



Thamires Salgado dos Santos Gomes

Economia Política da Infância: desvendando os Caminhos do Conteúdo Audiovisual Infantil Plataformizado.

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Orientadora: Prof^ª. Patrícia Maurício Carvalho

Rio de Janeiro,
Abril de 2024.



Thamires Salgado dos Santos Gomes

Economia Política da Infância: desvendando os Caminhos do Conteúdo Audiovisual Infantil Plataformizado.

Dissertação de Mestrado

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo.

Profª. Patrícia Maurício Carvalho

Orientadora

Departamento de Comunicação – PUC-Rio

Profa. Luciana Pessoa

Departamento de Psicologia - PUC-Rio

Profa. Brenda Lyra Guedes

Universidade Federal do Ceará - UFC

Rio de Janeiro, 30 de abril de 2024

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial, do trabalho, é proibida sem autorização da universidade, da autora e da orientadora.

Thamires Salgado dos Santos Gomes

Graduada em Comunicação Social com ênfase em cinema pela PUC-Rio (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro), em 2024. Roteirista de diversos programas audiovisuais infantis.

Ficha Catalográfica

Gomes, Thamires Salgado dos Santos

Economia política da infância: desvendando os caminhos do conteúdo audiovisual infantil plataformizado / Thamires Salgado dos Santos Gomes; orientadora: Patrícia Maurício Carvalho. – 2024.

185 f. : il. color. ; 30 cm

Dissertação (mestrado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2024.

Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Neoliberalismo. 3. Primeira infância. 4. Conteúdo audiovisual. 5. Mídia. 6. Regulação. I. Carvalho, Patrícia Maurício. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

Agradecimentos

À Deus, porque é por Ele, para Ele e por Ele são todas as coisas. Pela inspiração, força e condução em cada etapa da minha vida. À minha família, pais (Dario e Tereza), marido (Gustavo Salgado), minha tia (Tânia Maria), meu irmão (Gabriel Oscar), meu tio (Marcelo Oscar) e minha irmã do coração Paloma Almeida. Sem essa rede de apoio e incentivo com certeza eu não teria conseguido. Um agradecimento especial à Paloma que esteve comigo desde antes de entrar no programa até a entrega final.

Às pérolas da minha vida: Inalda (minha vó) e Bel e Malu (minhas filhas). Ao olhar pra essas meninas mulheres, me encho de coragem e força para, através do conhecimento, criatividade e educação, fazer a diferença neste mundo.

À minha orientadora Patrícia Maurício que orientou essa roteirista nada acadêmica com muita paciência e gentileza. Suas aulas com certeza mudaram meu olhar sobre a vida.

À banca querida, as professoras: Luciana Pessoa e Brenda Guedes que gentilmente aceitaram embarcar nessa leitura e avaliação dividindo um pouco de seus conhecimentos tão precisos e urgentes.

À Marise, Juliana e todos os funcionários da PUC-Rio que sempre me abraçaram e caminharam comigo até aqui também. Obrigada por tanto.

À CAPES e à PUC-Rio pela bolsa e pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não seria possível.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (Capes) - Código de Financiamento 001.

Resumo

Gomes, Thamires Salgado dos Santos; Carvalho, Patrícia Maurício. **Economia Política da Infância: Desvendando os Caminhos do Conteúdo Audiovisual Infantil Plataformizado.** Rio de Janeiro, 2024. 185p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

O sistema capitalista impacta diretamente a produção do conteúdo direcionado às crianças, formando uma cultura de massa, a atual cibercultura, e o consumo em larga escala, deixando marcas significativas no desenvolvimento cultural das crianças na primeira infância. Dois dos principais pontos desta discussão são a padronização da infância e a discussão sobre a responsabilização do conteúdo veiculado a partir de algoritmos das plataformas em meio à crescente sociedade do cansaço. Assim, o objetivo principal deste trabalho é compreender como o sistema capitalista influencia a produção dos conteúdos audiovisuais infantis brasileiros. Para isso, parte-se da contextualização do sistema capitalista neoliberal e de seu desenvolvimento histórico, relacionando-o com sua atual fase enquanto sistema de vigilância. Destaca-se a crescente padronização da infância e dos produtos voltados para esse público, sobretudo com a ascensão das novas mídias, a lógica bidirecional de comunicação e a mundialização do capital. É neste panorama que a dissertação apresenta dois estudos. O primeiro foi dedicado à realização de uma revisão sistemática da literatura sobre as novas narrativas audiovisuais infantis plataformizadas e seus efeitos na infância. Os principais resultados apontam o excesso de responsabilização para os pais em detrimento de uma maior regulação das mídias e conglomerados que as financiam. O segundo estudou contempla uma análise dos 12 canais de maior audiência no YouTube com conteúdo voltado para crianças, com foco especial nos canais: "Maria Clara e JP" e "Kids Diana Show". Foram selecionados vídeos para posterior transcrição e análise lexical através do software IRaMuTeQ. Através de nuvem de palavras e análise de similitude, identificaram-se palavras recorrentes e padrões de discurso que reforçaram o consumo, o acúmulo e a homogeneização da cultura. Conclui-se que o desenvolvimento infantil, sob uma perspectiva de cultura e identidade, está intrinsecamente ligado ao sistema econômico vigente. A padronização dos conteúdos infantis reflete a influência do sistema capitalista na infância, ressaltando a importância de uma análise crítica e de intervenções para regulamentar as mídias, responsabilizar plataformas no intuito de promover um desenvolvimento saudável, seguro e representativo das crianças, o que é garantido a elas por direito. Portanto, faz-se necessário investir mais em estudos e políticas públicas para a regulação das plataformas digitais, destacando a necessidade de compreender não apenas a utilização dos dispositivos, mas principalmente a qualidade e responsabilidade dos conteúdos veiculados.

Palavras-chave

Neoliberalismo; Primeira infância; Conteúdo audiovisual; Mídia; Regulação.

Abstract

Gomes, Thamires Salgado dos Santos; Carvalho, Patrícia Maurício (Advisor). **Political economy of childhood: unveiling the paths of platformed children's audiovisual content.** Rio de Janeiro, 2024. 185p. Dissertação de Mestrado - Departamento de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

It is known that the capitalist system directly impacts the production of content aimed at children, forming a mass culture, the current cyberculture and large-scale consumption, leaving significant marks on the cultural development of early childhood children. It is considered that some of the main points of this discussion would be the standardization of childhood and the discussion about the accountability of content broadcast and massively algorithmized on platforms in the midst of the growing tired society. Thus, the main objective of this work is to understand how the capitalist system influences the production of Brazilian children's audiovisual content. In its introduction, this work contextualized the neoliberal capitalist system and its development throughout history, relating it to the current system of surveillance capitalism. The growing standardization of childhood and products aimed at this audience was also highlighted, especially with the rise of new media, the bidirectional logic of communication and the globalization of capital. The first study was dedicated to carrying out a systematic review of the literature on new platformed children's audiovisual narratives and their effects on childhood. Among some of the main results obtained, it was noted that there was excessive responsibility for parents to the detriment of greater regulation of the media and the conglomerates that finance them. The second study was dedicated to carrying out an analysis of the 12 most watched channels on YouTube with content aimed at children, with a special focus on the channels: "Maria Clara and JP" and "Kids Diana Show", which had some of their videos transcribed and subjected to a lexical analysis using the IRaMuTeQ software. Word cloud resources and similarity analysis were used, thus identifying recurring words and speech patterns that reinforce the consumption, accumulation and homogenization of culture. It is concluded that child development, from a culture and identity perspective, is intrinsically linked to the current economic system. The standardization of children's content reflects the influence of the capitalist system on childhood, highlighting the importance of critical analysis and interventions to regulate media, hold platforms accountable in order to promote healthy, safe and representative development of children, which is guaranteed them by right. Therefore, it is necessary to invest more studies and public policies to regulate digital platforms, highlighting the need to understand not only the use of devices, but mainly the quality and responsibility of the content conveyed.

Keywords

Neoliberalism; Early childhood; Audiovisual content; Media; Regulation.

Sumário

Introdução	10
Capítulo 1. A formação do Neoliberalismo e seus Impactos na Sociedade Atual: Uma Visão Geral	21
1.1. Sobre a Origem do Capitalismo	25
1.2. Uma Introdução sobre o Capital	27
1.3. A Primeira Revolução Industrial e o Capitalismo Industrial	32
1.4. A Segunda Revolução Industrial e a Transição do Capitalismo Financeiro ao Monopolista	41
1.5. Período Keynesiano e o Capitalismo de Bem Estar Social	46
1.6. Terceira Revolução Industrial e o Capitalismo Globalizado	48
1.7. Quarta Revolução Industrial e o Capitalismo de Vigilância	52
Capítulo 2. Um Breve Contexto das Infâncias	
2.1. Economia Política da Infância	83
Capítulo 3 - Sociedade do cansaço e quem são os culpados?	91
Capítulo 4 - Estudo 1 – Crianças e mídias audiovisuais: uma revisão sistemática da literatura.	98
4.1. Procedimentos de coleta dos dados documentais	99
4.2. Resultados	107
4.3. Discussão	112
Capítulo 5 - Estudo 2 – Análise de Canais Infantis do Youtube	116
5.1. Procedimentos de coleta dos dados	116
5.2. Resultados	120
5.3. Discussão	151
5.4. Publicidade, Desdobramentos e Licenciamento do Canais	154
5.5. O Veículo Distribuidor dos Programas	161

6. Considerações Finais	165
7. Referências Bibliográficas	173

Lista de Figuras

Figura 1	23
Figura 2.....	25
Figura 3.....	27
Figura 4.....	42
Figura 5.....	42
Figura 6.....	51
Figura 7.....	97
Figura 8.....	120
Figura 9.....	121
Figura 10.....	122
Figura 11.....	123
Figura 12.....	124
Figura 13.....	124
Figura 14.....	125
Figura 15.....	126
Figura 16.....	127
Figura 17.....	129
Figura 18.....	130
Figura 19.....	131
Figura 20.....	132
Figura 21.....	134
Figura 22.....	136
Figura 23.....	137
Figura 24.....	139
Figura 25.....	140
Figura 26.....	141
Figura 27.....	143
Figura 28.....	144
Figura 29.....	145
Figura 30.....	145
Figura 31.....	152
Figura 32.....	152
Figura 33.....	153
Figura 34.....	154
Figura 35.....	155
Figura 36.....	157
Figura 37.....	157
Figura 38.....	160

Através de uma palavra, houve uma ação.

Criação.

Uma imagem se fez e gerou infinitas possibilidades.

Realidades.

Que palavra ecoa hoje?

Que imagens vemos hoje?

Quais serão as possíveis realidades que estamos criando?

Introdução

O desenvolvimento humano é um processo multifacetado e dinâmico, influenciado por diversos fatores. Segundo Vygotsky (1991), trata-se de uma transformação contínua ao longo do ciclo de vida, construída dentro do contexto cultural do indivíduo. Esse processo é caracterizado por uma interação recíproca entre a pessoa e seu ambiente ao longo do tempo, sendo gradual e complexo. Envolve interações ativas do indivíduo com as pessoas, contextos e símbolos do ambiente imediato, como as experiências do cotidiano e as interações sociais e culturais (Bronfenbrenner, 1996).

A infância desempenha um papel fundamental nesse processo de desenvolvimento. Durante esse período, ocorrem importantes aquisições motoras, cognitivas, emocionais, sociais e adaptativas que contribuem para o amadurecimento dos circuitos cerebrais (Pires, 2017). Especialmente na primeira infância, que compreende do nascimento aos seis anos de idade (Brasil, 2002), ocorrem desenvolvimentos cruciais para a cognição da criança. É nesse período que importantes estruturas e circuitos cerebrais são formados, juntamente com a aquisição de capacidades fundamentais que serão essenciais para habilidades futuras mais complexas. O pleno desenvolvimento cognitivo e emocional geralmente atinge seu ápice no final da adolescência e início da vida adulta (Johnson, 1998).

Em meio ao cenário atual de globalização e conectividade, destaca-se que dentre as crianças pertencentes à geração Alpha, nascidas entre 2010 e 2025, 65% apresentam um vício em telas/dispositivos, demonstrando dificuldade em se distanciar deles, mesmo que por um período tão curto quanto 30 minutos (Fundação Maria Cecília Souto Vidigal, 2021). No entanto, é importante ressaltar que orientações médicas recomendam limitar o tempo de exposição das crianças a essas telas, conforme ilustrado na Tabela 1.

Tabela 1

Recomendação de Tempo de exposição das crianças às telas.

Faixa Etária	Tempo máximo de uso da Tela
0 a 2 anos	Sem telas
2 a 5 anos	1h por dia
6 a 10 anos	1 a 2h por dia

Fonte. Adaptado da Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP, 2019)

Apesar das recomendações médicas resguardar integralmente as crianças do uso de dispositivos eletrônicos é uma empreitada extremamente desafiadora e, na prática, pouco viável, considerando a onipresença desses dispositivos em praticamente todos os ambientes de convívio, como escolas, residências de familiares, shoppings, parques, entre outros. Contudo, os responsáveis podem desempenhar um papel ativo ao filtrar e selecionar criteriosamente o conteúdo ao qual as crianças são expostas, além de restringir o tempo de uso desses dispositivos.

Embora o impacto da exposição às telas seja objeto de considerável atenção acadêmica, com numerosas pesquisas já conduzidas sobre o tema, é relevante salientar que o enfoque preponderante costuma recair nas repercussões da interação física decorrente do uso excessivo desses dispositivos, vide a lista da Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP, 2019):

- Problemas de saúde mental: irritabilidade, ansiedade e depressão
- Transtornos do déficit de atenção e hiperatividade
- Transtornos do sono
- Transtornos de alimentação: sobrepeso/obesidade e anorexia/bulimia
- Sedentarismo e falta da prática de exercícios
- Bullying e cyberbullying
- Transtornos da imagem corporal e da autoestima
- Riscos de exposição à sexualidade, nudez, sexting, extorsão, abuso sexual, estupro virtual

- Comportamentos auto lesivos, indução e riscos de suicídio
- Aumento da violência, abusos e fatalidades
- Problemas visuais, miopia e síndrome visual do computador
- Problemas auditivos e perda auditiva induzida pelo ruído (PAIR)
- Transtornos posturais e musculoesqueléticos

Este estudo visa investigar os impactos não apenas da exposição indiscriminada às telas, mas também do conteúdo consumido por meio delas, indagando como as narrativas veiculadas em determinados canais influenciam o desenvolvimento socioemocional e cultural das crianças expostas a esses meios. Existe uma padronização da infância estimulada e moldada pelas novas mídias?

Para compreender as dimensões da identidade, é necessário conceituá-las. A identidade política (referente ao papel de cidadão), identidade social (relativa aos papéis sociais desempenhados, como pai, mãe, cônjuge, professor, entre outros), identidade cultural (que abrange aspectos de gênero, etnia, entre outros) e identidade econômica (relacionada ao papel de consumidor). Hall (2006) argumenta que as antigas identidades que historicamente estabilizavam o mundo social estão em declínio, dando lugar a novas identidades e fragmentando o indivíduo. Grossberg (1998) também analisa essas novas identidades e o desejo de pertencimento, ressaltando que essa busca por "pertencimento" tem sido influenciada pelo consumo, ou seja, pelas escolhas de produtos e estilos de vida. No entanto, esse desejo de afiliação social cria um paradoxo, pois, ao mesmo tempo em que as pessoas buscam se afirmar como indivíduos únicos, acabam adotando padrões de comportamento e consumo semelhantes aos dos grupos aos quais desejam pertencer. Além disso, Grossberg destaca que as mídias exercem um papel fundamental na formação das identidades sociais, moldando a percepção de unidade e diferença entre os indivíduos por meio das representações veiculadas.

A imersão digital das crianças brasileiras está ocorrendo cada vez mais cedo, com estudos revelando um aumento considerável no tempo de tela e na iniciação precoce à internet. O relatório Panorama Mobile Time/Opinion Box (2022) indica que o uso diário de telas chega a quase quatro horas. O crescimento do número de acessos à internet ainda na primeira infância está subindo de 11% em 2015 para 24% em 2023, segundo a pesquisa TIC Kids Online Brasil do NIC.br realizada com

crianças a partir dos 9 anos mas que responderam sobre quando iniciaram nas telas. O YouTube emerge como o serviço de vídeo online dominante, onde 78% das crianças e adolescentes brasileiros preferem assistir vídeos, e a presença de anúncios é amplamente notada, com 80% das crianças tendo visto publicidade na plataforma e 60% influenciadas a consumir os produtos anunciados, conforme os dados da KidsCorp (2023). De acordo com os dados da Kantar Ibope Media, o YouTube foi a plataforma de vídeo online mais assistida no Brasil em todo o ano de 2023. O Brasil se destaca no cenário global como o terceiro maior usuário do YouTube em 2023, com estatísticas do Statista indicando 144 milhões de visualizações apenas no primeiro mês do ano (2024). A pesquisa da Tubular (2023) destaca a popularidade do conteúdo infantil no YouTube, refletindo o interesse dos pais em entretenimento digital para seus filhos. Nas palavras do próprio texto da pesquisa: "Nossos placares mensais do YouTube mostram rotineiramente a popularidade global do conteúdo infantil. Pais de todo o mundo estão interessados em garantir que seus filhos estejam entretidos (ou talvez apenas distraídos)". O novo estudo, "Kids and the Screen: Changing the Channel" da Giraffe Insights e Precise TV (2022) também descobriu que 35% das crianças americanas de dois a doze anos só podem ser alcançadas através de plataformas digitais e que 70% das crianças relataram ter visto comerciais no YouTube em comparação com apenas 36% para TV aberta.

Dito isto, é inegável que as crianças estão cada vez mais expostas a um tempo excessivo diante das telas, uma realidade que, de acordo com a Sociedade Brasileira de Pediatria, acarreta graves consequências para sua saúde física e emocional. (SBP, 2019). Tal exposição tem sido associada ao desenvolvimento de uma série de distúrbios, cuja gravidade varia conforme a frequência e a duração da exposição. No entanto, ainda mais preocupante é o conteúdo ao qual as crianças estão sendo expostas durante esse tempo de tela. A maioria das vezes, tais conteúdos são selecionados pelo algoritmo das plataformas digitais, sem qualquer tipo de filtro humano ou regulamentação governamental para assegurar a produção adequada e a mediação apropriada para o público infantil.

Além disso, é importante considerar que um terço da audiência global do YouTube é composta por crianças, conforme evidenciado por uma pesquisa conduzida pelo TubeLab5 (2022). No contexto brasileiro, essa proporção é ainda

mais significativa, chegando a ser 300% maior do que a audiência adulta. Os canais do YouTube têm sido capazes de oferecer às crianças uma experiência similar à proporcionada pela televisão no passado, envolvendo elementos como som, imagem, movimento, cores e alto grau de interatividade. Esses atributos, combinados com uma forte conexão emocional com os youtubers e a sensação de proximidade, contribuem para cativar a fidelidade do público infantil. Essa constatação ressalta a influência substancial que os conteúdos digitais exercem sobre as crianças e a importância de se compreender e gerir adequadamente essa relação no contexto contemporâneo da mídia digital. (Brito; Dantas; Lins, 2023).

Neste contexto, a capacidade de influenciar crianças pequenas está intrinsecamente associada aos chamados influenciadores, indivíduos capazes de criar engajamento, gerar um grande número de seguidores, promover interações e influenciar comportamentos (IAB Spain em 2019). Estes influenciadores são categorizados em diferentes níveis: os nano-influenciadores, caracterizados por uma audiência modesta, porém fiel (entre 2 mil e 5 mil seguidores); os micro-influenciadores, reconhecidos por compartilharem conhecimentos específicos e angariarem notoriedade (entre 5 mil e 100 mil seguidores); os macro-influenciadores, que possuem uma comunidade de seguidores estabelecida e são considerados referências para muitos (entre 100 mil e 1 milhão de seguidores); e, por fim, os mega-influenciadores, que desfrutam de uma grande popularidade e produzem conteúdo em larga escala (com mais de 1 milhão de seguidores). Essa classificação reflete a diversidade e a extensão do impacto dos influenciadores nas plataformas digitais, especialmente no contexto das mídias sociais, onde exercem influência significativa sobre as crianças.

Faz-se necessário, portanto, compreender esta plataforma (Youtube), seus mecanismos e o padrão de consumo associado. Lançado em 2005, o YouTube está acessível em mais de 100 países e oferece suporte a 80 idiomas, o que reflete sua extensa base de usuários—mais de dois bilhões de usuários ativos mensais em 2020, representando aproximadamente um terço dos usuários de internet globais. Segundo dados disponibilizados pelo próprio YouTube, mais de 500 horas de vídeo são carregadas na plataforma a cada minuto, e os usuários consomem mais de um bilhão de horas de vídeo diariamente. A predominância do consumo via dispositivos móveis é significativa, com os usuários dedicando, em média, mais de

uma hora diária a vídeos do YouTube em seus dispositivos móveis. O ano de 2018 registrou um aumento de 60% no tempo de visualização em comparação ao ano anterior, marcando o crescimento mais acelerado do YouTube nos últimos dois anos.

O YouTube, conforme classificado pelo Ranking Alexa, ocupa o segundo lugar como o site mais visitado globalmente, superado apenas pelo Google, que é seu proprietário. O sistema de ranqueamento da Alexa é uma subsidiária da Amazon.com e avalia a popularidade dos sites com base em seu tráfego na web.

Em 2006, o Google realizou sua segunda maior aquisição ao comprar o YouTube por 1,65 bilhão de dólares. Na época, essa compra foi vista com ceticismo por muitos analistas, que consideraram o preço exorbitante. No entanto, a percepção mudou quando o Facebook adquiriu o Instagram por uma quantia semelhante.

Dez anos após a aquisição, em 2016, a compra do YouTube foi vista como uma das aquisições mais astutas na história da tecnologia de consumo, conforme relatado pelo The Ringer. Naquele mesmo ano, o Bank of America Merrill Lynch avaliou o YouTube em mais de 70 bilhões de dólares, embora houvesse incertezas sobre o nível exato de lucratividade da plataforma. Mark Mahaney da RBC Capital sugeriu que o YouTube poderia estar gerando receitas anuais de cerca de 10 bilhões de dólares, com um crescimento de até 40% ao ano, destacando-o como um dos ativos mais sólidos e valiosos na internet.

De acordo com o blog oficial do Youtube, desde 2017, o número de criadores de conteúdo que ganham cinco dígitos anuais na plataforma aumentou 35%, e aqueles que ganham seis dígitos cresceram 40%, principalmente devido às receitas de anúncios. A política do YouTube de desenvolver e diversificar seus produtos tem sido agressiva, apoiando especialmente os criadores de conteúdo que alcançam altas visualizações e geram significativo retorno financeiro.

Considerando as evidências, percebe-se que na atualidade, não apenas se vive em uma era conectada, mas também em uma era em que as crianças são formadas pela mídia, num consumo em alto volume de vídeos e alta frequência de exposição aos conteúdos. Neste cenário, que ressoa com a "sociedade do cansaço" descrita por Han (2015), o acesso imediato ao entretenimento através de

dispositivos móveis surge como um meio conveniente de relaxamento. No entanto, essa conveniência também pode se revelar uma armadilha isolante, afastando pais, filhos e os indivíduos de experiências mais palpáveis e sensorialmente ricas. A vida, de fato, parece ter se "plataformizado", tornando tudo facilmente acessível com apenas um clique.

De modo geral, o termo narrativa audiovisual pode ser compreendido como uma forma de contar histórias utilizando elementos de áudio e vídeo. Esta forma de narrativa vai além do ambiente do cinema, englobando uma gama mais ampla de contextos e plataformas. O processo de construção de uma narrativa audiovisual inclui a escolha criteriosa da montagem, trilha sonora e ritmo de corte, que são essenciais para dirigir a interpretação e o impacto emocional sobre o espectador, seja induzindo suspense, surpresa ou humor. O efeito sinestésico criado pela combinação desses elementos visa não apenas engajar o público, mas também provocar uma reação sensorial e emocional (Aumont, 2008).

A tela é frequentemente descrita como uma janela para a vida, oferecendo um vislumbre do mundo ao espectador. Bazin (2014) postulou que o cinema serve como uma revelação, tanto do mundo para o homem quanto do próprio homem para si. O cinema e as narrativas audiovisuais são reconhecidos por seu potencial como ferramentas educacionais e experiências de imersão. Eles permitem ao espectador identificar-se com personagens e situações, projetando-se em diversos cenários e estados emocionais que ressoam com suas próprias experiências e realidades. Ou seja, a tela parece insinuar uma sorte de simbiose, um sistema que tende a integrar o fluxo do filme no fluxo psíquico do espectador” (Morin, 2003).

No contexto da "sociedade do desempenho" (Han, 2015) e da busca constante por alta produtividade, a oferta de conteúdos audiovisuais é abundante, sendo recomendados pelo algoritmo um após o outro. No entanto, é fundamental questionar mais do que as telas, a natureza desses conteúdos e como eles impactam a identidade, a cultura e o desenvolvimento emocional, social e cognitivo de um público que, nesse cenário, se mostra especialmente vulnerável: as crianças. Se a tela é considerada uma janela para a vida, uma revelação do mundo para o homem, ou antes, do homem para o próprio homem. (Bazin, 2014), o peso do que é transmitido através da tela para a infância é ainda mais crítico. Durante os primeiros

anos de vida, as crianças estão em uma fase de aprendizado intenso e modelagem comportamental, e a telas, com suas narrativas envolventes, pode se tornar uma fonte primária de informação sobre o mundo e como funcionam as relações sociais. Marie Winn, em sua obra "The Plug-In Drug: Television, Computers, and Family Life" (1977), já argumentava que a exposição prolongada à televisão podia levar as crianças a aceitar as narrativas e representações da tela como refletindo a realidade do mundo, limitando assim sua capacidade de desenvolver uma compreensão crítica do mundo ao seu redor.

Como mãe de duas crianças na faixa etária da primeira infância e profissional atuante na indústria audiovisual, com experiência na criação de programas de ficção voltados para o público infantil, este estudo surge do desejo de compreender o significativo sucesso e, simultaneamente, o impacto substancial das novas narrativas audiovisuais "plataformizadas" no desenvolvimento socioemocional e cultural das crianças em meio ao contexto econômico neoliberal vigente.

Esta pesquisa se apresenta como uma contribuição para o campo acadêmico, uma vez que a maior parte das investigações existentes sobre o tema se concentra nas áreas da medicina, psicologia e educação, abordando principalmente os efeitos das telas na saúde física, biológica e psicológica das crianças. No entanto, é imperativo direcionar a atenção não só para a exposição de telas, mas principalmente para os conteúdos veiculados nelas, uma vez que são esses conteúdos que transmitem os signos do novo sistema operante de forma massificada, sendo amplamente consumidos e reproduzidos. Compreender como a exposição frequente a esses conteúdos, não apenas por meio de vídeos, mas também por meio de produtos associados, impacta o comportamento, a visão de mundo, a cultura e a identidade das crianças torna-se essencial para entender se de fato estamos diante de um processo de padronização da infância.

A investigação acadêmica aqui delineada adota uma perspectiva interdisciplinar, integrando o contexto político, histórico e econômico para entender como tais fatores influenciam a vida social, desde interações humanas e tecnológicas até hábitos de consumo e emergência de novos paradigmas culturais.

O contexto econômico é de suma relevância pois não só reflete, como conduz os rumos da história, do desenvolvimento e fomenta a cristalização de regimes e padrões.

É imprescindível também compreender o conceito de infância e como ele se transformou ao longo dos séculos e revoluções. Seguindo as teorias de desenvolvimento humano de Vygotsky, pode-se descortinar as etapas deste processo, pautada numa troca relacional e num ciclo contínuo. A partir destes dois conceitos fundamentados, a pesquisa se propõe a delinear a economia política da infância (Hart & Boyden, 2018), examinando um mercado bilionário motivado não pela diversão, tão pouco educação, mas pelo lucro. O foco é no conteúdo massificado, avaliando sua adequação e impacto, pois não só produtos são comercializados, mas também ideais, aspirações e padrões comportamentais que influenciam e manipulam o consumo. (Linn, 2006). Em meio a sociedade do cansaço (Han, 2015), cidadãos exaustos clicam botões sem ao menos pensar. Na nova prateleira do mercado estão os dados pessoais. No capitalismo de vigilância, o roubo de dados acontece em qualquer hora do dia em letras miúdas. (Zuboff, 2020). Em meio a qualquer atividade rotineira, com a alta conectividade e casas inteligentes, a vida é monitorada continuamente. Este cenário expõe um ciclo vital que é monetizado, desde o nascimento até a morte, permeado por narrativas, procedimentos e indústrias que sustentam a vida e adiam o fim.

