

Editorial vol. 42 n. 2

Crianças primeiro: por uma mudança de eixo na relação das infâncias com a cultura audiovisual

Ariane Holzbach e Gabriela Borges

Ela abre os olhos curiosos, mas sonolentos, ao perceber que os raios de Sol encontram espaço nos microfuros da persiana de acrílico. Espreguiça-se tensionando as perninhas, estica os braços formando um V e dá um bocejo sonoro de segunda-feira. Levanta a cabeça procurando a mãe ou o pai e sente o cheiro de manteiga na chapa. Ao vislumbrar a cozinha barulhenta de início de semana, ela observa a mãe ouvindo um *podcast* que corrige tudo que a Ciência descobriu sobre a era Mesozoica. O pai digita um texto infundável no pequeno retângulo do seu smartphone, mas interrompe o esporro ao escutar os passinhos sonolentos se aproximando. Ele então encara a criança, sorri e solta um beijo de cortisol, repleto de amor e também de raiva. Nossa criança senta-se ao lado do pai e liga a televisão, digo, a Netflix. Navega por entre conteúdos milhares de vezes reprisados até chegar ao YouTube. Com os dedos ágeis, domina o controle remoto em busca daquele youtuber legal. Um, dois, três vídeos e um café da manhã. Na van escolar, arrebenta no Roblox. Na sala de aula, entre livros, pega-pega e geografia, nossa criança assiste a alguns vídeos com alto teor pedagógico que ensinam que bom mesmo é brincar ao ar livre. Na hora do lanche, troca figurinhas do álbum da Barbie. Ou era da Copa? Na van escolar, celular descarregado, hora do Nintendo Switch. Ela quer jogar Super Mario 3D World, mas é vencida pelo grupo, que prefere Super Mario Odyssey. “Mas o Bowser tá muito dramático nesse jogo. Nem parece um vilão”, pensa ela, demonstrando um complexo tom crítico para os seus nove anos. Ao chegar em casa, o almoço demora exatos dois vídeos para ser servido. “A fome é grande mas eu, como Mario, não gosto de cogumelos!”. As atividades da escola vêm com um QR code que leva a um vídeo explicando todas as etapas da fotossíntese. Volta o vídeo uma, duas vezes para dar a resposta correta. Or-ga-nis-mos fotossín... fotossintetizantes, escreve ela, entendendo muito mais de *game studies* que de botânica. Finaliza o dever de casa junto com mais uma etapa do Roblox. Dois youtubers, três desenhos animados, duas bolachas com leite e um filme pela metade. Hora do jantar! Pratos na pia, mesa arrumada. “Só mais um desenho mamãe, eu jurooooo!”. Os sonhos vêm repletos de cores, narrativas e personagens de tudo que a criança viveu nas últimas 14 horas. Na terça-feira, ela abre os olhos curiosos, mas sonolentos, ao perceber que os raios de Sol encontram espaço nos microfuros da persiana de acrílico.

O presente dossiê chama a atenção para um fenômeno cujas características e cujos efeitos estão longe de serem plenamente compreendidos: a relação que, cada vez mais, as crianças travam com o universo audiovisual. Embora as crianças estivessem presentes nas primeiras produções pensadas para o cinema (STABILE e HARRISON, 2003), nas primeiras grades de televisão (HOLZBACH et al., 2020) e também tenham sido um público eferescente durante todo o século XX, só mais recentemente, com a popularização do *streaming*, temos visto um número mais expressivo de pesquisas que se dedicam sistematicamente a entender os variados aspectos que permeiam a infância e a cultura audiovisual. Essa descontinuidade científica trouxe desafios que embaçam a compreensão de um aspecto que hoje é

