6 Conclusão

O brinquedo tem passado por grandes transformações ao longo da história. Inicialmente, ele tinha estreita relação com a cerimônia religiosa e comunitária. Essa relação foi se desfazendo, e o brinquedo foi perdendo seu caráter comunitário para se tornar um artefato exclusivo do universo infantil, durante a época marcada pelo aparecimento das primeiras noções de infância no ocidente. O período marcado pelo "aparecimento da infância" é seguido por diversos estudos que valorizam o brinquedo e o brincar, principalmente no campo da pedagogia e do desenvolvimento da psicanálise infantil. É também nesse mesmo período que o desenvolvimento do capitalismo começa a transformar os brinquedos em produtos de consumo, e o potencial de consumo da criança passa a ser disputado no mercado em ascensão. O brinquedo, então, rompe definitivamente com suas funções de origem. O surgimento das primeiras idéias sobre a infância e os novos avanços da tecnologia foram responsáveis pelo início da produção em série de brinquedos e pelas profundas transformações no seu *design*. As fábricas de brinquedos proliferaram nos países que tinham seu processo de industrialização mais avançado, e passaram a lançar um número incontável de produtos nas grandes feiras internacionais de brinquedos dos principais centros de comércio mundial. No final do século XX, registra-se um novo *boom* no setor de brinquedos, provocado pelo aparecimento dos jogos eletrônicos, que incorporaram os novos recursos da alta tecnologia.

A televisão comercial e os jogos eletrônicos entraram maciçamente no cotidiano da criança, ganhando cada vez mais força na sua preferência. Inaugura-

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310215/CA

se um período em que o brinquedo tradicional começa a perder espaço no mundo infantil. Apesar do crescente fascínio das crianças pelos jogos eletrônicos, as bonecas, trenzinhos, e jogos de tabuleiro não desapareceram, permanecendo ainda populares, mostrando que, apesar do temor de extinção, os brinquedos tradicionais têm mantido seu espaço e público cativo. Até quando esse espaço será reservado à criança é difícil prever, pois essa ameaça de extinção dos brinquedos tem sido acompanhada de estudos que preconizam o desaparecimento da infância nos dias atuais. A crescente influência da televisão e dos jogos eletrônicos têm, muitas vezes, substituído junto às crianças o ato de brincar e o brinquedo, agravando na infância o problema da exclusão social. A criança se torna um ser solitário, e o consumismo e a tecnologia passam a servir como base para todas as suas propostas lúdicas. Isso significa um prejuízo muito grande para o desenvolvimento intelectual e físico da criança. Por essa razão, o espaço da infância, que garante o tempo das brincadeiras e do brincar, deve ser preservado e protegido, sendo esse um direito fundamental da criança que não pode ser ameaçado de desaparecimento.

Algumas fábricas têm achado saídas para preservar o brinquedo. Elas conseguiram, por meio de soluções criativas, conciliar a nova tecnologia com os brinquedos garantindo que certos brinquedos estejam sempre na moda. É o caso dos piões, malabares e iô-iôs, que a cada relançamento aparecem incrementados com materiais mais sofisticados, luzes e música, mantendo seu uso tradicional. Um bom exemplo da confluência de tecnologia com um brinquedo tradicional é a crescente popularidade dos io-iôs entre as crianças de hoje, representando um aumento de 36% só nas vendas entre o período de 1998 e 1999. Este é um dos brinquedos mais antigos que existem e há três mil anos, na China, já havia iô-iô de pedra. No século XVIII, nas cortes européias, os iô-ios eram decorados com jóias e padrões geométricos, e, quando girados, seus desenhos formavam figuras. Atualmente, o *design* do io-iô praticamente não mudou, ou seja, neles embora tenham sido introduzidos elementos de tecnologia mais avançada, resultando que, ao brincar fazendo o movimento clássico de girar o io-iô, diversos efeitos visuais são desencadeados, deixando crianças e adultos fascinados.Isso demonstra um dos lados do mercado: certos brinquedos permanecem, por mais que os tempos mudem; nesse caso foi a reformulação e adaptação do seu *design* que garantiu sua permanência até os tempos atuais.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310215/CA