Com o intuito de entender os impactos socioemocionais e culturais da exposição dos conteúdos das novas narrativas audiovisuais infantis 'plataformizadas', esta pesquisa realizou uma revisão sistemática da literatura sobre o tema, a fim de compilar e avaliar as descobertas acadêmicas existentes e dados que pautassem e conduzissem os novos questionamentos acerca das evoluções das mídias, narrativas, interações e seus impactos na infância. A pesquisa também realizou uma análise de conteúdo e selecionou 12 canais infantis de maior visualização no youtube, 6 canais internacionais e 6 canais nacionais. Destes 12, foi selecionado o canal infantil de maior visualização do mundo e o de maior visualização no Brasil e através de critérios descritos na pesquisa foi realizada uma análise de discurso de dois vídeos de cada canal através do software IRaMuTeQ.

O objetivo geral deste estudo é compreender como o sistema capitalista contemporâneo influencia a produção dos conteúdos audiovisuais 'plataformizados' infantis brasileiros. Para isso, foram estabelecidos alguns objetivos específicos, como apresentar uma visão geral da formação do neoliberalismo e seus impactos na sociedade atual, detectar se há de fato um processo de padronização da infância em meio ao contexto econômico vigente, identificar o verdadeiro responsável pelo conteúdo e exposição massiva das novas narrativas audiovisuais infantis presentes em diversos canais do Youtube e compreender as possíveis soluções para o problema existente relacionado aos impactos dos conteúdos dos canais infantis do YouTube no desenvolvimento e visão de mundo das crianças.

A metodologia adotada incluiu uma Revisão Sistemática da Literatura (RS), que seguiu protocolos rigorosos para proporcionar uma compreensão aprofundada de um determinado tópico por meio da análise de um amplo conjunto de documentos que apresentam diversas perspectivas sobre o assunto em questão (Galvão & Ricarte, 2019). Devido à sua natureza sistemática e reproduzível por outros pesquisadores, este método reduz significativamente os vieses de um levantamento bibliográfico, sendo reconhecido como seguro no contexto científico e o mais indicado para aprofundar o conhecimento sobre determinada área (McInnes, et al., 2018).

Além disso, foi realizada uma análise de conteúdo de 12 canais infantis da plataforma de vídeos online YouTube, considerando os critérios de maior visualização e número de inscritos no canal. Foram selecionados os seis maiores canais infantis em nível global e seis em nível nacional, com o intuito de identificar padrões de homogeneização estética, de conteúdo e de discurso. Adicionalmente, uma análise de discurso foi conduzida utilizando o software IRaMuTeQ, empregando técnicas de análise como nuvem de palavras e similitude. Os detalhes metodológicos e os resultados deste estudo serão expostos e discutidos mais profundamente no Capítulo 5.

Capítulo I. A formação do Neoliberalismo e seus Impactos na Sociedade Atual: Uma Visão Geral

Ao longo da história, o sistema capitalista evoluiu e se consolidou, moldando as estruturas sociais e econômicas desde suas origens feudais até os estágios avançados de industrialização. O sistema capitalista é uma estrutura econômica fundamentada na propriedade privada dos meios de produção, na busca por lucratividade e na distribuição de recursos através do mercado. Ele enfatiza a competição entre empresas e o papel do lucro como motor da atividade econômica (Schumpeter, 1961). Este sistema é caracterizado por mudanças constantes e desenvolvimento tecnológico, impulsionados pelo empreendedorismo e pela competição, mas também pela tendência à concentração de riqueza nas mãos de poucos.

Schumpeter enfatizou o papel do empreendedorismo, da inovação e da competição na dinâmica do sistema capitalista. Já Marx, além de destrinchar todas as fases de elaboração e solidificação deste sistema em todas as suas transações e concentrações, evidencia que o capitalismo só se sustenta através da exploração do trabalhador.

Como Marx (Marx, [1867/2013]) afirmou, o capital não é uma coisa, mas uma relação social entre pessoas, intermediada por coisas. Giddens (1991) definiu o capitalismo como um sistema de produção de mercadorias centrado na relação entre a propriedade privada do capital e o trabalho assalariado, onde esta relação forma o eixo principal de um sistema de classes.

Polanyi (1944) oferece uma análise profunda das transformações históricas das instituições e relações econômicas, desde as sociedades pré-capitalistas até os estágios iniciais da economia de mercado, destacando a importância de compreender esses processos para entender o sistema econômico atual. A evolução econômica foi cuidadosamente concebida como parte de um projeto político e ideológico que culminou no neoliberalismo, ressaltando a interconexão entre os estágios do desenvolvimento econômico, as decisões políticas e as ideologias

predominantes. Eventos como revoluções e guerras têm impacto duradouro na estruturação do sistema econômico global (Harvey, 2005).

Giddens (1991), por sua vez, explora as transformações culturais e sociais, investigando como eventos como as Revoluções Industriais, guerras e a modernidade influenciaram a identidade e o comportamento dos cidadãos contemporâneos, afetando suas formas de consumir, se relacionar e suas identidades. Estas mudanças foram marcadas por uma maior ênfase na individualização e autonomia dos indivíduos, influenciadas pela ascensão do capitalismo industrial. O consumo, por exemplo, passou a ocupar um papel central na identidade pessoal e na expressão social, refletindo a influência do sistema econômico nas vidas das pessoas. Além disso, as guerras do século XX tiveram um impacto significativo, desencadeando mudanças políticas, sociais e econômicas profundas em todo o mundo. Esses conflitos moldaram as estruturas e dinâmicas globais, afetando as relações entre países e dentro das próprias nações.

A globalização, por sua vez, facilitou uma interconexão sem precedentes entre as sociedades, permitindo o fluxo de informações, pessoas, bens e serviços em escala global. No entanto, ao mesmo tempo em que promoveu uma cultura globalizada, a globalização também destacou as disparidades econômicas entre diferentes regiões do mundo. Na era da pós-modernidade, as certezas e estruturas tradicionais foram desafiadas, levando a uma maior fragmentação e diversidade na forma como as pessoas se relacionam e se identificam. Este período é caracterizado por uma pluralidade de perspectivas e experiências, refletindo a complexidade e fluidez das identidades individuais e coletivas. (Giddens, 1991)

O neoliberalismo, ao maximizar o lucro e minimizar a intervenção estatal na economia, concentra o poder nas mãos de grandes corporações. Chomsky (1988) discute o conceito de "manufacturing consent", destacando como a mídia molda percepções públicas para servir aos interesses corporativos, promovendo um padrão de consumo desenfreado que favorece as empresas em detrimento do jornalismo investigativo e da busca pela verdade.

Shoshana Zuboff (2020) examina a emergência do capitalismo de vigilância, destacando a coleta maciça de dados e a vigilância algorítmica como instrumentos cruciais para o controle e manipulação dos comportamentos individuais e coletivos. Paralelamente, Lawrence Grossberg (2005) investiga o papel da mídia na construção das identidades na cultura de massa, ressaltando sua influência na formação das percepções individuais e coletivas, em consonância com as ideias de Chomsky.

É necessário, contudo, esclarecer que a cultura de massa atualmente opera de modo diferenciado, tanto quanto o sistema busca valorizar para vender (Deuze, 2012). Tradicionalmente, como analisado por Chomsky, a cultura de massa focava na uniformidade e na influência dominante de grandes mídias e corporações sobre as massas. No entanto, com o advento da internet e das mídias sociais, emergiram subculturas ou nichos que, apesar de fazerem parte da "massa", possuem características e interesses distintos (Deuze, 2012). Mark Deuze, em "Media Life" (2012), discute como a vida moderna é imersa na mídia de uma maneira que torna as fronteiras entre "massa" e "nicho" porosas. Ele propõe que as pessoas hoje não apenas consomem mídia, mas vivem através dela, participando ativamente na criação de conteúdo e na formação de subculturas.

Este envolvimento ativo permite uma nova forma de engajamento cultural e social. Um exemplo metafórico significativo para este tipo de sociedade é o fenômeno "Silent Disco", onde os participantes da festa dançam ao som de música recebida diretamente em fones de ouvido. A música é transmitida via transmissor FM, com o sinal sendo captado por receptores de fone de ouvido sem fio usados pelos participantes da festa silenciosa, muitas vezes ouvindo diferentes fluxos de música individualizados enquanto dançam juntos (Deuze, 2012). Essa sugestão de estar juntos e divertir-se muito, ainda que isoladamente em sua experiência, captura a noção de uma vida vivida na mídia, onde as pessoas estão mais conectadas do que nunca (Deuze, 2012). Cada um com sua música nichada, mas todos parte de uma grande massa.

Na sociedade do desempenho e alta produtividade, o nicho também é um mercado a ser massivamente explorado comercialmente. Uma sociedade que se

aproveita até do discurso da diferença para 'nichar' o diferente, precificar e comercializar. Como argumenta Han (2015), até a quebra de padrão vira um padrão. O nicho e a personalização só existem porque vende e tudo o que gera lucro, será massificado para gerar cada vez mais lucro.

A padronização na cultura de nicho, segundo a lógica de Ritzer, pode ser vista na maneira como até mesmo produtos ou experiências destinados a nichos específicos são produzidos em massa, utilizando processos e fórmulas que minimizam custos e maximizam a uniformidade (Ritzer, 2004). Este processo reflete o que Ritzer chama de "McDonaldisação", um termo que ele desenvolve em suas obras, referindo-se à aplicação dos princípios de fast food em vários aspectos da sociedade (Ritzer, 2004). Isso sugere que, apesar da aparência de diversificação e personalização, muitas experiências de consumo ainda são construídas sobre fundamentos de padronização que caracterizam a cultura de massa.

Este capítulo tem como objetivo analisar a evolução do sistema econômico-político em direção ao neoliberalismo contemporâneo, considerando as reflexões de diversos autores. Também busca-se compreender o aumento do controle e poder exercido sobre os cidadãos com o avanço das novas mídias e tecnologias. Isso é relevante para compreender a padronização do consumo, incluindo o contexto da infância, objeto de estudo desta dissertação. Tal contexto tem contribuído para a perpetuação de uma cadeia de subempregos e escassez, resultando em exaustão extrema nos indivíduos e uma crescente aceitação de uma cultura de massa padronizada, promovida pelas grandes empresas de tecnologia que lucram com a coleta de dados e a indução de padrões de consumo e identidades.

Diante desta introdução que aborda os principais aspectos deste capítulo, torna-se necessário elaborar uma análise sistemática da linha temporal das revoluções históricas e econômicas, as quais contextualizam o âmbito desta investigação. Através deste delineamento temporal, pretende-se elucidar de maneira didática os processos e avanços do sistema político-econômico até os dias atuais, visando compreender os impactos propositais desse sistema no controle e na manipulação dos cidadãos, inclusive das crianças, dentro de uma perspectiva global e predominantemente voltada para a maximização do lucro.

Figura 1. Linha do tempo da história da economia.



Fonte: Elaboração própria com base na bibliografia histórico-econômica.

1.1. Sobre a Origem do Capitalismo

A transição do feudalismo para o capitalismo, como destacado por Polanyi (1944), não ocorreu de forma suave, mas sim como uma "Grande Transformação". Durante o período feudal, a economia estava integrada à sociedade de maneira orgânica, com relações sociais e políticas moldando as atividades econômicas. A ascensão da economia de mercado representou uma ruptura fundamental nesse modelo, introduzindo a ideia de que o trabalho e a terra poderiam ser tratados como commodities para serem compradas e vendidas no mercado aberto. Polanyi argumenta que o sistema feudal era baseado em relações sociais e econômicas que não eram regidas pelo mercado, mas sim por obrigações e deveres mútuos entre senhores feudais e camponeses. Os camponeses cultivavam a terra dos senhores feudais em troca de proteção e acesso aos recursos necessários para sua subsistência, enquanto os senhores feudais ofereciam segurança e justiça em troca dos serviços prestados pelos camponeses (Polanyi, 1944).

Braudel (1996) expande essa visão ao descrever os diferentes níveis de transações comerciais que caracterizavam a economia antes do surgimento do capitalismo moderno. No nível mais superficial, durante o período feudal, a economia de subsistência predominava, com trocas frequentemente conduzidas em mercados locais e regionais. O valor estava mais associado aos bens e serviços necessários para a sobrevivência do que ao acúmulo de moeda. As feiras e mercados sazonais representavam um nível intermediário, onde ocorriam trocas comerciais mais significativas e complexas, ampliando as redes comerciais além das comunidades locais. Por fim, Braudel aponta para as estruturas econômicas de longo prazo como o nível mais profundo de análise, destacando os sistemas de produção agrícola e as relações sociais e políticas enraizadas ao longo do tempo, que formavam a base da economia feudal e pré-capitalista. Essas estruturas influenciavam diretamente as dinâmicas econômicas e sociais da época.

Com a descoberta de novas rotas marítimas e a expansão do comércio, surgiram novas atividades econômicas que redefiniram o entendimento sobre valor e capital. Esse período foi caracterizado pelo surgimento de uma classe mercantil ascendente, cujo principal objetivo era obter lucros por meio do comércio de mercadorias e da acumulação de capital. No entanto, o crescimento das cidades, das feiras comerciais e do progresso econômico também trouxe consigo a desigualdade e a necessidade de uma nova mentalidade para a sobrevivência em uma nova sociedade em formação.

À medida que a economia mercantil se expandia para novas áreas e atividades, ocorriam mudanças significativas nos mercados, nas fronteiras e nas atividades econômicas básicas. O dinheiro desempenhava um papel crucial nesse processo, sendo utilizado não apenas para transações comerciais, mas também como símbolo de status e ascensão social. Essa mudança de mentalidade, onde o dinheiro se tornava o centro das relações econômicas, facilitava as adaptações à sociedade em transformação, mas nem sempre beneficiava os mais pobres. (Braudel, 1996)

Polanyi (1944), por sua vez, contribuiu para a compreensão dessa transição ao analisar as "três fictícias mercadorias" que foram essenciais para a ascensão do

capitalismo a partir do feudalismo: trabalho, terra e dinheiro. Ele argumenta que, durante esse processo de transição, esses elementos foram transformados em mercadorias sujeitas às leis do mercado, resultando em mudanças profundas nas relações sociais e econômicas. A introdução do sistema fabril em uma sociedade comercial exigia que esses elementos fossem disponibilizados para compra e venda no mercado, marcando uma mudança fundamental na organização econômica e social da época.

1.2 Uma Introdução sobre Capital

Sobre O Valor

De acordo com Marx ([1867]2013), a utilidade de uma coisa faz dela um valor de uso. Sabe-se que o valor de uso de uma mercadoria refere-se à sua utilidade prática, ou seja, à capacidade que ela tem de satisfazer uma necessidade humana. Por outro lado, o valor de troca de uma mercadoria é determinado pelas relações de mercado e pela quantidade de trabalho socialmente necessário para produzi-la. Esse valor é independente da utilidade prática da mercadoria. Desse modo, ao ignorarmos sua utilidade prática, resta apenas o valor de troca como seu determinante principal. Assim, o que une as mercadorias em sua relação de troca não é sua utilidade, mas sim seu valor, conforme definido pelas condições do mercado e pelo trabalho humano envolvido em sua produção.

Assim, um valor de uso ou bem só possui valor porque nele está objetivado ou materializado trabalho humano abstrato. Mas como medir a grandeza de seu valor? Por meio da quantidade de “substância formadora de valor”, isto é, da quantidade de trabalho nele contida. O trabalho que constitui a substância dos

valores é trabalho humano igual, dispêndio da mesma força de trabalho humana.

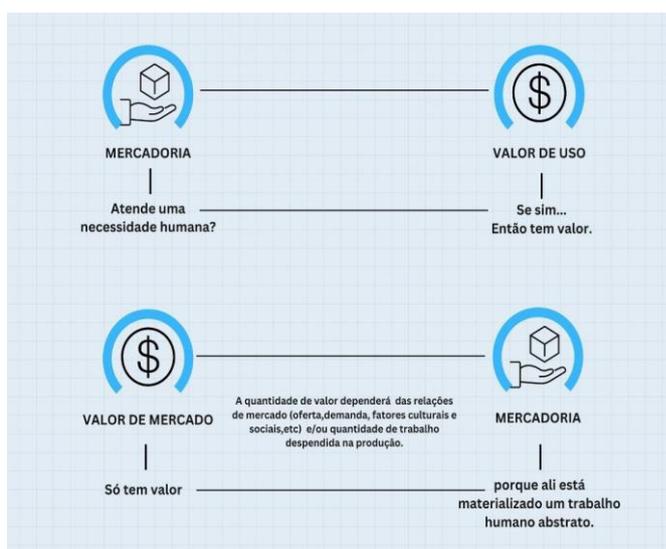


Figura 2. Sobre o Valor

Fonte: Elaboração própria, baseada nos conceitos adaptados da obra O capital: Crítica da economia política. Marx, K. (2013).

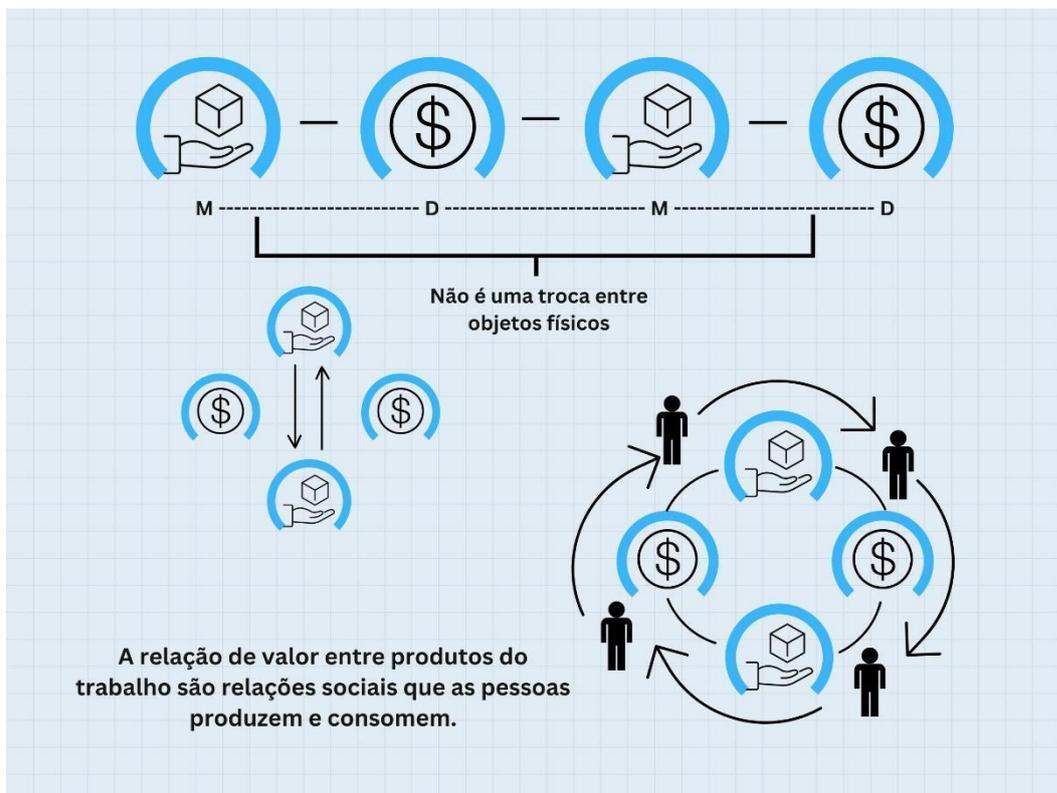
Sobre Mercadoria

O produto do trabalho é, em todas as condições sociais, objeto de uso, mas só se torna uma mercadoria em um estágio específico de desenvolvimento histórico. Esse estágio ocorre quando o esforço despendido na produção de algo útil é percebido como uma qualidade "objetiva" desse objeto, ou seja, seu valor. Como resultado, a forma simples de valor da mercadoria é também a forma simples da mercadoria resultante do trabalho. Assim, o desenvolvimento da forma da mercadoria ocorre simultaneamente com o desenvolvimento da forma de valor. (Marx, [1867/2013]).

O mistério que envolve a mercadoria não surge de sua utilidade prática nem das características específicas que determinam seu valor. Marx enfatiza que, independentemente da diversidade de tarefas realizadas ou dos produtos fabricados, todas essas atividades têm em comum o fato de envolverem a utilização do organismo humano no trabalho. Isso inclui o uso do cérebro, dos nervos, dos músculos, etc. Marx destaca que, apesar das diferenças entre os tipos de trabalho, todos eles demandam esforço humano, físico e mental, sendo essa a verdadeira essência do valor. Esta é uma compreensão fundamental do trabalho como uma atividade que envolve o corpo humano, independentemente de sua forma ou conteúdo específico.

Sobre a natureza da relação entre mercadorias e o valor que elas representam, Marx destaca que, embora a troca de mercadorias possa parecer uma relação entre objetos físicos, a forma como o valor das mercadorias é determinada e como elas se relacionam umas com as outras na economia não está relacionada apenas às suas características físicas ou às relações materiais entre elas. Ou seja, a forma-mercadoria e a relação de valor entre produtos do trabalho são, na verdade, relações sociais entre as próprias pessoas que produzem, trocam e consomem essas mercadorias.

Figura 3. Sobre a Mercadoria



Fonte: Elaboração própria, baseada nos conceitos adaptados da obra *O capital: Crítica da economia política*. Marx, K. (2013).

Na sociedade capitalista, as pessoas tendem a atribuir um valor misterioso e independente às mercadorias, separando-as de sua origem social e do trabalho humano envolvido em sua produção, o que Marx chamou de fetiche, ou feitiço.

Ao que Baudrillard, na obra "A Sociedade de Consumo" (1995), complementa, argumentando que os valores das mercadorias não são simplesmente determinados por sua utilidade ou trabalho incorporado, mas são moldados principalmente pela cultura do consumo e pela sociedade de massa. Ele sugere que as mercadorias adquirem valor não apenas pelo que oferecem em termos de funcionalidade, mas também pelo significado simbólico e pela imagem associada a elas. As mercadorias se tornam símbolos de status, identidade e pertencimento social, influenciando assim a demanda e o valor atribuído a elas. Em uma sociedade de consumo avançada, o valor das mercadorias é cada vez mais determinado pela sua capacidade de satisfazer os desejos e aspirações criados pela publicidade, pela cultura popular e pela mídia de massa.

Em meio a todo esse fetichismo, o que mais interessa aos participantes do sistema econômico é a quantidade de produtos que podem obter em troca por seus próprios produtos, ou seja, as proporções nas quais as mercadorias são trocadas. Isso reflete a dinâmica da economia de mercado, onde o valor das mercadorias é expresso em termos de sua relação de troca no mercado (Marx, [1867/2013]).

O fluxo do dinheiro segue um padrão constante e repetitivo, caracterizado por um processo monótono. Na transação comercial, a mercadoria está sempre do lado do vendedor, enquanto o dinheiro está do lado do comprador, atuando como meio de pagamento. O dinheiro desempenha seu papel como meio de pagamento ao liquidar o valor da mercadoria.

Ao analisar esse ciclo de trocas, Marx percebe que quando uma mercadoria é substituída por outra, esta troca não parece ser impulsionada pela própria transformação das mercadorias, mas sim pela função do dinheiro como meio de circulação. O dinheiro atua como um facilitador da movimentação das mercadorias, permitindo que elas mudem de mãos de uma maneira eficiente. Quando uma mercadoria é vendida, o dinheiro é recebido em troca, transferindo a posse da mercadoria para o comprador. O dinheiro então assume o papel de uma mercadoria na próxima transação, sendo utilizado para comprar outra mercadoria.

É preciso notar que esse processo ocorre em direção oposta ao fluxo do dinheiro. Enquanto o dinheiro é constantemente transferido entre os agentes econômicos, as mercadorias estão sendo retiradas do mercado e consumidas. Isso cria um movimento cíclico em que o dinheiro continua circulando, enquanto as mercadorias são retiradas da esfera de troca e utilizadas. Marx enfatiza que, embora as mercadorias sejam o foco principal das transações comerciais, é o dinheiro que desempenha um papel fundamental na facilitação desse processo. A circulação de mercadorias representa o ponto de partida do processo de acúmulo de capital. No século XVI, o surgimento do comércio e dos mercados globais marcam o início da era moderna do capitalismo.

A forma primária de circulação de mercadorias é representada pela sequência M-D-M (mercadoria-dinheiro-mercadoria), onde ocorre a venda de mercadorias em troca de dinheiro, seguida pela reconversão desse dinheiro em mercadorias, isto é, vender para comprar. No entanto, ao lado dessa forma, existe

uma segunda modalidade, significativamente distinta, representada pela sequência D-M-D (dinheiro-mercadoria-dinheiro), que envolve a conversão de dinheiro em mercadorias e posterior reconversão dessas mercadorias em dinheiro, ou seja, comprar para vender. O dinheiro que circula nesse último processo se transforma em capital, assumindo uma função capitalista intrínseca, e, de acordo com essa determinação, é considerado capital (Marx, [1867/2013]).

O conceito de mais-valia é uma pedra angular na teoria econômica de Marx, introduzido em "O Capital", no contexto da Revolução Industrial e do advento do capitalismo industrial. Este período testemunhou transformações substanciais nas relações de produção, marcadas pela ascensão da classe capitalista, detentora dos meios de produção, e da classe trabalhadora, que vendia sua força de trabalho em troca de salários. A teoria da mais-valia de Marx visa elucidar o processo pelo qual os capitalistas geram lucros através da exploração do trabalho excedente dos trabalhadores assalariados, uma exploração que constitui uma característica intrínseca do capitalismo. A análise de Marx revela que a compra da força de trabalho pelo capitalista leva ao emprego dessa força em produzir bens ou serviços, e destaca um período adicional de trabalho, além do necessário, que não beneficia diretamente o trabalhador, mas gera mais-valor para o capitalista. Essa dinâmica é descrita como "tempo de trabalho excedente" ou "mais-trabalho", e a taxa de mais-valia é apresentada como um indicador preciso da exploração da força de trabalho (Marx, [1867/2013]).

No cenário contemporâneo, a exploração do trabalho e a apropriação da mais-valia se manifestam com maior visibilidade devido aos avanços tecnológicos e à pressão crescente por produtividade. Han (2015) discute essa condição na "Sociedade do Cansaço", onde a divisão entre o trabalho e o descanso se dissolve, levando a uma cultura de exaustão física e mental. A pesquisa da Oracle e Workplace Intelligence envolvendo 12 mil trabalhadores em 11 países, inclusive com dados sobre os brasileiros trabalhando 40 horas extras por mês, reforça a visão de Han sobre a permanente conexão e a dificuldade de desconexão enfrentada pelos trabalhadores na sociedade atual (Han, 2015).

1.3

A Primeira Revolução Industrial e o Capitalismo Industrial

Contexto Histórico

Entender a Primeira Revolução Industrial demanda uma análise detalhada do contexto e dos fatores que impulsionaram sua ocorrência, iniciada no final do século XVIII, predominantemente na Grã-Bretanha, e se estendendo até a metade do século XIX. Este período foi marcado por transformações socioeconômicas significativas que pavimentaram o caminho para a industrialização.

A expansão marítima europeia desencadeou tanto a Revolução Agrícola quanto a Comercial. Na Inglaterra do século XVIII, a Revolução Agrícola foi caracterizada pela adoção de novas técnicas agrícolas, levando a um aumento significativo na produtividade e gerando uma força de trabalho excedente disponível para a nascente indústria.

Em "A Era das Revoluções" (Hobsbawm, 1981), a Revolução Agrícola é destacada como um evento crucial na transição para a sociedade industrial, originária da Inglaterra do século XVIII e com impactos profundos no ambiente econômico, social e político. Hobsbawm (1981) salienta a introdução de técnicas inovadoras como a rotação de culturas, seleção de sementes e uso de maquinário agrícola, que elevaram a produtividade agrícola e permitiram a produção de excedentes alimentares. Esse cenário estimulou o crescimento dos mercados interno e externo, impulsionando o desenvolvimento econômico e a expansão comercial.

As mudanças na agricultura alteraram as relações de trabalho e a estrutura social rural, com a redução da demanda por mão de obra agrícola propiciando a migração para centros urbanos e o surgimento de uma classe trabalhadora urbana, típica da sociedade industrial. Para a aristocracia rural, o aumento da produtividade resultou em lucros maiores e acumulação de terras, reforçando sua posição social privilegiada. Paralelamente, essa elite expandiu seus interesses econômicos e políticos, influenciando além das fronteiras nacionais (Hobsbawm, 1981).

Em "Civilização Material, Economia e Capitalismo: Séculos XV-XVIII" (Braudel, 1996), é feita uma análise aprofundada da expansão marítima europeia e

seu impacto significativo na Revolução Comercial. Essa era é vista como um período de intensa exploração e descobertas navais, com potências europeias em busca de novas rotas e oportunidades comerciais. A importância das novas rotas para o Oriente e o Novo Mundo, que expandiram o comércio internacional e facilitaram o intercâmbio cultural, é enfatizada.