intrínseco à cultura infantil, haja vista a onipresença audiovisual na rotina das crianças, seja em casa, na escola e nos momentos de lazer. O audiovisual, nesse contexto, tem se transformado 1) em uma ferramenta essencial na educação infantil contemporânea, 2) em um artifício de lazer tolerado e ao mesmo tempo incentivado na cultura parental, 3) em um dispositivo popular em muitas rotinas de brincar das crianças no mundo todo. A onipresença audiovisual nas infâncias foi potencializada durante a infeliz pandemia da Covid-19 (2020-2022), que obrigou as crianças a ficarem confinadas no interior das casas, isoladas da rotina infantil e tendo como uma das poucas válvulas de escape justamente a produção audiovisual. As “crianças da pandemia” passaram meses, anos, tendo aulas através de telas e se divertindo com vídeos, filmes, séries, youtubers, videoclipes, jogos online e toda sorte de produtos audiovisuais infantis (ou não).

Todavia, a forte relação instituída entre as crianças e a produção audiovisual nem de longe pode ser explicada a partir do isolamento social ocasionado pela pandemia. Trata-se de um fenômeno que tem raízes históricas profundas, mas ainda pouco conhecidas, e essa invisibilização jaz soberana sobre algumas causas que precisam ser levadas em conta para compreendermos o lugar do audiovisual, hoje, na cultura infantil:

a) As crianças são hegemonicamente percebidas pela Ciência como indivíduos em processo de formação e amadurecimento cognitivo, físico e emocional. Este fato é comumente o ponto de partida para a maior parte das pesquisas voltadas para as infâncias, em especial àquelas ligadas aos campos da Educação, Nutrição, Psicologia, Medicina e Neurociência, tradicionalmente áreas que se dedicam à compreensão da criança como indivíduo singular. Embora a imaturidade infantil seja cientificamente inquestionável, muitos olhares que partem prioritariamente desse fato tendem a considerar apenas os efeitos da produção midiática na cultura e nos processos de construção da individualidade infantil. Isso porque a preocupação em geral reside mais em oferecer caminhos para que a criança se desenvolva com o mínimo de percalços sociais do que em entender a relação que se estabelece entre a criança e a cultura midiática que atravessa a sua rotina. Alguns olhares alternativos a essa perspectiva podem ser encontrados recentemente nas pesquisas sobre educação midiática, como é o caso dos trabalhos de Renee Hobbs (2016, 2018), Hermínia Bragança (2022), Pereira, Fillol e Moura (2019), além da extensa pesquisa de Márcia Silva et al. (2021), os quais se preocupam, em primeiro lugar, em dar vozes a crianças e adolescentes no processo de compreensão dos usos e diálogos que elas fazem com os dispositivos midiáticos.

b) As crianças não têm a mesma autonomia que os adultos nas seleções e escolhas do que almejam consumir. Comparativamente ao contexto adulto, existe um número infinitamente maior de camadas que mediam os desejos de consumo midiático das crianças e os produtos a que elas efetivamente têm acesso. Essas camadas atuam em diferentes graus, a depender do contexto sociocultural das crianças, e se dividem em ferramentas institucionalizadas e modos de mediação mais subjetivos, estabelecidos nas dinâmicas familiares.

Entre as camadas institucionais, há, em primeiro lugar, a Classificação Indicativa, que foi estabelecida especificamente para dar conta do que as crianças devem ou não devem consumir midiaticamente, sobretudo no campo audiovisual. A Classificação Indicativa existe em muitos países e, embora carregue especificidades geopolíticas, é no geral pensada exclusivamente para que adultos (pais, mães, responsáveis) a utilizem como um auxílio para escolher pela criança o que ela pode ou não assistir. Ainda que elaborada para zelar pelo bem-estar infantil, a Classificação Indicativa cristaliza filtros morais e culturais historicamente erigidos e simplifica fenômenos que, na verdade, possuem alto grau de complexidade. No Brasil, por exemplo, a Classificação Indicativa considera a presença ou a ausência de nudez como um elemento fundamental para aumentar ou reduzir a classificação indicativa dos filmes. Mas como podemos definir a nudez de um corpo humano se há uma gama de interpretações culturais para tal? Em alguns contextos, o corpo feminino está nu se expõe o torso e a cintura. Em outros, a nudez só é entendida assim se não houver qualquer utensílio que acoberte o corpo.

