

Percepções sobre a presença dos desenhos animados na primeira infância e a mediação parental

Michele Marques Pereira

A emergência dos telespectadores mirins

Disponibilizar ou não para bebês e crianças o acesso a dispositivos dotados de tecnologias digitais pode ser fonte de grandes questionamentos e desconhecimento para as famílias contemporâneas. Não raro, o primeiro contato de bebês e crianças com as tecnologias digitais se dá através dos desenhos animados. Esse mundo imagético, cheio de cores, formas, músicas e diálogos passa a fazer parte da formação dos pequeninos que se tornam telespectadores mirins. Um dos principais meios para que este mundo vasto de conteúdo audiovisual seja acessado pelas crianças em seus cotidianos são as telas da televisão, dos celulares e dos *tablets*, que se tornaram janelas de acesso aos desenhos animados.

Com o advento da internet e das plataformas digitais portáteis, a tela eletrônica saiu de casa e vive acoplada às famílias das crianças da geração “nativa digital”¹, famílias que têm flexibilidade e mobilidade para acessar e disponibilizar conteúdos audiovisuais, ao alcance da palma da mão, e não é preciso nem mesmo ter sempre acesso à internet, porque os conteúdos podem ser baixados nos aplicativos e serem exibidos *off-line* (sem internet). Dentre os conteúdos audiovisuais destacamos o formato de maior produção e presença no cotidiano da primeira infância², os desenhos animados.

A mobilidade das telas digitais e do acesso ao conteúdo audiovisual tem se difundido de tal maneira que é possível observar uma mudança considerável nas formas de interação social e uma presença cada vez mais profunda desses aparatos tecnológicos no cotidiano infantil. Esses telespectadores mirins estão concebendo sua percepção de mundo com realidades virtuais, audiovisuais e imagéticas tão inovadoras que, no meio da espuma gerada pela agitação que essas mudanças acarretam, estamos nós - pais, cuidadores, educadores e pesquisadores -, tentando visualizar, ao menos em parte, como se dá essa relação entre o desenvolvimento infantil e a presença dos desenhos animados na tenra infância. A busca por esse entendimento, como aponta Belloni em seu livro *As crianças e as mídias no Brasil: Cenários de mudança*, faz parte de diversas investigações ao redor do mundo e “[...] está longe de ser compreendido por pesquisadores e educadores em que pese a importância efetiva desses dispositivos técnicos na vida cotidiana de crianças e adultos na maioria dos países do mundo.” (BELLONI, 2010 pág. 63)

Cientes da complexidade do tema e da necessidade de pesquisas para compor olhares, expomos aqui um pequeno recorte sobre a temática realizando

1 Utilizamos a expressão “Nativos Digitais” exposta por Prensky, para falar sobre aqueles que nasceram e crescem cercados pelas tecnologias digitais, falantes nativos dessa linguagem. (PRENSKY, 2001:1)

2 Consideramos primeira infância o período que abrange os primeiros 6 anos completos da vida da criança, em concordância com a Lei brasileira Nº 13.257, de 8 de março de 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13257.htm> Acesso em 13/09/2017 às 12h30.

uma pesquisa, através de um questionário, para aproximação com o tema, com um grupo de mães e pais de doze crianças entre um e quatro anos de idade, pertencentes a famílias com alto índice de escolarização. Procuramos observar nuances sobre a presença do desenho animado no cotidiano das crianças das famílias participantes da pesquisa que pontuassem percepções e dúvidas sobre a temática a serem investigadas.

As famílias e os desenhos animados

Partimos da vivência em uma cidade urbana e frenética – a Grande São Paulo, onde as crianças já nascem imersas em uma sociedade repleta de informações e acontecimentos, que chegam em um volume tão avassalador, que observar, refletir e construir uma visão crítica sobre como mediar, ou não, a presença dos desenhos animados na vida das crianças é um desafio repleto de questionamentos. Em um esforço de perceber nuances sobre como algumas crianças urbanas têm acesso atualmente a desenhos animados e qual o papel, em parte, que desempenham os familiares e cuidadores nesse processo, realizamos uma pesquisa sobre os hábitos relacionados ao ato de assistir a desenhos animados de doze crianças de um a quatro anos de idade, oriundas de dez famílias com nível educacional elevado, residentes na cidade de São Paulo e arredores.

