

INFÂNCIA E MÍDIAS DIGITAIS: UMA NOVA DIMENSÃO CRIATIVA

Gracielly Soares Gomes (UFMT)¹
Benedito Dielcio Moreira (UFMT)²

Resumo: O jogo, o lúdico e a isenção de obrigações atraem as crianças para o universo tecnológico. Os processos interativos presentes nas vivências mediadas pelas mídias digitais constituem a virtualização do lúdico. Esse fenômeno atua diretamente nos modos de expressão desse grupo etário, especialmente no que tange às suas possibilidades criativas. As implicações resultantes desses processos modelam as diversas perspectivas da dimensão criativa infanto-juvenil e conduzem as novas discussões.

Palavras-chave: Mídias digitais, Infância, Criatividade.

Abstract: The game, the playful, and the exemption of obligations attract the children to the technological universe. The interactive processes present in the experiences mediated by the digital media constitute the virtualization of the ludic. This phenomenon acts directly in the modes of expression of this age group, especially in what concerns its creative possibilities. The implications resulting from these processes shape the diverse perspectives of the creative dimension of children and youth, and lead the new discussions.

Keywords: Digital media, Childhood, Creativity.

INTRODUÇÃO

As mídias digitais integram o cotidiano infantil e conduzem os pequenos na descoberta de novos mundos. O uso dessas mídias resulta em alterações nas formas como a criança interage no seu convívio, e entre essas alterações se destaca a sua maneira de vivenciar a brincadeira. Nesse novo contexto o lúdico é experienciado numa nova dimensão, condizente à criatividade.

É observado por todos os encantos promovidos pelas mídias digitais. No universo adulto, essas ferramentas intercalam-se com as atividades obrigatórias de rotina, de forma que não existe um tempo destinado exclusivamente ao seu uso. A convergência se manifesta desde as pequenas ações do dia-a-dia, como tomar o café da manhã enquanto se atualiza das notícias do dia por meio de websites, e se estende às

¹ Publicitária, Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea - ECCO-UFMT, e-mail: graciellysgomes@gmail.com

² Professor colaborador no Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea - ECCO-UFMT, e-mail: dielcio.moreira@gmail.com

atividades que exigem até mesmo alto grau de concentração. O celular se apresenta nessa estrutura social contemporânea como o controle remoto do cotidiano (LE MOS, 2005).

É comum que as crianças reproduzam as ações dos adultos com os quais convivem, e o comportamento digital também é reproduzido das mais diversas formas. Considerando a cultura lúdica característica do universo infantil, as mídias digitais são reconhecidas pelas crianças como um brinquedo. A brincadeira que em outros tempos se limitava ao mundo físico adquire extensões na virtualidade com o auxílio de dispositivos tecnológicos. Assim se estabelece uma nova dimensão criativa constituída pela ludicidade vivenciada nas interações e práticas manifestas no brincar (POSTAMAN, 2006; VYGOTSKI, 1991; BROUGERE, 1998).

Nessa dimensão lúdica, a brincadeira alimenta a criatividade e, a partir das ferramentas oferecidas pelas mídias digitais, transcende a uma nova dimensão criativa, de modo que, nesse processo, o lúdico também seja virtualizado. Esse fenômeno se concentra nas rotinas infantis. Discutimos nesse trabalho alguns dos novos percursos percorridos pelas crianças e viabilizados pelas mídias digitais e a internet, bem como apresentamos algumas reflexões a partir de estudos teóricos que circundam esse tema.

MÍDIAS DIGITAIS E ATIVIDADES DE LIVRE ESCOLHA

A isenção de obrigação é uma característica determinante quando se discute a atração das crianças pelas mídias digitais. As obrigações da criança durante a infância costumam estar centradas na escola e em atividades relacionadas à sua aprendizagem. Nesse contexto, as mídias digitais são inseridas no cotidiano infantil como brinquedos, e seus usos são destinados a atividades com finalidade de lazer, sendo então determinados pelos adultos os momentos próprios para esse uso.

Os avanços tecnológicos encaminham as constantes transições sociais. O acesso à internet também democratizou o acesso à informação. Assim, o sujeito contemporâneo abandona o status de apenas receptor e assume também a condição de produtor de conteúdo. Produz suas próprias imagens, textos e áudios, e se destaca como um sujeito criativo transformador. A participação passiva é descartada pelas novas gerações, sendo investidas ações em atividades de construção do conhecimento participativo, viabilizadas pelas ferramentas tecnológicas. Novas formas de comunicação são

estabelecidas na valorização do compartilhamento como saber, resultando em novas configurações sociais (LÉVY, 1998; LEMOS, 2005; PIRES 2010; SHIRKY, 2011).