No campo dos filtros erigidos pelas dinâmicas familiares, a falta de pesquisas na área faz com que não compreendamos, ainda, quais os padrões que normatizam essas dinâmicas culturalmente. Wagner Dornelles (mimeo), nesse sentido, faz uma pergunta essencial: que elementos pesam para que pais, mães, avós, tios e demais responsáveis permitam que as crianças tenham acesso a determinados conteúdos e não a outros? As escolhas têm relação com aspectos religiosos? Étnicos? De classe? De gênero? De idade? Quais são as hierarquias dessas dinâmicas? O que é mais e menos determinante? Que elementos orbitam as seleções feitas pela família para que, por exemplo, seja proibido à criança jogar videogames violentos (ainda que pouco se saiba realmente como definir isso), mas ao mesmo tempo a família permite que ela assista a filmes de guerra ou ouça canções com essa temática?

c) As crianças consomem uma enorme quantidade de produções audiovisuais planejadas, realizadas, divulgadas e exibidas para os adultos, não para as crianças. Muitas pesquisas voltadas para a relação entre mídia e infância analisam aspectos importantes das produções audiovisuais direcionadas a crianças. Entretanto, é fundamental ter em perspectiva que, historicamente, a maior parte das constelações familiares priorizaram a assistibilidade adulta em detrimento da infantil. Assim, boa parte das crianças brasileiras da segunda metade do século XX passaram a infância acompanhando pais e mães na sala de estar, assistindo a telenovelas, programas jornalísticos, programas de auditório, programas humorísticos e de variedades, os quais entendiam (muito erroneamente) que o público infantil era ou inexistente ou complementar.

Programas jornalísticos como o Jornal Nacional, por exemplo, jamais pensaram prioritariamente nas crianças ao definirem o roteiro das reportagens e a linguagem enunciada pelos apresentadores. Em alguns casos, os programas para adultos até entendem que a criança pode ser um expectador presente, embora nunca o mais importante, e lançam estratégias cênicas e/ou narrativas para captar a atenção dos pequenos. Isso aconteceu com o surgimento do Louro José, o papagaio de brinquedo que acompanha há décadas a apresentadora Ana Maria Braga em seu programa matinal de variedades. De fato, o fantoche antropomórfico atraiu e atrai crianças até hoje, mas essa estratégia não tem em vista a expectatorialidade infantil. Quando as crianças são captadas pelas piadas do Louro José, elas na verdade estão permitindo que os adultos não sejam importunados pelos potenciais desejos infantis de mudança de canal e as mesmas piadas ainda evitam possíveis sensações de tédio, o que poderia exigir atenção do adulto. Embora pensado para entreter as crianças, o Louro José serve, afinal, como estímulo à expectatorialidade adulta.

d) As crianças consomem prioritariamente produtos que não são feitos por elas, mas para elas. Este é um dilema raramente levado em conta ao pensarmos na relação que as crianças travam com o universo audiovisual (e também com a literatura, com a fotografia e com demais searas do campo midiático): em função da expertise, do acesso e da complexidade técnica existente na produção audiovisual, a maior parte dos conteúdos a que as crianças têm acesso são pensados para elas, ou seja, levam em conta as características das crianças, mas não são elas mesmas as protagonistas do circuito comunicativo dessas produções. Isso acontece, em geral, até mesmo nos produtos que têm muitas crianças participantes, pois mesmo que integrem a construção narrativa e/ou apresentem o produto, não pertence a elas a maior parte das etapas que compõem o planejamento, a execução, a exibição e a captação da produção audiovisual. Dessa forma, é fundamental considerar que as produções audiovisuais infantis são realizadas por adultos, ou seja, por terceiros, e isso necessariamente tem impactos ainda incompreensíveis no conteúdo e na forma como ele é oferecido às crianças. Essa característica provavelmente ajuda a explicar, por exemplo, as razões pelas quais culturalmente se estabeleceu uma forte ligação entre conteúdos infantis e aprendizado, de tal forma que programas considerados “de qualidade” (pelos adultos, claro) frequentemente acionam diversas estratégias pedagógicas. Além desse elemento, existe, com efeito, um forte tom professoral na maior parte dos filmes, séries, desenhos animados e até jogos de videogames direcionados a crianças e que são aclamados pela (ainda insipiente) crítica midiática referente a esse conteúdo.

