



## **Uni, duni, tê! Qual criança vamos ser? – reflexões sobre identidade e cultura infantil na mídia<sup>1</sup>**

Mayra Fernanda Ferreira<sup>2</sup>

Universidade Estadual Paulista – Unesp

### **Resumo**

Quem é a criança contemporânea? Com esse questionamento, este trabalho visa discutir a infância e sua relação sociocultural com a mídia, de modo a refletir sobre a identidade e a cultura infantil. Partindo da perspectiva dos Estudos Culturais, as interações e as mediações infantis demonstram uma ressignificação do ser criança em meio aos produtos de mídia, voltados ou não a esse público. Observar a geração que se constrói na sociedade midiática é um desafio para diferentes áreas do conhecimento e um debate que não foge à Comunicação, uma vez que se entende o processo dialógico e participativo entre cultura, mídia e sociedade – do qual as crianças pertencem como cidadãs de deveres e direitos, além de produtoras e receptoras ativas de conteúdo.

**Palavras-chave:** criança; identidade; cultura infantil; mediação; mídia.

### **Introdução**

**“A infância traz o resgate do passado, não como um tempo que se escoou e se perdeu, mas como o emblema de um futuro, ou melhor, de uma promessa de encantamento do mundo que não se concretizou.”**

**Walter Benjamin**

O pesquisador e crítico Walter Benjamin (1984) se debruçou sobre o universo das crianças em uma atividade reflexiva e contributiva para se compreender como esta fase da vida demonstra comportamentos e atitudes que repercutem na vida social. Na dimensão histórica, percebida na citação acima, encontra-se a esperança em uma infância, ao mesmo tempo em que ela é uma representação simbólica de uma sociedade e, conseqüentemente, de sua cultura.

É partindo da defesa de uma cultura infantil, ao considerar a cultura enquanto um processo de significação, como nos diz Canclini (2009), que este trabalho debate o “ser criança” na sociedade contemporânea em meio aos artefatos midiáticos. Falar, portanto, de mediação e midiatização, tendo como base teórico-metodológica os

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Aluna regular do Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp em Bauru. Professora da Universidade Sagrado Coração em Bauru. E-mail: mayraunesp@yahoo.com.br



Estudos Culturais, é necessário a fim de estabelecer articulações entre produção e recepção de conteúdos de mídia pela infância que se comporta atualmente como uma geração digital (TAPSCOTT, 1999; 2010; e, GASSER; PALFREY, 2011), crítica e ativa na mídia, (re)construindo uma identidade infantil que devido às concepções de infância se diferencia do sentimento de zelo, cautela e proteção por parte do mundo adulto. A autonomia infantil na mídia digital é um dos exemplos dessa nova caracterização identitária – questão sobre a qual debateremos mais adiante.

Considerando a dimensão de criança como uma fase da vida, repleta de significações devido às abordagens, dentre outras, da psicologia, da sociologia e do direito, que revelam aspectos diferenciados e até mesmo complementares do desenvolvimento e da cidadania infantis, debruça-se sobre essa fase não para falar apenas de um segmento social, mas sobre indivíduos que pertencem a grupos, seja por critérios de gênero, escolaridade e padrão socioeconômico. A complexidade de entender uma fase em transformação, já que é um estágio da vida, que se pode compreender como transitório, reside aí mesmo, nessa transitoriedade simbólica de significações sobre esses indivíduos, ou melhor, sujeitos sociais.

A partir da socialização desses sujeitos, registram-se marcas identitárias e constroem-se identidades. Ser criança não é algo inato ao indivíduo, é adquirido, apropriado, mediado e vivenciado pelas relações em e com a sociedade. Partindo dessa noção de infância, objetiva-se resgatar o encantamento, nas palavras de Benjamin, não como um passado ilusório, mas como possibilidades de confiança e de sociabilidade em uma geração durante sua vivência, ou seja, em seu *eu*, *aqui* e *agora* para utilizar as instâncias da veridicção e do discurso (BENVENISTE, 1989).

Ao exercitar a linguagem, a criança tem a possibilidade de se assumir enquanto protagonista de sua própria vida, socializando seus anseios e interesses, assim como seus direitos de cidadã. Não um cidadão de papel, parafraseando Dimenstein (2001), mas um ator/ enunciador que têm expressividade e busca validar seus direitos de acesso à informação e liberdade de expressão (ONU, 1989). Nessa empreitada, a mídia se apresenta no universo infantil com a potencialidade, embora não efetiva, de participação, já que se observa uma representação estereotipada das crianças, em produtos ou não para o público infantil.

