

MÍDIA E CONSUMISMO: UMA REAVALIAÇÃO DE SUAS ATUAÇÕES E RESPONSABILIDADES NA INFÂNCIA - UNIVAP 2010

Ana Beatriz Monteiro de Oliveira, Lívia Cristina Cortez Ribeiro, Marília Goulart, Mônica de Lourdes Sampaio, Nancy Julieta Inocente

Univap/Ciências da Saúde, Praça Cândido Dias Castejón, 116 - Centro, aniinha_92@hotmail.com, livia_rib@yahoo.com.br, marilia_goulart@yahoo.com.br, mnicasam@yahoo.com.br, nancy@univap.br

Resumo- Qual é a melhor maneira de educar a criança em meio a problemas e tecnologias modernas? Como utilizar de modo educativo e ao mesmo tempo convidativo estas tecnologias que crescem a cada dia e não podem ser ignoradas? Para solucionar estas dúvidas foi realizada esta pesquisa de tipo exploratória e bibliográfica, objetivando identificar a interferência que a mídia e o consumismo exercem sobre as crianças. Baseando-se no artigo 227 da Constituição Federal, a responsabilidade compartilhada da família e da sociedade de promover, entre outros, o direito à educação e de salvaguardar crianças da discriminação e da exploração. O artigo também vem mostrar o compromisso do profissional da Assistência Social em prover o acesso as políticas públicas e sociais que possam auxiliar no controle de contato com a mídia e consumismo na infância, a fim de garantir a preservação da infância conforme assegurado no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). E por fim, é necessário que os responsáveis pelas crianças tenham atenção aos comportamentos das mesmas, utilizando as tecnologias a favor da informação e o consumismo de maneira necessária e não supérflua.

Palavras-chave: Infância, Mídia, Consumismo, Serviço Social.

Área do Conhecimento: Ciências da Saúde/ Serviço Social

Introdução

O que se sabe sobre a nossa sociedade e sobre o mundo no qual vivemos, sabemos através dos meios de comunicação. A mídia tem papel decisivo na dimensão da vida humana em que o conhecimento adquirido provoca um sentimento de segurança ou de insegurança acerca da veracidade da informação (LUHMAM, 1995). Pode-se ainda como Postman (1999), pontuar o lado negativo e positivo do acesso a tanta tecnologia na infância. Um dos pontos positivos é a promoção de novas formas de sociabilidade, uma vez que a cada dia vemos a intensificação dos contatos comunicativos entre as crianças. E um ponto negativo, é que a infância está desaparecendo, de uma forma muito sutil, expondo as crianças ao mundo adulto, a erotização precoce, o envolvimento com a violência e as drogas. Ou seja, é necessário identificar qual o tipo de interferência que a mídia e o consumismo exercem sobre as crianças e como agir diante desta interferência.

Metodologia

O presente estudo será realizado por meio de pesquisa do tipo exploratória e bibliográfica. O caráter exploratório irá proporcionar maior compreensão e entendimento do fenômeno

investigado, modifica e esclarece conceitos possibilitando que seja delineado com precisão ou e dê possibilidades de criar novas hipóteses. A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos (GIL, 2002).

O controle da mídia e do consumismo na infância

O impacto da mídia sobre o desenvolvimento infantil é um tema atual, pois cresce em volume em velocidade de informações e ao mesmo tempo, em que se multiplicam os canais de acesso a esses diferentes conteúdos.

Atualmente as pessoas vivem tão envolvidas com a mídia que as crianças já nascem imersas nesse mundo, o que faz com que a mídia assuma um papel importante na construção de valores dessas crianças, pois estão constantemente conectadas a televisão, computadores e celulares. Por o mercado vender o ideal de igualdade e liberdade, na sociedade econômica a criança não é mais colocada como dependente do adulto, dessa forma, a infância deixa sua inocência de lado, sai do seu lugar de submissão, para o de consumidor. É preciso lembrar que, este acesso das crianças às mídias não acontece somente devido ao aspecto tecnológico e sim também ao aspecto

econômico, pois deve-se considerar o poder aquisitivo das famílias que limita ou não o acesso as várias mídias, intervindo nas possibilidades de lazer das crianças.

O Artigo 221 da Constituição Federal prevê a preferência às finalidades educativas, artísticas, culturais e informativas nas programações de rádio e TV, porém na ausência de regulamentação específica sobre o tema, os programas infantis nas emissoras privadas se transformam em vitrine de produtos. Alguns programas infantis fazem uso de *merchandising* abusivo, oferecendo maior dificuldade para identificar os limites dos conteúdos comerciais e não comerciais.