O presente dossiê reúne um grupo heterogêneo de artigos que objetivam cimentar alguns tijolos

a mais na busca por um olhar mais plural, que entenda que as crianças não são “apenas” seres humanos incríveis em processo de crescimento. O objetivo principal é oferecer perspectivas complexas, que tenham em vista as crianças como indivíduos sociais e que, portanto, são atores protagônicos na relação que constroem com a cultura audiovisual e, também, com todos os demais elementos sociotécnicos que orbitam as suas tão ricas vivências cotidianas. Os artigos reúnem pesquisas de um grande número de instituições espalhadas pelo Brasil e apresentam resultados já consolidados de pesquisa, além de perspectivas em desenvolvimento, que oferecem olhares, temáticas e metodologias originais sobre a maneira como as crianças, em primeiro lugar, se relacionam com a cultura audiovisual à sua volta. Alguns trabalhos trazem um olhar histórico nesse sentido, como o artigo de Arthur Fiel, enquanto muitos oferecem análises de casos contemporâneos, como os artigos de Juliana Doretto, de Anderson Ortiz, de Egle Spinelli e Isabela Portas, de Renata Othon et al. e de Rebeca de Oliveira et al. Há, ainda, um grupo de trabalhos que dialogam especificamente com o campo da educação, mas a partir da Comunicação, como os artigos de Márcio Gonçalves e o de Lizyane Locatelli e Monica Fantin. Finalmente, um último grupo reúne, de certa forma, os olhares até aqui descritos ao oferecem perspectivas em torno da literacia midiática, como é caso do artigo de Jhonatan Mata e Sara Bridi, e ao analisarem as habilidades midiáticas infantis no contexto parental, como fazem Wilton de Andrade Junior e Diogo Lopes.

O dossiê enfatiza que, assim como os adultos, as crianças utilizam o seu vasto repertório sociocultural para escolher, selecionar, consumir, criticar, produzir e manejar os produtos audiovisuais a que têm acesso de acordo com as suas individualidades e em compasso tanto com suas experiências prévias quanto com contexto no qual estão inseridas. As vivências e o repertório se desenvolvem ao longo do tempo, conforme o processo de crescimento e amadurecimento das crianças, e isso evidentemente deve ser levado em conta ao refletirmos sobre os produtos culturais em relação às infâncias. Um bebê, nesse sentido, apresenta um repertório sociocultural mais restrito quando comparado a uma criança de dois, cinco ou oito anos. Todavia, mesmo os bebês já apresentam repertórios socioculturais desde o momento em que travam os primeiros contatos com o mundo aqui fora, e isso faz que interpretem, selecionem e dialoguem com os produtos de maneiras únicas. Assim, antes de apontar os possíveis efeitos que os produtos audiovisuais causam nas crianças, é premente considerar que as crianças produzem sentidos em diálogo e em perspectiva com essas produções. É preciso, pois, ajustar o eixo de análise e considerar prioritariamente esse processo para, então, se for o caso, considerar as consequências dessa relação. Realizar essa mudança de eixo não é fácil pois desnaturaliza hierarquias sociais enraizadas em torno das infâncias, em especial nos olhares sedimentados nos últimos séculos. Se, por um lado, a institucionalização dos conceitos de infância evidenciou a necessidade de as crianças serem tratadas e compreendidas em todas as suas fantásticas singularidades, por outro lado a maneira como esses conceitos foram instituídos impõe às crianças um lugar subalterno, permeado pela incompletude, afinal, elas “ainda” não chegaram à fase adulta. A mudança de eixo evidencia os processos e as relações instituídas entre as crianças e os produtos midiáticos e, principalmente, traz a criança para o primeiro plano e a transforma em protagonista dessa relação. Isto não significa que a criança não deva ser protegida, zelada e valorizada; na verdade, significa que ela *precisa* de tudo isso justamente por ser a grande estrela do processo midiático no qual está inserida.