Na tentativa de (re)descobrir a infância contemporânea por meio dessa representação e também da interação e da mediação social infantil também com a mídia, é importante embasar nossa discussão por um passeio – breve – pelas concepções do



“ser criança” e, conseqüentemente, apresentar os processos de mediação e mediação a fim de promover uma reflexão sobre quais identidade(s) e cultura(s) estão presentes quando nos direcionamos, analítica e pragmaticamente, para o universo infantil.

### **Concepções e possibilidades do “ser criança”**

A infância é fundamental para o desdobramento de questões culturais, políticas e sociais, uma vez que é a fase da vida que conduz ao mundo adulto, sendo a criança, o futuro de uma nação. Dimenstein (2001, p.17) destaca a infância como a maior vítima do colapso social, por ser frágil como um papel. Em contrapartida, M. de Grenaille (1643 apud ARIÈS, 1981, p. 138) afirma que “não devemos imaginar que toda vez que se fala da infância, está-se falando de algo frágil; ao contrário um estado que muitos julgam desprezível é perfeitamente ilustre.” Essas acepções a respeito da infância demonstram a articulação dessa fase da vida com a sociedade na qual está inserida. Um breve resgate histórico comprova essa relação e diz respeito ainda à noção dada à infância.

Conforme nos conta Ariès (1981), durante a Idade Média, a criança era ignorada, tanto que a infância durava até os sete anos e a arte medieval a desconhecia ou não tentava representá-la. “No domínio da vida real, e não mais apenas no de transposição estética, a infância era um período de transição, logo ultrapassado, e cuja lembrança também era logo perdida” (ARIÈS, 1981, p. 52). Já nos séculos XV e XVI, as crianças ganharam representação iconográfica em cenas coletivas, o que sugere que sua vida cotidiana estava misturada a dos adultos e de que os pintores gostavam de retratar a criança por sua graça ou pelo sentido pitoresco, em que era observada. Ariès (1981, p.77) afirma que, somente no fim do século XVI, a criança adquire um espaço individual, separado do dos adultos, porque se percebeu a necessidade de particularizá-la nas representações artísticas e de caracterizá-la por meio dos trajes, já que até este período as roupas das crianças se confundiam com as dos adultos.

É essa separação entre adultos e crianças que marca a formação do sentimento da infância, com o qual elas tornaram-se um elemento indispensável da vida cotidiana, dignas de respeito, e os adultos passaram a se preocupar com sua educação, carreira e futuro. “Não apenas o futuro da criança, mas também sua simples presença e existência eram dignas de preocupação - a criança havia assumido um lugar central dentro da família” (ARIÈS, 1981, p. 164). De acordo com Postman (1999, p. 50), antes da



renascença não havia necessidade da ideia de infância porque todos compartilhavam o mesmo ambiente informacional, mas quando a prensa tipográfica de Gutenberg surgiu, em 1450, alterou-se o mundo social e intelectual.

A partir daí a idade adulta tinha que ser conquistada. Tornou-se uma realização simbólica e não biológica. Depois da prensa tipográfica, os jovens teriam de se tornar adultos, e, para isso, teriam de aprender a ler, entrar no mundo da tipografia. E para realizar isso precisariam de educação. Portanto a civilização europeia inventou as escolas. E, ao fazê-lo, transformou a infância numa necessidade (POSTMAN, 1999, p. 50).

O nascimento da preocupação com a infância trouxe consigo a noção de que a criança precisa ser cuidada e protegida pelo adulto, que se torna porta-voz de seus direitos e desejos. Essa proteção transformou o sentido da inocência infantil em atitude moral: “preservá-la da sujeira da vida, e especialmente da sexualidade tolerada – não aprovada – entre os adultos; e fortalecê-la, desenvolvendo o caráter e a razão” (ARIÈS, 1981, p. 146). Devido a isso, a infância é considerada um período importante para a formação do cidadão.

Nesse cenário, a escola e a família tornaram-se fundamentais para a vida das crianças, fornecendo a base de sua educação. A primeira deixou de ser reservada para os clérigos para se tornar instrumento normal de iniciação social, da passagem do estado da infância ao adulto, já que as crianças precisavam se tornar letradas. Por outro lado, não independentemente, a família era responsável pela transmissão do conhecimento de uma geração a outra e “tinha que assegurar que as crianças recebessem educação na escola e [...] proporcionar uma educação suplementar em casa” (POSTMAN, 1999, p. 58).

Considerando a relação da infância com a informação, exclusivamente controlada até então pelos adultos, Postman (1999, p. 86) explica que a subsistência da infância dependia dos princípios da informação controlada e da aprendizagem sequencial. Porém, com o surgimento do telégrafo, a escola e a família começaram a perder o controle da informação. “Alterou o tipo de informação a que as crianças podiam ter acesso, sua qualidade e quantidade, sua sequência, e as circunstâncias em que seria vivenciada” (POSTMAN, 1999, p.86).