A colonização de territórios no Novo Mundo, África, Ásia e Oceania é destacada como um elemento chave na Revolução Comercial, proporcionando acesso a recursos abundantes, mão de obra barata pelo comércio de escravos e novos mercados para produtos europeus. Além disso, o papel do comércio de especiarias, tecidos, metais preciosos e escravos nas rotas marítimas é examinado, ressaltando sua cobiça e valorização pelos europeus.

A expansão comercial impulsionou o desenvolvimento do sistema financeiro, incluindo bancos, bolsas de valores e seguros marítimos, que forneceram o capital necessário para novas empreitadas comerciais e investimentos em infraestrutura. Essas transformações contribuíram para o crescimento de cidades portuárias e comerciais, transformando-as em centros urbanos prósperos e cosmopolitas, e provocaram mudanças sociais marcantes, levando ao surgimento de uma nova ordem econômica e social. Este período foi fundamental para a ascensão do capitalismo mercantil e a emergência da burguesia comercial (Braudel, 1996).

A contextualização dos eventos que antecederam a Primeira Revolução Industrial revela a importância da Revolução Científica dos séculos XVI e XVII, caracterizada pelos avanços de cientistas como Galileu Galilei, Isaac Newton e Francis Bacon. Esta era marcou uma reavaliação profunda dos paradigmas científicos e impulsionou o desenvolvimento de teorias e métodos que transformaram a compreensão do universo (Hobsbawm, 1981). A aplicação dessas descobertas científicas na tecnologia foi crucial para a Revolução Industrial, com inovações como a máquina a vapor derivando diretamente dos princípios da mecânica newtoniana.

Além disso, a adoção do método científico promoveu o desenvolvimento de novas técnicas de produção e processos industriais, sublinhando a importância do

pensamento racional e eficiente para o avanço tecnológico (Hobsbawm, 1981). A Revolução Científica não apenas preparou o terreno para a Revolução Industrial, mas também forneceu as bases teóricas e práticas necessárias para a inovação tecnológica que caracterizou este período.

Paralelamente, a Reforma Protestante, iniciada por Martinho Lutero em 1517, trouxe mudanças significativas para a estrutura social, política e econômica da Europa, incentivando valores que promoveram uma mentalidade empreendedora e capitalista essencial para a Revolução Industrial. A ética protestante, destacada por Max Weber, valorizava a acumulação de riqueza como indicativo de bênção divina, moldando uma ética de trabalho que favoreceu o desenvolvimento do capitalismo (Weber, 2004).

As tensões resultantes das divergências religiosas, exemplificadas pela Guerra dos Trinta Anos, enfraqueceram o poder da Igreja Católica, promovendo uma maior autonomia para empresários e mercadores. Este contexto facilitou o crescimento do comércio e o investimento em novas tecnologias, estabelecendo as condições para transformações sociais e econômicas que apoiaram o advento da Revolução Industrial (Hobsbawm, 1981; Weber, 2004).

A crítica à concepção de que o avanço do capitalismo europeu decorreu unicamente da racionalidade e dos progressos científicos revela uma compreensão mais profunda das dinâmicas históricas e econômicas. Argumenta-se contra a simplificação do capitalismo como mero produto da razão, sugerindo que essa perspectiva não abarca a complexidade das interações entre diversos fatores econômicos, sociais e culturais (Braudel, 1996). Observa-se que eventos significativos, como a Revolução Gloriosa na Inglaterra e a Revolução Americana, remodelaram as estruturas políticas e ampliaram os direitos econômicos e individuais, criando um terreno fértil para inovações tecnológicas.

Na Inglaterra, o período inicial da Revolução Industrial foi marcado por um substancial aumento nos rendimentos agrícolas da nobreza, promovendo uma independência econômica da Coroa e solidificando o poder da classe dirigente. Este cenário evidencia a consolidação do poder aristocrático e burguês, particularmente após a restauração de Carlos II ao trono, que seguiu um período de guerra civil

(Braudel, 1996). Na França, a transformação econômica associada à Revolução Industrial incentivou a alta nobreza a investir em empreendimentos comerciais lucrativos, adotando valores e práticas anteriormente associadas à burguesia, como o liberalismo político e a restrição ao poder real.

Este contexto histórico destaca a teoria de Henri Pirenne sobre a transitoriedade das famílias mercantis, que, em busca de status mais estável, desviavam-se do comércio para investir em terras ou títulos de nobreza. Esse movimento reflete uma complexa interação entre ambições sociais e as necessidades do espírito empreendedor, frente às demandas das novas eras econômicas. Expandindo essa análise, observa-se como estruturas econômicas de longo prazo moldaram eventos históricos significativos, influenciando o surgimento de novas elites e desafiando a classe trabalhadora diante das desigualdades promovidas pelo capitalismo industrial (Braudel, 1996).

Além da Inglaterra e da França, essas transformações se estenderam por toda a Europa, conduzindo ao surgimento de novas elites e impactando adversamente a classe operária. O contexto histórico, social e econômico global também é essencial para entender essas dinâmicas. Na China, descreve-se uma sociedade burocrática liderada por uma elite de mandarins, ligada diretamente ao Estado imperial, enfatizando a estabilidade e continuidade dessa estrutura social. No Japão, durante o xogunato Tokugawa, nota-se um sistema político centralizado e o desenvolvimento de uma sociedade estratificada, apesar das tensões sociais contínuas. Quanto ao mundo islâmico, aborda-se a mobilidade social dentro do sistema militar otomano e a persistência de uma estrutura social baseada na autoridade do sultão ou califa, refletindo a complexidade das transformações sociais e políticas em escala global (Braudel, 1996).

A Primeira Revolução Industrial

Antes da Primeira Revolução Industrial, predominava uma economia agrária, com a maioria da população residindo no campo e engajada na agricultura. A produção era majoritariamente artesanal, caracterizada por uma baixa produtividade e tecnologia limitada. A Revolução Industrial transformou

radicalmente esse cenário. A mecanização da produção e o advento das fábricas intensificaram a eficiência do trabalho, substituindo a mão de obra manual por máquinas em diversos setores e gerando um aumento significativo na produtividade.

Essa transformação reconfigurou a organização do trabalho, deslocando um grande número de trabalhadores do campo para as cidades, um processo acompanhado de urbanização. Esse fenômeno alterou a dinâmica entre trabalhadores e emprego, com muitos perdendo o controle sobre suas atividades laborais e se tornando assalariados sob as condições impostas pelos empregadores nas fábricas. As longas jornadas, condições precárias e salários reduzidos passaram a definir a realidade da nova classe trabalhadora industrial, marcando um novo capítulo na história laboral.

A citação de A. de Tocqueville sobre Manchester em 1835 ilustra vividamente as contradições desse período: enquanto a indústria florescia, as condições humanas e sociais sofriam severamente. Da mesma forma, a evolução econômica britânica não ocorreu por acaso, mas foi o resultado de uma série de fatores políticos, econômicos e sociais que antecederam a Revolução Industrial. A transformação da agricultura em uma atividade comercial, a acumulação de capital, o desenvolvimento da infraestrutura e uma política voltada para o lucro foram determinantes para a posição de liderança da Grã-Bretanha no processo industrial.

Portanto, a análise desses eventos históricos e sua relação com as condições atuais de trabalho e sociedade revela a importância de entender o passado para compreender a realidade contemporânea, evidenciando a influência duradoura das transformações econômicas e sociais iniciadas durante a Revolução Industrial.

Após a Grã-Bretanha liderar o caminho na industrialização, outros países começaram a experimentar o crescimento econômico acelerado que a revolução industrial inicial havia desencadeado. O modelo britânico de industrialização provou ser replicável, e tanto o capital quanto a expertise do Reino Unido estavam disponíveis internacionalmente. A indústria têxtil da Saxônia, por exemplo, que não conseguia avançar tecnologicamente por conta própria, começou a imitar as

inovações britânicas, frequentemente com a ajuda de técnicos do Reino Unido. Além disso, empresários britânicos como os Cockerill se aventuraram em países como a Bélgica e regiões da Alemanha. Entre 1789 e 1848, uma onda de especialistas britânicos, junto com máquinas a vapor, equipamentos têxteis e investimentos financeiros, espalhou-se pela Europa e América (Hobsbawn, 1981).

As guerras entre 1738 e 1815 marcaram a última fase do conflito anglo-francês, durante a qual os britânicos eliminaram quase todos os seus rivais fora da Europa, com exceção notável dos Estados Unidos. Nesse período, a Grã-Bretanha desenvolveu uma indústria adaptada às necessidades da revolução industrial dentro de um contexto capitalista que facilitou a expansão da indústria do algodão e esforços coloniais.

O comércio colonial foi crucial para o sucesso da indústria do algodão, sendo comparado por Hobsbawn ao impulso de um planador pelo vento. Esse comércio prometia uma expansão rápida e significativa, motivando os empresários a adotarem técnicas inovadoras. A exportação de tecidos de algodão britânicos, que cresceu mais de dez vezes entre 1750 e 1769, ilustra o potencial lucrativo do mercado, incentivando o investimento em novas tecnologias apesar dos riscos associados.

O domínio imperial britânico permitiu que a indústria do país estabelecesse monopólios em várias áreas, resultando na marginalização dos interesses comerciais da Índia em favor da indústria britânica. Esse processo levou à desindustrialização da Índia, que se tornou um grande mercado para os produtos têxteis de Lancashire. O crescimento dramático das importações indianas de tecidos de algodão britânicos, de 11 milhões de jardas em 1820 para 145 milhões em 1840, simboliza uma mudança significativa no comércio global, revertendo a tendência histórica de importações européias do Oriente (Hobsbawn, 1981).

Essa transformação não apenas possibilitou a aventura industrial para os empresários, como também criou condições propícias para a expansão rápida necessária para sustentar a revolução industrial. Invenções associadas ao algodão, como máquinas de fiar e teares movidos a água, eram simples, acessíveis e ofereciam retorno rápido sobre o investimento.

Contudo, os chineses se mantiveram resistentes à compra de produtos ocidentais até que, entre 1815 e 1842, comerciantes ocidentais, apoiados por canhoneiras, descobriram no ópio uma mercadoria ideal para exportação em massa da Índia para o Extremo Oriente. A demanda chinesa pelo ópio permitiu o comércio em larga escala dessa mercadoria, apesar da relutância anterior em aceitar produtos ocidentais.

A indústria do algodão, catalisada pelo comércio colonial, emergiu como pioneira da revolução industrial, demonstrando uma capacidade única de expansão e inovação. Até a década de 1830, era o principal setor na Grã-Bretanha onde a produção fabril prevalecia, contrastando com a lenta adoção de novas tecnologias em outras áreas. Esse período de crescimento, no entanto, foi marcado por desafios econômicos e agitação social significativos, refletindo as primeiras tensões na economia capitalista industrial.

A expansão da indústria algodoeira trouxe benefícios principalmente para os estratos mais ricos, enquanto trabalhadores e pequenos comerciantes enfrentavam condições adversas, gerando um descontentamento generalizado. Movimentos sociais e revolucionários, incluindo os luditas e os cartistas na Grã-Bretanha, bem como as revoluções de 1848 na Europa, evidenciavam a resistência contra o novo sistema econômico.

A mecanização significou um aumento substancial na produtividade e na eficiência, mas também resultou em salários baixos para a força de trabalho, composta em grande parte por mulheres e crianças. Os lucros dos empresários foram inicialmente impulsionados pela expansão do cultivo do algodão nos EUA e pela invenção do descaroçador de algodão. Contudo, após 1815, a redução das margens de lucro forçou uma diminuição ainda maior nos custos de produção, pressionando especialmente os salários. Esse cenário agravou as condições de vida dos trabalhadores, enquanto os fabricantes buscavam manter a lucratividade em um contexto de desafios econômicos crescentes.

As leis protecionistas dificultaram a expansão das exportações britânicas e a venda de produtos agrícolas por países não industrializados, gerando um dilema

sobre como estes últimos poderiam adquirir mercadorias manufaturadas britânicas sem poder comercializar seus próprios produtos agrícolas. Em resposta, Manchester tornou-se um fervoroso centro opositor das Leis do Trigo, culminando na Liga Contra as Leis do Trigo entre 1838 e 1846. Contudo, a revogação destas leis em 1846 não aliviou imediatamente o custo de vida, questionando-se se a liberdade de importações alimentares teria algum efeito antes da era das ferrovias e navios a vapor.

A pressão pela mecanização na indústria buscava reduzir custos de produção através da diminuição da força de trabalho e aumentar a eficiência, mas o sucesso desta estratégia foi variado. Após 1815, a indústria do algodão britânica estagnou tecnicamente até cerca de 1830, com ganhos de produtividade notáveis ocorrendo apenas na segunda metade do século. Paralelamente, a expansão industrial, fortemente dependente da disponibilidade de bens de capital, beneficiou-se da inovação das ferrovias que revolucionaram o transporte de mercadorias, estimulando o desenvolvimento de indústrias de capital. As ferrovias, uma inovação destacada por Hobsbawm (1981), não só capturaram a imaginação pública como também incentivaram a expansão global. No século XIX, o excedente de riqueza acumulada pelas classes abastadas britânicas fomentou um aumento no consumo de luxo e investimentos estrangeiros, refletindo a crescente disposição das classes médias para gastar e investir além das fronteiras tradicionais.

A mentalidade de investimento estava em transição, com recursos anteriormente direcionados para empréstimos de guerra e projetos mineiros na América do Sul agora sendo canalizados para a construção de infraestrutura, como ferrovias, que ofereciam retornos seguros e duradouros. As ferrovias prometiam ser um investimento vantajoso, capaz de conectar mercados distantes e promover a eficiência do transporte.

Engels (2001) descreve a transformação social provocada pela Revolução Industrial, com a rápida expansão da indústria exigindo um influxo de mão-de-obra das áreas rurais para as cidades. A mecanização e o surgimento das fábricas marcaram a transição da classe média trabalhadora para o proletariado, enquanto a divisão do trabalho e a industrialização do artesanato contribuía para o declínio

dos pequenos artesãos e comerciantes, polarizando a sociedade entre trabalhadores e capitalistas. A grande indústria, portanto, não apenas criou a classe operária, mas também deslocou a antiga classe média, redefinindo a estrutura social. O autor discute a transformação do proletariado em uma classe permanente da sociedade, desafiando a noção anterior de que seriam apenas uma fase temporária antes de ascenderem à burguesia. Ele questiona o destino dos milhões de trabalhadores que, apesar de contribuírem para o esplendor da Inglaterra, enfrentam condições de vida cada vez mais degradantes.

A transição para o capitalismo industrial, marcada pela disciplina rigorosa nas fábricas e salários mínimos, obrigava os trabalhadores a jornadas exaustivas para sobreviver. A preferência por mulheres e crianças na força de trabalho destacava-se pela economia e docilidade percebidas. A Grã-Bretanha, apesar de não sofrer com escassez de capital, enfrentava relutância dos detentores de capital em investir nas novas indústrias, levando a um desenvolvimento inicial baseado em pequenas economias ou empréstimos (Engels, 2010).

A ferrovia simbolizava o progresso e eficiência da nova era industrial, estimulando a demanda por recursos e impulsionando indústrias de bens de capital. No entanto, a acumulação de riqueza pelas classes abastadas superava as possibilidades de gasto e investimento, levando, eventualmente, a um redirecionamento do capital para investimentos estrangeiros e infraestrutura como ferrovias, que ofereciam retornos seguros.

Engels (2010) realça a consolidação do proletariado como uma classe permanente e as desigualdades agravadas pela revolução industrial, com condições de moradia precárias para os trabalhadores contrastando com o conforto da burguesia. Este período também é marcado pela "lei dos mercados" de Jean-Baptiste Say, que sugere que a oferta cria sua própria demanda, essencial para entender a dinâmica do capitalismo industrial. A produção em massa gerada pela revolução industrial exigia a criação de novos mercados e a geração de demanda para os produtos fabricados, um princípio que foi crítico para a expansão da economia industrial (Braudel, 1996).

Durante a primeira revolução industrial, houve um aumento significativo na produção de bens e serviços, impulsionado pela introdução de novas tecnologias e métodos de produção. A criação em massa de produtos levou à necessidade de encontrar mercados para esses produtos. O aumento da produção industrial exigia a criação de novos mercados e a geração de demanda para os produtos fabricados em massa.

A Primeira Revolução Industrial, que começou na Grã-Bretanha no século XVIII, espalhou-se por toda a Europa, marcando profundas transformações econômicas, como a urbanização e o surgimento de cidades industriais, acompanhadas de condições de trabalho desafiadoras. Diferentemente, a China manteve-se agrária até o século XX, em parte devido a políticas isolacionistas, e sofreu com a introdução de produtos manufaturados europeus, que prejudicaram suas indústrias domésticas (Allen, 2017; Spence, 1990).

O impacto da Revolução Industrial variou globalmente, influenciando significativamente as economias e as sociedades. Na China, o "primeiro choque com o Ocidente", exemplificado pelas Guerras do Ópio e outros conflitos, levou à abertura forçada de seus mercados ao comércio estrangeiro, marcando o início de um período de desafios e adaptações. No Japão, a Restauração Meiji representou uma resposta estratégica à ameaça do colonialismo ocidental, com o país adotando medidas de modernização e industrialização para fortalecer sua economia e capacidades militares sem passar por uma revolução burguesa (Henshall, 2004; Vieira, Ouriques & Santos, 2023).

Em contraste, o mundo islâmico e a Índia enfrentaram seus próprios desafios de modernização e industrialização no século XIX, influenciados tanto por fatores internos quanto pela colonização europeia. Uma industrialização mais substancial em algumas regiões islâmicas só ocorreu no século XX, após a Segunda Guerra Mundial, impulsionada por investimentos em infraestrutura industrial, tecnologia e educação (Ilife, 2007).

1.4

Segunda Revolução Industrial e a Transição do Capitalismo Financeiro ao Monopolista

A passagem da Primeira para a Segunda Revolução Industrial no século XIX e início do século XX marcou uma evolução significativa nos paradigmas tecnológicos e econômicos. A Primeira Revolução Industrial, predominante entre o final do século XVIII e meados do século XIX, foi caracterizada pela emergência da mecanização, notadamente com a introdução de máquinas a vapor e o desenvolvimento da indústria têxtil. Em contraste, a Segunda Revolução Industrial, impulsionada por inovações como a eletricidade, o motor a combustão interna, avanços no aço e a expansão ferroviária, promoveu a automação e a produção massiva em setores como químico, metalúrgico e de comunicações.

Este período também testemunhou transformações nas estruturas empresariais, com o surgimento de trustes e cartéis, e o advento de corporações multinacionais, refletindo uma nova dinâmica de concentração de poder econômico e integração de mercados globais. Essas mudanças econômicas se alinharam ao desenvolvimento do capitalismo, conforme descrito por Polanyi (2000), que destacou um sistema de mercado competitivo. Que foi complementado por uma esfera pública restrita, limitada por critérios de propriedade e educação, como analisado por Habermas (Bolaño, 2002).

O capitalismo revela uma propensão à concentração de recursos econômicos, um fenômeno evidenciado no final do século XIX com a ascensão de grandes corporações, a proliferação de sociedades por ações, e a fusão entre os setores bancário e industrial. Esta evolução catalisou a acumulação de capital e marcou a transição para um capitalismo monopolista, onde os mercados tendem à formação de oligopólios. Tal estágio foi amplamente fomentado por avanços tecnológicos, como o motor a combustão e inovações na metalurgia, que impulsionaram a expansão e a integração territorial e setorial do capitalismo durante o século XX. Este período também se caracterizou pela desqualificação de mão de obra especializada, substituída pela maquinaria, evidenciando uma mudança na relação entre trabalhador e máquina, agora com o trabalhador servindo às necessidades da máquina (Bolaño, 2002).

A "produção de máquinas por máquinas" foi um marco da segunda Revolução Industrial, evidenciando a transição da subsunção formal para a

subsunção real do trabalho pelo capital, um processo não plenamente realizado até que a produção de máquinas se industrializasse. Essa evolução, característica da Segunda Revolução Industrial, foi crucial para a expansão do capitalismo, permitindo a fabricação de maquinários pesados e a construção de redes ferroviárias globais, catalisando conflitos imperialistas e as duas guerras mundiais. A tecnologia desempenhou um papel central neste processo, especialmente na subsunção real do trabalho, onde o trabalhador perde autonomia sobre o processo produtivo, agora ditado pelo ritmo e estrutura impostos pela máquina (Bolaño, 2002).

A transformação na organização do trabalho foi igualmente significativa. O fordismo, exemplificado pela fábrica de Highland Park da Ford Motor Company, introduziu uma nova era de produção baseada na tecnologia, alterando radicalmente a experiência do trabalhador. Henry Ford, apesar de oferecer salários acima da média e esquemas de participação nos lucros, negligenciou o impacto do trabalho monótono na qualidade de vida dos trabalhadores, considerando a remuneração como compensação suficiente. A transição do artesanato para a produção industrial em massa reduziu a autonomia dos trabalhadores, favorecendo tarefas simplificadas e rotineiras em detrimento da habilidade artesanal, contribuindo para a fragmentação e despersonalização do trabalho, um conceito endossado por Frederick W. Taylor. Este defendia que a complexidade do processo industrial e das máquinas não necessitava ser compreendida pelos operários, bastando a execução eficiente de suas funções específicas (Senett, 2015).

Segundo Richard Sennett, em sua obra *Corrosão do Caráter* (2015), as consequências adversas da monotonia laboral culminaram na época da geração de Enrico. Enrico é um personagem fictício criado por Sennett para representar uma geração de trabalhadores no contexto pós-industrial, caracterizado pelo declínio da estabilidade no emprego, aumento da flexibilidade no trabalho e ênfase na produtividade e eficiência. Em um estudo clássico da década de 1950 intitulado por "Work and Its Discontents" (O trabalho e seus insatisfeitos) Daniel Bell investigou essas mudanças de trabalho na gigantesca fábrica Willow Run da General Motors. Aqui, a complexidade organizacional demandava regras rígidas e uma estrutura funcional baseada em dimensão, "tempo métrico", e hierarquia, exacerbando a alienação dos trabalhadores de suas atividades (Senett, 2015).

Essa fase do capitalismo também testemunhou a consolidação da organização científica do trabalho, ou Taylorismo, complementando o modelo fordista de linha de montagem. Tal sistema fomentou a produção em massa, elevação salarial, maior acesso ao crédito e um avanço no bem-estar social, impulsionando o consumo em massa como pilar da economia (Bolaño, 2002).

A Indústria Cultural, conforme explorada por Adorno e Horkheimer em "Dialética do Esclarecimento", critica a transformação da cultura em mercadoria, massificada pelo capitalismo e novas tecnologias. A mídia, abrangendo jornais, rádio e televisão, tornou-se veículo fundamental para promover o consumo e homogeneizar estilos de vida, reforçando a lógica de mercado (Adorno & Horkheimer, 1985).

Antes da Primeira Guerra Mundial, a cultura de massa ganhava forma, porém permanecia influenciada por entretenimentos tradicionais e uma audiência mais restrita, focada em aspectos locais e regionais. A filosofia de produção em massa, buscando ampliar a disponibilidade de produtos a custos acessíveis para atrair um vasto leque de consumidores, foi crucial para a ascensão tanto do Fordismo quanto do Taylorismo, moldando profundamente a sociedade de consumo.

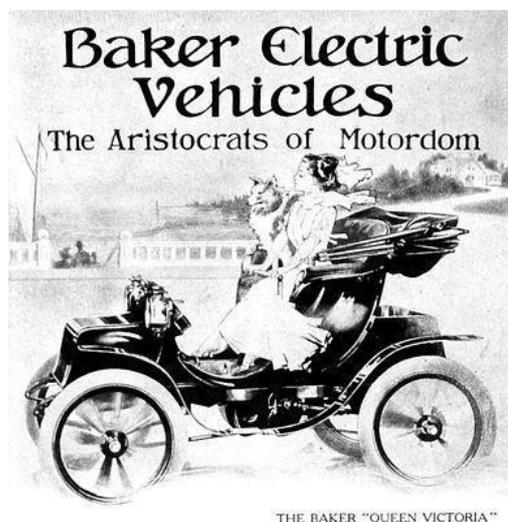
Figura 4

Propaganda Ford de 1905



Figura 5

Propaganda Baker de 1909



Fonte: Real classic ads.

A era prévia à Primeira Guerra Mundial foi definida por transformações significativas, com intensa competição econômica entre potências industriais por mercados, recursos naturais e influência geopolítica. Essas rivalidades foram intensificadas por alianças militares, como a Tríplice Entente e a Tríplice Aliança. O assassinato do arquiduque Francisco Ferdinando em 1914 acionou essas alianças, precipitando a guerra (Hobsbawn, 1981). A economia global transformou-se com a guerra, marcada pela "industrialização da guerra", afetando o comércio internacional, a produção industrial, e levando ao aumento do desemprego e da inflação (Giddens,1999).

Giddens (1999) ressalta que o capitalismo possui uma natureza intrinsecamente internacional, ligado indissociavelmente ao conceito de estado-nação. Ele argumenta que a natureza do estado capitalista deve ser entendida através do controle coordenado sobre territórios específicos, sustentado pelo desenvolvimento de mecanismos de vigilância avançados em comparação às civilizações tradicionais. A vigilância, entendida como supervisão das atividades da população, é crucial para o funcionamento do estado moderno, assim como o controle sobre os meios de violência, que diferenciava o estado moderno das entidades políticas pré-modernas pela capacidade de monopolizar a força dentro de suas fronteiras.

A interação entre Estado moderno e industrialismo é particularmente evidente nas esferas militares, onde o avanço industrial influenciou as organizações militares e o armamento, culminando na "guerra total" e, mais tarde, na era nuclear. Essas dinâmicas ilustram a complexa interação entre capitalismo, Estado moderno e as transformações sociais e políticas durante esse período histórico (Giddens,1999).

1.5

Período Keynesiano e o Capitalismo de Bem-estar Social

Com o advento da guerra, observou-se uma profunda transformação na economia global, destacando-se a "industrialização da guerra", que impactou o

comércio internacional, a produção industrial e provocou uma escalada do desemprego e da inflação (Giddens, 1999).

Segundo Harvey (2005), o Keynesianismo surge como resposta às falhas do capitalismo de livre mercado, que ficaram evidentes durante a Grande Depressão dos anos 1930. Este movimento econômico é baseado nas ideias de John Maynard Keynes, um economista britânico que argumentou que a falta de demanda agregada poderia levar ao desemprego prolongado e que, portanto, era necessário intervenção governamental na economia para estimular o gasto e combater a recessão.

Keynes defendeu políticas de estímulo fiscal e monetário para gerenciar ciclos econômicos e promover um nível estável de emprego e crescimento econômico. O movimento foi batizado de Keynesianismo em referência a Keynes, que articulou essas ideias principalmente em sua obra seminal "A Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda" (1936). Este livro desafiou a visão econômica predominante na época, que insistia que os mercados sempre ajustariam automaticamente para garantir pleno emprego e crescimento estável, mostrando que o desemprego pode ser um problema crônico na economia de mercado sem intervenção governamental ativa.

A expansão do papel do Estado na economia, mirando no crescimento econômico, pleno emprego, estabilidade econômica, e uma rede de proteção social, marcou a transição para um "capitalismo de bem-estar social". Gunnar Myrdal analisou este período, destacando o impacto das políticas keynesianas na melhoria das condições de vida, redução da pobreza e promoção da igualdade racial e étnica, vendo o Estado como essencial para promover a justiça social e construir uma sociedade mais igualitária (Myrdal, 1953; 1944).

As décadas subsequentes testemunharam tensões crescentes entre a reconstrução de uma ordem liberal global e a necessidade de medidas de autodefesa social, culminando em reações fascistas e a Segunda Guerra Mundial, evidenciando a frágil relação entre economia e política dentro da "sociedade de mercado" (Dardot & Laval, 2016). Polanyi (2000) destacou a importância do padrão-ouro e sua

eventual queda como um catalisador da desintegração econômica mundial e a subsequente transformação da civilização no início do século XX, revelando a intrínseca ligação política e econômica do sistema internacional.

Sendo assim, a década de 1930 testemunhou uma mudança abrupta, marcada pelo abandono do padrão-ouro pela Grã-Bretanha, os Planos Quinquenais na Rússia, o lançamento do New Deal nos Estados Unidos, a ascensão do Nacional-Socialismo na Alemanha, e o colapso da Liga das Nações em favor de impérios autárquicos. Esse período viu a substituição do sistema internacional tradicional por novas formas de economia e governo, como ditaduras totalitárias. Assim, o século XIX, dominado pela Inglaterra e suas instituições, testemunhou sua transformação em uma era de mudanças políticas e econômicas radicais em todo o mundo (Polanyi, 2000).