A cultura tecnológica que engloba as mídias digitais está ligada ao jogo, ao caráter lúdico e, conseqüentemente, à isenção de obrigações. Desse modo as crianças fazem das mídias digitais o seu brinquedo contemporâneo. As experiências proporcionadas por atividades abalizadas nas mídias digitais contribuem para o desenvolvimento da criança, suas capacidades e inteligências subjetivas (SANTOS, 2014; GOMES, 2016). Nesse ambiente tecnológico, as brincadeiras possuem grande potencial educativo, considerando que hábitos são gerados a partir do jogo. A vivência lúdica permite o desenvolvimento da cognição, afetividade, sensibilidade e da subjetividade (RABELO, 2016).

A criatividade da criança se manifesta nos seus mais diversos modos de brincar. Suas habilidades são expandidas junto ao seu repertório de ação. É também nas brincadeiras que a criança mostra-se integral em sua personalidade, ao exercer no brincar o seu potencial criativo. A cultura lúdica, nesse aspecto, se apresenta então como o grupo de ações que possibilitam que a brincadeira seja possível, e essa cultura é engrandecida dentro da brincadeira (WINNICOTT, 1975; OSTROWER, 1987; BROUGERE, 1998).

Uma vez que as mídias digitais adquiriram caráter de brinquedo da contemporaneidade, e considerando que a cultura lúdica é construída pela criança na brincadeira, a tecnologia exerce influência na cultura lúdica atribuindo a ela caráter internacional, transmitindo conteúdos e proporções que permitem a evolução da ludicidade (BROUGÈRE, 1998).

A CRIATIVIDADE E A PARTICIPAÇÃO ESTÃO ONLINE

A interatividade é evidenciada nessa nova dimensão criativa. A imaginação da criança percorre novos caminhos nas descobertas das possibilidades ofertadas pelo virtual. Nesse novo ambiente, as partilhas constituem novos insumos a toda sua inventividade. Suas ideias se concretizam a partir de criações com auxílio das ferramentas de mídias digitais. Entre os resultados dessas criações é comum a produção de vídeos amadores compartilhados entre familiares e amigos. As fotografias também são rotineiras nessas produções.

As crianças estão, cada vez mais, conquistando voz e participando ativamente da construção da cultura ao seu entorno. O potencial dessa geração se apresenta nas diversas redes sociais. A pesquisa Tic Kids Online Brasil 2017³, realizada com crianças de nove a 17 anos, revelou que 69% dos entrevistados possuem acesso a internet, 77% utilizam a internet para assistir vídeos, filmes e séries e 73% possui perfil em alguma rede social.

Entre essas redes, o YouTube se destaca como cenário dessa nova dimensão criativa ancorada no lúdico. Não é mais novidade a presença de crianças como protagonistas de canais no YouTube. No dia 30 de março desse ano, a revista *Veja* publicou em seu site uma matéria⁴ intitulada “Crianças agora buscam “carreira” de youtuber”. Nessa matéria, o Brasil é apresentado como o segundo país com maior consumo de vídeos do YouTube, com base em informações apresentadas pelo Media Lab, da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). O público infantil se destaca como um dos principais nessa plataforma. Entre os 100 canais mais vistos no Brasil, 36 deles possuem conteúdos direcionados às crianças de 0 a 12 anos, apresentando um total de 17 bilhões de visualizações e, justificando o sucesso dos youtubers mirins nessa rede.

Nesse novo cenário, as crianças não ocupam mais apenas o papel de espectadoras, já que assumem uma nova postura como produtora de conteúdos, ídolos e influenciadores digitais. Suas preferências, rotinas, impressões e gostos são apresentados em seus canais, alcançando milhões de visualizações e seguidores. O resultado dessa participação midiática também é expresso financeiramente.

As impressões e preferências quanto aos brinquedos se destaca entre os temas mais comuns abordados por esses *youtubers*. Costumeiramente, as crianças costumam abrir a embalagem de um brinquedo durante a gravação do vídeo, apresentam todas as características ao seu público, compartilham suas preferências e formas de brincar. Vale ressaltar que a plataforma exige a idade mínima de 13 anos para administrar seu próprio canal, de modo que crianças de idade inferior possuem suas contas administradas por algum responsável.

³ <https://cetic.br/media/analises/Apresentacao-lancamento-das-publicacoes-das-pesquisas-tic-educacao-e-tic-kids-online-brasil-2017.pdf> Acesso em 13/11/2018

⁴ <https://veja.abril.com.br/especiais/criancas-agora-buscam-carreira-de-youtuber/> Acesso em 20/11/2018.