No século XX, as noções tradicionais da infância como inocência e dependência do adulto foram minadas pelo acesso das crianças à cultura popular. “A informação adulta é incontrolável; agora, a criança vê o mundo como ele é (ou pelo menos como é



descrito pelos produtores de informação corporativos)” (KINCHELOE; STEINBERG, 2001, p. 34). Devido a isso, na contemporaneidade, observa-se que a mídia ocupa também o papel de educadora da infância porque é responsável pelo contato das crianças com as informações e com a cultura. Complementando Piaget (1994, p. 88) afirma que a criança é cada vez menos dominada pelos mais velhos e pela sociedade dos ‘antigos’.

A ação da criança nunca pode ser tomada isoladamente no vácuo social e cultural produzido experimentalmente, onde ela é considerada como produto e resultado de ‘influências sociais e culturais externas’. A sua ação produz-se na constituição da própria sociedade e cultura onde a criança se insere (CASTRO, 2001, p. 32).

Dessa forma, o contato da criança com o mundo e com as outras pessoas é fundamental para a identidade infantil<sup>3</sup>. Segundo Pacheco (1991), conhecer a criança é pensá-la como um ser de relações, não apenas consumindo, mas produzindo cultura. No entanto, Block (2001) descreve que, na contemporaneidade, observa-se um silêncio mortal em relação à infância, não dizendo quase nada sobre o que importa na vida das crianças ou na vida daqueles que se importam com elas. Já Wintersberger (2001) cita que o valor das crianças, na sociedade moderna, é subestimado, seu lugar social e suas contribuições distorcidos. A infância, então, é perpassada pelos valores econômicos, sociais, tecnológicos e ideológicos da sociedade capitalista e toma para si os valores e comportamentos impostos por esse modelo.

A infância moderna forma as crianças fora da sociedade, cala suas vozes e nega sua personalidade. Para muitas delas, das sociedades contemporâneas, o aspecto predominante da infância é o da impotência e falta de controle sobre aquilo que lhes acontece. [...] A infância socialmente marginalizada restringe as atividades das crianças a lugares e modos específicos das crianças (BEHERA; PRAMANIK, 2001, p. 154).

Essa desvalorização da criança ocorre, paralelamente, ao fato das crianças serem percebidas como sujeito de direitos devido aos tratados da Organização das Nações Unidas (ONU, 1989) sobre os Direitos das Crianças. Porém, nesse contexto, há um

---

<sup>3</sup> Segundo Cuche (1999, p. 177), “a identidade social de um indivíduo se caracteriza pelo conjunto de suas vinculações em um sistema social. [...] A identidade permite que o indivíduo se localize em um sistema social e seja localizado socialmente”.



distanciamento dos adultos para com as crianças, porque a legislação e os estudos pouco ouvem os desejos e as aspirações infantis, recuperando a etimologia da palavra infância do latim *infante*, que significa ausência de fala. A distância entre essas duas fases da vida formula uma nova concepção de infância.

Se a criança passa a ser reconhecida como sujeito na época moderna e ganha novo *status* sendo valorizada na sua capacidade de constituir diálogos, a ausência de um interlocutor adulto faz com que ela seja condenada a um monólogo, cujo desdobramento é a formação do ‘gueto da infância’. (PEREIRA; SOUZA, 2001, p. 38)

A partir desse isolamento constituem-se saberes sobre a infância focados nas suas condições sociais e históricas de crianças “sem infância”, nas palavras de Quinteiro (2002, p. 22), sem considerá-las como construção cultural e sua possibilidade de criar e recriar a realidade social na qual estão inseridas. Entretanto, essas crianças devem ser pensadas como colaboradores sociais ativos que necessitam de liberdade de expressão para exprimir seus pontos de vista sobre os assuntos referentes a elas e a sua sociedade. Além disso, são poucos os que lhes dão voz, não recebendo suas mensagens com a seriedade que merecem.