A pesquisa foi realizada através de um questionário online, onde a(o) entrevistada(o) não precisava identificar-se, durante o mês de janeiro de 2017. Dez famílias responderam, sendo que duas famílias têm dois filhos e oito famílias um filho, totalizando doze crianças. Todos os entrevistados possuem ensino superior, dentre estes, oitenta por cento eram pós-graduados. A idade das(os) entrevistadas(os) variou entre trinta e três e trinta e oito anos de idade, sendo que nove são residentes na cidade de São Paulo e dois em cidades vizinhas pertencentes à grande São Paulo. As profissões das mães e pais eram diversas e todos viviam com as crianças, sendo sete meninos e cinco meninas. Sessenta e três por cento das crianças tem três anos de idade e possuem como responsáveis, que passam o maior tempo com elas durante a semana, os pais. Todas as crianças frequentam escola infantil, sendo que noventa por cento estuda em escolas particulares.

A idade com que as crianças passaram a assistir a conteúdos audiovisuais variou. Três começaram a assistir a filmes e vídeos antes de um ano de idade, cinco crianças assistiram pela primeira vez a desenhos animados depois de um ano de idade, três crianças tiveram acesso depois de dois anos de idade e uma criança não assiste a conteúdos audiovisuais.

De acordo com a resposta dos pais entrevistados, cinquenta por cento das crianças assistem a filmes e vídeos todos os dias da semana, e cinquenta por cento de três a cinco vezes por semana. O tempo de exposição diária relatado foi de uma hora para sessenta por cento das crianças e de duas a três horas diárias para quarenta por cento das crianças. O provedor de conteúdo mais utilizado pelas famílias que responderam à pesquisa foi a Netflix, em segundo lugar ficou a TV por assinatura. A plataforma mais frequente onde as crianças assistem ao conteúdo audiovisual é a Televisão. O período do dia no qual as crianças assistem ao conteúdo audiovisual variou, a maioria dos pais relataram alternarem os momentos do dia no qual disponibilizam o conteúdo audiovisual, trinta por cento relatou disponibilizar à noite e dez por cento à tarde. Todas as crianças assistem a filmes e vídeos em casa, outro local onde elas também têm acesso é na casa de familiares e amigos e três crianças tinham acesso a desenhos animados na escola. Trinta por cento das crianças, às vezes, assistem a filmes e vídeos durante as refeições, vinte por cento durante o transporte e trinta por cento em outros locais.

Oitenta por cento das crianças assistem aos filmes e vídeos acompanhadas pelos pais e variavelmente pelos avós ou professores. Durante o tempo em que a criança passa assistindo a desenhos animados, a presença do adulto responsável foi relatada como alternada, entre assistir aos desenhos junto com as crianças e realizar outras atividades. O relato sobre a interação dos pais no momento em que a criança está assistindo a desenhos animados variou entre comentar e/ou questionar a criança sobre o conteúdo. Os entrevistados comentaram que o conteúdo que mais desperta o interesse das crianças são os seriados, citando em primeiro lugar o *Show da Luna*, depois a *Patrulha Canina* e, na sequência, diferentes conteúdos como: *Mônica Toy*, *Bob Zoom*, *Bee Movie*, animações musicais com animais, o filme *Carros*, *Moranginho*, *Penn Zero*, *A Guarda do Leão*,

Go Diego Go, Patati Patatá, Shezow, desenhos da Disney, *Dora Aventureira, Pocoyo, Peppa Pig* e *Doutora Brinquedos*.