A criança é elevada ao *status* de cliente, como um sujeito que escolhe o que quer, compra o que deseja e o mercado se adapta a esses clientes ao criar carrinhos de supermercados específicos para esse público, ambientes de festa específicos, canais de TV, entre outros. Um dos principais atrativos para as crianças é quando as empresas utilizam as imagens dos desenhos animados ou apresentadores de programas infantis mais assistidos pelas crianças em suas embalagens. Ou seja, a crianças não se sentem atraídas pelo produto em si, mas sim, pela marcas, personagens e ídolos.

A publicidade investe no uso da imagem infantil, pois as crianças são sensíveis à visão de outra criança e tem um forte apelo emocional diante do adulto. Como diz Sampaio (2009, p.15)

“Neste processo, a publicidade tende a fortalecer uma imagem de maior “autonomia” da criança diante de adultos, pais e/ou professores. Crianças “sabidas” são apresentadas em contextos interativos com adultos que “pouco ou nada sabem”, numa estratégia sutil de minimizar a influência dos educadores sobre as crianças, estimulando-as a tomar decisões no campo do consumo, com base na comunicação direta com as mensagens publicitárias.”

As crianças são levadas a pensar que podem ter sua liberdade tanto quanto os adultos, e utilizam táticas como amolação e insistência para obterem o que desejam, e os pais acabam cedendo, pois é mais fácil para eles se livrar dessa situação do que permanecer firmes na educação.

Os pais fazem de tudo para esconderem e protegerem os seus filhos de toda forma de violência, palavras inadequadas e situações fortes, porém ao deixarem os seus filhos sozinhos assistindo a TV, permitem que tudo o que

acontece no mundo entre dentro de casa e na vida das crianças.

Encontra-se na literatura autores que ressaltam aspectos positivos e negativos relacionados a mídia. Para Setzer (2001, p. 65), os aspectos negativos são:

“pode-se constatar que, das atividades interiores pensar, sentir e querer, apenas a segunda está realmente em atividade. De fato, a imobilidade física leva o telespectador a não exercer nenhuma ação. Nem a de concentrar os pensamentos, pois estes estão abafados, já que normalmente a TV induz a um estado de sonolência.”

De maneira contrária, Pfromm (1976) enfatiza os aspectos positivos, no uso da TV como: aquisição de conhecimentos e informações com mais rapidez e facilidade, entretenimento, adoção de inovações e empenho pelo progresso. Pode-se também perceber as seguintes características com relação à mesma:

- Habilidades Cognitivas: devido aos diversos programas educativos, sendo eficaz no desenvolvimento de habilidades de leitura, vocabulário, criatividade, matemática e resolução de problemas.

- Conteúdo Acadêmico: devido aos diversos programas culturais, as pessoas se beneficiam com informações de diversas áreas do conhecimento, como história, arte, música, ciência, antropologia, literatura e outras. O *Discovery Channel* e TV Cultura são exemplos de tais culturas.

- Comportamento Pró-Social: Alguns estudos mostram que as crianças podem aprender comportamentos positivos, tais como importar-se com os outros, persistência na realização de tarefas, cooperação, empatia e outros.

- Nutrição e Saúde: A televisão pode ser fonte de informações sobre uma grande variedade de tópicos sobre a saúde, como anúncios de utilidade pública e de alguns comerciais que podem também ser eficazes na promoção de hábitos positivos de saúde.

- Questões Sociais e Políticas: As pessoas hoje estão muito melhor informadas sobre os acontecimentos que moldam sua sociedade e cultura do que quaisquer outras ao longo da história. Essas informações são veiculadas não apenas através de programas noticiários, como também através de programas de entretenimento. Apresentações dramáticas de questões sociais como violência familiar, discriminação racial e outras, aumentam a conscientização desses problemas e podem até incentivar movimentos para abordá-las.

Atualmente, existe uma mentalidade incorreta por parte de alguns pais que acham que devem dar mais liberdade aos seus filhos, pois assim eles crescerão mais independentes, porém as crianças precisam sentir-se controladas e guiadas com amor e carinho, para que não haja problemas psicológicos.