Um exemplo bem recente e muito comentando desse fenômeno diz respeito ao Ryan, um *youtuber* americano de sete anos, protagonista do canal “ToysReview”, no YouTube. Na primeira semana de dezembro vários sites noticiaram a verdadeira fortuna conquistada por esse garoto nessa plataforma. No site do G1 foi publicada uma matéria⁵ em que Ryan atribui o sucesso na plataforma à sua personalidade divertida e engraçada. O canal do garoto foi criado em março de 2015. Desde então, os vídeos tiveram aproximadamente 26 milhões de visualizações e possui mais de 17 milhões de seguidores. As temáticas dos vídeos publicados no canal de Ryan seguem sempre a mesma dinâmica de críticas e resenhas sobre os brinquedos, que após serem apresentados nos vídeos do garoto podem esgotar estoques nas lojas de forma quase instantânea. A matéria ainda classifica o menino como o mais bem pago da plataforma, que faturou 22 milhões de dólares, correspondente a 84 milhões de reais, em apenas um ano, por meio de postagens diárias em seu canal, anúncios exibidos e posts patrocinados.

CONSIDERAÇÕES

A brincadeira ganha novas extensões a partir dos dispositivos de mídias digitais. Ryan é hoje um exemplo bem sucedido dessa geração de *youtubers* mirins. Há muitos deles espalhados pelo mundo online. Podemos observar que o foco das crianças que estendem seus passos na internet está no lúdico. A brincadeira continua sendo seu objetivo. Assim como as outras crianças *youtubers*, Ryan brinca em frente à câmera, compartilha suas opiniões sobre os brinquedos, dá dicas, sugestões que julga necessárias. Poderia ser apenas um dia comum na vida de Ryan, pois sempre que observamos uma criança brincar, raramente ela estará quieta. Na maioria das vezes, percebemos que as crianças estão sempre inquietas no momento em que estão brincando, se movimentam, conversam, mostram, enfim, o que elas gostam mesmo é de compartilhar o seu momento lúdico.

Podemos presumir que a imitação está envolvida nessa dinâmica do compartilhamento das formas de brincar, considerando que “a criança observa ativamente os outros que a atraem, há uma tendência de se unir a eles numa espécie de

⁵ <https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2018/12/04/youtuber-ryan-de-7-anos-ganha-us-22-milhoes-e-e-o-mais-bem-pago-do-mundo-em-2018.ghtml>. Acesso em 04/12/2018.

participação efetiva (PEDROSA, 1994, p. 112). De modo geral, a imitação é tida com papel crucial no desenvolvimento da aprendizagem sobre o mundo, e grande importância no desenvolvimento da socialização, da cognição e da linguagem da criança (MATWIJSZYN, 2003; MOURA e RIBAS, 2002). “Por meio da imitação, a criança se iguala ao outro (fusão com o outro) e se compara com ele, reconhecendo semelhanças e diferenças (diferenciação do outro)” (MATWIJSZYN, 2003, p.8). Quando um adulto imita uma criança torna-se alvo de atenção, espetáculo. O mesmo não costuma ocorrer quando uma criança imita outra criança. As crianças espectadoras do canal do Ryan imitam suas formas de brincar, mas esse fato não chama a atenção, talvez, por a imitação estar presente nas ações cotidianas das crianças. De modo que as imitações resultantes dos vídeos não seja algo espetacular, já que se trata de brincar, e o brincar fazer parte da rotina infantil.

Aparentemente, Ryan, apesar do retorno financeiro, não encara o YouTube como uma obrigação, mas sim como uma possibilidade de compartilhar a brincadeira. Por outro lado, o retorno financeiro adquirido a partir desses vídeos pode ter transformado a brincadeira de criança em uma obrigação, mesmo que recreativa, justamente pelo alto fator financeiro em questão. É informado na matéria que parte do dinheiro recebido é depositado em uma conta em que Ryan só poderá ter acesso quando conquistar a maioridade. A outra parte do montante recebido é administrada pela família do garoto. Vejamos, ainda que a atividade de youtuber não seja reconhecida como um trabalho, a partir do momento que ela passa a gerar esse alto retorno financeiro, possivelmente as rotinas da família do menino tenham sido remodeladas, de modo a investir esforços no crescimento do canal e alcance dos vídeos. Assim, Ryan, mesmo que não perceba e não sinta dessa forma pelos elementos lúdicos envolvidos na questão, tem uma obrigação diária de gravar vídeos para o seu canal. Outro ponto a ser considerado é que a vida recreativa do Ryan não se resume apenas aos momentos em que grava seus vídeos, como toda criança, o garoto possui um círculo social e familiar que o permite brincar e compartilhar suas descobertas com outras crianças presencialmente. De todo modo, o compartilhamento de suas experiências com os brinquedos é lido pelas crianças espectadoras como brincadeira.