Perguntamos como as mães e pais avaliam a programação ofertada e o conteúdo assistido pelas crianças. As respostas mostram que, na opinião dos entrevistados, é possível encontrar ótimos conteúdos, que a oferta é bem variada, que a programação a que a criança tem acesso ajudou a desenvolver a fala, a expressão corporal, a memória, boas maneiras e que ajuda a aprender um novo idioma e a contar. Um dos aspectos citados como negativos relacionados ao ato da criança ser exposta a conteúdos audiovisuais foi a exposição a comerciais, que, na opinião das famílias, incentiva o consumismo. Situação que leva muitos pais e cuidadores a escolherem *streamings*, como a Netflix, como plataforma principal de acesso ao conteúdo audiovisual. Outro aspecto exposto como negativo foi o estímulo de linguajares não apropriados. Nesses casos, os pais relataram que medeiam o tema explicando aos pequenos que não se pode usar essas palavras e qual o motivo dessa orientação. Foi citada por mais de uma família a importância de selecionar o conteúdo audiovisual, por existirem conteúdos fúteis e violentos. O relato de uma das mães exemplifica as questões levantadas:

Diversas vezes minha filha apareceu com expressões que não usávamos em casa e posteriormente observei que vinha do desenho. Algumas vezes, a influência foi até positiva. Contudo, em outras vezes não. [...] Outra coisa que me incomoda muito são alguns valores que são transmitidos pelo desenho. Num episódio do *Backyardigans*, não lembro qual personagem, dizia que só gostava do outro por ter uma casa grande e bonita. [assim como] O ideal de beleza ressaltado em desenhos como *Barbie*. (mãe de uma menina de três anos de idade. Janeiro de 2017)

Algo que se apresentou em diversas oportunidades na pesquisa foi a preocupação com o tipo de conteúdo ao qual a criança tem acesso. Perguntamos aos pais se eles conheciam as ferramentas de controle parental, a maior parte deles responderam que já ouviram falar, mas como ainda não permitiam que as crianças manipulassem sozinhas os dispositivos de acesso ao conteúdo audiovi-

sual, não se aprofundaram no tema. Uma mãe respondeu: “Não conheço esses termos, mas acredito que a escolha do desenho seja um deles, e o tempo de acesso outro.”³ Essa resposta reflete que, apesar do desconhecimento das famílias sobre as possibilidades que a tecnologia pode ofertar para a seleção do conteúdo audiovisual ao qual a criança tem acesso, algumas famílias percebem que o principal controle pode ser exercido pelos próprios pais e cuidadores.

Canais de streaming, controle parental e publicidade

Alguns pais que participaram da pesquisa relacionaram o fato de a criança assistir apenas a canais de *streamings*, como Netflix e Now, como uma forma de controle parental, por esses canais permitirem a criação de perfis infantis. Notamos, porém, que a restrição ao conteúdo audiovisual através da criação de um perfil específico infantil é limitada e que as ferramentas de controle parental são pouco conhecidas. Por exemplo, o principal canal de acesso a filmes e vídeos por parte das crianças, apontado em nossa pesquisa, foi a Netflix e a grande maioria dos pais entrevistados não sabiam que após criarem um perfil infantil na Netflix, poderiam colocar outros filtros entrando na área de gerenciamento de perfis e alterando o nível de maturidade a que a criança terá acesso entre duas categorias: “Apenas crianças pequenas” e “Crianças de todas as idades”⁴. Escolha fundamental, já que o conteúdo que um pré-adolescente de 12 anos assiste pode não ser adequado para uma criança de 2 anos.

Outra forma de condicionar o acesso aos conteúdos é optando pela ativação de uma senha de quatro dígitos⁵, deixando parte do conteúdo aberto e parte condicionado à senha, assim como, por meio da ativação de senha é possível restringir títulos específicos. A questão que permanece é que o conteúdo continua aparecendo e podendo aguçar a curiosidade e o desejo da criança, mas ela apenas consegue acessar se digitar a senha, delimitada pelo responsável. Uma

3 Resposta de uma mãe de uma menina de quatro anos de idade e um menino de dois anos de idade. Janeiro de 2017.

4 Disponível em <<https://www.netflix.com/ManageProfiles>>, acesso em 12/05/2018 às 23h01.

5 Disponível em <<https://www.netflix.com/pin>>, acesso em 12/05/2018 às 23h03.

mãe que respondeu a nossa pesquisa alegou que sua filha de três anos demonstrou interesse em assistir aos desenhos da Barbie, que estão na Netflix, e que ela não deixava. Na época não era possível restringir o conteúdo, mas mesmo com essa nova ferramenta, a sugestão permanece presente, aguçando a criança, e a mãe não consegue ocultar essa opção para evitar que a criança peça por aquele conteúdo toda vez que vê a sugestão no próprio aplicativo.