Apesar de muitos brinquedos tradicionais estarem até o momento sobrevivendo às ameaças de extinção, os empresários do setor manifestam um crescente descontentamento em relação à retração no consumo e à estagnação da produção industrial. Um dos principais entraves para o crescimento das grandes indústrias do mundo foi a entrada no mercado de brinquedos provenientes de países como a China, que detém, aliás, o posto de principal exportador para a maior parte dos países. É muito difícil competir com o mercado chinês, que faz uso de alta tecnologia aliada a baixíssimos salários. Uma hora de trabalho na linha de produção da Playmobil alemã, por exemplo, custa ao empregador 22 euros, enquanto nas fábricas chinesas o salário não chega a 1 euro por hora de trabalho.

A indústria de brinquedos no Brasil é bem recente se comparada àquelas dos países que deflagraram o processo industrial, mas se tornou um importante parque industrial na América Latina. O mercado nacional é igualmente atingido pela concorrência dos brinquedos chineses e ainda enfrenta inúmeras outras dificuldades, como a pirataria, o contrabando, a alta carga tributária, as altas taxas de juros praticadas pelos bancos. Porém o mais grave de todos os problemas reside no fato de que a maioria das crianças brasileiras não possui poder aquisitivo para comprar brinquedos industrializados o que impede a expansão das indústrias no mercado interno. Essa pesquisa constatou que grande parte das crianças brasileiras trabalha durante toda infância em atividades agrícolas, trabalhos domésticos ou em subempregos. Sem proteção social e jurídica, estando por vezes sujeitas à exploração, aos abusos sexuais e à violência essas crianças são privadas da freqüência à escola, do contato com a família, da convivência com outras crianças da mesma idade. Com o direito à infância negado, os aspectos relacionados ao brinquedo são muito desvalorizados, pois a brincadeira nem sempre é reconhecida como uma necessidade humana.

Nos segmentos da população que estão inteiramente excluídos do mercado de consumo dos brinquedos industrializados, predomina a tradição de confeccionar brinquedos artesanais. A oficina de construção de brinquedos e as entrevistas realizadas no Colégio Cócio Barcellos para a presente dissertação elucidaram questões relacionadas com o brinquedo artesanal popular e a situação da criança pobre brasileira, possibilitando a comprovação das técnicas artesanais de construção de brinquedos levantadas pela pesquisa bibliográfica realizada. Permitiram também conhecer melhor a realidade da atividade artesanal de

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310215/CA

brinquedos em diversos cantos e contextos do Brasil, por meio do trabalho de recuperação das lembranças de migrantes brasileiros moradores do Rio de Janeiro. O presente estudo registrou que o artesão herda de seus familiares a sabedoria de fazer brinquedos que são, em grande parte, portadores de inquestionável riqueza, seja por sua forma estética, seja pelo contexto sociocultural em que são produzidos. O *design* do brinquedo artesanal popular está sempre passando por constantes renovações, incorporando às técnicas e saberes herdados de gerações passadas novos materiais, estratégias e temáticas.

A industrialização do brinquedo exerce influência sobre esse artesanato. Sua estética formal e temática é, muitas vezes, inspirada pelo brinquedo industrializado e vice-versa. Esse tipo de atividade artesanal geralmente não é valorizado pela sociedade brasileira, e são poucas as iniciativas institucionais ou particulares que lutam para preservar essa memória popular. Nesse sentido, torna-se importante a realização de projetos que incluam aspectos da cultura popular no desenvolvimento do *design* de brinquedos além de dirigir esforços para a criação de brinquedos voltados especialmente para o atendimento desse segmento da população que não tem acesso ao brinquedo. Isso também acarreta o aumento do índice de nacionalização dos projetos de brinquedos brasileiros, possibilitando a consolidação do *design* nacional. Projetar novos brinquedos e aprimorar o *design* de brinquedos no Brasil têm o objetivo não só de concorrer com a importação no mercado interno, como também de abrir espaços para a exportação.