Felizmente, a necessidade de a criança ser percebida como protagonista no consumo midiático/ audiovisual já vem sendo enfatizada por um grupo (ainda enxuto) de pesquisadores na área da Comunicação. Nacional e internacionalmente, tem sido cada menos difícil encontrar eventos científicos e publicações que dialogam com este olhar, além de projetos e redes de pesquisa que têm desenvolvido metodologias e promovido encontros em prol da mudança de eixo que defendemos aqui.

No Brasil, uma das conquistas recentes nesse sentido foi a estreia, neste ano de 2023, do GT Processos Comunicacionais, Infâncias e Juventudes no congresso da Compós, a Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. Coordenado por Inês Vitorino e Mônica Machado, o

GT é resultado de uma articulação nacional que reuniu pesquisadores com olhares e tradições teóricas distintas, mas que comungam em relação à necessidade urgente de conceder protagonismo às crianças e aos jovens nas reflexões contemporâneas sobre o papel social da cultura midiática.

O GT da Compós se alia à Rede Recria – Rede de Pesquisa em Comunicação, Infâncias e Adolescências.¹ Fundada em 2021, a rede reúne onze grupos de pesquisa que tematizam a relação entre mídia e infância, além de partir do olhar da Comunicação para compreender essa relação. A Recria tem organizado reuniões com docentes e discentes dos grupos de pesquisa e ela filiados, além de seminários e debates. Ela é parceira da Criança na Mídia: Núcleo de Estudo em Comunicação, Educação e Cultura² grupo interdisciplinar coordenado por Saraí Schmidt e que promove seminários sobre o tema.

No campo dos projetos científicos, temos a pesquisa TIC Kids Online Brasil,³ que objetiva entender a relação instituída entre as crianças e o uso que fazem da Internet. A pesquisa é realizada desde 2012, produz indicadores relevantes e tem apoio institucional da Unesco, da Unicef e da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL).

Nessa mesma seara, é preciso citar o extenso trabalho liderado por Luciana Corrêa, a *Geração YouTube: um mapeamento sobre o consumo e a produção de vídeos por crianças de 0 a 12 anos – Brasil – 2005/2016*.⁴ Os resultados e a metodologia deste trabalho tiveram um grande impacto nos olhares científicos do campo sobre os usos que as crianças brasileiras fazem dos dispositivos audiovisuais na cultura digital.

No Brasil, temos também o Comkids,⁵ festival anual que desde 2009 debate uma diversidade de produtos audiovisuais e digitais direcionados a crianças e adolescentes. Dirigido por Beth Carmona, o Comkids tem em vista especialmente o desenvolvimento da produção para crianças no Brasil, América Latina e Península Ibérica, e tem sido um importante articulador entre a academia, a produção criativa, festivais internacionais e diversas instituições.

No campo dos projetos científicos internacionais, a Transmedia Literacy,⁶ criada por Carlos Scolari, desde 2020 tem se dedicado a entender como crianças e jovens têm aprendido diferentes competências e habilidades midiáticas fora da escola e como isso pode ser inserido e explorado no ambiente escolar. Atualmente, o projeto reúne 25 pesquisadores de oito países e está focado particularmente nos jovens entre 12 e 18 anos.

No campo das redes de pesquisa, a Rede Alfamed⁷ reúne mais de 240 pesquisadores de 19 países euro-americanos e está preocupada em fortalecer atividades científicas no campo da educação para os meios de comunicação. A rede é dirigida por Ignacio Aguaded e tem uma sólida participação internacional de seus pesquisadores. Do Brasil, fazem parte cientistas de oito universidades, os quais há anos desenvolvem diálogos e perspectivas em um contexto latino-americano que cada vez mais tem se mostrado efervescente no campo.