No caso em que os pais não estão junto com a criança assistindo ao conteúdo audiovisual, a criança pode ser exposta a conteúdos inadequados. Não raro uma criança fica sozinha com o dispositivo audiovisual enquanto seus pais trabalham ou realizam outra atividade, o que pode gerar uma exposição inadequada e indesejada. Nas respostas das famílias consultadas, as possibilidades de controle parental no caso da Netflix e do Youtube foram declaradas como desconhecidas. Além da questão do conteúdo, um dos fatores que influenciavam a maioria das famílias desta pesquisa a não disponibilizarem às crianças acesso ao Youtube é a questão da publicidade. Muitas mães se mostraram preocupadas com o incentivo ao consumo e algumas demonstraram-se contrárias a qualquer tipo de propaganda direcionada às crianças, por considerarem as crianças pequenas, indefesas e por considerar o conteúdo desnecessário para a formação da criança. Os argumentos das famílias se baseiam, em parte, no fato de considerarem que as crianças não têm formação suficiente para mediar a relação com a publicidade. Buscando olhar de forma mais ampliada esse cenário, observamos as posições do Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária⁶ – CONAR – frente ao tema da publicidade direcionada ao público infantil, expostas no documento intitulado “A ação do CONAR em relação à publicidade para crianças e adolescentes”, de 2015. O documento expõe que a publicidade é importante para o avanço da sociedade, promovendo mercados, qualidade de vida, cres-

6 O CONAR foi constituído em 1980 e é mantido pela contribuição das principais entidades da publicidade brasileira e seus filiados – anunciantes, agências e veículos. Foi constituído por publicitários e profissionais de outras áreas, sendo uma organização não-governamental que visa promover a liberdade de expressão publicitária e defender as prerrogativas constitucionais da propaganda comercial. Fonte: <www.conar.org.br> Acesso em 8/07/2018 às 8h52.

cimento material e humano e fazendo com que as pessoas consumam melhor, com mais informação. Para o presidente do CONAR, Gilberto C. Leifert, o Brasil tem um sistema avançado de referência internacional e um dos mais rígidos de controle da publicidade para crianças e jovens que combina a legislação com o Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, vigente há 37 anos. Para Leifert, quando questionado se as crianças e jovens brasileiros precisam de proteção extra em relação à publicidade, a resposta foi que:

Não diria proteção, pois esta cabe de forma insubstituível aos pais e, na sequência, aos professores e autoridades. Diria, isso sim, que elas demandam uma atenção especial, na medida em que não têm a personalidade formada. No entanto, parece-me de todo equivocada a ideia de proteger numa redoma menores de idade do contato com a sociedade de consumo já que, adultos, terão de conviver com ela. É importante que estejam preparados. (CONAR, 2015 Pág.11)

Tais observações, como outros exemplos expostos no documento, corroboram para a colocação do órgão de que a proibição da publicidade não é a causa do problema em si e que o banimento da publicidade por si só não resolve a questão. É importante, no entanto, avançar em uma discussão ética sobre a educação das crianças para um consumo consciente, levando em consideração a recepção destas como espectadoras ativas. Observando tal cenário, meios que já disponibilizam controle parental de fácil acesso e que vão ao encontro das crenças dos pais podem atrair as famílias e contribuir para o papel social de mediação do acesso das crianças às tecnologias. No entanto, nossa pesquisa demonstrou que, apesar de instituições como o CONAR apontarem para os pais como os principais responsáveis pela proteção e mediação do acesso das crianças ao conteúdo audiovisual e à exposição à publicidade infantil, as possibilidades efetivas de um controle parental são restritas.