Outra atração tecnológica para as crianças é o vídeo-game. As crianças gostam tanto de jogos eletrônicos, pois isto incentiva a competição entre elas. Essa competição gera adrenalina e quando a criança é boa, ela tem ainda mais vontade de jogar e ganhar. Porém outras atividades mais saudáveis também podem gerar esta adrenalina e interesse das crianças. Os responsáveis devem incentivá-las a brincarem junto com outras e não sozinhas nos jogos eletrônicos, pois a criança que joga vídeo-game realiza somente movimentos maquinais, na maioria das vezes não pensa logicamente e sim age por instintos. Há, porém, um ponto positivo especificamente no vídeo game inventado recentemente que mistura a ação de jogar com os movimentos corporais proporcionando assim uma ação mental e corporal.

É importante que os pais acompanhem que tipo de jogos seus filhos estão jogando e também controlar o tempo do jogo.

Existem também os riscos e más influências que os computadores, acompanhados principalmente pela internet, podem trazer para as crianças. O mau uso da internet pelos adultos já traz grandes conseqüências, mas quando se trata de crianças a situação é catastrófica, pois elas não possuem orientação e maturidade para ter esse contato sozinhas.

Com relação ao computador, existem diferentes formas de se analisar o seu uso na educação.

Existem pessoas que acreditam que o computador não terá um efeito muito grande sobre a educação. Em contrapartida a maior parte da sociedade tem acesso e acredita que, ou o computador pode gerar efeitos desastrosos, ou que possa ter efeitos bastante positivos sobre o processo educacional.

De qualquer forma é evidente que se torna necessário mostrar a criança o uso do computador, ensiná-la a utilizá-lo e explorá-lo de várias maneiras, trazendo benefícios para o seu aprendizado. O acesso ao computador e internet deve ser feito com uma orientação constante por adultos, uma vez que a criança não possui autonomia para decidir por si mesma o que é melhor para ela, pois a internet é uma via de informações sem restrições.

“É interessante comparar os três veículos da seguinte forma: o jogo eletrônico dá uma ilusão de ação (exercício da vontade), mas

é uma ação de máquina. A TV dá uma ilusão de sentimento, mas é um sentimento irreal, sempre estimulado desde fora em ambiente virtual, e não por imaginações próprias como acontece na leitura, ou pela realidade de uma pessoa, feliz ou sofrendo, à frente de quem sente. O computador dá a ilusão de atividade do pensamento, mas trata-se de um pensamento que pode ser introduzido numa máquina por meio de comandos, e é uma caricatura daquilo que o pensamento humano teria de ser.”(SETZER,2001)

O quadro a seguir demonstra a comparação citada acima por Setzer.

	Pensar	Sentir	Querer (ações)
TV	Abafa	Ativa, mas do exterior, irreal	Elimina
Jogo Eletrônico	Elimina	Ativa, mas de desafio e competição	Automatiza, mecaniza
Computador	Incentiva, mas pensamento lógico-simbólico, maquinal	Ativa, mas de desafio	Mecaniza movimentos, concentração em pensamento maquinal

Quadro 1 – Comparativo

Fonte: SETZER, 2001

Hoje em dia, como se pode notar, tudo ocorre através da mídia. E isso muitas vezes acaba influenciando não só crianças, mas também adultos. Exercendo forte poder sobre a criança, a mídia incentiva o consumo de uma maneira incontrolável.

A capacidade de consumo das pessoas vai além do necessário, as pessoas consomem o que é imposto pela moda, sem analisar se elas realmente precisam daquilo ou não. Quanto se compra sem necessidade?

A sociedade de consumo produziu seu próprio e único mito: o consumo; uma linguagem de que a sociedade se utiliza para se comunicar consigo mesma, uma única realidade objetiva, que marca seu pensar e falar e que representa uma mudança de paradigmas em relação à sociedade moderna.

Contudo, esta realidade passa a ser parte da esfera de produção: atividade de lazer, arte e a cultura estão incorporadas à indústria cultural e os objetivos ganham importância quanto a sua quantidade e não quanto a sua necessidade e usualidade.

E qual seria a forma mais eficaz de controlar tudo isso? Em primeiro lugar, através dos exemplos dos adultos; e depois através de muito diálogo e de uma reeducação por parte dos pais ou responsáveis.

No plano jurídico, é importante que se reconheça a existência de normas que estabelecem o direito

à proteção da criança, definindo princípios gerais que devem ser seguidos, tais como a CF (Constituição Federal), ECA (Estatuto da Criança e do Adolescente) e o Código de Defesa do Consumidor.