1.6. Terceira Revolução Industrial e o Capitalismo Globalizado

O período pós-Segunda Guerra Mundial até a crise do petróleo de 1973 é notabilizado como uma fase de prosperidade sob a liderança dos Estados Unidos no contexto do capitalismo global. Caracterizou-se por um expressivo crescimento econômico e pela crescente integração produtiva global, apoiada em um modelo tecnológico e produtivo estável e numa relação capital-trabalho mediada pelo Estado, com o consumo em papel central. Contudo, a crise do petróleo trouxe desafios consideráveis, marcados pela queda de produtividade desde os anos 60, dificuldades financeiras dos governos em sustentar o Estado de Bem-Estar Social e impactos inflacionários sobre as rendas trabalhistas devido ao encarecimento das matérias-primas e energia.

Nas décadas de 1970 e início dos anos 80, as principais economias enfrentaram uma crise estrutural, evidenciada pela desaceleração produtiva, redução do PIB e do poder aquisitivo dos trabalhadores, sem um fluxo de inovações tecnológicas capazes de revitalizar setores-chave como o automobilístico e o eletroeletrônico. A transição do padrão ouro e a integração da China ao mercado global, segundo Polanyi (2000), apesar de impulsionarem o crescimento econômico, geraram tensões sociais e desequilíbrios, culminando em crises como a Grande Depressão.

David Harvey, em "O Novo Imperialismo" (2014), examina a reestruturação espacial do capital e a mudança dos EUA para a desregulamentação e o neoliberalismo como respostas à crise. A era Reagan e a política monetária restritiva de Volcker resultaram em desemprego elevado, diminuição do poder trabalhista, desregulação industrial e liberalização financeira. O neoliberalismo, então, emerge como solução para os desafios econômicos do período, com figuras como Hayek e Friedman liderando o pensamento neoliberal. Suas ideias, anteriormente subestimadas durante a hegemonia keynesiana, encontraram terreno fértil no cenário pós-guerra. A crença no livre mercado, inicialmente originada na Europa como uma defesa abrangente contra ideologias coletivistas comunistas e totalitárias, ganhou força em um momento crucial.

Hayek defendia a submissão total às disciplinas de mercado, vendo-o como uma ordem superior inacessível pelo planejamento central ou controle estatal. Argumentava que a economia moderna operava numa ordem estendida, um sistema complexo de informações além do alcance de qualquer planejamento centralizado. Hayek e seus contemporâneos promoviam um capitalismo desobstruído, onde a desigualdade era vista não apenas como tolerável, mas como essencial para a eficiência do mercado e o progresso econômico.

A visão de Hayek proporcionou a base intelectual e a justificação para uma nova concepção empresarial, precursora da corporação capitalista moderna, influenciando não apenas a estrutura corporativa mas também a interação entre empresas e sociedade. Harvey (2008) discute como, diante de uma "crise da democracia", o neoliberalismo, com sua ênfase na lógica de mercado, se tornou atraente para políticos como meio de esquivar-se da responsabilidade por decisões econômicas difíceis, prometendo ordem em face do temido caos. Essa ideologia enfatizava a competição e o mercado como reguladores supremos, desvalorizando o debate e a deliberação democrática em favor de uma competição por recursos escassos, objetivando a pacificação social através da disciplina de mercado.

Na obra "O Neoliberalismo: História e Implicações" (2008), David Harvey examina a ascensão e proliferação global do neoliberalismo, começando pelos anos decisivos de 1978 a 1980, quando o líder chinês Deng Xiaoping iniciou reformas

econômicas significativas. Harvey discute como essas mudanças foram semelhantes às políticas implementadas por Margaret Thatcher no Reino Unido e Ronald Reagan nos EUA, que buscavam responder à crise econômica da época por meio de liberalização econômica e redução da intervenção estatal. Harvey argumenta que o neoliberalismo se tornou uma força dominante globalmente, moldando não apenas políticas econômicas, mas também influenciando profundamente as formas culturais e sociais. Esse movimento priorizou a especulação financeira em detrimento da produção de bens e serviços, culminando na proclamação do "declínio da corporação pública" e no distanciamento entre as esferas financeira e produtiva, exacerbado pela crise de endividamento dos países em desenvolvimento na década de 1980.

Segundo Bolaño (2002), a crise dos anos 1970 desafiou o modelo de desenvolvimento pós-guerra, evidenciando a insustentabilidade do fordismo diante de novas dinâmicas econômicas e tecnológicas. A resposta neoliberal, centrada na desregulamentação e privatização, revelou-se incapaz de reverter a tendência de crise, mantendo baixas taxas de acumulação de capital. Enquanto isso, países como Japão e Alemanha buscavam novas estratégias para aumentar a competitividade e a produtividade, adaptando-se a um modelo de acumulação flexível caracterizado por práticas inovadoras na gestão do trabalho e na produção, conforme descrito por Harvey (1992) na transição para a terceira revolução industrial.

Na obra "A Condição Pós-Moderna" de David Harvey, é abordada a transição do sistema fordista para a acumulação flexível como um fenômeno marcante no desenvolvimento econômico global. Harvey argumenta que o fordismo, baseado em uma produção em massa e em larga escala, caracterizou-se por uma rigidez na organização do trabalho e na padronização dos produtos. No entanto, esse modelo enfrentou desafios crescentes nas décadas de 1970 e 1980, resultando na emergência de uma nova forma de acumulação conhecida como flexível.

A transição para a acumulação flexível foi impulsionada por uma série de fatores, incluindo avanços tecnológicos, mudanças nas relações de trabalho e nas demandas dos consumidores, bem como a globalização econômica. Esse novo modelo de produção caracterizou-se pela adoção de práticas mais ágeis e

adaptáveis, como a produção *just-in-time*, o Toyotismo, a terceirização, o uso de tecnologias da informação e comunicação, e uma maior flexibilidade na organização do trabalho. Com o enfraquecimento do poder sindical e quantidade de mão de obra excedente, o mercado começou a estabelecer relações de trabalhos mais flexíveis. Uma força de trabalho que entra facilmente e sai facilmente também, com uma demissão sem custos. (Harvey, 1992). Este era o contexto histórico e econômico em que por ele emergia a terceira revolução industrial.

As transformações observadas nesse período pós-Guerra são identificadas como a Terceira Revolução Industrial ou Revolução Técnico-Científica, conforme discutido por Hobsbawm (1996). Esta designação refere-se ao uso intensivo da ciência e da tecnologia, em comparação com as revoluções industriais anteriores. O modelo industrial predominante, centrado em indústrias como a petroquímica e automobilística na primeira metade do século XX, cede lugar a setores como informática, robótica, biotecnologia e telecomunicações. As atividades de maior crescimento não se concentram mais na produção de bens manufaturados, mas sim em serviços, como ideias, técnicas, programas e novas formas de utilização de recursos. A terceira Revolução ficou marcada pela introdução de novidades tecnológicas, principalmente as relacionadas à eletrônica e informática nos processos industriais, contribuindo para um significativo ganho de produtividade (Pena, 2016).

A transição da produção em massa para a produção em lotes foi motivada pela necessidade de atender à demanda de forma mais eficiente, com redução e controle de estoques. Nesse contexto, os produtos passaram a ter um maior valor agregado, compensando o tempo dedicado à pesquisa e desenvolvimento tecnológico no processo, o que contrastava com as duas primeiras revoluções industriais. A disseminação e adoção em larga escala da microeletrônica, informática e robótica desempenharam um papel fundamental na ampliação do nível de produção e na redução dos custos, por meio da diminuição da dependência da mão-de-obra humana. Além disso, houve aprimoramentos no gerenciamento do sistema de produção, com a introdução do conceito de produção enxuta, visando a minimização de desperdícios de tempo e matéria-prima (Petrin, 2014).

Capitalismo Globalizado

François Chesnais (1995) argumenta que a globalização transcende a mera internacionalização das trocas comerciais, concentrando-se na internacionalização das operações do capital, tanto na forma industrial quanto financeira. A mundialização do capital, segundo ele, reflete o funcionamento global dos mercados financeiros e a estratégia de empresas transnacionais que operam dentro de um contexto oligopolista mundial, influenciando mercados internos, inclusive nos países desenvolvidos (Chesnais, 1995).

Paralelamente, a Terceira Revolução Industrial impulsionou mudanças significativas na indústria cultural e na cultura de massa, especialmente com o avanço das tecnologias de informação e comunicação. A indústria cultural, conforme descrita pela Escola de Frankfurt, refere-se à produção em massa e comercialização de bens culturais padronizados, como filmes, músicas e programas de televisão. A digitalização e a globalização dos mercados facilitaram uma produção e distribuição de mídia em larga escala, aumentando a diversidade do conteúdo disponível e acelerando a disseminação da cultura de massa. Contudo, esse processo também suscitou preocupações sobre a comercialização excessiva da cultura e a padronização de conteúdos para atender a interesses comerciais das grandes corporações midiáticas.

Theodor Adorno, um crítico da indústria cultural, expressou preocupações sobre como essa indústria afeta a sociedade, moldando percepções e comportamentos dos consumidores de maneira a promover a passividade e a conformidade. Ele argumentou que os produtos culturais, especialmente filmes, exercem um controle sobre a mente e as emoções do público, limitando a reflexão crítica e a participação intelectual ativa. Segundo Adorno, essa dinâmica de consumo cultural impede o pensamento independente e reforça a conformidade social, contribuindo para a manutenção do status quo. Ele criticou o papel da indústria cultural na sociedade por transformar a arte e a cultura em mercadorias, levando à atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural (Adorno, 1947).

1.7

Quarta Revolução Industrial e o Capitalismo de Vigilância

A "Quarta Revolução Industrial" ou INDÚSTRIA 4.0, conforme descrito por Schwab (2016) e outros estudiosos, marca um ponto de inflexão significativo no desenvolvimento tecnológico, diferenciando-se das fases anteriores de revoluções industriais por seu foco na integração de tecnologias avançadas nos processos de manufatura. Esta fase é caracterizada pelo uso extensivo de automação, robótica, biotecnologia, informática e telecomunicações, movendo-se além da produção em massa para sistemas produtivos que enfatizam a flexibilidade, a customização e a integração dos domínios físico e digital. Os avanços tecnológicos, como a microeletrônica e a informática, são empregados para otimizar os processos de produção, gerenciamento e distribuição, promovendo a criação de sistemas "cyber-físicos" que facilitam a comunicação e cooperação automática entre os componentes do sistema produtivo.

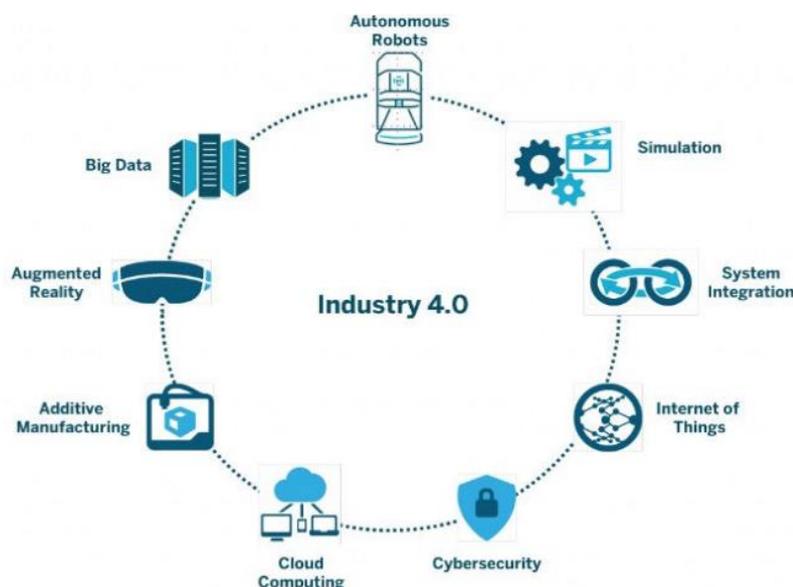
O termo INDÚSTRIA 4.0 surgiu em 2011 como parte de um projeto estratégico destinado a impulsionar a produtividade da indústria alemã por meio da adoção de inovações de alta tecnologia, mas de modo geral, a INDÚSTRIA 4.0 é atribuída ao conhecimento especializado em pesquisa e produção de tecnologias voltadas para a manufatura industrial, bem como ao papel pioneiro no desenvolvimento de sistemas embarcados, considerados a base dos sistemas ciberfísicos nas indústrias inteligentes (Kagermann, Wahlster e Helbig, 2013).

Sustentando a INDÚSTRIA 4.0, nove pilares tecnológicos formam a base para alcançar os objetivos dessa nova revolução industrial, incluindo a Internet das Coisas (IoT), Big Data, Robótica Autônoma, Manufatura Aditiva (impressão 3D), Computação em Nuvem, Cyber Segurança, Simulação, Realidade Aumentada e Integração de Sistemas. Essas tecnologias permitem a automação avançada, a análise de grandes volumes de dados, a fabricação personalizada em pequenos lotes, e a integração segura de processos e dados através da nuvem, refletindo uma transição para sistemas de produção mais ágeis, inteligentes e interconectados.

Portanto, a INDÚSTRIA 4.0 não é apenas uma continuação da Terceira Revolução Industrial, mas uma evolução distinta que representa um salto

qualitativo na forma como os produtos são fabricados, os serviços são prestados e as indústrias operam, marcando o início de uma era onde a digitalização e a interconexão transformam radicalmente a indústria global (SCHWAB, 2016; Venturelli, 2016; Estévez, 2016).

Figura 6. Pilares da Indústria 4.0.



Fonte: Palka, Dorota & Ciukaj, Jolanta. (2019).

Sobre esses nove pilares, é preciso dispor de uma breve compreensão. A Internet das Coisas (IoT) promove a conexão de objetos à internet, integrando as redes humanas e de objetos, o que gera mudanças no consumo e nos processos produtivos, e estimula novos negócios focados em objetos inteligentes (Evans, 2011; FIRJAN, 2016). Já o conceito de Big Data, destacado pela primeira vez em 2000, aborda o grande volume, a alta velocidade e a ampla variedade de dados gerados, influenciando a análise e a gestão empresarial (Tarifa & Nogare, 2014). A robótica autônoma avança com o desenvolvimento de robôs capazes de operar sem supervisão humana, adaptando-se a processos flexíveis de produção (Garcia, 2016). Enquanto que a manufatura aditiva, ou impressão 3D, permite a fabricação de peças complexas de forma econômica, potencializando a produção em escala (Stefani, 2014; Giordano, Zancul & Rodrigues, 2016). A computação em nuvem oferece serviços de TI acessíveis via internet, aumentando a eficiência e a conectividade, embora também exija atenção à cyber segurança para proteger redes e sistemas

industriais contra invasões cibernéticas (Microsoft, 2016; Kaspersky, 2016; UMUC, 2016). Sobre a simulação em fábricas virtuais, ela permite aperfeiçoar processos e produtos, além de antecipar questões ergonômicas (Figueiredo, 2012). A integração de sistemas busca conectar o operacional ao corporativo, visando à otimização e à competitividade (Arktis, 2016). E por fim, a realidade aumentada emerge como uma ferramenta valiosa, fornecendo informações precisas para o desenvolvimento de projetos em várias áreas da economia (Total Immersion, 2016).

Klaus Martin Schwab, engenheiro e economista alemão, fundador e presidente executivo do Fórum Econômico Mundial, destaca dois principais diferenciais da quarta revolução industrial em relação às revoluções anteriores. Primeiramente, ressalta-se que as transformações tecnológicas estão ocorrendo simultaneamente à discussão de sua especificidade, ao contrário das revoluções anteriores, que foram estudadas e analisadas apenas após a sua efetivação. Além disso, destaca-se a fusão de diversas tecnologias como característica distintiva, com a interação entre os domínios físicos, digitais e biológicos. Exemplos dessa convergência incluem a nanotecnologia, sequenciamento genético, novas máquinas, computação quântica e energias renováveis, marcando o início do século XXI com uma onda de descobertas tecnológicas e baseando-se no avanço da tecnologia digital. O autor salienta que o aumento no armazenamento e processamento de informações terá um impacto radical na organização da sociedade em diversos aspectos. Enquanto surgem ou são reformulados modelos de negócio, padrões de consumo e formas de produção e trabalho, outros processos estão sendo descontinuados. Schwab acredita que a tecnologia não é uma força externa e, portanto, pode ser controlada, sendo o compartilhamento de conhecimento o caminho para moldar um futuro coletivo que reflita o bem comum.

Desta forma parece ignorar a luta de classes ao pressupor que a tecnologia pode ser controlada para o bem comum. Neste aspecto me aproximo aos pensamentos de Bolaño (2002), quando analisa que o avanço tecnológico ocorre sempre dentro de uma lógica de dominação e que atualmente, a tecnologia e o conhecimento são utilizados para reduzir custos, aumentar produtividade e gerar lucro, alinhado com os interesses do capitalismo. Nesse sentido, a reflexão do professor César Bolaño destaca que o progresso tecnológico desempenha um papel crucial na sociedade, abrindo novas possibilidades, mas está intrinsecamente ligado

aos interesses do capitalismo, que o utiliza para incorporar e subordinar o trabalho humano no processo de acumulação de capital.

A tecnologia serve para subsumir o trabalho, para integrá-lo de forma subordinada, crescentemente redundante, mas indispensável, no processo de acumulação capitalista. Nesse contexto, o desenvolvimento tecnológico é limitado pelo imperativo de maximizar o lucro do capital investido previamente no mercado, refletindo os interesses de atores sociais específicos. Portanto, o avanço tecnológico no sistema capitalista é condicionado pela busca incessante de lucro, diferentemente de uma sociedade cujos objetivos sejam distintos. Embora o progresso das forças produtivas seja considerado um pressuposto importante, não é determinante em última instância para as transformações sociais. A ascensão da informática, o advento do software, a disseminação da internet como estrutura organizadora da cultura global e o desenvolvimento de algoritmos representam os aspectos visíveis das transformações que permeiam todos os domínios da vida contemporânea. No entanto, é incumbência da crítica da economia política revelar as relações e tendências subjacentes por trás do espetáculo tecnológico, indo além da descrição superficial dos fenômenos e da ideologia inerente às relações sociais no sistema capitalista de produção.

Nunca se houve um habitat tão propenso para a hegemonia e articulações do sistema neoliberal. Com toda integração e agilidade da INDÚSTRIA 4.0, as tecnologias não apenas facilitam, como intensificam a lógica neoliberal de mercado e a individualização, transformando comportamentos, relações e até emoções em commodities para o comércio e a manipulação.

Zuboff (2020) critica essa convergência entre o avanço tecnológico e o neoliberalismo, argumentando que ela leva à erosão das normas sociais e políticas que protegem a privacidade e a autonomia dos indivíduos. Na obra "A Era do Capitalismo de Vigilância: A Luta por um Futuro Humano na Nova Fronteira do Poder", Zuboff detalha como as empresas de tecnologia, ao coletar e comercializar dados sobre o comportamento humano, criam um novo território de poder, ao que ela chama de "capitalismo de vigilância", que se alimenta e prospera dentro desse habitat neoliberal.

Capitalismo de Vigilância

A ascensão da realidade digital tem moldado e redefinido as estruturas familiares antes mesmo de termos tido oportunidade de refletir e deliberar sobre sua influência. Embora celebremos as interconexões proporcionadas pelo mundo digital devido às suas vastas contribuições para ampliar nossas capacidades e perspectivas, também nos confrontamos com novos domínios de ansiedade, perigo e violência, à medida que o conceito de um futuro previsível parece escapar de nossas mãos.

Segundo dados recentes da União Internacional de Telecomunicações (UIT, 2023), cerca de 5,4 bilhões de pessoas globalmente têm acesso à internet. Paralelamente, relatórios da Organização Mundial da Saúde e do Banco Mundial (2023) indicam que aproximadamente 675 milhões de pessoas ainda vivem sem acesso à eletricidade. Assim, observa-se que as tecnologias de informação e comunicação (TICs) alcançaram uma disseminação sem precedentes, superando a penetração da eletricidade e atingindo mais de cinco dos mais de sete bilhões de habitantes do planeta.

Diante da rápida evolução do contexto tecnológico, tornou-se necessário ampliar a perspectiva e considerar questões mais abrangentes relacionadas à emergente "civilização da informação" (Zuboff, 2020). Esta expressão denota uma sociedade em que a informação e a tecnologia digital desempenham papéis centrais em todos os aspectos da vida, incluindo o trabalho, a educação, as relações sociais e até mesmo a própria identidade humana.

O conceito de capitalismo de vigilância (Zuboff, 2020) pressupõe a apropriação unilateral da experiência humana como um recurso gratuito para a geração de dados comportamentais. Embora uma parte desses dados seja utilizada para melhorar produtos e serviços, o restante é considerado como um excedente comportamental, pertencente aos detentores dos sistemas de vigilância. Esses dados alimentam avançados processos de análise conhecidos como "inteligência de máquina", que resultam na criação de produtos de previsão capazes de antecipar as ações de um indivíduo em diferentes momentos nas plataformas de comunicação, como Youtube, Facebook, Instagram, Google, entre outras.

Esses produtos de previsão são então comercializados em mercados especializados, chamados de mercados de comportamentos futuros, onde os capitalistas de vigilância acumulam considerável riqueza ao explorar as previsões de comportamento. A competição nesses novos mercados impulsiona os capitalistas de vigilância a adquirirem fontes cada vez mais preditivas de excedente comportamental, incluindo dados relacionados às vozes, personalidades e emoções das pessoas. Entre os principais capitalistas de vigilância estão os grandes conglomerados como: Google, Meta e Amazon. Eles descobriram que os dados comportamentais mais valiosos são obtidos por meio da intervenção direta para influenciar, persuadir e direcionar comportamentos em busca de lucro. Sob essa pressão competitiva, os processos automatizados não apenas registram os comportamentos, mas também moldam em larga escala. Um controle ao monitorar, prever e até modificar desejos, transformando a privacidade individual em uma commodity de mercado. Essa mudança na dinâmica transforma o conhecimento em poder, não se limitando mais à automação da coleta de dados, mas buscando automatizar o próprio comportamento humano. (Zuboff, 2020).

Nesse estágio do capitalismo de vigilância, os meios de produção estão cada vez mais subordinados aos meios de "modificação comportamental", que são sistemas complexos e abrangentes. Esse modelo gera um novo tipo de poder, que conhece e influencia o comportamento humano em benefício de terceiros. Ao invés de depender de armas e exércitos, esse poder se manifesta por meio de uma arquitetura computacional cada vez mais onipresente, composta por dispositivos, objetos e espaços interconectados, considerados "inteligentes". (Zuboff, 2020). Este é o habitat da INDÚSTRIA 4.0, tudo está à serviço da informação, que é a nova matéria-prima de controle e lucro do mercado, um capital valioso em todo mundo.

Em um cenário permeado pela constante vigilância, onde os padrões, o consumo, o desempenho e a produtividade imperam, o que resta ao indivíduo é imersão na chamada sociedade do cansaço. O filósofo sul-coreano Byung-Chul Han realiza uma análise da sociedade disciplinar proposta por Foucault, caracterizada por instituições como hospitais, asilos, presídios, quartéis e fábricas, e reconhece que tal modelo não é mais representativo da sociedade contemporânea. Em seu lugar, emerge uma nova configuração social, que se materializa em academias de fitness, edifícios de escritórios, bancos, aeroportos, shopping centers e laboratórios

de genética. No século XXI, a sociedade já não se enquadra no modelo disciplinar, mas sim em um modelo de desempenho. Os indivíduos, por sua vez, não são mais vistos como "sujeitos da obediência", mas sim como sujeitos de desempenho e produção, assumindo o papel de empreendedores de si mesmos. A transição do paradigma da sociedade disciplinar para a sociedade de desempenho indica uma continuidade em um nível mais profundo, onde o desejo de maximizar a produção está enraizado no inconsciente social. O cansaço inerente à sociedade do desempenho se manifesta como uma exaustão solitária, que contribui para a individualização e o isolamento dos sujeitos (Han, 2015).

Por fim, vale ressaltar o pensamento de Bolaño (1993) quando analisa como a Indústria Cultural, por meio da produção em massa de entretenimento, informação e emoção, transforma o sujeito (trabalhador) em um objeto passível de ser explorado pelo capital. Nesse contexto, não apenas a força de trabalho do trabalhador é tratada como uma mercadoria, mas também sua própria consciência e seus desejos são transformados em commodities para facilitar a acumulação de capital. O trabalhador torna-se proprietário de sua consciência da mesma forma que é proprietário de sua força de trabalho. Ao decidir vender sua consciência ao capital, ele não está mais trocando-a por um salário, mas sim por entretenimento, informação e emoção fornecidos pela Indústria Cultural. Dessa forma, ele se torna um instrumento do capital. A analogia feita pelo autor é que a soberania do trabalhador no mundo do trabalho, em decidir vender ou não sua força de trabalho e arcar com as consequências dessa decisão, é semelhante à soberania que ele tem no mundo doméstico, em escolher ligar ou não a televisão em um determinado canal. Ou seja, o trabalhador tem a ilusão de escolha, mas suas opções são limitadas pelas estruturas de poder impostas pelo capitalismo e pela Indústria Cultural. (Bolaño, 1993).

Ora, os compradores de audiência são justamente os vendedores de bens e serviços, as autoridades, os políticos, em uma palavra, todos aqueles que necessitam comunicar-se com o público. O programa cumpre sua função social quando é consumido pelo público. Nesse momento, ele deixa de ser mercadoria para tornar-se puro valor de uso. Ele é útil para o consumidor porque lhe oferece emoções, divertimento e relaxamento. É útil também para os compradores da audiência porque lhes permite comunicar-se com os indivíduos consumidores concretos. O

sujeito (o trabalhador) torna-se mais do que nunca, com a Indústria Cultural, objeto: não é apenas a sua força de trabalho que se torna mercadoria, mas a sua própria consciência e seus desejos são apropriados para facilitar a acumulação do capital. Ele é proprietário da sua consciência como o é de sua força de trabalho: uma vez que ele decide vendê-la ao capital (não mais contra um salário, mas contra diversão, informação, emoção), torna-a instrumento deste último. A soberania do trabalhador no mundo do trabalho (vender ou não a sua força de trabalho - e, neste caso, assumir as consequências de sua decisão - a um ou outro capitalista) é semelhante àquela que ele tem no mundo doméstico (ligar ou não a televisão em um ou outro canal}. Assim, a subordinação do trabalhador ultrapassa o mundo do trabalho e entra no mundo do lazer (Bolaño, 1993, p.250)

Após uma análise aprofundada do panorama histórico e econômico delineado até este ponto, os capítulos subsequentes abordarão como a indústria cultural, o emergente capitalismo de vigilância e o sistema neoliberal influenciam os indivíduos, com o foco na infância, direcionando-os para um processo de controle e padronização em relação ao consumo, à formação da personalidade e aos desejos, com o objetivo de assegurar lucros consistentes.

2. Um Breve Contexto da Infância

Introdução ao desenvolvimento humano

Segundo Lev Vygotsky, um renomado psicólogo do desenvolvimento humano, a infância é uma fase crucial de crescimento e aprendizado para o ser humano. Vygotsky (1991) afirmava que a infância era um período de intensa atividade mental, durante o qual as crianças estão constantemente explorando e interagindo com o mundo ao seu redor.

A infância é caracterizada por um processo de desenvolvimento que ocorre por meio da interação social e da cultura. É importante dizer que ao contrário da perspectiva de John Locke (1690), que postulava que a mente da criança ao nascer é uma "tabula rasa" - uma folha em branco - na qual todo conhecimento é adquirido exclusivamente por meio da experiência sensorial e da interação com o ambiente, Vygotsky (1934) argumenta que as crianças não começam com uma mente vazia. Em vez disso, elas trazem consigo predisposições inatas, habilidades e potenciais que desempenham um papel significativo em seu desenvolvimento. A partir desse ponto de partida, as crianças iniciam interações com seu ambiente, envolvendo-se em trocas sociais e culturais mediadas pela linguagem e por diversas formas de expressão. São por meio dessas interações, dentro da chamada zona de desenvolvimento proximal, que a criança se desenvolve e alcança novos potenciais. Vale ressaltar que esse desenvolvimento é um processo contínuo e cíclico, no qual a criança está constantemente engajada em trocas dinâmicas com seu ambiente.