As crianças, o desenho animado e a mediação parental

O processo de mediação e controle parental em relação ao acesso a conteúdos audiovisuais por parte de crianças na primeira infância pode passar por diferen-

tes etapas como: se a criança irá ou não ter acesso às telas eletrônicas; o tempo que será disponibilizado para essa atividade (quais dias da semana e tempo diário de exposição); os locais de acesso (casa, escola, transporte etc.); tipo de dispositivo para o acesso (TV, Tabletes, Celulares); canais de acesso ao conteúdo audiovisual (TV aberta, TV por assinatura, Canais de *streaming* como Netflix e Youtube); tipos de atividades/conteúdos a serem acessados (desenhos animados, jogos, filmes, séries, aplicativos, etc.); quais os conteúdos específicos que serão disponibilizados (quais desenhos animados, jogos ou aplicativos poderão ser acessados) e; qual a relação que o adulto responsável irá estabelecer enquanto a criança assiste aos conteúdos (assistir junto a tudo o que a criança vê, ver parcialmente o conteúdo, comentar sobre o que passa no desenho, etc.).

Dentro desse mundo de possibilidades, as dúvidas sobre quais escolhas realizar para mediar o acesso ao audiovisual por parte de crianças na primeira infância são diversas, assim como são diversos os olhares que podem contribuir para que as famílias percebam possibilidades na condução do tema sobre a mediação dos desenhos animados na infância. Por conta do recorte espaço/tempo desse artigo, dentre as múltiplas áreas que pesquisamos, trazemos um breve recorte dos olhares disponibilizados pela comunidade pediátrica através da Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP) e pelo Laboratório de Pesquisas sobre Infância, Imaginário e Comunicação (LAPIC), da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP, para finalmente relacioná-los às premissas da Educomunicação.

Observando algumas das recomendações que a SBP indica direcionadas à primeira infância, apontamos a recomendação de desencorajar ou até proibir o uso passivo por parte de crianças menores de 2 anos de idade aos conteúdos inapropriados de filmes e vídeos e evitar que as crianças assistam aos vídeos enquanto realizam refeições ou antes de irem dormir, evitando o acesso entre 1 e 2 horas antes do horário de dormir. Para crianças acima de 2 anos de idade e até 5 anos de idade, a recomendação é que o tempo de exposição máximo às telas seja de até 1 hora por dia. Recomenda-se que os pais estabeleçam limites de horários para o acesso aos conteúdos audiovisuais. Outra recomendação é de que crianças até 10 anos de idade não tenham televisores ou computadores em seus quartos e que crianças menores de 6 anos de idade precisam ser

mais protegidas da violência virtual, por não saberem separar a fantasia da realidade (SBP, 2016 p. 3).

Uma recomendação que a SBP expõe e que vai ao encontro das questões expostas em nossa pesquisa é sobre a importância da presença dos pais como mediadores do conteúdo assistido pelas crianças, ajudando-as a compreenderem o que assistem. A SBP recomenda aos pais que se desconectem dos meios digitais durante finais de semana e férias e aproveitem para dialogar e dividir momentos de alegria e afeto com seus filhos sem as tecnologias digitais. As recomendações da entidade buscam prevenir o uso abusivo das tecnologias digitais e evitar “[...] obesidade, distúrbios do sono, lesões articulares, problemas posturais, alterações da visão, perda auditiva, transtornos comportamentais e mentais, dentre outros já demonstrados por diversos estudos da literatura científica.” (SBP, 2016 p. 4).

As implicações sobre as relações entre crianças e desenhos animados, que fazem parte da construção do imaginário e de representações de mundo no cotidiano infantil, e o papel dos pais e cuidadores nesse processo é complexa e cheia de nuances. Sobre as relações dessa presença no cotidiano infantil, encontramos estudos aprofundados nas pesquisas realizadas pelo LAPIC. Os estudos liderados pela professora Doutora Elza Dias Pacheco, investigaram as mudanças de hábitos infantis na construção do imaginário a partir dos anos 60. Segundo Pacheco, observando os desenhos realizados pelas crianças em seu consultório de fonoaudiologia foi possível perceber uma mudança dos desenhos das fadas e bruxas para os relacionados aos desenhos animados, percepção que contribuiu para encaminhar pesquisas sobre as relações entre TV e criança. As pesquisas realizadas pela professora Pacheco e pelos pesquisadores do LAPIC, da década de 1960 até o início dos anos 2000, podem nos ajudar a observar questões latentes até os dias atuais, como por que a TV e os desenhos animados fascinam tanto e sobre relações entre o ver TV e o ser criança. Diante do crescente desenvolvimento das Tecnologias da Informação, do êxodo populacional para as grandes metrópoles e do desenvolvimento urbano, que mudaram os espaços onde as crianças brincavam de grandes áreas abertas para espaços fechados, as brincadeiras das crianças passaram por

transformações. Por vezes, o espaço das brincadeiras de rua e de parquinhos foram sendo divididos com a telinha, abrindo uma janela para o mundo encantado dos desenhos animados.