Estamos tratando DE e COM crianças capazes de atuar socialmente e de influenciar definitivamente no rumo das transformações das sociedades em que vivem, enquanto aprendem a apreender o mundo. As falas das crianças oferecem informações preciosas e únicas para nos auxiliar na interpretação dos fatos do mundo na medida de sua espontaneidade e capacidade criativa natural. (PACHECO; TASSARA, 2001, p. 193)

Aliada a essas competências e habilidades infantis, situa-se, no cenário contemporâneo por meio das tecnologias digitais da informação e da comunicação, uma nova geração da infância que se caracteriza pela autonomia e independência. Segundo Tapscott (1999; 2010), a relação das crianças com as tecnologias é tão natural quanto a respiração e, por isso, têm o potencial de revolucionar a vida social, não só as próprias, mas da educação, mercado de trabalho e até mesmo da política. “Eles não apenas observam, mas também participam. Perguntam, discutem, argumentam, jogam, compram, investigam, ridicularizam, fantasiam, procuram e informam” (TAPSCOTT, 2010, p. 32-33).



Essa geração digital constrói seu ativismo por meio de interações e mediações em diversos mundos: do real ao virtual. Wolton (2004) destaca que essa geração é a pioneira da primeira sociedade do imaginário, pois tem a impressão de estar criando seu próprio terreno de aventuras, de poder inventar alguma coisa e se diferenciar das gerações anteriores, sem ter que se justificar. Nesse novo terreno, estabelece-se um novo ecossistema comunicativo, como diz Barbero (1999), no qual as crianças agem com liberdade, não apenas devido ao domínio técnico das ferramentas da mídia digital; mas, especialmente, por assumirem sua linguagem em discursos próprios que coexistem com os dos adultos<sup>4</sup>, em produtos voltados ou não ao público infantil.

Essa dimensão de público e/ou audiência infantil também se remodela para essa geração. As crianças digitais, como podem ser nomeadas, tornam-se produtoras de conteúdos e representam usuários interativos na e com a mídia. Ao exercitar a interatividade no meio digital, elas assumem uma criticidade e

dependem um dos outros para o aprendizado. Eles discutem tudo on-line. São críticos. Admitem a diversidade em sua colaboração. E comunicam-se formando frases – eles estão criando seus mundos. Através de um novo meio de comunicação, a Geração Net está se transformando no que Postman aspira para eles [transformar-se em indivíduos com senso crítico, que reconhecem a diversidade e compreendem seu papel para proteger cooperativamente o planeta]. As palavras de McLuhan estão se transformando em realidade através da Geração Net; seu meio tornou-se a mensagem. Não é o caso de fins antes dos meios. Os meios estão começando a criar novos resultados de aprendizado. (TAPSCOTT, 1999, p. 130)

Considerando que o aprendizado só existe por meio de mediações, já que Paulo Freire (2002) afirma que todos se educam mediatizados pelo mundo, debruçamo-nos, então, para as interações que as crianças estabelecem com a mídia, objetivando compreender se a autonomia infantil dessa geração digital ou até mesmo das crianças que não partilham e como utilizam esse mundo virtual<sup>5</sup> representa a cultura infantil de

---

<sup>4</sup> Neste ponto, é relevante considerar a questão da legitimidade dos discursos, devido ao (não) reconhecimento das falas infantis, conforme comentamos anteriormente. No entanto, esta discussão merece uma reflexão mais complexa e, portanto, pertinente para um trabalho futuro.

<sup>5</sup> Dados da pesquisa TIC Domicílios e Empresas 2013 (CGI, 2014) mostram que 75% dos jovens entre 10 e 15 anos no Brasil têm acesso à Internet e 34% destes já postaram conteúdos de autoria própria na rede digital. A pesquisa TIC Kids Online Brasil 2012 (CGI, 2013), realizada com 1.580 crianças e jovens de 9 a 16 anos, revela ainda que 82% dos pesquisados usam a Internet para atividades escolares; 68% para rede social; 66% para assistir a vídeos online; 54% para jogos online e envio de mensagens instantâneas.



modo a garantir sua expressividade, valorizando a(s) identidade(s) da infância contemporânea.

### **Mediações infantis ou crianças midiaticizadas?**

Quando se analisam as crianças em relação à mídia de massa e à cultura popular, nossa tendência é defini-las como consumidores, expectadores, receptores, vítimas. Mas elas também são usuários daquela mídia e daquela cultura: fazem escolhas e interpretações, delineiam o que querem [...]. Enxergar as crianças como receptoras passivas do poder da mídia nos coloca em conflito com as fantasias que elas escolheram e, portanto, com as próprias crianças. Enxergá-las como usuárias ativas permite que trabalhem com o entretenimento que as ajude a crescer. (JONES, 2004, p. 20)

A criança, a partir do contato com o mundo externo, seja na família, escola ou outros espaços públicos de convivência social, relaciona-se com objetos e sujeitos que atuam em seu desenvolvimento e, portanto, em sua visão de mundo. Independentemente da fase dessa infância, conforme nos aponta Piaget (1999) sobre o desenvolvimento infantil, são as relações estabelecidas com esse universo que proporcionam o ser criança. Dito de outro modo, a criança em interação é a essência do ser criança.

