia. Durante o mês de outubro, as escolas de redes municipais comemoram a semana da criança, sendo em que cada dia da semana há uma brincadeira sugerida pelas professoras e professores. No último dia desta semana, a Prefeitura costuma fornecer ônibus para que essas escolas se juntem em um galpão, pois é preparada uma “rua de lazer” onde há brinquedos infláveis, pula pula, pinturas faciais e diversas outras brincadeiras, além dos lanches. Como a cidade é pequena, há poucas escolas de redes municipais, uma ao centro da cidade e as outras três são localizadas em bairros mais afastados do centro. Relatando sobre a organização desse dia, aponto que duas escolas A e B frequentaram o local, separado pelos horários matutino e diurno.

Ao chegar no local, presenciei o fato das crianças da escola A estarem brincando com brinquedos levados de casa, visto que precisariam esperar a outra escola chegar para o dia de lazer começar, brinquedos que pela mídia são denominados famosos, como o “*Pop It*” bonecas

“*Barbie*”. Seus calçados eram de personagens e, por mais que o local oferecesse lanche, algumas crianças levaram suas lancheiras que também continham desenhos de personagens específicos midiáticos, além de alimentos promovidos e divulgados por marcas famosas, alimentos esses que não eram saudáveis, tais como: bolacha Passatempo, *Cookie*, suco Kapo, Toddyinho, Cheetos.

Ao refletir sobre isso, concordamos com Darisso, Conceição e Soligo (2017), quando afirmam que as mensagens publicitárias direcionadas ao mundo infantil afetam as crianças em vários aspectos e que a indústria cultural que se move exclusivamente em função do lucro não se importa com a saúde das crianças que consomem seus produtos.

Em sequência, as crianças da escola B, vendo tudo aquilo, se sentiram excluídas, uma vez que ficaram mais afastadas das crianças da escola A, por não serem vistas como crianças “elitizadas” como a população nomeia (acontecendo a internalização da visão da comunidade pelas crianças). A escola A é frequentada por crianças com melhores condições financeiras, atribuindo o fato de a escola B ser uma instituição onde frequentam crianças da zona rural com maior vulnerabilidade socioeconômica. Com esse fato, há uma diferença de classes sociais onde a hierarquia se faz presente, e os recursos são faltosos por um lado e mais abundantes por outro. Fica claro, que independente da classe social, tendo ou não acesso às marcas vistas como indispensáveis, as crianças manifestam o mesmo desejo pelo consumo, vide as crianças da escola B não terem condições financeiras para adquirirem os produtos e se sentiram excluídas.

Sendo assim, não dá pra se pensar no trabalho docente sem refletir a influência das tecnologias digitais, das mídias, dos meios de comunicação e do consumo sobre as crianças. Portanto, de acordo com Daiane Souza (2014), a educadora e o educador devem banalizar dentro do ambiente escolar a ideia que consumir é poder, evidenciando que todos dentro desse ambiente devem ser tratados de maneira igualitária, independente da classe social. A autora ainda destaca que atualmente passa a ser objetivo do docente fazer com que o indivíduo se torne cidadão consciente do consumo exagerado mostrando-lhe as diversas consequências do consumo, não impondo ideias e julgamentos pré-definidos, mas sim emancipando a criança, por meio da educação a pensar e refletir sobre o que vê, lê ou assiste.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo geral analisar as infâncias com o foco no que a mídia proporciona para o público infantil comprometendo na educação (observar a influência da

mídia na vida das crianças e conseqüentemente como o consumo afeta o seu desenvolvimento no cotidiano escolar e identificar os impactos do consumo na infância).

Entre os resultados achados, tem-se que com pesquisas feitas a respeito da infância ainda se tem dificuldades de compreender o exercício particular da criança, visto que suas histórias ainda sim são construídas por adultos englobando seus valores, aprendizados e experiências. Partindo desse pressuposto, é possível considerar as relações de outros teóricos salientando a importância da criança nas relações sociais e o surgimento de múltiplas infâncias.

Nesse contexto, há uma vertente para a chegada da infância na atualidade, onde as crianças são cercadas de produtos fornecidos pela mídia, rodeadas pela era digital onde são encontrados celulares com diversas redes sociais instaladas, televisão, videogame, entre outros produtos da era do imediatismo. É possível pensar na representação de uma infância consumista que precisa de uma busca incessante de produtos e novidades do mercado. Consumo esse que nos últimos anos está vinculado a produtos ligados a marcas, revelando o fato de as crianças despertarem interesse em produtos que a publicidade nomeia como “produtos infantis”.

Com base no fato de que as infâncias contemporâneas são vividas a partir de conteúdos assistidos ou acessados, percebemos que as crianças estão sendo cada vez mais escravas da mídia assim exercem o fato do consumo exacerbado, para consumirem com uma funcionalidade produtos muitas vezes de marcas que está em alta, fazendo com que essa seja uma forma decorrente da infância atualmente, podendo socializar e serem interativas com aquilo que a mídia proporciona.