A Primeira Infância, conforme definida no Marco Legal da Primeira Infância, é o estágio que compreende desde a gestação até os seis anos de idade. Este marco legal, estabelecido em 2016, delinea os direitos e políticas relacionados a essa fase crucial do desenvolvimento humano. Dentro da Primeira Infância, pode-se fazer uma subdivisão em duas partes distintas: a primeira, denominada primeiríssima infância, abrange o período que vai desde a gestação até os três anos de idade, enquanto a segunda parte abarca os anos subsequentes, compreendidos entre os 4 e 6 anos de idade.

Durante esse período, ocorrem importantes desenvolvimentos no sistema nervoso central, incluindo a maturação e expansão do cérebro. As sinapses neurais se multiplicam rapidamente nos primeiros anos de vida, promovendo a aprendizagem e a adaptação ao ambiente (Papaglia, 2004; Brofenbrenner, 1979). É importante frisar também que experiências e interações sociais têm grande impacto neste momento e acabam por moldar a estrutura cerebral, além de influenciar as habilidades cognitivas da criança (Vygotsky, 1991).

Durante os primeiros anos de vida também, as crianças começam a desenvolver habilidades emocionais básicas, como reconhecimento e expressão de emoções, regulação emocional e empatia. Relações de apego seguro com os cuidadores são de extrema importância para um desenvolvimento emocional saudável (Papaglia, 2004; Brofenbrenner, 1979). Neste contexto, as interações sociais e culturais desempenham um papel fundamental na formação das emoções e na compreensão das normas sociais (Vygotsky, 1991).

Ao longo dos seis primeiros anos de vida, as crianças começam a internalizar as normas, valores e práticas culturais do seu ambiente social. A linguagem e as interações sociais são veículos essenciais para a transmissão cultural (Vygotsky, 1934). As representações culturais da infância variam ao longo do tempo e de acordo com o contexto social, mas elas têm grande peso, influenciando e muito as experiências e expectativas das crianças (Heywood, 2006).

Considerando as múltiplas mudanças, transformações e marcos de desenvolvimento durante a primeira infância, este estudo delimita seu foco nesse período para investigar os impactos sociais e culturais de certos conteúdos presentes nas novas narrativas audiovisuais "plataformizadas" sobre as crianças da primeira infância.

Antes de prosseguir, contudo, é fundamental compreender o contexto básico da infância, seu desenvolvimento e as abordagens históricas ao longo do tempo. O estudo do desenvolvimento humano é uma área de pesquisa que se concentra na compreensão das mudanças e da estabilidade ao longo de toda a vida. Inicialmente centrado nos estudos sobre a infância durante o século XIX, o interesse pelos

estágios posteriores do desenvolvimento, incluindo a adolescência, emergiu mais tarde, no século XX. (Papaglia, 2004).

A crescente fascinação pelos anos da infância, um fenômeno que emergiu relativamente tarde na história, desencadeou significativas mudanças no conceito de infância ao longo do tempo. Na Europa, até o século XII as condições gerais de higiene e saúde eram extremamente precárias, o que resultava em um elevado índice de mortalidade infantil e um forte descuido com as crianças menores. Era pouco aconselhável investir muito tempo ou esforço em um “pobre animal suspirante”, que tinha tantas probabilidades de morrer com pouca idade. (Heywood, 2006).

No entanto, de acordo com Áries (1981), as crianças que alcançavam determinada idade não eram reconhecidas como indivíduos distintos até demonstrarem habilidades semelhantes às dos adultos, com quem estavam integradas. Assim, os adultos que cuidavam das crianças não precisavam de qualificação específica, contando com o auxílio de criadeiras, amas de leite ou mães mercenárias. Adicionalmente, observava-se um tratamento superficial das crianças nos primeiros anos de vida, denominado de "paparicação", em que eram vistas como seres engraçadinhos e comparadas a animais ou criaturas impudicas. Dessa forma, as crianças permaneciam em um estado de anonimato social. (Áries, 1981).

É importante destacar que o tratamento dispensado às crianças do sexo masculino muitas vezes diferia daquele recebido pelas do sexo feminino, sendo estas últimas frequentemente associadas a conceitos negativos, como o resultado de relações sexuais consideradas impróprias.

Na arte medieval, até aproximadamente o século XII, a infância era ignorada ou retratada de forma inadequada. A ausência de representações infantis sugere que a infância não tinha um papel definido nesse contexto histórico, sendo retratadas frequentemente como adultos em miniatura até o final do século XVIII, segundo Áries (1981).

O desenvolvimento humano é um tema relevante e complexo que tem sido estudado ao longo da história. No século XXI, o conceito de desenvolvimento integral ganhou destaque, enfatizando a importância do equilíbrio entre bem-estar

material e justiça social. O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Humano (PNUD) propôs o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) como uma medida alternativa ao Produto Interno Bruto (PIB), visando considerar não apenas aspectos econômicos, mas também de saúde, educação e renda.

Atualmente, os cientistas reconhecem que o desenvolvimento humano ocorre ao longo de toda a vida, conforme descrito por autores como Papalia, Olds e Feldman (2006), que definem o processo como "Desenvolvimento do Ciclo Vital". Essa abordagem destaca a importância da história e do contexto na vida das pessoas, assim como a multidimensionalidade e a multidirecionalidade do desenvolvimento.

A abordagem interacionista busca integrar fatores biológicos e ambientais, entendendo o desenvolvimento humano como resultado da complexa interação entre o indivíduo e o ambiente. Essa perspectiva reconhece a forte influência do contexto social no processo de desenvolvimento desde os estágios iniciais da vida. (Nascimento & Dantas, 2004). As relações interpessoais desempenham um papel fundamental, sendo vistas como ações compartilhadas e interdependentes ao longo do tempo e do espaço.

O desenvolvimento humano é caracterizado por uma reorganização contínua que ocorre no contexto temporal e espacial, influenciado pelas interações individuais com o ambiente. Essa compreensão abrangente inclui aspectos biológicos, físicos, psicológicos e sociais, reconhecendo a importância do contexto social na investigação dos fenômenos relacionados ao desenvolvimento. (Dessen & Costa Júnior, 2008).

A interação entre o sujeito e o ambiente é crucial na construção das identidades pessoais e grupais, influenciando a maneira como o sujeito se percebe e se relaciona com os outros. (Rossetti-Ferreira, 2008). A aceitação das múltiplas perspectivas e das contradições é fundamental para promover a integração de polaridades distintas no processo de desenvolvimento.

O desenvolvimento humano é concebido como um processo dinâmico e multifacetado, no qual o sujeito assume um papel ativo na construção de sua própria

história. Essa visão é corroborada pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento Humano (PNUD), que enfatiza a importância de considerar uma ampla gama de aspectos, incluindo questões biológicas, físicas, psicológicas e sociais, na compreensão do desenvolvimento humano.

Atualmente, a abordagem do desenvolvimento humano requer a consideração de diversos fatores, incluindo cultura, história, ambiente social e fatores ambientais que influenciam a vida cotidiana do indivíduo. (Dessen e Costa Júnior, 2008). A relação entre o indivíduo e o ambiente social é fundamental para a construção da identidade pessoal e para o desenvolvimento humano como um todo. As interações sociais são cruciais para a formação das pessoas ao longo de suas vidas, proporcionando aprendizado e desenvolvimento em um contexto cultural complexo.

Se faz urgente compreender a complexidade do desenvolvimento humano, enfocando não apenas o indivíduo, mas também suas redes sociais. A psicologia do desenvolvimento e outras disciplinas teóricas contribuem para essa compreensão multidimensional da temática (Dessen e Guedea, 2005). Além disso, os aspectos subjetivos desempenham um papel significativo no processo de construção da noção de desenvolvimento humano. No entanto, esses aspectos não podem ser analisados isoladamente, mas sim dentro do contexto mais amplo das interações sociais e dos fatores ambientais que influenciam o desenvolvimento ao longo do tempo e do espaço. Essa compreensão conceitual vai além dos indicadores estatísticos, como o PIB e o IDH, e destaca a importância das dimensões subjetivas na compreensão do desenvolvimento humano.

Sendo assim, com o advento do interesse em acompanhar o desenvolvimento durante toda a vida adulta, surgiu a abordagem de desenvolvimento no ciclo vital, que se tornou um campo de estudo proeminente. Esta abordagem é uma estrutura para entender o desenvolvimento ao longo do tempo de vida e seus princípios fundamentais incluem a ideia de que o desenvolvimento é vitalício, multidimensional, multidirecional e plástico, além de ser influenciado pela história e pelo contexto.

Primeiramente, o desenvolvimento é considerado vitalício, o que significa que ocorre de forma contínua desde o nascimento até a velhice, sendo influenciado por experiências passadas e influenciando o futuro de uma pessoa. Em segundo lugar, o desenvolvimento é multidimensional, abrangendo diversas áreas como física, cognitiva, emocional, social e cultural. Isso reconhece a complexidade e interconexão desses diferentes aspectos do desenvolvimento. Além disso, o desenvolvimento é multidirecional, o que indica que as mudanças podem ocorrer em várias direções ao longo da vida, podendo ser progressivas, regressivas ou seguir trajetórias não lineares. Essa perspectiva destaca a variabilidade e individualidade no processo de desenvolvimento de cada indivíduo, o que envolve um equilíbrio entre crescimento e declínio ao longo da vida. As crianças tendem a crescer em tamanho e habilidades de maneira ascendente, enquanto na idade adulta, esse equilíbrio se modifica gradualmente, com ganhos em algumas áreas e perdas em outras, em taxas variáveis. As pessoas buscam maximizar seus ganhos e minimizar suas perdas aprendendo a gerenciá-las ou compensá-las.

Por fim, o desenvolvimento é plástico, ou seja, é maleável e pode ser moldado por influências internas e externas ao longo do tempo. Isso sugere que as pessoas têm a capacidade de se adaptar e mudar em resposta a diferentes experiências, desafios e oportunidades ao longo de suas vidas.

O desenvolvimento humano abrange três principais aspectos: físico, cognitivo e psicossocial, que estão interconectados e influenciam uns aos outros. As influências no desenvolvimento humano podem ser de natureza genética, ambiental, familiar, socioeconômica, étnica e cultural. Ou seja, cada período da vida é influenciado pelo que aconteceu anteriormente e, por sua vez, influencia o que está por vir. Cada fase possui suas próprias características distintas e valor intrínseco, sem hierarquia de importância entre elas. Além disso, o desenvolvimento humano é fortemente influenciado pela história e contexto individuais, moldados pelas circunstâncias específicas de tempo e lugar. Os seres humanos não apenas respondem passivamente aos seus ambientes físicos e sociais, mas também interagem com eles e contribuem para mudanças. (1987; Baltes, Lindenberger e Staudinger, 1998)

O processo de desenvolvimento cognitivo, segundo Vygotsky (ano?), é intrinsecamente ligado ao contexto cultural em que o sujeito está inserido. Ele argumenta que as interações sociais e as conexões estabelecidas nesse contexto são fundamentais para a formação do sujeito como um todo. Em outras palavras, o desenvolvimento cognitivo não ocorre de forma isolada, mas é construído por meio das interações sociais e culturais. Ao contrário da visão de que o sujeito é apenas um reflexo passivo do meio, Vygotsky enfatiza a relação dialética entre sujeito e cultura. Nesse sentido, a cultura é moldada pelos sujeitos, mas também exerce influência sobre eles. Portanto, o desenvolvimento humano é um processo dinâmico e complexo, permeado pela interação entre história, cultura, biologia e ambiente.

No que diz respeito às capacidades cognitivas, Vygotsky introduz o conceito de funções mentais, que são aprimoradas por meio das interações sociais. Ele argumenta que a interação social possibilita a transformação gradual das funções mentais inferiores em funções mentais superiores. Nesse processo, a linguagem desempenha um papel central como instrumento mental, mediando as interações e representando diferentes formas de expressão. Vale ressaltar que o desenvolvimento cognitivo, conforme entendido por Vygotsky, difere da perspectiva de Piaget. Enquanto Piaget enfatiza o papel do indivíduo na construção do conhecimento, Vygotsky destaca a importância das interações sociais como impulsionadoras do desenvolvimento cognitivo.

Para uma análise mais abrangente do desenvolvimento humano, é essencial considerar diferentes planos. Vygotsky propõe os planos filogenético, ontogenético e microgenético. O plano filogenético refere-se à origem da espécie humana e às características comuns a todos os indivíduos como membros da mesma espécie. Já o plano ontogenético destaca as diferenças individuais no ritmo de desenvolvimento ao longo da vida de cada pessoa. Por fim, o plano microgenético diz respeito às experiências pessoais e interações específicas de cada indivíduo em seu próprio contexto cultural.

A Invisibilidade Da Infância e a Sociologia da Infância

É imperativo expor a invisibilidade da infância ao longo dos anos, estudos e retratações. Uma invisibilidade que pode ser citada em pelo menos três

dimensões: histórica, cívica e científica. Na dimensão histórica, as crianças são praticamente ausentes nos registros documentais, sendo apenas consideradas como herdeiras de tradições familiares. Além disso, ao longo da história, foram excluídas dos direitos políticos e sociais, sendo marginalizadas como grupo social. Na dimensão cívica, as crianças são negligenciadas nos debates políticos e sociais, não tendo voz ativa na formulação de políticas que as afetam diretamente. Isso contribui para a perpetuação de sua invisibilidade e exclusão. Já na dimensão científica, há uma escassez de pesquisa acadêmica sobre a infância, com a maioria dos estudos sendo conduzidos por pesquisadores brancos do Norte global. Isso resulta em uma visão limitada e muitas vezes distorcida da infância, ignorando as diversas realidades e perspectivas das crianças em diferentes contextos culturais e sociais. (Lima, 2024; Sarmiento, 2007).

A ausência de reflexão sobre a infância não é casual, mas reflete sua posição na estrutura social, onde historicamente não se via necessidade de dedicar tempo ou esforço para compreendê-la (Hambert, 2010). Ao longo das Revoluções Liberais e dos avanços do pensamento iluminista, houve uma transformação na concepção do ser criança, o que impulsionou o surgimento de estudos nas áreas da medicina, psicologia e pedagogia (Heywood, 2004). Esses estudos, contudo, limitavam a criança como um ser frágil fisicamente, de menor valor e mentalmente vazio, destinado apenas a ser estudado em seu desenvolvimento físico e cognitivo e educado de forma severa para se tornar um cidadão adulto respeitável na sociedade (Lima, 2024; Gusmão, 1999).

Em meados de 1930 emergem os estudos da Sociologia da Infância e para compreender a infância como um fenômeno social, é necessário adotar uma abordagem multi e interdisciplinar, conforme sugerido por Prout (2005). Esse enfoque permite integrar previsões culturais que são coerentes com o estatuto epistemológico da infância (Lima, 2024).

A infância é entendida como uma categoria essencial e permanente de qualquer sociedade, moldada por uma variedade de fatores econômicos, políticos, culturais, tecnológicos, bem como ideológicos e discursivos. Essa categoria desenvolve relações tanto dentro de sua própria geração quanto entre diferentes

gerações (Lima, 2024; Qvortrup, 2010). Ao que Vygotsky nos anos 20 já escrevia sobre a transição da condição biológica para a cultural. Vygotsky, ao abordar a relação entre funções biológicas e funções culturais, não adotava o dualismo, mas sim a superação. Ele argumentava que as funções biológicas não desaparecem com o surgimento das funções culturais, mas sim adquirem uma nova forma de existência incorporada à história humana.

Essa perspectiva, permeada pelo materialismo histórico-dialético, revela que as categorias "social" e "cultural" na obra de Vygotsky são influenciadas pelo conceito de história. A vida social, anterior à cultura, adquire historicamente novas formas de existência sob a ação humana, tornando-se um fenômeno humano. Vygotsky entende a cultura como um produto da vida social e da atividade social humana. Ele postula a "lei genética geral do desenvolvimento cultural", enfatizando a importância da internalização de signos no desenvolvimento humano. Segundo essa lei, toda função começa no plano social e depois se desenvolve no plano psicológico, através da internalização. Vygotsky destaca a evolução das relações sociais, passando das formas naturais de comunicação para as relações mediadas pela linguagem, que se torna central na atividade social e no pensamento humano (Martins e Rabatini, 2011).

Os signos da linguagem na formação de infâncias

A concepção da infância pode ser compreendida através dos discursos que prevalecem em cada período histórico, os quais incluem narrativas teóricas, literárias, cinematográficas, jornalísticas, publicitárias e, sobretudo, narrativas do cotidiano. Esses discursos delimitam os espaços e os papéis sociais atribuídos tanto às crianças quanto aos adultos. A linguagem empregada nas interações diárias revela a imagem predominante que se tem da infância, permitindo observar, nas conversas, nos gestos e nos comportamentos, os padrões de comportamento associados à criança em uma determinada época. Esses discursos refletem e reforçam os papéis sociais atribuídos a crianças e adultos em uma determinada sociedade, moldando seus comportamentos de acordo com expectativas culturais, políticas e econômicas (Jobim & Souza, 2015). O controle não se restringe apenas aos meios de produção de bens, mas também à produção de signos linguísticos,

evidenciando como cada indivíduo, seja leigo ou profissional, contribui para a formação da ideia de infância padrão em sua sociedade (Jobim & Souza, 2015).

A introdução de signos tem relevantes reflexos no comportamento humano. Uma vez que são inseridos entre a resposta de uma pessoa e o estímulo do ambiente, eles agem como estímulos culturais que afetam as funções psíquicas. Essa mediação transforma as respostas espontâneas em volitivas, permitindo que o psiquismo humano opere em um nível qualitativamente superior, livre de determinismos biológicos e contextos imediatos de ação, observando que a inclusão de um signo em qualquer processo altera toda a estrutura das operações psicológicas. Os signos são vistos como meios auxiliares para resolver tarefas psicológicas, exigindo que o comportamento se adapte e promovendo mudanças psíquicas estruturais. Vygotsky estabelece uma analogia entre instrumentos técnicos e signos, mas ressalta uma distinção crucial entre eles: enquanto os instrumentos técnicos transformam o objeto externo, os signos transformam o próprio sujeito. Assim, embora ambos atuem como intermediários em relações, os instrumentos técnicos têm como foco o objeto externo, enquanto os signos direcionam-se ao psiquismo e ao comportamento do sujeito. (Vygotsky, 1993).

Por isso a mediação da linguagem no desenvolvimento humano é um princípio fundamental na teoria de Vygotsky. Para ele, o meio em que o indivíduo está imerso é moldado e constituído pela linguagem. A linha de desenvolvimento, tanto natural quanto cultural, está intrinsecamente ligada à internalização das interações e relações linguísticas, bem como aos estímulos provenientes do meio ambiente. O autor ressalta que as funções mentais, como a atenção involuntária e a memória mediada, são inicialmente inferiores e dependem da mediação social para se desenvolverem plenamente. Nesse contexto, Vygotsky concebe a zona de desenvolvimento proximal como um conceito central. Para ele, o desenvolvimento real refere-se ao que o indivíduo é capaz de fazer sozinho, enquanto o desenvolvimento potencial é alcançado por meio da interação com outros mais experientes, em um processo de troca constante. Esse processo de desenvolvimento é cíclico e possui um ritmo específico.

Diante desse contexto, torna-se imperativo compreender os signos contidos nos discursos e temáticas presentes nas novas narrativas audiovisuais inerentes aos canais infantis do YouTube, dada a influência direta que exercem sobre a psique, comportamento infantil e a própria construção de identidade. Os discursos, linguagens e imagens massivas veiculadas nesses canais estão contribuindo para a construção de uma concepção da nova infância contemporânea, o que, por sua vez, reforça comportamentos, demandas e padrões específicos.

É imprescindível, contudo, ainda no contexto da crítica, reconhecer que a infância não está em declínio, mas continua sendo uma categoria social com suas próprias características distintivas (Postman, 1999; Sarmiento, 2002). As culturas da infância, ao longo do tempo, refletem e expressam as complexidades e contradições da sociedade em diferentes contextos históricos (Sarmiento, 2002). Portanto, torna-se imperativo estudar as gramáticas infantis para identificar suas particularidades neste novo cenário (Sarmiento, 2002). Tais gramáticas se manifestam em várias dimensões, incluindo semântica, sintaxe e morfologia, abrangendo elementos como jogos, brinquedos, rituais, gestos e palavras (Sarmiento, 2002).

Ao investigar questões relacionadas à interatividade e à ludicidade, observa-se a cultura de pares, que representa um espaço crucial no qual as crianças constroem conhecimento sobre o mundo e suas identidades, reproduzindo, questionando e reinventando modos de vida (Sarmiento, 2002). As crianças utilizam a ludicidade como meio de produzir significados sobre o mundo e tornam-se produtoras de cultura através do ato de brincar (Huizinga, 1996; Brougère, 1998).

Entretanto, se a ludicidade hoje vem através do entretenimento proveniente dessas novas mídias, que significados sobre o mundo e cultura as crianças irão produzir uma vez que o ato de brincar tornou-se, muitas vezes, assistir o outro brincar por meio das telas?

Representações da infância ao longo da história

Antes de iniciar a discussão, contudo, se faz necessário contextualizar as diversas gerações, observando suas infâncias, crescimentos e desenvolvimentos em meio aos eventos históricos e revoluções econômicas de suas respectivas épocas.

Apesar das críticas à categorização geracional, neste estudo ela é utilizada para ilustrar e compreender as experiências compartilhadas por coortes específicas ao longo das décadas, detectando possíveis correlações entre o desenvolvimento infantil e as gerações dentro de seus contextos histórico-econômicos.

Quadro Gerações

(continua)

Geração	Período	Descrição	Autor(es)	Obras Relacionadas
Geração Perdida	1883 - 1900	O termo é usado para designar a geração (1883-1900) que cresceu ou lutou durante a adolescência na Primeira Guerra Mundial e viveu a vida adulta durante os Roaring Twenties até a Grande Depressão. Isto aliado a denominação "Geração Perdida", no sentido de "sem direção".	Gertrude Stein, Ernest Hemingway	"O Sol Também se Levanta", "Paris é uma festa"
Geração Grandiosa	1901 - 1927	Cresceram durante a Grande Depressão e a Segunda Guerra Mundial, moldados pela prosperidade dos Trinta Anos Gloriosos (1945–73).	Tom Brokaw	"The Greatest Generation"
Geração Silenciosa	1928 - 1945	Nascidos entre a Grande Depressão e a Segunda Guerra Mundial. Na idade adulta presenciaram a Guerra da Coreia e movimentos de direitos civis nos anos 60.	William Strauss, Neil Howe	"Generations"
Baby Boomers	1946 - 1964	Expressão devido ao aumento nas taxas de natalidade pós-Segunda Guerra.	Leslie J. Nason, Washington Post	O termo "baby boomer" foi registrado pela primeira vez em um artigo de 1963, ganhando popularidade em 1970 no The Washington Post.

Geração X	1965 - 1980	Geração X (ou coloquialmente no Brasil Geração Coca-Cola, derivado de uma música da banda Legião Urbana), cresceram com mudanças econômicas e tecnológicas, marcados pelo fim do baby boom.	Douglas Coupland	A expressão "Geração X" foi inventada pelo fotógrafo Robert Capa em 1953 num ensaio fotográfico na revista britânica "Picture Post" e na estadunidense "Holiday".
Geração Y (Millennials)	1981 - 1996	Primeira geração digital, marcada pelo surgimento da internet e avanços tecnológicos. Se a geração X foi concebida na transição para o novo mundo tecnológico, a geração Y foi a primeira verdadeiramente nascida neste meio, mesmo que incipiente.	William Strauss, Neil Howe	"Millennials Rising"
Zillennials	1992 - 2000	Uma microgeração situada na fronteira entre as gerações Y (Millennials) e Z, partilhando características de ambos os grupos. Nos Estados Unidos, estima-se que esta coorte demográfica tenha entre 30 a 48 milhões de pessoas. O termo "zillennial" é uma junção das palavras "Geração Z" e "Millennial", enquanto "zenennial" é outra variação do nome usada comumente. Outras denominações propostas para este grupo incluem Geração Snapchat.	Ubl, Walden e Arbit, Ketchum	"Introduces the GenZennial, an Influential Blend of Two Generations"
Geração Z	1997 - 2012	Coloquialmente chamado em inglês "zoomers" ou "centennials". Essa geração é digitalmente nativa e tecnologicamente avançada, surgindo com o advento da World Wide Web em 1990, criada por Tim Berners-Lee, e durante uma era de inovação tecnológica significativa. Caracteriza-se	Pew Research Center foi uma das empresas de pesquisas que delimitou o ponto de corte entre	N/A

		por sua habilidade de alternar rapidamente entre diversas plataformas.	as gerações Y e Z.	
Geração Alpha	2013 - Presente	Nomeada a partir da primeira letra do alfabeto grego, a Geração Alpha refere-se à primeira geração nascida inteiramente no século XXI.	Mark McCrindle	N/A
Geração C (Coronababies)	2020 - Presente	Também conhecidos como Coronababies, sofreram o impacto da COVID-19, começando no final de 2019 e projetada para durar até 2030. A letra "C" reflete o impacto da pandemia no desenvolvimento infantil, com mudanças como máscaras e lockdowns, aspectos do chamado "novo normal", essenciais na definição desta geração.	Emergente na literatura	N/A

Tabela produzida pela própria autora, unificando as diversas bibliografias geracionais. Sendo assim fica esclarecido que esta pesquisa tem como objetivo estudar a geração denominada por Geração Alpha e Geração C.

A partir de pressupostos teóricos e do entendimento da infância como artefato construído no meio social, a sociologia da infância defende a mesma ideia vygotskyana: crianças não são receptáculos passivos de culturas adultas, mas sujeitos ativos na produção cultural da sociedade. São seres dotados de agência em constante dinamismo com culturas de ser minadas pelas instâncias de socialização das quais interpretam códigos e conjugando suas próprias culturas infantis, numa prática denominada "reprodução interpretativa" (Lima, 2024; Corsaro, 2011).

As concepções e representações da infância ao longo da história demonstram uma progressão não linear, evoluindo em resposta a diversos contextos históricos e sociais. Durante as revoluções liberais, particularmente durante a primeira revolução industrial, observou-se uma maior atenção ao tema da infância (Heywood, 2004). No entanto, esse período também foi marcado pela exploração desumana das crianças, que eram submetidas a condições de trabalho extremamente precárias, incluindo exposição a contaminações e mutilações em máquinas devido ao seu tamanho ideal para tarefas específicas. Além disso, as mães ainda em

puerpério enfrentavam uma carga horária de trabalho intensa, resultando na desestruturação familiar e na exploração do trabalho infantil (Heywood, 2004).

Com o advento da segunda revolução industrial e a expansão da indústria cultural e de produtos de massa, surgiram novas formas de desigualdade social, com crianças desfrutando de produtos de consumo enquanto outras enfrentavam privações (Heywood, 2004). Ademais, as crianças foram submetidas a traumas psicológicos decorrentes de eventos como guerras, frequentemente sem receber a devida atenção e apoio. Esse período foi marcado por altas taxas de órfãos, deslocamentos, mudanças de residência forçadas e violência sexual (Heywood, 2004).

No contexto colonial e imperial do Brasil, as concepções de infância variavam significativamente de acordo com a origem étnica e social da criança. As crianças escravizadas negras e indígenas ocupavam papéis específicos na sociedade, enquanto as crianças brancas da elite desfrutavam de privilégios educacionais (Lima, 2024; Altman, 2013; Santos, 2007).

Com a proclamação da República, surgiram os primeiros esforços de modernização do país, e o Estado começou a se preocupar com o destino das crianças desamparadas, especialmente aquelas provenientes de famílias desestruturadas e pobres. Foram implementadas políticas públicas voltadas para esse perfil de crianças e adolescentes, embora também tenha havido uma abordagem punitiva para aqueles considerados infratores (Passetti, 2013). A ideologia de que as crianças precisavam ser moldadas e integradas à sociedade por meio da educação escolar tornou-se predominante nesse período, influenciando políticas como o Código de Menores de 1927, que tratava crianças pobres e infratoras de maneira semelhante, com foco na punição penal (Lima, 2024; Passetti, 2013).

Após o período pós-guerra, especialmente a partir dos anos 60 no Brasil e em países desenvolvidos, mudanças significativas ocorreram nas estruturas familiares devido à entrada das mulheres no mercado de trabalho, aumento da frequência de divórcios e do número de domicílios monoparentais. Essas transformações reconfiguraram as dinâmicas entre pais, mães e filhos. Com

jornadas de trabalho mais longas, os pais tornaram-se mais permissivos em relação aos desejos materiais das crianças, dando-lhes voz nas decisões de consumo (Lima, 2024; Henriques, 2010; Buckingham, 2007).

Além disso, o lazer das crianças passou por um processo de privatização, com atividades antes realizadas em espaços públicos, como ruas, sendo deslocadas para ambientes privados, como casa, sala de estar e quarto de dormir. Um fator crucial nesse processo foi a ascensão da televisão e de outras mídias emergentes, que se tornaram fontes de entretenimento, informação e sociabilidade para as crianças (Lima, 2024; Henriques, 2010; Buckingham, 2007).