Segundo as observações do LAPIC, a criança ao interagir com a TV e em contato com o desenho animado elabora suas representações de acordo com suas experiências socioculturais, fazendo com que suas percepções sobre o conteúdo assistido na telinha sejam únicas e estejam relacionadas às experiências sociais e culturais que fazem parte de seu cotidiano, crescimento e desenvolvimento. Ou seja, em um mesmo desenho assistido por crianças da mesma idade cada criança observará à sua maneira o conteúdo, atentando para as questões que lhe despertem interesse de acordo com suas vivências pessoais. “As crianças imprimem sua experiência subjetiva no conteúdo assistido e constroem mensagens diferentes sobre o mesmo aspecto do enredo ou de um personagem, partindo do seu referencial.”⁷

As pesquisas realizadas pelo LAPIC buscaram, segundo Pacheco “[...] desenvolver novos paradigmas teóricos e metodológicos; estudar as mediações no processo de recepção e de leitura crítica; e analisar o conteúdo da produção cultural para a infância.” (PACHECO, 2000 p.111). Essas pesquisas se desenvolveram no mesmo espaço da interface Comunicação/Educação que as realizadas sobre a Educomunicação, desenvolvidas pelo Núcleo de Comunicação e Educação – NCE/USP. Percebemos uma comunhão de buscas entre esses dois núcleos de pesquisa da Universidade de São Paulo, em especial sobre as relações entre a criança e o audiovisual.

Nessa vertente dialética se alinham os princípios da Educomunicação, que vê nesse processo de relação das audiências, como a das crianças telespectadoras, com as mídias, como os desenhos animados, caminhos para o exercício do ver e refletir sobre o que se produz e o que se assiste. A Educomunicação, na ressemantização dada pelo NCE/USP, busca o desenvolvimento de ecossistemas

7 Pesquisa Desenho Animado na TV: Mitos, Símbolos e Metáforas Disponível em: <http://www.eca.usp.br/nucleos/lapic/pesquisa/2pesquisa/2_pesquisa.html> Acesso em 23/09/2018 às 14h15.

comunicativos abertos e democráticos nos espaços educativos, possíveis graças a um esforço de análise das relações comunicativas entre os sujeitos sociais, incluindo os que operam nas mediações culturais propiciadas pelo conjunto dos meios de comunicação.

A vertente educ comunicativa é um campo que pode nos permitir observar as relações educativas e comunicacionais possíveis que ocorrem entre o ato da criança ver os desenhos animados e a relação com as mediações realizadas no processo. Mediações que podemos observar tanto internamente entre a criança e o que está assistindo, quanto com as escolhas e a presença dos adultos na mediação desses conteúdos audiovisuais no cotidiano das crianças. Como então poderíamos perceber o ecossistema comunicativo entre pais, crianças na primeira infância e os desenhos animados acessados nas diversas telas? Se caminharmos pelo campo da Educomunicação buscando entender a inter-relação audiovisual, primeira infância e aprendizagens podemos nos deparar com o Campo de Intervenção Educ comunicativa – Educação com e para a Comunicação – que, como exposto por Soares na perspectiva desenhada pelo NCE/USP, é definido como uma área

[...] voltada à formação para a prática sistemática da recepção midiática à luz da contribuição oferecida pelas ciências humanas como a psicologia, a sociologia, a política e a moral, privilegiando-se os contextos de produção e a análise das mediações envolvidas no processo de apropriação dos bens simbólicos. (SOARES, 2013 p. 187)

Nessa área, percebemos, como apontado nesse ensaio, possibilidades para criar pontes entre esse paradigma localizado entre a Comunicação e a Educação – a Educomunicação – e as relações entre a primeira infância e o desenho animado. Nesse sentido podemos observar diversos aspectos, no campo da comunicação e educação, relativos aos processos que envolvem a relação entre adultos, crianças e os desenhos animados. Nesse movimento de observação possível, as relações entre comunicação e educação podem encontrar-se tão interligadas que as pontes geradas por elas transcorram pela via da Educomunicação.