O YouTube permite justamente que esse compartilhamento seja levado a milhares de crianças. A atividade *online* por meio dessas mídias digitais propicia a

extensão da brincadeira e, conseqüentemente, da cultura lúdica. Para crianças *youtubers*, gravar vídeos sobre brinquedos não passa de mais uma forma de brincar. Se divertem e compartilham seus *insights* no momento da gravação dos vídeos. Os antigos percursos da brincadeira não são descartados, contudo, transcendem do mundo *off-line* para o universo *online*.

Durante observação realizada em minha pesquisa de mestrado com duas turmas do 6º ano e duas turmas do 7º ano, verificamos que a presença desse grupo na internet se tratava de uma extensão da brincadeira presencial. Nos momentos que precediam e sucediam as aulas, bem como no intervalo recreativo, os alunos compartilhavam entre si vídeos, links, imagens que de algum modo se encaixava ao assunto que estavam falando, complementava suas opiniões ou até mesmo justificavam seus pensamentos. A brincadeira presencial não foi substituída pela virtual. Todavia, a brincadeira se expandiu para os domínios virtuais, fazendo das mídias digitais e da internet uma ferramenta de suporte, mas não fundamental para que a brincadeira aconteça.

As mídias digitais rompem as limitações de espaço e tempo e possibilitam o alcance global de forma imediata do conteúdo postado na rede. A roda de brincadeira antes restrita aos coleguinhas da rua e familiares próximos se abre à totalidade de crianças conectadas. Brincam todos juntos, trocam figurinhas, compartilham preferências e aversões, vivem “um novo estágio da modernidade, no qual presenciamos a virtualização do lúdico” (GOMES, 2016, p.150).

REFERÊNCIAS

BENJAMIM, Walter. **Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação**. 2. ed. São Paulo: Duas Cidades: Ed. 34, 2009. 173 p.

BROUGÈRE, Gilles. **A criança e a cultura lúdica**. Revista da Faculdade de Educação, v. 24, n. 2, 1998.

GOMES, S. dos Santos. **Infância e Tecnologias**. In COSCARELLI, Carla Viana (Org.). **Tecnologias para aprender**. São Paulo: Parábola, 2016. 190 p.

LEMONS, André. **Cibercultura e mobilidade: a era da conexão**. Razon y palabra, v. 41, 2005.

LEVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

MARTINS, L. T.; CASTRO, L. R. **Crianças na contemporaneidade**: entre as demandas da vida escolar e da sociedade tecnológica. *Rev latinoam cienc soc niñez juv.* 2012.

MATWIJSZYN, Marise. A imitação no desenvolvimento infantil e suas implicações para a educação segundo as concepções Antroposófica e Walloniana. 2003.

MOURA, MLS de; RIBAS, Adriana FP. Imitação e desenvolvimento inicial: evidências empíricas, explicações e implicações teóricas. **Estudos de psicologia**, v. 7, n. 2, p. 207-215, 2002.

PEDROSA, Maria Isabel. A imitação como um processo de construção de significados compartilhados. **Temas em Psicologia**, v. 2, n. 2, p. 111-121, 1994.

PIRES, Eloiza Gurgel. **A experiência audiovisual nos espaços educativos**: possíveis interseções entre educação e comunicação. *Educação e Pesquisa*, v. 36, n. 1, p. 281-295, 2010.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Graphia, 2006.

RABELO, Marcelo Dias. **O lúdico como pressuposto para a formação do homem pleno em schiller**. *Revista Pandora Brasil*. 2016.

SANTOS, Santa Marli Pires dos. **O brincar na escola**: metodologia lúdico-vivencial, coletânea de jogos, brinquedos e dinâmica. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. 108 p

SHIRKY, C. **A Cultura da Participação**. 1 Edição. 2011.

TEIXEIRA, Adriano Canabarro. **A educação em um contexto de cibercultura**. *Revista Espaço Acadêmico*, v. 12, n. 139, p. 25-32, 2012.

VYGOTSKY, Lev Semenovitch. **A formação social da mente**. Trad. José Cipolla Neto, Luis Silveira Menna Barreto e Solange Castro Afeche. 1991.

WINNICOTT D. **Conceitos contemporâneos de desenvolvimento**: adolescente e suas implicações para a educação superior. In: WINNICOTT D. *O brincar e a realidade*. Rio de Janeiro: Imago, 1975.