Os avanços resultantes do progresso científico e tecnológico não apenas agilizaram os fluxos econômicos, mas também encurtaram as distâncias, tanto geográficas quanto simbólicas, entre indivíduos de diferentes espaços, ideias e valores. Nesse contexto, surge o desafio de preservar as identidades culturais frente à crescente exposição a influências externas e à invasão cultural. A primeira era do capitalismo de consumo foi marcada pela criação do consumidor moderno, uma figura modelada pelo marketing, pilar fundamental da indústria cultural. O termo "indústria cultural", cunhado por Theodor Adorno e Max Horkheimer, aborda a formação de sujeitos orientados pela lógica do consumo e pela padronização do pensamento. Através dos meios de comunicação de massa, como vídeos, rádio, televisão e cinema, a indústria cultural transformou-se em um mecanismo de consumo, disseminando artefatos culturais como mercadorias, com o objetivo de educar os sujeitos para o consumo (Adorno e Horkheimer, 1944).

Durante as décadas douradas do capitalismo, entre 1945 e 1975, ocorreu um excepcional crescimento econômico, aumento da produtividade e extensão da regulação estatal sobre a economia. No entanto, após esse período, profundas transformações políticas, econômicas e socioculturais se instalaram em decorrência da Segunda Guerra Mundial. A economia ocidental enfrentou adversidades, como embargos petrolíferos e saturação do mercado consumidor, levando à necessidade de redefinir os rumos do capitalismo. Surge então o conceito de acumulação flexível, que segmentou o mercado e inaugurou uma cultura do consumo de nicho, subordinando a produção ao consumo (Harvey, 1990). O marketing, nesse contexto,

deixou de se concentrar apenas nas transações de compra e venda, passando a priorizar a manutenção de relacionamentos com os clientes. Surge a noção de "lifetime value", que calcula os lucros esperados a partir dos gastos de um consumidor durante sua vida ativa, com uma empresa ou marca (Barry e Weinstein, 1998).

Nessa perspectiva, as crianças passaram a ser vistas como consumidores desde os primeiros anos de vida, exercendo influência significativa nos gastos familiares. O mercado infantil movimenta bilhões de dólares anualmente e cresce a uma taxa considerável, tornando-se um segmento de grande relevância econômica. Susan Linn em seu livro: "Consuming Kids: The Hostile Takeover of Childhood" (2004) explora como o marketing e a publicidade dirigidos às crianças transformaram profundamente a experiência da infância, criando uma geração que desde cedo é alvo de estratégias comerciais agressivas. Linn ainda lança críticas quanto à maneira como as empresas de mídia e tecnologia vem lucrando ao capturar a atenção das crianças, muitas vezes às custas do bem-estar delas. O mercado não apenas explora as crianças como consumidoras, mas também as influencia de maneira profunda e potencialmente prejudicial. a pressão para consumir pode levar a problemas como materialismo excessivo, diminuição da autoestima, e um enfraquecimento da capacidade de brincadeira criativa, que é vital para o desenvolvimento cognitivo e social saudável.

A criação de uma criança consumidora transforma a maneira como as crianças veem a si mesmas e ao mundo ao seu redor, enfatizando valores como status e aparência em detrimento de valores mais profundos. Essa ênfase prematura em escolhas de consumo e o bombardeio de mensagens comerciais podem também levar a problemas de saúde mental, como ansiedade e depressão, pois as crianças podem sentir-se pressionadas a atender às expectativas irreais fomentadas pelos anúncios. (Linn, 2004).

Criança: sinônimo de consumo?

A cultura do consumo é vista como uma reação às mudanças sociais provocadas tanto pela revolução industrial quanto pela revolução do consumidor, que ocorreram de forma paralela, mas geralmente são analisadas de maneira

independente (Fontenelle, 2017; Taschener, 2010). Esses dois movimentos combinados deram origem aos mercados de massa, resultando em uma reconfiguração do papel da infância dentro das sociedades industriais (Lima, 2024; Orofino, 2012).

A influência do consumo na formação dos indivíduos e na cultura contemporânea nunca foi tão significativa, considerando que o sistema econômico atual não se limita apenas a criar consumidores, mas também busca tornar outras formas de existência inviáveis (Jobim e Souza, 2015). É crucial também analisar a participação das crianças nos mecanismos de sedução para o consumo e seu papel na cultura do consumo, mesmo que não sejam remuneradas. Ao interagirem entre si e com os interesses do mundo adulto, as crianças exercem um poder na transformação da cultura, seja para resistir a certos padrões, seja para alimentar o sistema socioeconômico massificado, contribuindo assim para a hegemonia desse sistema (Jobim e Souza, 2015).

Assim como os adultos, as crianças são sensíveis a diversos aspectos da vida, como o real, o imaginário, o simbólico, o estético e o espiritual, destacando que elas adquirem conhecimento através de suas ações individuais. Quando expostas a ambientes caracterizados pelo consumo exagerado e desnecessário, as crianças tendem a adotar comportamentos consumistas.

Para compreender como a aliança das novas narrativas midiáticas com os objetivos comerciais têm transformado as crianças em consumidoras habilidosas, é fundamental analisar tanto a noção de receptor na teoria da comunicação, quanto o conceito de infância na sociologia (Lima, 2024; Orofino, 2012). Esse percurso revela as tensões existentes entre a forma como as crianças recebem e interpretam a mídia e sua capacidade de agir e tomar decisões (Lima, 2024; Giddens, 2002). Além disso, é importante considerar como o processo de produção das narrativas midiáticas influencia essa dinâmica.

A publicidade desempenha um papel significativo nesse processo, fabricando verdades que promovem o consumismo e limitam a capacidade das crianças de desenvolverem uma compreensão crítica da cultura e da sociedade. Isso resulta na redução do aspecto lúdico de suas vidas, levando-os a agir mais por

instinto de sobrevivência do que por escolhas conscientes. Além disso, a publicidade se torna uma fonte de poder para aqueles que a financiam (Paiva, 2016).

O status de consumidor é um fator distintivo na sociedade, onde atos simbólicos relacionados ao consumo são amplamente disseminados como símbolos de inserção, visibilidade e ascensão social. O consumismo é descrito como uma ocorrência sociopolítica e econômica com potencial destrutivo, caracterizado pelo desperdício e pela insociabilidade. Especialmente preocupante é o impacto do consumismo na infância, onde as crianças são expostas desde cedo a um mundo de excesso e são privadas de uma infância genuína, a menos que tenham acesso a um repertório cultural que lhes permita escapar desse ambiente de consumismo, o que é cada vez mais raro na sociedade do cansaço (Chul Han, 2015), uma vez que a exaustão alcança a quase todos independente de classe social.

O consumismo tem o efeito de alienar as pessoas, impedindo uma aprendizagem completa em sociedades que resistem a essa cultura dominante. Isso acontece porque o ato de comprar é valorizado acima de aspectos fundamentais como família, educação, arte, religião, ciência e esferas públicas. Para Jürgen Habermas (2003), proporcionar experiências culturais às crianças é essencial para fortalecer sua infância, mesmo diante de ambientes saturados por mensagens publicitárias que promovem desejos irreais.

O poder social atualmente se mistura cada vez mais com os meios de controle da informação, resultando em uma consciência cada vez mais tecnológica. Nessa realidade, é o mercado global, e não mais o Estado, que fornece os principais cenários de identidade. O consumismo é a ideologia que sustenta essa dinâmica. (Sodré, 2012).

A globalização política em torno dos direitos das crianças destaca uma questão intrigante: antes mesmo de serem consideradas sujeitos sociais de direito, as crianças já eram reconhecidas pelo mercado como consumidores. (Lima, 2024; Cook, 2004). A noção de "criança global" ganha destaque nas pesquisas acadêmicas ao abordar dois aspectos principais: o surgimento da criança como consumidor e o surgimento da criança como sujeito de direitos. Estudos sobre a criança como consumidora investigam as diversas maneiras pelas quais as crianças são

envolvidas como agentes na dinâmica cultural de consumo global. Por outro lado, o reconhecimento da criança como sujeito de direitos envolve posicioná-las em relação às gerações mais velhas, com o Estado assumindo um papel crucial nesse processo. (Lima, 2024; Castro, 2021).

É importante notar que a cidadania é vista como uma expressão do consumo, e as conquistas de direitos políticos para crianças muitas vezes estão ligadas a aspectos econômicos. Além dos direitos universais atribuídos aos cidadãos, as crianças têm o direito de participar de práticas sociais e culturais que as façam sentir-se parte da sociedade. No entanto, ao longo desse processo, a distinção entre ser uma criança e ser um cidadão consumidor pode se tornar cada vez mais tênue.

Há ainda uma armadilha na propagação do consumismo: a diluição do conceito de "cultura". Este termo está sendo cada vez mais utilizado de forma superficial, seja pela classificação das empresas em departamentos de marketing, seja pela assimilação de expressões como "cultura digital" e "cultura de rede" pelos usuários de novas tecnologias de comunicação e relacionamento. Esse fenômeno reflete os tempos atuais, caracterizados pelo hiperconsumo e por uma sociedade liberal que prioriza a flexibilidade e a fluidez, negligenciando os princípios estruturantes da modernidade. (Habermas, 2003; Sodré, 2012).

A ambiguidade semântica entre o que é considerado comum, público e privado, bem como entre o interesse coletivo e o particular, cria um ambiente de incerteza para o indivíduo. Isso o leva a enxergar a sociedade como uma ameaça, desencorajando-o de buscar uma razão de ser nela. Em vez disso, ele é levado a buscar uma suposta felicidade em objetos e a encarar sua própria identidade como algo passível de ser adquirido e negociado, o que resulta em frustrações e fortalecimento do individualismo e da competição desenfreada.

O condicionamento da visão do ser humano aos padrões impostos pelo discurso dominante acaba por estagnar o desenvolvimento cultural. A publicidade e a propaganda, quando direcionadas às crianças, podem criar desconexões entre elas e sua identidade, ao incentivar a ideia de que a realização dos desejos está vinculada ao consumo. Esse processo neutraliza a individualidade, substituindo-a pela busca incessante por bens materiais (Paiva, 2016).

Diante dessa situação preocupante, é necessário dedicar atenção especial ao fenômeno alienante do consumismo, que se torna uma obrigação social institucionalizada. A crise do consumismo não afeta apenas os adultos, mas também as crianças, influenciando suas experiências e perspectivas de vida. As crianças absorvem sua cultura implicitamente. Isso sugere que lidar com os problemas causados pelo consumismo requer mudanças culturais significativas (Maturana, 2004).

Criança e Cultura

A concepção de cultura é apresentada por Canclini (1987) como um componente essencial da socialização das classes e dos grupos, influenciando a formação de concepções políticas e o estilo de vida adotado pela sociedade em diferentes trajetórias de desenvolvimento. Ela atua como uma lente pela qual tanto a sociedade como cada indivíduo percebem e interpretam os fenômenos ao seu redor (Lima, 2024; McCracken, 1988). Além disso, a cultura desempenha um papel fundamental na atribuição de identidade aos sujeitos e na definição de parâmetros que os auxiliam na interpretação do mundo que os cerca (Slater, 2002). Vale ressaltar que a cultura também fornece as ferramentas e os símbolos necessários para a construção do conhecimento e do pensamento (Vygotsky, 1934).

O comportamento coletivo, muitas vezes atribuído a grupos sociais, na verdade, reflete as ações individuais que revelam as motivações culturais subjacentes. Seguindo os ensinamentos de Vygotsky (1993), a cultura molda os processos mentais em nível humano e individual. Conceitos como recursividade, que permite a criação de representações mais complexas, e discursividade, que amplia a percepção, são influenciados pela cultura (Leme, 2011).

Ao considerar o impacto do consumismo, pode-se inferir que a evolução psicológica tenha passado de um desejo irrefletido de sucesso e felicidade para uma reflexão mais profunda, influenciada pela imaginação e sua relação com símbolos e realidade objetiva. Manuel Sarmiento (2007), ao analisar a constituição cultural da infância moderna, identifica duas fases distintas: a institucionalização e a re-institucionalização. Na primeira fase, caracterizada pela criação de escolas,

recenseamento familiar e formação de conhecimentos sobre as crianças, houve um impulso significativo para a expansão da educação formal e o controle estatal sobre as famílias. Essa institucionalização teve um impacto profundo na socialização e no desenvolvimento intelectual das crianças, contribuindo para uma maior padronização dos currículos escolares e levantando questões sobre a intervenção do Estado na vida familiar.

Já na fase de re-institucionalização, ocorrida no final do século XX, houve uma revisão das políticas voltadas para a infância, levando em consideração os efeitos das instituições na vida das crianças e suas famílias. Isso resultou em uma maior atenção aos aspectos psicossociais das crianças e uma busca por abordagens mais inclusivas e equitativas na educação e no cuidado infantil. Além disso, essa fase promoveu uma reflexão crítica sobre o papel das instituições na reprodução das desigualdades sociais, levando a uma análise dos estereótipos de gênero, classe e raça presentes nas práticas educacionais e sociais. (Lima, 2024; Sarmiento, 2007).

Os impactos dessas fases foram amplos e complexos, moldando profundamente a experiência da infância ao longo do tempo. Desde a expansão da educação em massa até a revisão das políticas de infância, essas mudanças continuam a influenciar as práticas e políticas relacionadas às crianças até os dias atuais, destacando a importância de uma abordagem crítica e reflexiva para compreender a evolução da infância na sociedade moderna, com destaques para a Declaração de Genebra (1924), a declaração dos Direitos da Criança (1959), a Constituição Federal Brasileira (1988), a Convenção Internacional sobre os Direitos da Criança (1989) e o Estatuto da Criança e do Adolescente (1990) (Lima, 2024).

No panorama nacional, a pesquisa TIC Kids Online Brasil 2014 evidencia um aumento notável na utilização de dispositivos eletrônicos, como notebooks, tablets e celulares, por crianças e adolescentes (Mascheroni e Cuman, 2014). Tal fenômeno não é exclusivo do Brasil, sendo corroborado por estudos do Net Children Go Mobile, que revelam a crescente inserção dessa faixa etária no cotidiano das mídias móveis em todo o mundo (Mascheroni e Cuman, 2014).

Esta interação frequente com as mídias móveis não apenas afeta as relações familiares e comunitárias, mas também influencia o panorama midiático, resultando

na reconfiguração dos conceitos de público e privado, familiar e estranho (Mascheroni e Ólafsson, 2014; Mesch e Talmud, 2010). Em face dessas transformações, nas quais há uma tendência de diminuição da influência parental em detrimento da influência da cultura de pares, é crucial adotar uma abordagem analítica abrangente que integre perspectivas tanto micro, relacionadas à cultura de pares, quanto macro, referentes às indústrias midiáticas (Pasquier, 2008), dado o mútuo reforço entre ambas. À medida que um canal infantil no YouTube ganha popularidade, as crianças comentam e promovem seu conteúdo entre si, aumentando sua audiência e, conseqüentemente, impulsionando sua comercialização em larga escala.

Portanto, é pertinente salientar que grande parte da produção cultural voltada para crianças é permeada por essa lógica midiática, amplamente moldada pelo consumo. Contudo, isso acarreta implicações substanciais em termos de qualidade, especialmente no que concerne à diversidade, ao respeito pelos direitos humanos, à promoção de valores democráticos e à consideração da experiência de vida das crianças (Pasquier, 2008).

2.2. Economia Política Infantil

O termo "economia política" surgiu no século XVIII para descrever os sistemas de organização social, comércio, colonialismo e capital, indo além da mera economia para abranger a relação entre o funcionamento de uma economia como um todo social e sua ordem política. Essa relação inclui tanto o controle da economia quanto a promulgação de princípios de justiça ou injustiça. Em termos abstratos, o conceito abrange a produção, distribuição, troca e consumo de valores (aspectos econômicos), assim como a produção, distribuição, troca e exercício do poder (aspectos políticos), e como esses elementos se relacionam em um determinado contexto social e temporal (Graham, 2017).

Na área dos estudos da infância, Hart e Boyden (2018) caracterizam a economia política como um campo de estudo preocupado com as relações entre o exercício do poder e a distribuição de recursos. Os princípios fundamentais dessa abordagem envolvem a análise do papel dos mercados e do valor, especialmente o dinheiro, na distribuição de riqueza e pobreza dentro de uma sociedade. Princípios

como capital e trabalho, entrada e saída, oferta e demanda são fundamentais para entender a natureza da sociedade, tanto historicamente quanto nos dias atuais, mesmo com a complexidade adicional introduzida pelas tecnologias digitais.

Uma linha recente de investigação tem se dedicado à economia política da infância (Hart e Boyden, 2018), explorando as mudanças nas estruturas sociais sob o contexto do neoliberalismo e sua influência nas vidas das crianças. Este enfoque destaca como as características contemporâneas do cuidado infantil, teorias de desenvolvimento e educação podem ser influenciadas pela lógica subjacente das sociedades neoliberais. Nesse sentido, compreender as crianças e as mudanças associadas à infância requer uma visão ampla que considere o panorama sociopolítico mais amplo.

Por outro lado, Wintersberger (1994) propõe uma análise que destaca as crianças como recursos-chave dentro de um sistema econômico, enquadrando-as em perspectivas antropológicas sociais comparativas. Sob essa ótica, a infância e o controle das crianças são vistos como elementos fundamentais na criação de valor, capital e trabalho (Graeber, 2014). Em contraste com a abordagem anterior, essa perspectiva sugere que a infância não é apenas um domínio onde características sistêmicas da economia política são aplicadas, mas sim uma base para a compreensão mais ampla dos processos econômicos e sociais.

De fato, um marco crucial na aplicação da teoria da economia política ao estudo das crianças surgiu com a perspectiva histórica que percebia a infância como uma fase distinta na trajetória das sociedades humanas (Ariès, 1962). Argumentava-se que uma experiência humana diferenciada, separada da vida adulta, emergiu nos estágios iniciais das economias capitalistas nos países do Norte global. Um indicador significativo desse conceito de infância foi o surgimento de um mercado dedicado a essa "nova" identidade, essa nova etapa da vida. A análise da história dos brinquedos e das roupas no século XIX (Cook, 2004) evidenciou que as indústrias, negócios e mercados voltados para o público infantil não apenas se tornaram elementos essenciais da atividade econômica convencional, mas também desempenharam um papel na formação da criança como um novo tipo de "sujeito-consumidor" nessas sociedades. Estudos sobre o consumismo focalizaram as desigualdades sociais e as ameaças morais que o tratamento da infância como um

mercado poderia representar para o bem-estar do desenvolvimento infantil (Kline et al., 2003; Buckingham, 2000; Seiter, 1995).

O Estado desempenha um papel fundamental na regulação e na garantia do bem-estar das crianças, influenciando em questões como regulamentação, direitos infantis, responsabilidades parentais e acesso a diferentes mercados.

Essa perspectiva política na economia destaca como a propriedade privada nos mercados está intimamente ligada às autorizações e, às vezes, à capitalização pelo Estado. Assim, a economia política da infância digital não se limita apenas a fenômenos de propriedade privada supranacional ou universal, mas também considera as diferentes tradições nacionais e os acordos políticos atuais que afetam a vida das crianças.

É urgente entender a forma como as atividades realizadas online e por meio de tecnologias digitais são percebidas no contexto do interesse econômico crescente nas formas de vigilância e no capitalismo de plataformas em constante evolução (Srnicsek, 2016; Zuboff, 2020). Em termos mais amplos, compreender como a cultura digital é moldada pelos dados gerados a partir das interações diárias dos usuários e como o capitalismo de plataformas se baseia na capacidade de coletar, analisar, comercializar e lucrar com esses dados. Essencialmente, sugere-se que o valor central na economia digital é atribuído aos dados gerados pelas atividades online, e que as grandes empresas de tecnologia têm um papel fundamental na extração e monetização desses dados para seus próprios interesses comerciais.

Veronica Barassi (2020) demonstrou recentemente que praticamente todas as dimensões da infância contemporânea, desde a concepção até a vida cotidiana da família, agora são mediadas por plataformas digitais. Essas plataformas estão presentes em telefones, tablets e dispositivos domésticos inteligentes, e até mesmo integradas à internet dos brinquedos (Mascheroni e Holloway, 2019). A descrição de Barassi das maneiras como as plataformas digitais oferecem uma mistura complexa de coerção, intrusão, escolha e vigilância é impulsionada pela análise das maneiras como os dados e a dataficação impulsionam novas formas de organização social contemporânea e capitalismo.

A relação entre dataficação e capitalismo de plataformas está em constante evolução e é negociada por meio de legislação, como COPPA (Children's Online Privacy Protection Act), uma lei americana que visa proteger a privacidade das crianças menores de 13 anos na internet e GDPR (General Data Protection Regulation), uma das leis de proteção de dados mais rigorosas do mundo e tem implicações significativas para organizações em todo o mundo que processam dados de cidadãos da UE. Uma parte significativa do movimento pelos direitos digitais está focada em afirmar os direitos humanos individuais e as proteções dentro desse ambiente em rápida mudança, que ultrapassou as preocupações sobre a criança e o consumismo. Isso ocorre à medida que essas tecnologias digitais se inserem em todos os aspectos da infância contemporânea, e a atenção é voltada para formas de parentalidade como uma forma de lidar com essas mudanças.

Com o crescimento das novas mídias, o consumidor transcende o papel passivo de "audiência" e agora ganha a categoria de "usuário", marcando uma nova era de consumo ativo (Bryant e Thompson, 2002). Com a proliferação de opções de mídia disponíveis, torna-se cada vez mais desafiador não se engajar em pelo menos uma delas.

Embora muitos discutam os efeitos físicos e biológicos do uso de telas, é imperativo direcionar a atenção para os impactos nas relações sociais, na formação da identidade em meio à sociedade do espetáculo e nos aspectos culturais, identificando se de fato vive-se em meio a um processo de homogeneização do conteúdo midiático.

Homogeneização do consumo e da cultura

A homogeneização refere-se à tendência dos telespectadores adotarem atitudes, crenças e costumes refletidos na programação, em detrimento de sua própria cultura (Bryant e Thompson, 2002).

De acordo com Turkle, em sua obra "Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other" (2011) a tecnologia, especialmente os dispositivos móveis e as mídias sociais, estão moldando as interações humanas e o desenvolvimento das crianças e adolescentes. Essas

plataformas promovem uma cultura de simulação, onde muitas experiências são mediadas por telas, contribuindo para um senso de uniformidade nas experiências de infância. É importante frisar que, embora a tecnologia ofereça novas formas de conexão, ela também pode levar a uma sensação de isolamento e a uma padronização das experiências sociais, à medida que crianças e adolescentes seguem tendências e desafios populares nas redes, perdendo a riqueza das interações face a face e o desenvolvimento de identidades únicas fora do ambiente online (Turkle, 2011).

Com o crescente aumento do uso de telas por parte de crianças, mais especificamente consumo de canais infantis (TIC Kids Online), a uniformização na produção de material audiovisual é cada vez mais evidente. Isso é evidenciado pela rápida produção e disseminação de vídeos de canais infantis, que muitas vezes não permite às crianças o tempo necessário para reflexão ou questionamento. Em vez disso, elas são imediatamente direcionadas para outro conteúdo sugerido pelo algoritmo, o que contribui para um ciclo contínuo de homogeneização.

Na sociedade contemporânea, observa-se uma tendência que não prioriza a promoção do pensamento crítico e da consciência cidadã, mas sim o estímulo ao consumismo. Ao invés de formar cidadãos ativos e engajados, busca-se criar uma clientela passiva e receptiva. O consumidor, nesse contexto, é incentivado a absorver indiscriminadamente tudo o que lhe é apresentado, sem exercer discernimento ou reflexão crítica. Esse padrão é alimentado por uma constante exposição a estímulos sensoriais intensos e em grande quantidade, com o intuito de gerar dependência e exaustão. Ou seja, na sociedade do cansaço, a indústria do entretenimento é pensada justamente pra isso: libertar as pessoas com a mesma tela que as prende. relaxar com a mesma tela que cansa, pra viciar e cansar. Sendo assim, sem tempo para pensar, perde-se a capacidade de questionar (Han, 2015)

Na sociedade dos hiper estímulos, as pessoas estão sendo hiperestimuladas, ficando hiperativas e, ao mesmo tempo, hiperatrofiadas, pois já não exercem mais a memória, a fixação de conteúdos, não exercem mais a espera e nem prestam mais atenção nos sinais do próprio corpo. Está-se encurtando a capacidade cognitiva

justamente por não dar-se descanso ao cérebro com os hiper estímulos viciantes das telas (Han, 2015).

Em apenas um minuto de conexão à internet, somos expostos a uma quantidade de informações que uma pessoa do século XIX não experimentaria em toda a sua vida. Vive-se uma era medida por "likes" e números, uma vida pautada pela lógica virtual. Esses estímulos excessivos não apenas afetam as crianças, mas também os adultos, resultando em um vício que desencadeia a liberação de dopamina, proporcionando entretenimento, mas ao mesmo tempo causando cansaço e sensação de aprisionamento. O que antes era considerado apenas um dispositivo eletrônico agora é percebido como uma extensão do próprio corpo e uma parte essencial da identidade e integração na sociedade como cidadão. A nomofobia é o termo utilizado para descrever o medo angustiante de ficar sem celular ou tecnologia. O que inicialmente era destinado ao lazer muitas vezes se transforma em uma sensação de prisão. A manipulação do conteúdo nas telas visa não apenas entreter, mas também prender o espectador em um ciclo interminável de rolagem pelo feed, contribuindo ainda mais para o vício.

Efeito Desinibitório

Outro fenômeno relevante é o efeito desinibitório, no qual a mídia pode dessensibilizar as pessoas para comportamentos socialmente inaceitáveis, tornando-os aceitáveis ou desejáveis (Bryant e Thompson, 2002). Em essência, esse fenômeno descreve a capacidade da mídia de reduzir ou eliminar as inibições sociais que normalmente impediriam as pessoas de se envolverem em comportamentos considerados socialmente inaceitáveis. Um aspecto crucial desse fenômeno é sua relação com a moralidade e o código de conduta pessoal de cada indivíduo.

Ao assistir repetidamente a representações de comportamentos violentos, agressivos ou moralmente questionáveis na mídia, as pessoas podem começar a internalizar esses padrões de comportamento e a justificar ou racionalizar suas próprias ações de acordo com esses padrões. Isso pode resultar em uma diminuição da sensibilidade às consequências negativas desses comportamentos e até mesmo em uma maior propensão a replicá-los na vida real. Esse efeito pode atingir as

crianças no que diz respeito ao conteúdo que os canais vêm replicando, socialmente questionáveis numa discrepância de valores. Algumas chamadas dos vídeos são: "Gastei 2 milhões de reais em 24h", "Gastei mil reais pra fazer um slime". "Compramos todos os doces da Disney!". Um jogo de marketing pautado nos valores da ostentação e descaso social. Após repetidas vezes do mesmo tipo de conteúdo em diversos canais, a criança pode começar a achar aquele tipo de ideias e investimento é aceitável, normal e coerente.

Síndrome do Astronauta

Na infância digitalizada, cientistas começam a chamar de “síndrome de astronauta” o déficit de orientação espaço-temporal. De acordo com, o psiquiatra e psicanalista Nilson Sibemberg, a Síndrome do Astronauta refere-se à verticalização do tempo, um fenômeno observado especialmente entre as crianças em relação ao uso excessivo de telas. Neste contexto de hiper estímulos na sociedade contemporânea, as crianças estão cada vez mais expostas a uma realidade de entretenimento instantâneo, disponível na palma da mão e sob demanda. A verticalização da informação, a saturação visual, a frequência da exposição, entre outras características dos dispositivos digitais, tem levado a uma diminuição do tempo dedicado à espera e ao ócio, pois a gratificação é imediata. Toda essa conjuntura pode incidir em um déficit de orientação espaço-temporal, limitando a capacidade de exploração do mundo real.

A vida humana implica em uma perspectiva temporal composta por três fases distintas: a percepção inicial ou impacto sensorial, a interpretação dessa percepção para atribuir significado e a tomada de decisão baseada na experiência. No entanto, o uso excessivo de telas tende a comprimir e simplificar essas fases, resultando em respostas imediatas e automáticas, em detrimento de uma reflexão mais profunda. (Simberg, 2020).

É crucial ressaltar que as telas não devem ser o único meio de percepção do mundo externo pelas crianças. A exposição a uma variedade de estímulos sensoriais

e experiências no mundo real é essencial para um desenvolvimento saudável e equilibrado.