Sendo assim, o meio escolar juntamente da família deveria tomar medidas coletivas para que os estudantes trabalhem juntos, se comuniquem em grupos e saibam os riscos de um acesso exagerado sobre a era digital/era da informação. A busca da melhor informação atravessa a inclusão da tecnologia e a melhor forma de ensino.

Diante desta pesquisa podemos compreender que há conseqüências da mídia ao mundo infantil, a sua influência interfere na subjetividade do sujeito, visto que a ideia do consumismo proporciona riscos gerando um excesso de informações irrelevantes prejudicando o fato de a criança viver a fase da infância de um jeito lúdico como precisaria ser.

Diante do exposto, sabemos que a criança é influenciada por algo ou alguém seja por familiares ou, instituições educativas, visto que ocupam a maior parte de seu tempo nestes lugares ou com essas pessoas, então se não vem um bom exemplo ou se a criança convive com inverdades ou conteúdos supérfluos ela absorve tudo aquilo do mesmo jeito se convivesse com

conteúdos que agregam em seu aprendizado e crescimento. A influência da mídia pode ser positiva se os adultos à sua volta lhe passarem criticidade.

O presente artigo contribui para que os pesquisadores e responsáveis se informem ao salientar o cuidado e o zelo da importância de vivenciar tal período, sem a impaciência de tornar-se adulto antes da hora, devendo focar no desenvolvimento da infância, em que as crianças sejam elas mesmas e vivam essa fase para que possam imaginar, idealizar um mundo de uma forma sem que exigem propiciar dos estímulos de uma vida adulta.

REFERÊNCIAS.

ANDRADE, Carlos Drummond. Eu, Etiqueta. In: _____. Lições de Coisas. 31. ed. Rio de Janeiro. Record, p. 45-46. 2010.

ARIÉS, Philippe. **História social da criança e da família**. Trad. Dora Flaksman. 2.ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1981.

BELLONI, Maria Luiza. Infância, Mídias e Educação: revisitando o conceito de socialização. **PERSPECTIVA**, Florianópolis, v. 25, n. 1, 41-56, jan./jun. 2007.

BERGAMASCO, Daniel. Publicidade entra nas escolas com brindes, gincanas e teatrinhos. Folha de São Paulo Cotidiano. São Paulo, 30 jun. 2009. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff3006200907.htm>. Acesso em: 21 nov. 2023.

BUENO, Daniele Aparecida. MARTELI, Andrea Cristina. INFÂNCIA E MÍDIA: primeiras reflexões. Revista Caribeña de Ciencias Sociale, jun. 2019.

CAMARGO, Sônia de Fátima. Vieira Júnior, Hélio. Reflexo do consumo infantil no ambiente escolar. Revista Eventos Pedagógicos. v.2, n.2, p. 239 – 247, Ago./Dez. 2011.

CAMURRA, Luciana. O sujeito contemporâneo e a mediação docente na cultura da mídia. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Maringá, Maringá. 2010.

CASTRO, Michele Guedes Bredel de. Noção de criança e infância: diálogos, reflexões, interlocuções. Anais do seminário do 16º Cole. UFF. Rio de Janeiro/RJ, 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/download/56428308/ARTIGO_DE_ESTUDO SOBRE_CRIANCA_E_INFANCIA.pdf. Acesso em: 27 Ago. de 2023.

CIRINO, Oscar. Psicanálise e psiquiatria com crianças: desenvolvimento ou estrutura. Psychê. n. 17. São Paulo, p. 187-188. jan-jun/2006.

CONSUMO, Criança. Criança e Consumo fala sobre práticas manipulativas na Internet no 7º Simpósio Crianças e Adolescentes na Internet. 19 ago. 2022. Disponível em: <https://criancaeconsumo.org.br/noticias/praticas-manipulativas-na-internet/>. Acesso em: 26 nov. 2023.

DERISSO, José Luiz. CONCEIÇÃO, Loeci de Moraes da. SOLIGO, Valdecir. Consumismo Infantil, Indústria Cultural e Educação Escolar. Educere et Educare. V. 12, n. 25 Jul./Dez. 2017

DÍAZ, Dora Lilia Marín. Morte da Infância Moderna ou Construção da Quimera Infantil? Educ. Real., Porto Alegre, v. 35, n. 3, p. 193-211, set./dez., 2010.

EXAME. **Crianças passam 25 horas por mês no YouTube, revela levantamento.** 6 Ago. 2019. Disponível em: <https://exame.com/ciencia/criancas-passam-25-horas-por-mes-no-youtube-revela-levantamento/>. Acesso em: 26 nov. 2023.