Nesse processo interativo, a cultura e a mídia, do até então mundo adulto, perpassam o cotidiano infantil, mesmo sem se direcionar a esse público no que se refere a conteúdos e linguagens. O despertar a curiosidade infantil faz com que a geração da infância se aproprie de “saberes” populares e cultos, veiculados ou não pela mídia, e os ressignifique de acordo com a própria demanda infantil. É por isso que Jones (2004) ressalta o potencial da criança como usuária ativa. Uma criança que está em mediações.

Compreendendo mediação como a ação de fazer duas partes se comunicarem (SODRÉ, 2013) e resgatando a etimologia da palavra comunicação de tornar comum, a criança em mediação com objetos e sujeitos (crianças e adultos) constrói sua comunidade de significados para agir no mundo. Ações, individuais e coletivas, que formam novas mediações por meio de intercâmbios de experiência e de conhecimentos, fundamentais para cultura infantil. Devido ao fato de as mediações serem alicerce para essa cultura, pode-se dizer que ela se molda às dinâmicas comunicativas construídas e em construção pelas crianças. Em uma dessas dinâmicas, há o contato com a mídia, ou seja, um processo de midiaticização, que segundo Sodré (2013) são as mediações realizadas pelo *médium*.





Ao interagir, as crianças buscam romper com o controle dos adultos. O convívio virtual, através das mídias, obriga as crianças e os adolescentes a considerar regras e convenções, tendo a oportunidade de ratificar ou pôr em questão conhecimentos e práticas a que tiveram acesso pela mídia. Nesta, eles se descobrem como membros de uma sociedade global de muitas escolhas. Descobrem que há limites e barreiras econômicas, sociais, políticas e culturais em pleno exercício de tais escolhas. (SAMPAIO, 2004, p. 73)

Ao se reconhecerem como sujeitos de escolhas, entre elas a escolha pela liberdade de expressão<sup>6</sup>, as crianças tornam-se protagonistas. No entanto, em quais espaços esse protagonismo é valorizado? Embora se assegure por meio da legislação direitos e se estabeleça enquanto uma convenção social o dever das instituições formais (Estado, escola e família) de proteger e cuidar da criança, não há um reconhecimento legitimado desse potencial infantil. “As crianças não são só raramente vistas, como também suas vozes raramente ouvidas. Ademais, os adultos na mídia dificilmente falam com crianças. [...]. As crianças não estão nem mesmo presentes nos pensamentos de muitos adultos” (FEILITZEN, 2002, p. 22; 25).

Diante dessa “invisibilidade”, a mídia perpetua uma sub-representação da infância, ou seja, comete uma forma de violência simbólica ou de opressão cultural contra as crianças, uma vez que, ao se tornar um espaço público midiático para a participação infantil, poderia atuar para fortalecer a capacidade crítica e a curiosidade das crianças por meio de seu papel educativo/formativo, tornando-se instrumento de socialização e fornecedora de elementos formadores de identidade (KELLNER, 2001).

A maior participação das crianças significaria, de modo geral, maior cultura de mídia, contrabalançando também a escassez de representações da criança nos conteúdos. As imagens insatisfatórias das crianças podem ser melhoradas por meio de medidas para concretizar os direitos das crianças à liberdade de expressão e à participação na mídia e na sociedade. (BUHOT; FEILITZEN, 2002, p. 128)

Como dizem as autoras, é necessária uma cultura de mídia que represente a cultura infantil, que destine espaços para as crianças serem crianças e não as representando como adultos em miniatura e precoce, fenômenos artísticos e superdotados em talentos que garantem audiência aos meios de comunicação. Uma breve observação na mídia televisiva, por exemplo, traz estereótipos dessa sub-

---

<sup>6</sup> Vale ressaltar que a liberdade de expressão assim como o acesso a fontes de informação são direitos assegurados pela Convenção dos Direitos da Criança (ONU, 1989).



representação: a menina Maísa Silva (hoje com 12 anos), que desde os três anos frequenta programas de auditório no Record e no SBT, torna-se apresentadora infantil, garota propaganda para diversas marcas e estrela uma novela infantil de sucesso na regravação de “Carrossel” em 2012; e os meninos apresentadores do programa “Cartãozinho Verde”, da TV Cultura, com idade entre 9 e 11 anos, que debatem futebol aos sábados e se comportam como jornalistas esportivos.