Visão de Mundo

Na era da TV, Postman (1982) destacava como os programas de televisão destinados às crianças frequentemente seguem fórmulas previsíveis e simplificadas, reforçando estereótipos e ideias simplistas sobre questões sociais, culturais e políticas. Hoje, na era das mídias 'plataformizadas' e redes sociais, este pensamento se aplica ainda mais, uma vez que todos podem produzir conteúdo e não há um controle incisivo sobre o mesmo. Essa possível homogeneização do conteúdo pode ter impactos que vão além dos efeitos da exposição às telas, como a perda de habilidades críticas de pensamento e discernimento, uma vez que estão sendo expostas a uma visão unidimensional do mundo. Essa possível padronização de conteúdo nas mídias reduz a diversidade de perspectivas e experiências disponíveis para as crianças, limitando assim sua visão de mundo (Linn, 2004).

Capítulo 3 - A Sociedade do Cansaço e de quem é a culpa?

A contemporaneidade é caracterizada pela imersão da sociedade no ciclo do capitalismo de vigilância em todas as suas esferas. Este fenômeno é atribuído a um sistema que, ao invés de fomentar a reflexão, gera um estado de fadiga que inibe a capacidade cognitiva. Tal fadiga é ocasionada pela precariedade do mercado de trabalho, pela alienação do conhecimento que submete os indivíduos à necessidade de aceitar qualquer ocupação disponível, resultando em jornadas extenuantes, principalmente em empregos subalternos. Ao retornarem ao lar após um dia exaustivo, a tendência é buscar formas de relaxamento que demandem o mínimo esforço cognitivo, o que frequentemente se traduz na absorção de conteúdos padronizados e massificados, veiculados amplamente pelo mercado.

Neste contexto, o que se vê muitas vezes são pais fatigados que acabam não só por permitir, mas incentivar o uso de telas por seus filhos, consumindo conteúdos sugeridos pelos algoritmos sem questionamentos. Se for um canal famoso, melhor ainda, faz parecer que é bom. Essa audiência passiva confere uma mínima legitimidade ao conteúdo veiculado, enquanto os próprios pais se engajam em formas de entretenimento simplificadas. No entanto, ambas as partes estão, de forma inconsciente, contribuindo para um ciclo de consumo. Este ciclo se manifesta tanto no roubo de dados (Zuboff, 2020), que direciona o indivíduo para um padrão de consumo personalizado com base em suas preferências, quanto no consumo padronizado, induzido por um conteúdo de massa.

Para compreender profundamente as ramificações desse fenômeno, especialmente no que concerne ao desenvolvimento e interações sociais das crianças, bem entender se de fato vive-se um processo de homogeneização cultural e padronização da infância, é imprescindível contextualizá-lo dentro do sistema operante da atualidade: o capitalismo de vigilância. Este sistema, que se baseia na apropriação unilateral da experiência humana como matéria-prima para a geração de dados comportamentais, alimenta um ciclo de consumo incessante e molda os padrões culturais e sociais da sociedade contemporânea.

O capitalismo de vigilância unicamente se apropria da vivência humana como matéria-prima sem custos para sua conversão em dados comportamentais. Embora uma parte desses dados seja empregada para a otimização de produtos e serviços, o excedente é considerado como um excedente comportamental do detentor, impulsionando procedimentos avançados de fabricação conhecidos como "inteligência de máquina". Esses dados são então utilizados na produção de produtos de previsão que projetam as ações de um indivíduo em momentos presentes, futuros imediatos e posteriores. Subsequentemente, tais produtos de previsão são transacionados em um novo mercado denominado mercados de comportamentos futuros. Os capitalistas de vigilância têm auferido enormes fortunas por meio dessas atividades comerciais, pois numerosas empresas estão ansiosas para investir em nosso comportamento futuro.

O capitalismo se adapta em conformidade com as demandas das pessoas em um determinado contexto temporal e geográfico. Henry Ford enfatizou isso de forma clara ao afirmar: "A produção em massa começa na percepção de uma necessidade do público." Em uma era em que os fabricantes de automóveis de Detroit estavam focados em veículos de luxo, Ford foi o único a reconhecer uma população composta por agricultores, assalariados e pequenos comerciantes, recém-submetidos ao processo de modernização, que possuíam poucos recursos mas aspiravam a muito, desde que a um preço acessível. Sua "demanda" surgiu das mesmas circunstâncias que inspiraram Ford e seus colaboradores a descobrir o potencial transformador de uma nova abordagem de produção padronizada, de alto volume e baixo custo unitário (Zuboff, 2020).

Nesse contexto, tanto os consumidores entusiastas do inovador Modelo T da Ford quanto os novos consumidores de produtos como iPods e iPhones são vistos como manifestações das condições de existência típicas de suas respectivas épocas. Cada grupo representa diferentes estágios do processo secular chamado "individualização", que é característico da era moderna. Os consumidores em massa dos produtos da Ford pertenciam à chamada "primeira modernidade", enquanto as novas condições da "segunda modernidade" deram origem a um novo tipo de indivíduo para quem os produtos da Apple e outras inovações digitais se tornaram essenciais.

Essa transição para a segunda modernidade trouxe empresas como Google e Apple para o centro de nossas vidas e, de maneira surpreendente, contribuiu para o surgimento do capitalismo de vigilância, que monitora e comercializa dados para lançar uma série de publicidades direcionadas, manipulando compras, desejos de consumo e até sentimentos. Apesar de representar um avanço em muitos aspectos, a segunda modernidade apresenta desafios significativos que afetam as condições de vida contemporâneas. Estes desafios são resultado não apenas dos custos inerentes à construção e manutenção da individualidade, mas também da instabilidade decorrente das mudanças institucionais nas políticas e práticas econômicas e sociais associadas ao paradigma neoliberal, que emergiu como dominante.

Zuboff (2020) discorre sobre a ascensão do capitalismo de vigilância e como ele desafia as expectativas dos entusiastas da era digital, ao recrutar os avanços tecnológicos para atender às necessidades da vida cotidiana. Essa forma de mercado, fundamentada na vigilância, transforma investimento em lucro de maneira rápida e desafiadora, contrariando valores orientados para a proteção e questionando a promessa de emancipação do meio conectado em rede. O capitalismo de vigilância oferece informações ilimitadas e formas de antecipar necessidades dos usuários. Ou seja, os capitalistas de vigilância acumulam riqueza ao prever e moldar o comportamento futuro das pessoas, transformando dados em lucro.

Esses desenvolvimentos apresentam um desafio significativo, pois não podem ser simplificados em questões conhecidas como monopólio ou privacidade. Portanto, não são facilmente combatidos pelas estratégias tradicionais. Os novos desafios colocam em risco a integridade do indivíduo, destacando a importância dos direitos fundamentais que caracterizam a soberania individual, como o direito a um futuro digno e o direito à privacidade. Cada um desses desafios invoca a necessidade de agência individual e autonomia pessoal, essenciais para a liberdade de escolha e para a própria noção de democracia. No entanto, as profundas assimetrias de conhecimento e poder que surgiram em torno do capitalismo de vigilância minam esses direitos fundamentais à medida que as vidas são transformadas em dados, manipuladas para novas formas de controle social, em benefício de interesses externos e sem nossa consciência ou capacidade de resistir.

É importante observar que o capitalismo de vigilância não é uma consequência inevitável da tecnologia digital ou do capitalismo da informação. Ele foi deliberadamente concebido por um grupo específico de indivíduos em um contexto histórico particular, de forma semelhante à invenção da produção em massa pela Ford Motor Company em 1913, em Detroit.

A distinção crucial entre o capitalismo de vigilância e outras formas de sociedade comercial reside no desenvolvimento de relações sociais de propriedade que promovem imperativos de mercado e leis específicas do capitalismo. Estas incluem a competição pela produção e maximização de lucros, a reinvestimento de excedentes e a busca incessante pela melhoria da produtividade do trabalho. Essas leis do movimento capitalista exigiam transformações sociais significativas e revoltas para serem implementadas, incluindo mudanças no relacionamento humano com a natureza e na provisão das necessidades básicas da vida.

A proliferação generalizada que caracteriza diversos aspectos da vida moderna, juntamente com a falta de uma alteridade ativamente imunológica, influenciam-se mutuamente. Além disso, a ideia de hibridização, prevalente não apenas nos discursos teórico-culturais contemporâneos, mas também nas percepções cotidianas, é diametralmente oposta à lógica imunológica. Nesse contexto, a hipersensibilidade imunológica não permite qualquer forma de hibridização.

A sociedade disciplinar é caracterizada por uma ênfase na negatividade, onde a proibição desempenha um papel central. O não-ter-direito é o verbo modal que a governa, enquanto o dever está associado à negatividade da coerção. (Foucault, 1975, citado por Han, 2015). Por outro lado, a sociedade de desempenho se afasta progressivamente dessa negatividade, à medida que a desregulamentação aumenta, abolindo-a. O poder ilimitado é o verbo modal positivo da sociedade de desempenho, refletido na afirmação coletiva "Yes, we can". Em vez de proibições, mandamentos ou leis, esta sociedade privilegia projetos, iniciativas e motivação. Enquanto a sociedade disciplinar é marcada pela negatividade, gerando loucura e delinquência, a sociedade de desempenho tende a produzir depressão e fracasso (Han, 2015).

Porém, à medida que a produtividade atinge certos limites, os métodos disciplinares tradicionais ou o esquema negativo da proibição se tornam restritivos. Para aumentar ainda mais a produtividade, surge o paradigma do desempenho ou o esquema positivo do poder. Isso ocorre porque a negatividade da proibição pode se tornar um obstáculo ao crescimento adicional após certo ponto. O poder, visto como uma força positiva, é mais eficaz do que o dever, que é negativo. Dessa forma, o inconsciente social migra do dever para o poder. O sujeito de desempenho é mais ágil e eficiente do que o sujeito disciplinado, embora ainda esteja sujeito a elementos disciplinares. O poder amplia o nível de produtividade, antes buscado através da disciplina e do dever, sem uma ruptura substancial, apenas uma continuidade. Alain Ehrenberg (2010) associa o surgimento da depressão à transição da sociedade disciplinar para a sociedade de desempenho. Ele argumenta que a depressão começa quando o controle comportamental disciplinar, autoritário e proibitivo é substituído por uma norma que incentiva a iniciativa pessoal e a autenticidade individual. Para Ehrenberg (2010), a depressão surge quando indivíduos se sentem exauridos ao tentar corresponder às expectativas de serem autênticos e realizarem-se. No entanto, sua abordagem, centrada na economia do "eu", limita a compreensão da depressão como uma expressão patológica do fracasso da pessoa pós-moderna em alcançar sua própria autenticidade (Han, 2015).

Na sociedade do espetáculo, até as interações humanas, de certa forma, são transformadas em mercadorias, com prêmios para seguidores que interagirem mais e empresas que comercializam engajamento e likes. A vida cotidiana é permeada pela lógica do consumo e da espetacularização. As pessoas são constantemente bombardeadas por imagens sedutoras e estímulos sensoriais, o que leva à alienação e à perda da capacidade de reflexão crítica. Esta espetacularização promove uma cultura de superficialidade, onde a busca pelo entretenimento e pelo prazer imediato substitui a busca por significado e autenticidade. Essa alienação afeta os cidadãos ao distanciá-los de si mesmos e de suas verdadeiras necessidades, levando a uma sensação de vazio existencial e descontentamento. Além disso, a sociedade do espetáculo cria uma falsa consciência coletiva, na qual as pessoas são induzidas a aceitar passivamente as normas e os valores impostos pelo sistema dominante (Debord, 1967).

No contexto de uma sociedade orientada para o desempenho, onde a busca incessante pela eficiência e produtividade é predominante, o controle social emerge como uma faceta intrínseca do capitalismo de vigilância. Nessa dinâmica, o sistema exerce controle sobre os indivíduos, alienando-os e reduzindo-os a meros instrumentos de produção, sob a ilusão de facilitar suas vidas. A retórica positivista do empreendedorismo promovida pela sociedade do desempenho mascara a realidade da exploração, ao atribuir uma falsa sensação de poder e autonomia aos trabalhadores, cujas vidas são determinadas pela pressão financeira e pela necessidade de sobrevivência. Diante da escassez de dinheiro e trabalho, o mercado diz que o indivíduo empreendedor é dono de seu horário e é seu próprio chefe, enquanto que o que tem na sua conta bancária é que faz seus horários. O discurso é tão massivo, até com alguns "cases" de êxito dos periféricos, que o cidadão acredita nisso. Hoje o indivíduo se auto-explora e o sistema chama isso de sucesso. (Han, 2015).

A desigualdade estrutural permeia todos os aspectos da economia global, levando à chamada "uberização" do trabalho e à proliferação de empregos precários e informalidade, "plataformizados". Nesse contexto, o capitalismo de vigilância expande sua influência através da espetacularização, transformando o cotidiano em espetáculos de aspiração e consumo. Um influencia o outro, que influencia o outro, sem perceber que estão todos alimentando uma mesma indústria. Os indivíduos, em busca de pertencimento e identidade, são alienados pelo entretenimento superficial e facilmente consumível, enquanto a mídia massifica valores de consumo e padrões de vida. Um mecanismo sutil, dia após dia e a cada "rolada" de "feed". As pessoas vão se afiliando a grupos no qual se sentem pertencentes, e a indústria atende a qualquer produto que se busca. Sendo que a própria busca já foi influenciada pela mídia que massifica dia após dia valores de consumo, atrelando uma vida e perfil aquela experiência. O sistema consegue fazer até a quebra de padrão virar um padrão, lucrando com o discurso de minorias.

Essa constante exposição ao controle social gera exaustão física e mental na sociedade, afetando até mesmo a capacidade dos pais de cuidarem de seus filhos. A influência da sociedade do cansaço nas gerações mais jovens é evidente, com crianças expostas desde cedo a conteúdos massificados e consumistas. A indagação que fica é, estes pais que deixam seus filhos diante das telas expostos a conteúdos

que aparentemente parecem até educativos e inofensivos, são culpados pelos reflexos nocivos aos seus filhos pela exposição a esse tipo de conteúdo? É pela permissão deles que está se construindo uma nova geração consumista, ansiosa, depressiva e competitiva? Ou deve-se entender que isto tudo faz parte de um plano intencional para levar toda uma sociedade a exaustão física, mental e até espiritual para que o próprio sistema venda o remédio que será a solução de todos estes problemas, enquanto que o remédio é droga que vicia, não cura, só anestesia?

Capítulo 4 - Revisão Sistemática

Estudo 1 – Crianças e mídias audiovisuais: uma revisão sistemática da literatura.

O método adotado neste estudo foi o da Revisão Sistemática (RS). A RS adota protocolos rigorosos, visando uma compreensão aprofundada de um determinado tópico por meio da análise de um amplo conjunto de documentos que apresentam diversas perspectivas sobre o assunto em questão (Galvão e Ricarte, 2019). Devido à sua natureza sistemática e reproduzível por outros pesquisadores, este método diminui significativamente os vieses de um levantamento bibliográfico sendo, portanto, reconhecido como seguro no contexto científico e o mais indicado para aprofundar o conhecimento sobre determinada área (McInnes et. al., 2018). A seguir, são apresentados os passos de sua realização.

Este levantamento é essencial para fundamentar a interpretação da análise de conteúdo que é apresentado no capítulo subsequente, visando compreender se o conteúdo destinado à infância está sendo devidamente considerado e priorizado pelo campo da comunicação. Dado que as crianças desempenham um papel ativo na economia, no mercado criativo e na comunicação, é crucial investigar os impactos dessas interações no presente, uma vez que as repercussões são imediatas e não há tempo a perder.

Enquanto do ponto de vista da medicina e da psicologia, a exposição das crianças às telas representa um problema de saúde pública, é igualmente necessário examinar essa questão do ponto de vista da comunicação. Devemos questionar o que está sendo estudado neste campo, comparada às outras áreas e analisar os efeitos no aspecto cultural, na formação da identidade e na perspectiva de mundo das crianças. Esta reflexão transcende o meio físico das telas e adentra o cerne do estudo de comunicação: o conteúdo veiculado. É crucial examinar que tipo de mensagens está sendo propagada, com que frequência, se são impulsionadas por algoritmos, desmistificando a relação e o interesse crescente do sistema capitalista na informação e discurso de uma mensagem massiva.

Além disso, é fundamental investigar como podemos regular e criar sistemas consistentes de qualidade narrativa para a infância, promovendo um ambiente seguro, saudável, respeitoso e representativo. Quem são os responsáveis

pela disseminação desses conteúdos? Esta revisão sistemática tem como objetivo buscar respostas dentro da área de estudo, a fim de fornecer uma base de pesquisa e estudos que contribua para o avanço do campo da comunicação.

4.1. Procedimentos de coleta dos dados documentais.

Realizou-se, no mês de março de 2024, o levantamento de artigos completos indexados nas bases Scientific Electronic Library Online (SciELO), Education Resources Information Center (ERIC) e Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). A escolha por tais bases se justifica a partir do conteúdo e abrangência dos estudos multidisciplinares e por seus enfoques teórico e metodológico, foco deste trabalho.

Os critérios de inclusão foram: (a) publicação na modalidade de artigo científico, (b) estudo de caráter empírico, (c) amostra composta exclusiva ou parcialmente por crianças (d) estudos que buscassem compreender os diversos impactos que a mídia causa nas crianças. Como critérios de exclusão, não se admitiram para a composição final desta pesquisa: (a) artigos que tivessem a sua amostra composta somente por adolescentes ou adultos (pais ou professores), (b) estudos puramente teóricos e trabalhos publicados em formato de teses, dissertações, anais de congresso e similares e, por fim, (c) estudos cujo foco eram apenas nos impactos físicos e/ou biológicos.

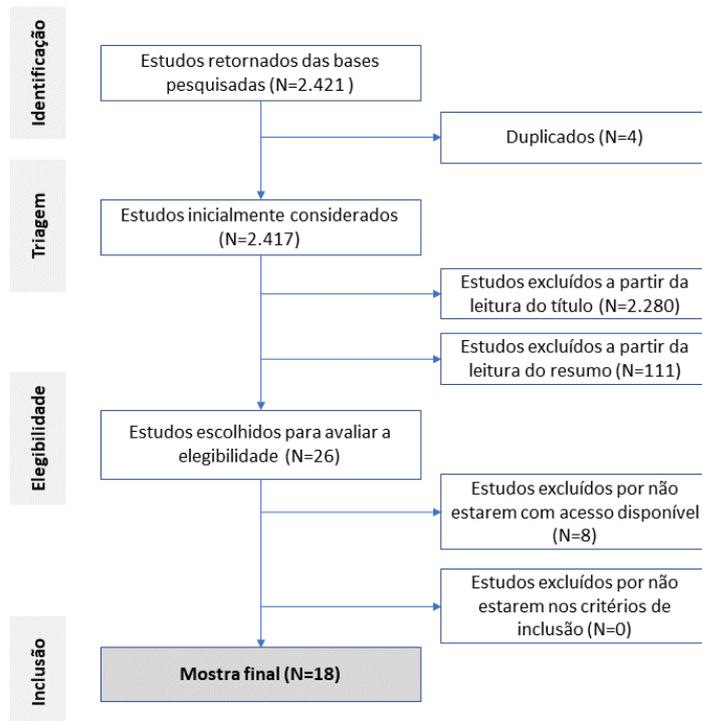
Foi preparado um arquivo eletrônico para a organização dos dados, que incluíam as informações referentes à visão geral dos estudos e as principais conclusões dos artigos, com o intuito de responder à questão norteadora desta revisão sistemática: como têm sido realizados os estudos empíricos que envolvem crianças e o uso das mídias audiovisuais? Tal pergunta foi elaborada com base no método PICOS, considerando as recomendações do Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) (McInnes, et. al., 2018).

Como primeiro passo, a definição dos descritores foi feita com base em buscas no Medical Subject Headings da U.S. National Library of Medicine (MESH) e nos Descritores em Ciências da Saúde (DeCS). Com a definição dos termos “children” e “media”, optou-se por utilizar os seguintes descritores, operador booleano e marcador de truncção: (child*) AND (media). O marcador de

truncação foi utilizado com o objetivo de filtrar outras palavras relacionadas à infância (i. e. “children” e “child”). Utilizou-se a opção “Busca Avançada” para restringir os campos de pesquisa (títulos, assuntos, resumos e palavras-chave). As opções de filtro foram utilizadas para selecionar artigos nos idiomas português, espanhol e inglês e publicados nos últimos 10 anos, ou seja, no período de 2014 a março de 2024. Optou-se em restringir a busca para os últimos 10 anos devido ao crescente número de crianças nas redes observado de 2014 até o momento atual. O ano 2014 marcou o lançamento do Youtube Kids e em 2015 foi divulgada a primeira monetização de um canal infantil feito por criança.

A busca resultou em 510 artigos no SciELO, 594 artigos na ERIC e 1317 no CAPES, totalizando 2.421 artigos. Após a análise do título, quatro foram excluídos por serem repetidos e oito foram excluídos por não terem o acesso disponível. Tendo como base a leitura do título e resumo de cada um, 18 atenderam aos critérios de inclusão. O fluxograma (Figura x) apresenta as etapas deste processo.

Figura 7. Fluxograma das Etapas da RS



Os 18 artigos recuperados foram analisados com base em duas grandes categorias, conforme a seguir: (1) Aspectos gerais dos estudos, englobando: (a) ano de publicação, (b) países pesquisados, (c) revistas utilizadas para a publicação e (d) tipo de estudo realizado e (2) Principais resultados dos estudos. As categorias são apresentadas em detalhes a seguir.

Aspectos Gerais dos Estudos

Como uma visão geral dos estudos escolhidos para compor a amostra final, foi elaborada uma tabela com as principais informações de cada estudo, a fim de facilitar a compreensão do leitor. A lista das referências destes estudos consta nas referências bibliográficas.

Tabela 3. *Visão geral dos 18 estudos selecionados na RS* (continua)

Ano	Título	País da pesquisa	Amostra / Instrumento	Objetivo	Periódico	Principais resultados
2014	A formação do hábito de consumo infantil: uma análise crítica da Teoria de Consumo de Status aplicada às classes sociais altas e baixas no Brasil.	Brasil - Região Sul	36 entrevistas em profundidade, com crianças entre 9 e 12 anos incompletos.	Analisar, a partir do enfoque oferecido pela Teoria de Consumo de Status (TCS), como são formados os hábitos de consumo de crianças de classes altas e baixas brasileiras,	Organizações & Sociedade	Os pares exercem mais influência na formação dos hábitos de consumo das crianças de classes mais altas; a mídia tem impacto diferente de acordo com a posição socioeconômica da criança; e não há um aprisionamento dos desejos de consumo das crianças das classes baixas às suas condições de existência.
2015	La competencia mediática en educación infantil. Análisis del nivel de desarrollo en España.	Espanha	274 alunos da educação infantil, responderam a um questionário elaborado pelos autores com 18 perguntas.	Investigar o nível de desenvolvimento da competência mediática de meninos e meninas no segundo ciclo da pré-escola.	Universitas Psychologica	É necessário avançar nas políticas educacionais para a integração de competências e estratégias de alfabetização essenciais para uma educação de acordo com as necessidades da sociedade.

2015	O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo.	Brasil - Região Sudeste	25 crianças, de 8 a 12 anos, de uma ONG no centro da cidade de São Paulo, foram acompanhados por 8 meses. Os instrumentos utilizados foram: produção de desenhos, fotografias, recepção provocada com comerciais de TV, grupos focais, a produção de um vídeo de 15 minutos e 8 entrevistas em profundidade.	Verificar o imaginário infantil em relação às mídias, o acesso e o consumo cultural, a qualidade da programação de TV e a competência cultural da criança nos usos sociais que os mesmos fazem das múltiplas telas (e qual o lugar que cada uma delas ocupa) na cultura e cotidiano destas crianças.	Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud	Os resultados demonstram que as crianças detêm um repertório sobre as textualidades midiáticas sabendo distinguir entre formatos, gêneros e formas culturais.
2015	EU Kids Online II Dataset: A Cross-National Study of Children's Use of the Internet and Its Associated Opportunities and Risks.	25 países da Europa	Entrevista presencial com 25.142 crianças usuárias de Internet com idade 9–16 anos junto com um dos pais	Examinar a utilização, as atividades e as competências das crianças na internet, o risco de danos que enfrentam, a sensibilização dos pais e estratégias de segurança em relação ao uso.	British Journal of Educational Technology	Elaboração um guia de orientações para a Europa.
2015	Reducing electronic media use in 2–3 year-old children: feasibility and efficacy of the Family@play pilot randomised controlled trial.	Austrália	16 participantes foram divididos em dois grupos (n=6 intervenção; n=10 controle). As famílias participaram de seis sessões grupais.	Testar a viabilidade e eficácia potencial de um programa familiar para diminuir o uso de mídia eletrônica em crianças de 2 a 3 anos de idade.	BMC Public Health	Bons resultados, mostrando a aceitabilidade do programa. Em comparação com as crianças do grupo de controle, houve maiores reduções no uso total de ME entre as crianças do grupo de intervenção
2017	Crianças até 8 anos e Tecnologias Digitais no Lar: Os pais como modelos, protetores, supervisores e companheiros.	Portugal	Amostra: 10 famílias com crianças de 6 a 7 anos de idade. Instrumentos: 3 tipos de entrevistas elaboradas pelos próprios autores - (1) atividade de “quebra-gelo” com toda a família; (2) entrevista apenas com os pais; (3) entrevista apenas com os filhos.	conhecer as práticas digitais de crianças (com menos de 8 anos de idade) no seu ambiente familiar, mais especificamente em casa.	Observatório (OBS*) Journal	Os resultados revelam que os pais desempenham diferentes papéis - são vistos como modelos, protetores, companheiros e supervisores. Estes diferentes papéis relacionam-se diretamente com as suas práticas pessoais e, principalmente, com as suas percepções e atitudes em relação às tecnologias.

2018	Postproducción y educocomunicación en el audiovisual infantil: un proceso creativo con responsabilidad.	Equador	Análise de 6 programas audiovisuais educativos infantis; realização de 2 entrevistas à especialistas no tema e de 1 grupo focal com crianças entre 6 e 12 anos.	analisar os elementos técnicos da pós-produção e educocomunicativos, através do estudo de audiovisuais infantis nacionais e de experiências de especialistas para a produção de programas infantis de qualidade.	ReHuSo Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales	Evidencia-se a falta de padrões educocomunicativos de qualidade na produção de audiovisuais infantis. O que nos permite chegar à conclusão de que a educocomunicação e a pós-produção são duas disciplinas que devem ser integradas nos processos de produção audiovisual infantil de qualidade.
2019	Technology use habits of children under six years of age at home	Espanha	Aplicação do “Questionnaire on the use of Technology at home” sobre o uso de tecnologia em casa em 512 pais, entrevistas semiestruturadas com 10 pais e 2 grupos focais com 50 crianças.	Mostrar o uso que as crianças fazem da tecnologia, as características de seu uso e a relação que elas estabelecem com estas, assim como descobrir se há regras para esse uso e quem as determina.	Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas Em Educação	Apesar da rápida incorporação de tablets e videogames, a televisão é ainda o instrumento favorito da população infantil, seguida de perto por telefones celulares. Aos dois anos, as crianças começam a usar tecnologias da informação e comunicação.
2019	The Effects of Preschoolers' Media Usage Habits on Their Daily Life and Sustainability.	Turquia	Estudo de caso. O estudo foi realizado com 15 crianças pré-escolares (entre 5 e 5,5 anos) e seus pais. Havia nove meninos e seis meninas no estudo. Os desenhos dos pré-escolares e os dados das entrevistas dos pais foram analisados pelo método de análise descritiva.	Investigar se os hábitos diários de uso da mídia em crianças em idade pré-escolar afetam seus desenhos.	Discourse and Communication for Sustainable Education,	A análise dos seus desenhos revelou que os meninos são mais afetados do que as meninas pelos conteúdos midiáticos, uma vez que seus desenhos incluem mais personagens dos meios de comunicação do que as meninas. As ferramentas de comunicação social podem ser prejudiciais quando são utilizadas de uma forma inadequada. Sua utilização excessiva tem um impacto negativo nas crianças.