Estes são alguns dos esforços científicos empreendidos na área Comunicação para evidenciar as crianças e o ativo papel que desempenham ao lidar com a cultura midiática/audiovisual. Esperamos que o dossiê aqui apresentado seja mais um tijolo nesta direção e que fique cada dia mais natural o fato de que não basta apenas falar das crianças. É preciso falar *com* crianças, *sobre* crianças e *em prol* das crianças.

1 Site da rede: <https://rederecria.com.br/>. Acessado em 15 ago. 2023.

2 Site do grupo: <https://criancanamidia.com.br/>. Acesso em: 15 ago. 2023.

3 Site do projeto: <https://cetic.br/pt/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

4 Resumo do mapeamento em: <https://www.youtube.com/watch?v=0aEdheEIsAg>. Acesso em: 18 ago. 2023.

5 Site do Comkids: <https://www.comkids.com.br/>. Acessado em: 14 ago. 2023.

6 Site do projeto: <https://transmedialiteracy.org/>. Acessado em: 14 ago. 2023.

7 Site da rede: <https://www.redalfamed.org/>. Acesso em: 14 ago. 2023.

Referências

BRAGANÇA, Hermínia. **Audiovisual e Criança**: reconhecimentos, usos e apropriações. Tese (Doutorado em Cinema e Audiovisual) – Universidade Federal Fluminense, 2022.

DORNELLES, Wagner. **Monumentos do futuro**: estruturas de proteção e cuidado no diálogo entre famílias e audiovisual. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, mimeo.

HOLZBACH, Ariane et al. There is enough space for children on television! The presence of children's programming in worldwide broadcast TV. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 17, n. 49, p. 244-267, 2020.

HOBBS, Renne (Ed.). **Exploring the Roots of Digital and Media Literacy through Personal Narrative**. Philadelphia, Pennsylvania: Temple University Press, 2016.

HOBBS, Renne (Ed.). **The Routledge Companion to Media Education, Copyright, and Fair Use**. New York: Routledge, 2018.

PREREIRA, Sara et al. Young people learning from digital media outside of school: the informal meets the formal. **Comunicar**, v. XXVII, n. 58, p. 41-50, 2019.

SILVA, Márcia et al. Competência midiática em crianças de 9 a 12 anos em cenários brasileiros. **Intercom, Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 44, n. 1, p.21-45, jan./abr. 2021.

STABILE, Carol; HARRISON, Mark. **Prime Time Animation**: Television Animation and American Culture. New York: Routledge, 2003.

EQUIPE EDITORIAL

Editoras-chefes

Ariane Holzbach (UFF)
Camilla Quesada Tavares (UFMA)

Editores-executivos

Paula Fernandes (coordenadora)
Daniel Rios
Daniela Araújo
Gabriel Ferreirinho
Joelton Barboza
Matheus Bibiano
Renata Menezes Constant
Rodrigo Reis

Triagem

Mayara Araújo (coordenadora)
Lieli Loures

Revisão

Ana Luiza de Figueiredo Souza (coordenadora)
Ana Paula Oliveira
Beatriz Medeiros
Edylene Severiano
Kárin Klém
Larissa Carvalho
Leticia Sabbatini
Pedro Alves
Rodrigo Quinan
William de Abreu

Tradução / Versão

Leonam Dalla Vecchia (coordenador)
Deborah Santos
Gisele Delatorre
Inês da Silva Alves
Jessika Medeiros
Manoela Mayrink

Projeto gráfico / Diagramação

Alan Fragoso (coordenador)
Aleks Moreira (coordenador)
Jéssica Miranda
Marcela Rochetti Arcoverde
Petronilio Ferreira
Wesley Souza

Planejamento estratégico

Angélica Fonseca (coordenadora)
Daniela Mazur
Adonay Guerra

Comunicação

Lucas Bragança (coordenador)
Cheila Pacetti