Crianças na mídia têm realmente um apelo, não apenas publicitário, mas de registrar a responsabilidade dos adultos para com as crianças e também de vislumbrar um processo de identificação entre o público infantil por meio de um mundo virtual de fantasias com crianças “reais”. Nesse objetivo de promover uma identificação são apresentados e reforçados estereótipos que ressoam em diversos produtos, como meninas bonitas querendo ser modelo; garotos almejando serem jogadores de futebol; crianças abandonadas e vítimas da desigualdade social; entre outros. Cabe ressaltar que nem sempre esses produtos de mídia têm como público-alvo a geração da infância e, quando se voltam para ela, há poucas reformulações, no sentido do que Perrotti (1999) afirma de que a produção cultural para a infância traz o que o adulto produtor julga ser de interessante da criança e não a escolha dela.

Nessa perspectiva, a relação da criança com a mídia não se manifesta como uma mediação entre duas partes comunicantes, mas em uma verticalização entre produtor e consumidor. A valorização da atividade infantil e conseqüentemente de sua identidade e de sua cultura se encontra demarcada pelo olhar do adulto acerca dessa criança e não por meio de trocas substanciais com a mesma. É claro que há tentativas de garantir um protagonismo, até mesmo no exemplo citado do “Cartãozinho Verde”, mas a mediação do adulto sempre está presente.

### **(Re)construindo uma(s) cultura(s) de infância(s)**

Tendo em vista que o sentimento de infância se constrói em meio à percepção da criança enquanto um cidadão de direitos e deveres, sua cultura deve, portanto, ser uma expressão de sua cidadania. Geertz (1978, p. 22-23) afirma que “a cultura é pública porque o significado o é”, sendo assim a cultura infantil é transparente ao representar as crianças e suas significações a respeito das pessoas, objetos e situações com os quais interagem. A partir da mediação das tecnologias digitais, leia-se Internet, essa publicização da infância ganha um novo *status*, (re) constrói uma cultura. “[os garotos



nativos digitais<sup>7</sup>] conectam-se entre si através de uma cultura comum. Os principais aspectos de suas vidas – interações sociais, amizades, atividades cívicas – são mediadas pelas tecnologias digitais. E não conhecem nenhum modo de vida diferente” (GASSER; PALFREY, 2011, p.12).

Nessa cultura infantil da interação e/ou participação, já que as crianças se tornam independentes e produzem suas próprias mensagens, as mediações se tornam mais horizontalizadas. Elas buscam por si seus pares e seus conteúdos e constroem seus próprios espaços de expressividade, já que esta é uma das palavra-chave dessa cultura. Na contramão do significado etimológico de infância, a geração deste século fala e quer falar ainda mais. Miatizadas, as crianças veem a mídia como um espaço participativo, mas não o único. É claro que algumas continuam representando estereótipos, como os exemplos já citados, mas as pesquisas sobre geração digital e o consumo de Internet mostram a autonomia e a autoria infantil como marcas de uma nova infância.

Diante das possibilidades e potencialidades para a geração da infância em meio às mediações e interações na mídia digital, a cultura infantil é ressignificada conforme há alterações nos campos técnico e socioculturais e até mesmo político-econômico, como diz Capparelli:

compartilhamos igualmente a ideia da construção e reconstrução da cultura infantil bem como da própria infância, na medida em que essas construções e reconstruções se baseiam em tecnologias originadas na cultura, conformadas por ela, e que, por sua vez, ajudam a criar novas situações sociais e culturais para essa mesma infância. (CAPPARELLI, 2002, p. 131)

É essa infância em construção que está fora da mídia e que ainda não foi por ela reconhecida em seus produtos. De certo modo, a familiaridade das crianças digitais têm destaque nos produtos midiáticos, sendo mostrados por meio de discursos sobre a precocidade dessas crianças, do engraçado e do lúdico das situações infantis com as tecnologias (como vídeos no *Youtube*, muitas vezes gravados pelos pais, que ilustram esse contato) e de personagens fictícios em filmes, novelas, seriados, *blogs* e perfis em redes sociais digitais.

Ignorar essa miatização é apartar uma possível cultura infantil, construída pelo olhar do adulto, do produtor midiático. Não que essa representação cultural não mereça

---

<sup>7</sup> O termo nativo digital foi cunhado por Prensky (2001) para se referir a essas crianças que nascem mergulhadas nas tecnologias da comunicação.



críticas por moldar a cultura e tratar as crianças como mera audiência. Mas como a cultura é uma representação simbólica (GEERTZ, 1978), há simbolismos nessa mediação. Já a mediação dessas crianças entre si representa uma outra cultura, a dos olhares, vozes e significações das próprias crianças. É a representação de um mundo alheio a do adulto, por ele talvez ausente de interpretações condizentes com o que esse “gueto de infância” pensa, age e se identifica.