Percepções

Encontrar caminhos que apontem uma percepção científica sobre as relações entre o conteúdo audiovisual assistido pela criança telespectadora e as reverberações internas, no desenvolvimento infantil e no entorno social, que essa recepção pode desencadear, em especial quando o conteúdo emociona e está relacionado às questões de existência e de problemas cotidianos, é um desafio que oferece muitos questionamentos e aponta para um olhar multidisciplinar que agregue diversas áreas do conhecimento como os da Educação, Comunicação, Psicologia do Desenvolvimento Infantil, Neurobiologia, os Estudos Culturais, a Educomunicação, dentre outras.

Nesse artigo buscamos olhares que apontassem variáveis e questionamentos possíveis para um aprofundamento na pesquisa sobre como os desenhos animados vêm se relacionando com o desenvolvimento infantil, na socialização das crianças na primeira infância e nas reinterpretações e construções do imaginário, que está intrinsicamente conectado com o real. Realizando esse breve passar pelas abordagens trazidas pelos autores citados, nos parece inicialmente que a mediação interna das comunicações midiáticas mostra ser única para cada sujeito, que com suas vivências, culturas, heranças genéticas e influências biológicas e sociais do entorno onde se desenvolvem, além do dispositivo e local ao qual tem acesso à mídia, faz da interpretação e reverberação dos conteúdos audiovisuais algo único e com sentidos próprios. Que a mediação dessa relação é realizada tanto pelos sujeitos crianças, ativas nesse processo, quanto por seus familiares e cuidadores que interferem nessa relação ao permitir acesso, selecionar ou não conteúdos, dispositivos e locais de acesso e ao se posicionar perante a criança com sua interpretação do conteúdo audiovisual assistido.

Um dos fatores que constatamos como complicadores no processo de mediação do conteúdo audiovisual para as crianças na primeira infância foi a complexidade de acessar e manipular os dispositivos de controle parental tanto nos canais de TV aberta e por assinatura, quanto nos aplicativos como Netflix e YouTube. O fato desses meios não disponibilizarem a opção de ocultar conteúdos (filmes, séries e comerciais) que os pais e responsáveis não acreditam serem adequados à faixa etária ou que julgam inapropriados para as crianças, pode

dificultar às famílias o ato de curadoria dos desenhos animados a que crianças, no caso de nossa pesquisa menores de 4 anos, têm acesso. No entanto, essas observações são iniciais e apontam temáticas a serem aprofundadas, pois o tema é complexo e carece de pesquisas mais amplas, que por conta do tempo e recorte esse artigo não alcança.

Referências

BELLONI, Maria Luiza. *Crianças e mídias no Brasil*. Cenários de Mudança. CNPq. São Paulo: Papirus, 2010.

CONAR. As normas éticas e a ação do CONAR na publicidade de produtos e serviços destinados a crianças e adolescentes. 2015.

LEI Nº 13.257, de 8 de março de 2016. Dispõe sobre as políticas públicas para a primeira infância e outros temas.

PACHECO, Elza Dias. LAPIC: Espaço Lúdico de Conhecimento Sobre Tv/Criança. Revista Comunicação & Educação. Set/Dez 2000.

_____. O Desenho Animado na Tevê: Mitos, Símbolos e Metáforas. Relatório Final/Lapic. São Paulo: ECA-USP, 1999.

PRENSKY, Marc. Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001)

SOARES, Ismar de Oliveira. “Educomunicação e as múltiplas tradições de um campo emergente de intervenção social na Europa, Estados Unidos e América Latina.” In: *Panorama da comunicação e das telecomunicações no Brasil: 2012/2013*. João Cláudio Garcia R. Lima, José Marques de Melo. (Org.) Brasília: Ipea, 2013.

SBP, Sociedade Brasileira de Pediatria. Manual de Orientação. Departamento de Adolescência. Saúde de Crianças e Adolescentes na Era Digital. Nº 1, outubro de 2016.

Sobre a autora

Michele Marques Pereira - Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) pela Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: michelemarques@usp.br