A criação de mecanismos que promovam o desenvolvimento do *design* de brinquedos acarreta mudar a mentalidade predominante no empresariado nacional, que tem uma forte resistência em assumir os riscos decorrentes de investimentos em novas idéias ou em projetos que não estejam diretamente vinculados aos lançamentos da mídia internacional. Além disso, a maioria dos brinquedos lançados é proposta e desenvolvida pelos próprios donos das fábricas ou pelo departamento de marketing que geralmente apresenta idéias importadas dos paises que detêm a hegemonia da indústria cultural. No Brasil, historicamente, predomina uma cultura que valoriza o brinquedo importado em detrimento do nacional. A idéia dos consumidores de que os produtos estrangeiros têm qualidade superior aos brasileiros é encontrada também entre os empresários brasileiros. Como decorrência dessa cultura de dependência, a adoção de certas estratégias, tais como a espera pelo sucesso do lançamento de produtos dos competidores ou

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310215/CA

mesmo a adoção da cópia de produtos, está enraizada nas empresas líderes do setor de brinquedos.

Daí serem poucos os brinquedos industrializados totalmente desenvolvidos no Brasil. Esse fato é melhor explicado nas entrevistas realizadas no Capítulo 4, especificamente naquela concedida pelo *designer* Marcio de Carvalho. Os empresários do setor de brinquedos consideram ser menos arriscado importar idéias, fazendo pequenas adaptações para o Brasil e pagando direitos autorais, do que investirem em profissionais brasileiros que elaborem projetos de brinquedos inspirados na cultura brasileira. Isso faz com que os novos lançamentos das grandes fábricas sejam pouco comprometidos com a cultura nacional e popular e com o conteúdo das suas propostas lúdicas.

É importante que sejam implementados pelo setor de produção de brinquedos brasileiros procedimentos visando à redução da dependência externa. Algumas tentativas têm sido feitas por pequenos fabricantes no sentido de romper com a crença de que apenas os brinquedos vinculados aos personagens e programas da mídia (Gugu, Harry Poter, Xuxa etc.) têm um grande potencial de vendas, e por isso merecem espaço exclusivo no varejo. É interessante constatar também o surgimento de um número cada vez maior de novas lojas especializadas na venda de "brinquedos educativos". Elas têm se espalhado por todo o interior do Brasil, não só nos grandes centros urbanos. São lojas vendem basicamente brinquedos criados por profissionais que têm como ponto de partida por exemplo as novas teorias de educação e de desenvolvimento da criança, as propostas contemporâneas de visualidade, o resgate das tradições culturais ligadas aos brinquedos populares, as questões de preservação do meio ambiente e muitas outras relevantes para a

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310215/CA

construção de uma infância saudável. Esses pequenos fabricantes juntamente com os lojistas especializados, não recebem absolutamente nenhum incentivo nem espaço promocional na mídia. Recentemente, sua união resultou na criação da Associação Brasileira de Brinquedos Educativos – Abrine, que tem por objetivo social assistir, orientar, congregar e instruir as empresas associadas, no que diz respeito às atividades da produção, divulgação e comercialização de brinquedos educativos e afins. No ano 2000, a Secretaria do Comércio Exterior – Secex, em conjunto com os empresários do setor industrial de brinquedos, elaborou inúmeras propostas visando a estimular as indústrias a desenvolverem projetos nacionais, porém poucos avanços foram registrados nesse sentido.

Por isso é fundamental que o Governo e empresários voltem a se mobilizar para que consigam avançar na implantação da estratégia de desenvolvimento da indústria de brinquedos proposta pela Secex, por meio das suas linhas gerais de ação: criação de um *design* brasileiro, modernização e reestruturação da indústria de brinquedos com introdução de inovações tecnológicas e reorganização dos processos, e, finalmente, formação de recursos humanos e criação de cursos técnicos de *design* de brinquedos.

Para finalizar, é importante ressaltar a necessidade de um maior incentivo às pesquisas sobre o brinquedo para que ele tenha sua problemática abordada separadamente. E é nesse sentido que a presente dissertação sugere o estudo de novos temas para futuras pesquisas sobre o *design* do brinquedo e suas implicações nos tempos atuais. Espera-se que o incremento de pesquisa sobre esse tema possa contribuir para que não se concretizem as previsões que anunciam o desaparecimento da infância e do brinquedo.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 0310215/CA