Na mediação desse “gueto” com os adultos em espaços não midiáticos, há potencialmente uma outra cultura, a do carinho, a da interdependência, do aprendizado mútuo. Não se deve delegar papéis cristalizados, como o do adulto cuidador e protetor e da criança indefesa e vitimizada. Os papéis se entrecruzam. As identidades se completam em uma alteridade e na coabitação, conforme defesa de Wolton (2006). Como há essa multiplicidade de identidades sendo mediadas em relações sociais, há também múltiplas e complexas formas de “ser criança”. Diante da liberdade de escolha das crianças, como já enunciado, cabe também a elas escolher sua identidade e expressão cultural para se posicionar nas mediações das quais participa, midiáticas ou não.

### **Considerações**

“Qual criança vamos ser?” é a pergunta-título deste trabalho. Defende-se, portanto, no “ser criança” possibilidades devido à coexistência de identidades e culturas infantis. Como o desenvolvimento nessa fase da vida é marcado pelas relações interativas que as crianças estabelecem com o mundo ao seu redor, há percepções sobre a infância, seja na tentativa de defini-la ou na intenção, consciente ou não, de excluí-la dos processos sociais e também comunicativos.

Na defesa ainda de uma cultura infantil de protagonismo, por meio da compreensão da criança enquanto usuária ativa (JONES, 2004), é mais que urgente compreender quem são as crianças e como elas se posicionam na sociedade a partir de suas opiniões e ações próprias. É preciso superar a visão romântica e idealizada da infância na qual a proteção, zelo e cuidado expressam a preocupação com a criança, além de não conceber essa fase como um período só de fantasias. As crianças são cidadãs, têm direitos e deveres, devem fazer suas próprias escolhas no mundo imaginário e também no real.

Como um cidadão em socialização, são as mediações que permeiam a vida da criança. A mídia é um dos mediadores e dos agentes socializadores. Por isso, pensar



nessa relação de modo a não ser verticalizada e impositiva da mídia sob as crianças é fundamental. É necessária, portanto, uma educação para mídia que valorize a participação infantil, respeitando os pontos de vista das crianças, enquanto um público crítico e atuante, e o desejo de que “querem ser levadas a sério e que querem ter a permissão por falarem por si mesmas” (FEILITZEN, 2002, p. 26).

Ao reconhecer esse espaço participativo, as representações da infância na mídia e, conseqüentemente nos demais espaços públicos, seriam mais fidedignas às próprias crianças, às suas identidades e culturas em construção, revelando o que permeia a situação infantil, de problemas a interesses típicos. Como disse Benjamin (1984), a infância traz um encantamento que não se concretizou, talvez o desafio seja se encantar com a infância e com suas peculiaridades nas diferenças do “ser criança” a fim de valorizá-la em seu potencial como um agente de transformação e de socialização. Um agente de passado, presente e futuro próprios.

### Referências

- ARIÈS, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. 2. ed. Tradução de Dora Flaksman. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- BARBERO, Jesús Martin. Retos Culturales de la educación a la comunicación. In: **Comunicación, Educación y Cultura: Relaciones, Aproximaciones y Nuevos Retos**. Bogotá: Cátedra Unesco de Comunicación Social, 1999.
- BEHERA, D. K.; PRAMANIK, R. A sobrecarga das crianças escolares: reflexões a partir de uma pequena cidade da Índia. In: CASTRO, Lucia Rabello (Org.). **Crianças e jovens na construção da cultura**. Rio de Janeiro: NAU Editora: FAPERJ, 2001, p. 153-177.
- BENJAMIN, Walter. **Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação**. Tradução de Marcus Vinícius Mazzari. São Paulo: Summus, 1984.
- BENVENISTE, Émile. **Princípios de Linguística Geral II**. Campinas: Edunicamp/ Pontes, 1989.
- BLOCK, Alan. Lendo revistas infantis: cultura infantil e cultura popular. In: KINCHELOE, Joe; STEINBERG, Shirley (Org.). **Cultura Infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, p. 237-255.
- BRASIL. **Estatuto da Criança e do adolescente**. Decreto-Lei nº 8069, de 13 de julho de 1990. Brasília: Coordenação de Publicações, 1991.
- BUCHOT, Catharina; FEILITZEN, Cecília von. **Perspectivas sobre a criança e a mídia**. Tradução de Patrícia de Queiroz Carvalho. Brasília: UNESCO, 2002.
- CANCLINI, Nestor García. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.



CAPPARELLI, Sérgio. Infância digital e cibercultura. In: PRADO, José Luiz Aidar (Org.). **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. São Paulo: Hacker Editores, 2002, p. 130-145.