GONÇALVES, Isabella Boaventura de Menezes e. **A pluralidade das infâncias: uma reflexão sobre a criança como ser social e histórico.** TCC (Bacharel em Psicologia). Faculdade de Ciências Humanas e da Saúde, Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, p. 1-48. 2022.

GOUVÊA, Maria Cristina Soares. Infância: entre a anterioridade e a alteridade. **Educ. Real.**, Porto Alegre, v. 36, n. 2, p. 547-567, maio/ago. 2011.

LIMA, Bianca Roesner. A influência da mídia no comportamento infantil. Monografia (Comunicação Social, habilitação em Jornalismo). FATECS – do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB. Brasília/DF, nov. 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo. Editora Schwarcz LTDA. São Paulo. p. 1-402. 2007.

LOPONTE, Luciana Gruppelli. Arte e metáforas contemporâneas para pensar infância e educação. *Revista Brasileira de Educação* v. 13 n. 37 jan./abr. 2008.

MOMO, Mariangela. Mídia e consumo na produção de uma infância pós-moderna que vai à escola. Tese. (Pós Graduação em Educação). Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FACED/PPGEDU/UFRGS). Porto Alegre. 2007.

MOURA, Tiago Bastos de. VIANA, Flávio Torrecilas. LOYOLA, Viviane Dias. Uma Análise de Concepções Sobre a Criança e a Inserção da Infância no Consumismo. Universidade FUMEC. *PSICOLOGIA: CIÊNCIA E PROFISSÃO*, 33 (2), 474-489. 2013.

NIEHUES, Mariane Rocha; COSTA, Marli De Oliveira. Concepções de infância ao longo da história. *Revista Técnico-Científica do IFSC*, v.3, n.1, p. 284-284, 2012. Disponível em: <http://periodicos.ifsc.edu.br/index.php/rtc/article/view/420>. Acesso em: 24 de ago. de 2023.

PACHECO, Elza. Infância, cotidiano e imaginário no terceiro milênio: Dos folguedos infantis à diversão digitalizada. In:----- . *Televisão, criança, imaginário e educação*. 5.ed. Campinas: Papirus, 2009. p.29-38.

QUEIROZ, Norma Lucia Neris de, et al. Brincadeira e Desenvolvimento Infantil: Um olhar sociocultural construtivista. *Paidéia*, 2006, 16(34), p. 169-179. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/paideia/a/yWnWXkHcwfjcnqKVp6rLnwQ/>. Acesso em: 27 nov. 2023.

QVORTRUP, Jens. Nove teses sobre a “infância como um fenômeno social”. **Pro-Posições**, Campinas, v. 22, n. 1 (64), p. 199-211, jan./abr. 2011.

ROCHA, Rita de Cássia Luiz da. História da Infância: Reflexões acerca de algumas concepções correntes. *ANALECTA* Guarapuava, Paraná v. 3 no 2 p. 51-63 jul/dez. 2002. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Rita-De-Cassia-Da-Rocha/publication/292993991_HISTORIA_DA_INFANCIA_REFLEXOES_ACERCA_DE_ALGUMAS_CONCEPCOES_CORRENTES/links/56b4c9bd08ae3c1b79aaf32b/HISTORIA-DA-INFANCIA-REFLEXOES-ACERCA-DE-ALGUMAS-CONCEPCOES-CORRENTES.pdf. Acesso em: 15 de ago. de 2023.

ROVERI, Fernanda Theodoro. SANTOS, Ana Carolina Pereira Martins dos. Mídia, consumo e publicidade: refletindo sobre o brincar na educação infantil. *Espaço Pedagógico*. v. 23, n. 1, Passo Fundo, p. 157-170, jan./jun. 2016.

SANTOS, Alex Felix dos. YouTube, crianças e consumo: A construção de novas subjetividades da infância. Monografia (ESPECIALISTA em Semiótica Psicanalítica – Clínica da Cultura) Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, p. 1-75. 2019.

SILVA, Tamara Costa da. GUIZZO, Bianca Salazar. Infância e consumo no YouTube. Revista Educação em Questão, Natal, v. 60, n. 65, p. 1-23, e-28934, jul./set. 2022.

SOUZA, Daiane Pereira de. Os impactos da influência da mídia ao consumo infantil. Psicologia.pt. p. 1-11. Jun. 2014.

TÁVOLA, Arthur da. TV, criança e imaginário. In: PACHECO, Elza (Org.). Televisão, criança, imaginário e educação. 5.ed. Campinas: Papirus, 2009. p.39-49.

TELA NACIONAL. A Invenção da Infância (2000). Documentário/ Tela Nacional.

YouTube. 12 de outubro de 2022. Disponível em:

https://youtu.be/BVmcil_wwrc?si=W4K_bnMOzKZRDWve. Acesso em: 20 jul. de 2023.