O dever da família, da sociedade e do Estado de assegurar, com absoluta prioridade, a proteção à criança consta do artigo 227 da CF, que compreende a responsabilidade compartilhada destes agentes de promover, entre outros, o direito à educação e o direito de salvaguardar crianças da discriminação e da exploração.

Além das dificuldades inerentes à implementação de ações voltadas a promoção e proteção das crianças, frequentemente as intervenções do profissional do Serviço Social se prestam a compensar as incapacidades do meio e até mesmo a falta de comprometimento dos adultos.

A perspectiva de trabalho voltada a proteção e promoção da qualidade de vida para a infância compreende uma dimensão integradora entre múltiplos setores, tanto nos aspectos macro estruturais (as políticas), como na articulação interna para a mobilização e conscientização nestas intervenções.

Resultados

Percebe-se que além da responsabilidade dos pais e responsáveis, a sociedade e o Assistente Social também tem o compromisso ético que todas as crianças tenham acesso as políticas públicas e sociais que possam auxiliar no controle de contato com a mídia e consumismo na infância, a fim de garantir a preservação da infância conforme assegurado no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) no artigo 71: “A criança e o adolescente tem direito à informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento.”

Ainda, no artigo 4º: “É dever da família, da comunidade, da sociedade em geral e do Poder Público assegurar, com absoluta prioridade, a efetivação dos direitos referentes à saúde, à alimentação, à educação, ao esporte, ao lazer, à profissionalização, à cultura, à dignidade, à liberdade, e à convivência familiar e comunitária”.

A Organização Mundial da Saúde (2002), ressalta a prevenção e classifica em:

a) Prevenção primária: tem como objetivo a eliminação ou redução dos fatores sociais, culturais e ambientais que favorecem riscos a infância.

b) Prevenção secundária: tem como objetivo a detecção precoce de crianças em situação de risco.

c) Prevenção terciária: tem como objetivo o acompanhamento integral da criança.

Diante do exposto, a família, a escola, a sociedade diante de um problema complexo, exige-se estratégias de enfrentamento, em forma de redes de proteção, que potencializa ações de diferentes atores sociais na prevenção.

Conclusão

Conclui-se que as imagens, quando atraentes, têm fortes impactos e capturam a imaginação e a fantasia e por isso é necessário que o responsável pela criança atue em como usar e porque usar a mídia nas áreas do conhecimento. A forma com que as crianças naturalmente reproduzem os comportamentos e pensamentos ao seu redor, nos leva a compreensão de que a mídia tem uma influência relevante ao comportamento apresentado, podendo satisfazer necessidades diferentes ao trabalhar o imaginário social com símbolos e imagens associados a marcas e produtos que geram status ou possibilidade de pertencer a um determinado grupo. Partindo da reflexão da multiperspectiva aliada à mídia, educação e cultura na sociedade, pode-se afirmar que há uma integração em um universo de enormes possibilidades para a constituição de conhecimentos e valores.

Referências

- ASSIS, Regina, **Artigo Mídia e educação** – Cartilha Infância e Consumo, 2009
- CAMPOS, Cristiana C. G.; SOUZA, Solange J. – **Mídia, cultura do consumo e constituição da subjetividade na infância** – ISSN 1414-9893 Psicol. cienc. prof. v.23 n.1 Brasília mar. 2003
- GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE (OMS). Relatório mundial sobre violência e saúde: uma síntese. Genebra, OMS, 2002.
- PEREIRA, Rita M. R., - **Infância, Televisão e Publicidade: Uma Metodologia de Pesquisa em Construção**, 2002
- PFROMM, Samuel Neto. **Tecnologia da Educação e Comunicação de Massa**. São Paulo: Pioneira, 1976.

- SAMPAIO, Inês S. V., **Artigo Publicidade e Infância: uma relação perigosa** – Cartilha Infância e Consumo, 2009

- SANTOS, Andréia M.; GROSSI, Patrícia K. – **Mídia e Consumismo na Infância: Crivagens da violência invisibilizada** – Revista Serviço Social e Sociedade, ano XXVI – 2005 no 83.

- SETZER, Valdemar W., 1940 – **Meios Eletrônicos e Educação: uma visão alternativa** – 3 ed. – São Paulo: Escrituras Editora, 2001 – (Coleção Ensaio Transversais)

- SILVA, Lidiane T.; RIBEIRO, Livia C.C.; QUEIROZ, Lucivânia P. – **A Educação Infantil no mundo moderno** – São José dos Campos: UNIP, 2007