CASTRO, Lucia Rabello. Da invisibilidade à ação: crianças e jovens na construção da cultura. In: CASTRO, Lucia Rabello (Org.). **Crianças e jovens na construção da cultura**. Rio de Janeiro: NAU Editora: FAPERJ, 2001, p. 19-46.

CGI. **TIC Domicílios e empresas Brasil 2013**. São Paulo: Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2014.

\_\_\_\_\_. **TIC Kids online 2012**. São Paulo: Comitê Gestor de Internet no Brasil, 2013.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura em Ciências Sociais**. Bauru: Edusc, 1999.

DIMENSTEIN, Gilberto. **O Cidadão de Papel: A Infância, a Adolescência e os Direitos Humanos no Brasil**. 19.ed. São Paulo: Ática, 2001.

FEILITZEN, Cecília von. Educação para a mídia, participação infantil e democracia. In: CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecília von (Org.). **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. 2.ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002, p. 19- 35.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 32. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

GASSER, Urs; PALFREY, John. **Nascidos na Era Digital: entendendo a primeira geração de nativos digitais**. Trad. Magda França Lopes. Porto Alegre: Artmed, 2010.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

JONES, Gerard. **Brincando de fazer monstros: por que as crianças precisam de fantasia, videogames e violência de faz-de-conta**. São Paulo: Conrad, 2004.

KELLNER, Douglas. Beavis e Butt-Head: sem futuro para a juventude pós-moderna. In: KINCHELOE, Joe; STEINBERG, Shirley (Org.). **Cultura Infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, p. 133-159.

KINCHELOE, Joe; STEINBERG, Shirley. Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. In: KINCHELOE, Joe; STEINBERG, Shirley (Org.). **Cultura Infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000, p. 09-52.

ONU. **Convenção dos Direitos da Criança**. UNICEF, 1989.

PACHECO, Elza Dias; TASSARA, Helena. Infância, imaginário e subjetividade: representação da morte dos “Mamonas Assassinas”. In: CASTRO, Lucia Rabello (Org.). **Crianças e jovens na construção da cultura**. Rio de Janeiro: NAU Editora: FAPERJ, 2001, p. 179-208.

\_\_\_\_\_.(Org.). **Comunicação, Educação e Arte na Cultura Infantil**. São Paulo: Loyola, 1991.

PEREIRA, Rita Maria Ribes; SOUZA, Solange Jobim e. Infância, Conhecimento e Contemporaneidade. In: KRAMER, Sônia; LEITE, Maria Isabel; (Org.). **Infância e Produção Cultural**. 2. ed. Campinas: Papyrus, 2001, p. 25-42.



PERROTTI, Edmir. **Confinamento cultural, infância e leitura**. São Paulo: Summus, 1990. (Coleções Novas Buscas em Educação).

PIAGET, Jean. **O Juízo Moral na Criança**. 2. ed. Trad. Elzon Lenardon. São Paulo: Summus, 1994.

POTSMAN, Neil. O desaparecimento da infância. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

PRENSKY, Marc. **Digital natives, digital immigrants**. Tradução de Roberta de Moraes Jesus de Souza. 2001. Disponível em:  
<<http://poetadasmoreninhas.pbworks.com/w/file/attach/60222961/Prensky%20-%20Imigrantes%20e%20nativos%20digitais.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2013.

QUINTEIRO, Jucirema. Infância e Educação no Brasil: um campo de estudos em construção. In: DEMARTNI, Zélia de Brito Fabri; FARIA, Ana Lúcia Goulart de; PRADO, Patrícia Dias. (Org.) **Por uma cultura da infância: metodologias de pesquisa com crianças**. Campinas: Autores Associados, 2002, estudo 02. (Coleção Educação Contemporânea).

SAMPAIO, Inês Silvia Vitorino. **Televisão, publicidade e infância**. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2004.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.

TAPSCOTT, Dan. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Tradução de Marcello Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

\_\_\_\_\_. **Geração Digital: a crescente e irreversível ascensão da Geração Net**. Tradução de Ruth Gabriela Bahr. São Paulo: Makron Books, 1999.

WINTERSBERGER, Helmut. Crianças como produtoras e consumidoras: sobre o significado da relevância econômica das atividades das crianças. In: CASTRO, Lucia Rabello (Org.). Crianças e jovens na construção da cultura. Rio de Janeiro: NAU Editora: FAPERJ, 2001, p. 93-120.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. Tradução de Vanise Pereira Dresch. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. **Pensar a comunicação**. Tradução de Zélia Leal Adghiri. Brasília: Editora UnB, 2004.