2019	Media Use of Mothers, Media Use of Children, and Parent–Child Interaction Are Related to Behavioral Difficulties and Strengths of Children.	Alemanha	Foram aplicadas três escalas: Adaptação da escala KiGGS, Adaptação da escala AKFRA e German Strength and Difficulties Questionnaire (SDQ) em 553 crianças de 2 a 9 anos e suas mães.	Investigar as associações do uso da mídia pelas crianças, do uso da mídia pelas mães e das interações entre pais e filhos com pontos fortes e dificuldades comportamentais nas crianças.	International journal of environmental research and public health	O elevado tempo de tela das crianças foi associado a mais problemas de conduta, mais sintomas de hiperatividade/desatenção e menos comportamento pró-social. O elevado tempo de tela das mães foi associado a problemas emocionais, problemas de conduta e sintomas de hiperatividade/desatenção. Em contraste, uma maior frequência de interações entre pais e filhos foi associada a menos problemas de conduta, menos problemas de relacionamento com pares e mais comportamento pró-social das crianças.
2021	Effects of Parental Mediation, Digital Skills, Gender and Socioeconomic Status on the Internet Uses of Children and Adolescents.	Costa Rica	O questionário EU Kids Online survey (Pérez-Sánchez, 2019) foi aplicado em 1008 crianças e adolescentes da Costa Rica, entre 9 e 17 anos.	Compreender os efeitos da mediação parental, das competências digitais, do gênero e do estatuto socioeconômico na utilização da Internet por crianças e adolescentes entre os 9 e os 17 anos.	Educare Electronic Journal	Os resultados mostram que tipos específicos de mediação parental podem contribuir para promover ou inibir diferentes utilizações da Internet, resultando na mediação ativa como principal promotora e na mediação de monitorização como principal inibidor, acima da mediação restritiva. As competências digitais têm um efeito mediador parcial na associação entre tipos de mediação e utilizações da Internet. Este efeito ajuda a neutralizar os efeitos limitantes ou restritivos da mediação sobre as oportunidades. Além disso, foi encontrado um efeito moderador do gênero e do estatuto socioeconômico na relação entre o tipo de mediação e a utilização da Internet.

2021	Mediaciones parentales y uso de internet por niños, niñas y adolescentes colombianos.	Colômbia	The EU Kids Online survey foi aplicado em 303 crianças e adolescentes de 9 a 17 anos de dez cidades da Colômbia.	correlacionar estratégias de mediação e controle parental com o uso da internet por crianças e adolescentes.	Interdisciplinari a Revista de Psicología y Ciencias Afines	Quanto maior o controle parental, menor será o tempo de conexão da criança. Seja controle comportamental ou psicológico. Ao passo que quanto maior o controle psicológico da mãe, maior é a presença de comportamentos de dependência de crianças e adolescentes à internet e ao celular. Além disso, quanto maior o controle psicológico da mãe, mais comportamentos de risco os filhos assumem. Por outro lado, se a mãe exerce maior controle comportamental, a presença de comportamentos de risco na criança é menor. Além disso, o controle restritivo da utilização da Internet tem uma maior relação com uma menor presença de comportamentos de risco gerais e menores riscos assumidos pelas crianças na Internet.
2021	Competência midiática em crianças de 9 a 12 anos em cenários brasileiros.	Brasil - Distrito Federal, Santa Catarina, Minas Gerais, Paraná e São Paulo	Foi aplicado um questionário elaborado pelos próprios autores em 510 crianças entre 9 e 12 anos	conhecer os níveis de competência midiática de crianças de 9 a 12 anos para que pesquisadores, formadores e decisores políticos possam atuar para promover o seu desenvolvimento.	Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação	Os resultados indicam que a competência midiática, especialmente as dimensões processos de interação e ideologia e valores, ainda estão pouco desenvolvidas, indicando a necessidade e a urgência de atenção de professores e especialistas.
2021	High-dose electronic media use in five-year-olds and its association with their psychosocial symptoms: a cohort study.	Finlândia	Foram aplicados os questionários Five-to-Fifteen (FTF) e Strengths and Difficulties Questionnaire (SDQ) em 669 crianças com 5 anos	Este estudo investigou a frequência do uso de mídia eletrônica (e-media) por crianças em idade pré-escolar e os riscos do uso de altas doses de mídia eletrônica no bem-estar psicossocial de crianças pequenas.	BMJ Open	Com base nos resultados, 95% das crianças em idade pré-escolar excederam a recomendação diária de uso de mídia eletrônica definida pelos profissionais de saúde. Os resultados indicam que o aumento do tempo de tela aos 5 anos de idade está associado a um risco de múltiplos sintomas psicossociais, enquanto níveis aumentados de uso de mídia eletrônica aos 18

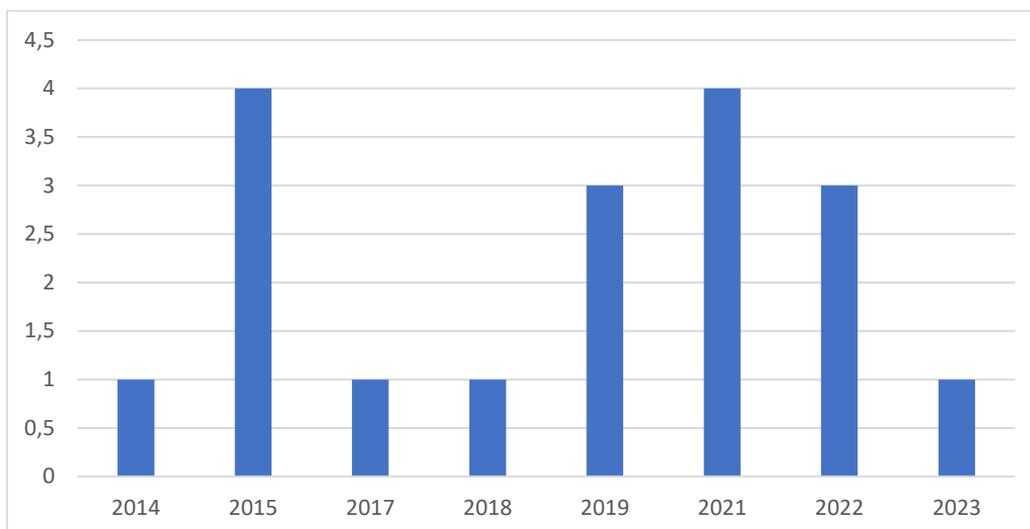
					meses foi associado apenas a problemas de pares. Além disso, o uso de altas doses de jogos eletrônicos aos 5 anos de idade parece estar associado a menos riscos para o bem-estar psicossocial do que a visualização de programas, uma vez que foi associado apenas à hiperatividade.	
2022	Family mediation of preschool children's digital media practices at home.	Reino Unido	Foi realizado um estudo etnográfico com 6 famílias em Sheffield, Reino Unido que responderam a escala modificada de Hope-Goldthorpe (Seyd Citation2002). Cada família tinha pelo menos uma criança pré-escolar com 3 ou 4 anos no início do estudo.	Compreender como as famílias medeiam as práticas de mídia digital das crianças em idade pré-escolar em casa.	Learning, Media and Technology	O estudo destaca que os membros da família muitas vezes desconhecem até que ponto apoiam as crianças no desenvolvimento de competências em relação aos textos e dispositivos mediáticos.
2022	Improving Children's Wellbeing through Media Literacy Education: An Irish Study.	Irlanda	324 crianças entre as idades de 8 e 11 anos. Foram medidos os efeitos da tela no bem-estar da criança e o tempo de uso da tela. Também foi realizada a tentativa de um compilado de 4 aulas para as crianças com o objetivo de capacitá-las a reconhecer a onipresença da mídia e compreender as motivações dos anunciantes.	Compreender se as competências da literatura midiática podem melhorar o bem-estar das crianças.	Journal of Media Literacy Education	Este estudo demonstra que num contexto onde os pais praticam a mediação ativa e em que as crianças e os adolescentes possuem competências digitais, é mais provável maximizar os benefícios da utilização da Internet e proteger as crianças e os adolescentes dos seus riscos.

2022	Preschool Screen-Media Usage Predicts Mental Imagery Two Years Later.	Alemanha	Estudo longitudinal de dois anos com uma amostra de 109 crianças em idade pré-escolar.	Medir a utilização dos meios de comunicação e o desenvolvimento das imagens mentais de forma diferenciada, tendo também em conta as variáveis de controlo e a finalidade da utilização dos meios de comunicação (aprendizagem vs. entretenimento).	Early Child Development and Care	Crianças que viam mais mídia tinham pior habilidade de imagem mental. Uso ativo de mídia (por exemplo, jogos, tablets) e tempo total de tela foram associados a menor desempenho de imagens mentais. Além disso, ambas as imagens mentais nas modalidades visual e háptica pareciam igualmente afetadas.
2023	Media regulation strategies in parents of 4- to 16-year-old children and adolescents: a cross-sectional study.	Alemanha	563 crianças e adolescentes de quatro a 16 anos de idade	Compreender quais as estratégias que os pais utilizam para regular a utilização dos meios de comunicação social pelos filhos.	BMC Public Health	Todas as estratégias de regulação da mídia foram aplicadas com frequência, sendo a mediação restritiva a mais frequente.

4.2. Resultados

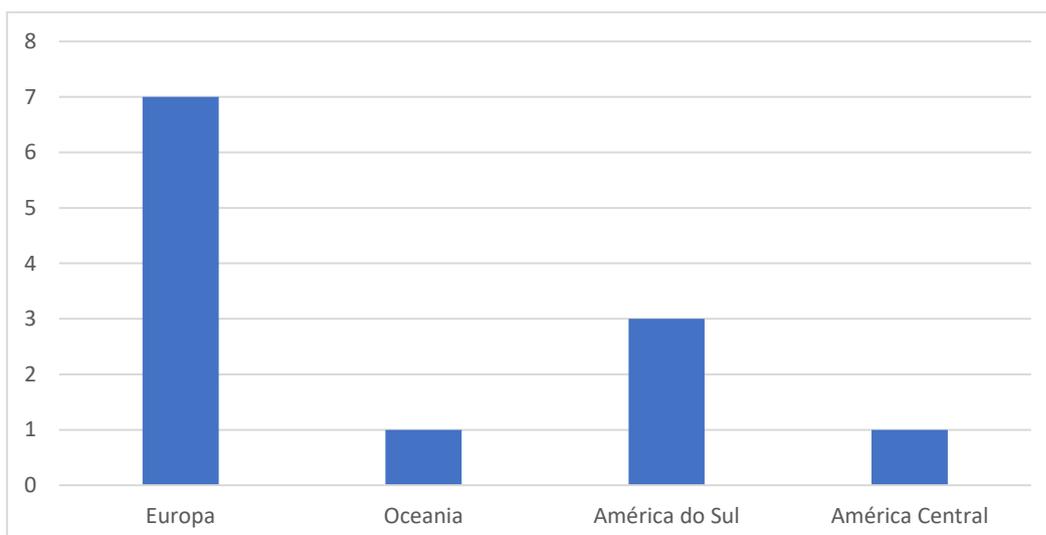
Ano de Publicação

Através do gráfico abaixo é possível perceber uma predominância de estudos nos anos de 2015 e 2021. O crescente número de pesquisas nestes anos, pode-se ter dado devido ao lançamento da plataforma YoutubeKids em 2014, em resposta ao alto número de tráfego de crianças na plataforma original e ao início das monetizações em canais infantis que começaram a lucrar milhões. Com relação ao ano de 2021, sugere-se que seja um reflexo da pandemia de COVID-19, que aumentou a exposição de crianças nas redes e, conseqüentemente, os impactos socioemocionais, cognitivos e biológicos.

Gráfico 1. Total de publicação por ano, 2014 a 2023.

Amostras / Contextos Pesquisados

Com relação às regiões que produzem mais pesquisa relacionadas ao tema, encontra-se a Europa em primeiro lugar em disparada e a América do Sul em segundo. Entretanto dos 18 estudos selecionados de acordo com os critérios estabelecidos para essa RS, apenas 3 eram brasileiros.

Gráfico 2. Total de publicações por Continente no período.

Dos 18 estudos, 11 tiveram amostras exclusivas com crianças (Pasdiora & Brei, 2014; Pérez-Rodríguez, et. al., 2015; Orofino, 2015; Livingstone, Cagiltay &

Ólafsson, 2015; Pérez-Sánchez & Brenes-Peralta, 2022; Moreno-Carmona, et. al., 2021; Silva, et. al., 2021; Niiranen, et. al., 2021; O'Rourke & Miller, 2022; Suggate & Martzog, 2022).

Instrumentos utilizados para a coleta dos dados

Foram encontrados 20 instrumentos utilizados para coletar os dados. Percebeu-se que as entrevistas (em suas diversas formas) e as escalas foram os instrumentos mais utilizados para este tipo de pesquisa.

- Entrevistas – foi utilizada em 9 estudos, sendo 4 somente com as crianças, 4 somente com os pais e 1 com especialistas. Aplicada de diversas formas (em profundidade, semi estruturadas e informais).
- Aulas para as crianças (n=1)
- Produção de desenhos (n=2)
- Fotografias (n=1)
- Comerciais de TV (n=1)
- Grupo focal (n=4)
- Observação (n=1)
- Filmagem (n=1)

O detalhamento de alguns dos instrumentos citados segue abaixo, sendo que alguns se repetiram nas pesquisas.

- *Questionnaire on the use of Technology at home* (Tena & Cejudo, 2019) - elaborado pelos próprios autores para a pesquisa. Possui um total de 35 itens, que foram divididos em 4 grandes blocos de categorias: Detalhes do pai, Detalhes da criança, Uso de tecnologia em casa e Uso de tecnologia no centro de educação infantil. Não são apresentadas as informações acerca de sua construção e nem de busca de evidências de validade e fidedignidade.
- *German Health Interview and Examination Survey for Children and Adolescents* (KiGGS) (Hölling, et. al., 2012) – adaptação da escala realizada pelos próprios autores da pesquisa (Poulain, et., 2019). Avalia quanto tempo as crianças (ou mães) normalmente passam utilizando televisão, jogos, computadores (incluindo tablets, online e offline) e celulares (online e offline).

O estudo não apresentou informações sobre a quantidade total de itens e como se deu o processo de adaptação da escala.

- *Mütterfragebogen zu kindlichen Aktivitäten im Kontext des Familiensettings* (AKFRA) (Roßbach H. G. & Leal, T.B., mencionou-se como “manuscrito não publicado) – Esta escala avalia a frequência das interações entre as crianças e seus pais. A adaptação desta escala para a pesquisa foi feita pelos próprios autores da pesquisa (Poulain, et., 2019) e explorava 11 atividades (contar uma história/leitura, música, brincar com movimentos, atividades criativas, brincar com blocos de construção, quebra-cabeças, jogos com bola, dramatização, jogos de linguagem, jogos de números e conversas sobre problemas).
- *Strength and Difficulties Questionnaire* (SDQ) (Woerner, et. al., 2004) - Avalia os pontos fortes e dificuldades comportamentais das Crianças através de 5 subescalas (problemas emocionais, problemas de conduta, sintomas de hiperatividade/desatenção, problemas de relacionamento com pares e comportamento pró-social).
- *Kids Online survey* (Pérez-Sánchez, 2019) – o modelo teórico-analítico desenvolvido pela rede EU Kids Online é embasamento no modelo teórico dos Sistemas Ecológicos de Bronfenbrenner, modelo teórico que serve como uma base para compreender os diversos fatores que influenciam o desenvolvimento humano, incluindo as interações entre o indivíduo e o ambiente em que está inserido. O modelo EU Kids considera múltiplos níveis de influência, desde fatores individuais até contextos sociais e nacionais. Esse modelo busca entender como o envolvimento das crianças na internet é influenciado por uma variedade de elementos, como idade, gênero, contexto socioeconômico, habilidades digitais, entre outros. Ele visa informar a comunidade de pesquisa, o público e os formuladores de políticas sobre os riscos e oportunidades do envolvimento online das crianças, destacando a importância da agência das crianças e adotando uma abordagem centrada nelas.
- *EU Kids Online* (EUKO, 2014) – Foi utilizado em dois artigos dos 18 selecionados. Avalia a frequência de 4 tipos de usos da internet (comunicativos; informação e aprendizagem orientada para tarefas escolares; participação cidadã; e entretenimento).
- *Escala de Mediación parental* que foi construída pelos próprios autores (Pérez-Sánchez & Brenes-Peralta, 2022) a partir da escala EU Kids Online (EUKO,

2014). Avalia a mediação que os pais fazem com seus filhos com relação ao uso de tecnologias digitais (Mediação ativa com 9 itens, Mediação restritiva com 3 itens, Monitoramento com três itens). A medida de mediação restritiva obteve um coeficiente alfa de 0,82, e as medidas de mediação ativa e de monitoramento um alfa de 0,91.

- *Versão reduzida do instrumento desenvolvido por Helsper et. al. (2015)*. Avalia as capacidades para o uso da Internet, os aplicativos e dispositivos associados. A medida unidimensional consta de 10 itens e apresenta um coeficiente alfa de 0,91.
- *Five-to-Fifteen (FTF) (Korkman, et al., 2004)*. Foi testado quanto à sua validade e confiabilidade para a identificação de sintomas internalizantes e externalizantes em crianças de 5 a 15 anos. Os itens são categorizados em oito domínios diferentes e 22 subdomínios.
- *Strengths and Difficulties Questionnaire (SDQ) (Theunissen, et al., 2013)*. Inclui 25 itens e cinco escalas, com cinco itens cada. É um instrumento devidamente validado para detectar problemas psicossociais em crianças em idade pré-escolar e é amplamente utilizado para fins de pesquisa.
- *KIDSCREEN-27 health-related quality of life (HRQoL) (Ravens-Sieberer et al., 2007)* - avalia o nível de bem-estar de crianças em 5 dimensões (físico – com 5 itens; psicológico – com 7 itens; autonomia e pais – com sete itens; colegas e apoio social -com quatro itens; e escola – com quatro itens). Possui uma consistência interna robusta (α pré-teste = 0,88 e α pós-teste = 0,90).
- *Escala para avaliar o tempo de uso da tela*, adaptada de Nairn et al. (2007). Com onze itens, mede o tempo de consumo da tela através de duas dimensões (dias de semana e finais de semana). O instrumento indicou boa consistência interna, $\alpha = 0,86$.
- *Questionnaire on the use of Technology at home (Tena, et. al., 2019)* - Avalia o uso de tecnologias em casa. Possui um total de 35 itens, que foram divididos em 4 grandes blocos de categorias: Detalhes dos pais, Detalhes da criança, Uso de tecnologia em casa e Uso de tecnologia no centro de educação infantil. Inicialmente, os itens foram submetidos à avaliação de 10 experts da área. O alfa de Cronbach ficou em 0,981.
- *Competências Midiáticas (Silva, et. al., 2021)*- Avalia os níveis de competência midiática em cada uma das suas dimensões. Composto de 24 questões, o

questionário abrangeu as categorias: perfil dos participantes (7) e as dimensões das competências midiáticas: Tecnologia (3), Linguagem (3), Processo de Interação (3), Processos de Produção e Difusão (2), Ideologia e Valores (3), Estética (3). Não foram apresentados dados referentes à construção e à busca por evidências de validade e fidedignidade.

- *Regulação dos Pais* (Poulain, et. al., 2023) – Questionário que avalia a regulação dos pais em relação ao uso de mídias por parte dos filhos. Possui cinco perguntas, cada uma capturando uma estratégia de regulação da mídia (co-uso, mediação ativa, restrição, monitoramento e mediação técnica). Não foram apresentados dados referentes à construção e à busca por evidências de validade e fidedignidade.

4.3. Discussão

A resposta à questão norteadora desta RS (como têm sido realizado os estudos científicos que envolvem o conteúdo da mídia audiovisual infantil e o desenvolvimento cultural de crianças?), indicou a existência de características em comum na grande maioria dos estudos selecionados, que serão discutidas neste tópico.

Constatou-se uma escassez significativa de artigos que abordam a análise do conteúdo das novas mídias e seu impacto nas crianças, especialmente do ponto de vista da comunicação. Em particular, há uma carência de estudos que investiguem o impacto cultural e social da exposição das crianças a esse conteúdo nas diversas plataformas de mídia.

Segundo Marshall McLuhan (1980), influente teórico da comunicação, o meio de comunicação transcende a mera função de veicular mensagens, tornando-se ele próprio uma mensagem. Essa concepção implica que o meio exerce uma influência fundamental sobre nossas vidas, integrando-se de maneira intrínseca em nossas atividades cotidianas e interações sociais.

Esse fenômeno é particularmente evidente no contexto contemporâneo da internet e das mídias sociais, em que a tecnologia se torna uma extensão do ser humano, presente a todo tempo e mediando muitas relações. Considerando a imbricação intrínseca das mídias e plataformas digitais no cotidiano das pessoas, o fenômeno da digitalização e do capitalismo de vigilância abrange também os

ambientes de aprendizado e entretenimento das crianças, englobando tanto o ambiente doméstico quanto o escolar (Morgade, Aliagas, & Poveda, 2019). Nesse contexto, a produção de conteúdo midiático direcionado às crianças, anteriormente concentrada em formatos como cinema e televisão, atualmente testemunha um aumento significativo na criação de conteúdo digital voltado para a primeira infância (Wartella & Robb, 2008) e é preciso decodificá-lo.

Foi observado também um elevado número de artigos que atribuem a responsabilidade ou fazem referência aos pais das crianças no que diz respeito à regulação do conteúdo midiático ao qual seus filhos são expostos. Em contrapartida, há uma escassez de artigos que abordam e questionam a ausência ou a ineficiência da atuação de órgãos reguladores dentro das plataformas que veiculam esse conteúdo. É importante destacar que tais conteúdos são direcionados nessas plataformas e as empresas lucram com seus vídeos, informações e visualizações.

A conscientização sobre a regulação de conteúdos nas redes, especialmente no que diz respeito à infância, é uma questão crucial, considerando a vulnerabilidade das crianças em fase de desenvolvimento cognitivo. Segundo Zuboff (2020), os grandes conglomerados devem ser responsabilizados pelo que exibem e fomentam, dada sua influência significativa na disseminação de conteúdo. Nesse contexto, a presente revisão constatou um elevado número de artigos que atribuíam aos pais a responsabilidade pela regulação dos conteúdos, em detrimento das plataformas digitais.

Embora os pais desempenhem um papel ativo na alfabetização digital de seus filhos, é importante reconhecer que a responsabilidade legal pela veiculação dos conteúdos cabe às próprias plataformas e aos conglomerados que as financiam e lucram com esse processo. Culpar exclusivamente os pais pode gerar um ônus adicional e injusto para uma geração já sobrecarregada pela pressão da sociedade por produtividade, conforme destacado por Chul Han (2015) em sua análise sobre a sociedade da exigência. As metas inalcançáveis, os padrões inatingíveis e o alto desempenho exigido levam os indivíduos a uma condição de hiperatividade e exaustão. A vida ativa impõe ao indivíduo essa condição de hiperatividade.

Essa vida ativa imposta pela sociedade impõe aos indivíduos a busca constante por entretenimento de fácil acesso e deglutição, muitas vezes proporcionado pelas redes sociais e plataformas digitais. O sistema age intencionalmente nesse sentido. Exige dos indivíduos ao extremo, para maximizar

os lucros, se valendo de sujeitos que se dispõem aquela rotina, uma vez que precisam do capital para sobreviver e o ciclo não para: cansaço que gera alienação, que rende lucro à indústria cultural massificada (Han, 2015).

Portanto, é necessário considerar a responsabilidade das plataformas e dos conglomerados na regulação de conteúdos, garantindo que sejam adotadas medidas eficazes para proteger a integridade e o bem-estar das crianças em um ambiente digital cada vez mais influenciado pelo capitalismo de controle. Na sociedade do cansaço, a presença dos pais nas telas acaba por influenciar o comportamento dos filhos, resultando em uma conexão direta com a formatação do sistema de capitalismo de controle. Neste contexto, os pais são tão vítimas quanto as próprias crianças diante das telas e do sistema neoliberal.

Por fim, a análise revelou uma notável escassez de estudos, escalas e metodologias consistentes no campo da comunicação relacionados ao conteúdo das novas mídias e seu impacto na infância contemporânea. Vale salientar que 8 artigos tinham acesso fechado.

No entanto, de modo geral, com relação às amostras, foi possível notar a utilização de uma pequena quantidade. O uso de algumas escalas foi encontrado, sendo que a grande maioria eram instrumentos elaborados pelos próprios autores específicos que foram construídos sem os cuidados devidos para uma adequada validação da escala, como por exemplo, a busca por evidências de validade e fidedignidade. Além disso, foi observado que a maioria dos estudos sobre a infância se baseia em entrevistas com adultos, em vez de crianças, as verdadeiras protagonistas desta temática em questão. Assim, é crucial desenvolver métodos de análise confiáveis, estruturas de entrevistas devidamente validadas e construídas à luz da psicometria, e abordagens para a interpretação de resultados, dando às crianças voz dessas descobertas.

É importante saber que o entretenimento nas redes sociais difere substancialmente da mídia tradicional em sua produção e utilização por parte das crianças. Os criadores de conteúdo bem-sucedidos em plataformas de mídia social frequentemente colaboram em arranjos informais ou em coletivos semi-industriais, como redes de canais múltiplos e redes de influenciadores, visando aumentar sua visibilidade, número de assinaturas e receita (Cunningham e Craig, 2021). Outra distinção fundamental é que o entretenimento nas redes sociais é impulsionado por algoritmos desenvolvidos pelas plataformas digitais, supostamente com o objetivo

de aumentar o "tempo de visualização" e o número de interações dos usuários com o conteúdo midiático.

Além disso, o acesso ao conteúdo e as decisões relacionadas são automatizados ou semi-automatizados por meio de sistemas de recomendação, frequentemente com a finalidade de otimizar a exposição da audiência ao conteúdo publicitário (Hallinan e Striphas, 2014). Uma alegação central na pesquisa sobre mídia digital é que os algoritmos das plataformas operam de forma opaca, exercendo impactos significativos sobre as escolhas dos consumidores (Gillespie, 2013).

Torna-se imperativo adquirir proficiência na compreensão dessa nova narrativa e discernir seus mecanismos de disseminação viral, engajamento e padronização, os quais são diretamente influenciados pela cultura de massa, alinhando-se harmoniosamente à sociedade de controle. Compreender essa nova narrativa é fundamental para estabelecer diretrizes mais responsáveis e de alta qualidade para a regulamentação e criação de narrativas seguras destinadas às crianças. Cabe à área da comunicação explorar e investigar essa nova forma de mensagem e narrativa audiovisual, que se encontra cada vez mais integrada às plataformas digitais.

Capítulo 5

Estudo 2 – Análise de Canais Infantis do Youtube

O presente estudo buscou analisar a produção audiovisual de canais do YouTube com grande visualização por parte das crianças. Para isso, esta pesquisa foi feita em duas grandes etapas: em primeiro lugar, analisou-se os aspectos gerais de 12 canais infantis e em segundo, buscou-se analisar mais especificamente o discurso de 4 vídeos retirados desses canais. Os detalhes de cada análise e seus principais resultados são apresentados a seguir.

5.1 Procedimentos de coleta dos dados

Seleção dos Canais

A escolha dos canais foi orientada pelos seguintes critérios de inclusão: (1) Canais do Youtube destinados ao público infantil, devido a intensa presença das crianças nessa plataforma. (2) Canais com maior número de visualizações, (3) Canais com maior número de inscritos e (4) Canais com conteúdo predominantemente em live-action (i. e. realizados por crianças reais), uma vez as crianças se identificam mais com crianças de verdade representadas na tela. A partir disso, foram selecionados 12 canais, sendo 6 internacionais e 6 nacionais. (Tabela 4).

Tabela 4. Tabela 4. Visão geral dos 12 canais infantis selecionados

	Canal	Nacionalidade/ Localização	Inscritos no canal	Vídeo mais visto	Total de vídeos do canal	Total de <i>views</i> em vídeos	Primeiro vídeo
1	Kids Diana Show	Ucraniana / Dubai (EAU)	123 M	2,4 bi	1,2 m	Mais de 103 bi	Mai/15
2	Vlad and Niki	Russo- americanos / EUA	119 M	1,1 bi	723	Mais de 91 bi	Abr/18
3	Like Nastya	Russa / EUA	116 M	943 M	885	Mais de 100 bi	Dez/16
4	A4	Bielorusso / Rússia	54,9 M	125 M	916	Mais de 28 bi	Nov/14
5	Shfa2	Emirados Árabes Unidos	44,5 M	430 M	1,7 m	Mais de 27 bi	Out/19
6	Luccas Neto	Brasileiro/ Sudeste/ Brasil	44,1 M	136 M	2,7 m	Mais de 25 bi	Dez/16
7	Maria Clara e JP	Brasileiro/ EUA	42,4 M	375 M	822	Mais de 27 bi	Set/15
8	Ryan`s World	Americano / EUA	37,1 M	2 bi	2,8 m	Mais de 57 bi	Mar/15
9	Enaldinho	Brasileiro/ Sudeste / Brasil	36,2 M	57 M	4,3 m	Mais de 15 bi	Fev/15

10	Rafa e Luiz	Brasileiro/ Sudeste / Brasil	26,3 M	37 M	3,5 m	Mais de 9 bi	Ago/15
11	Valentina Pontes	Brasileira/ Nordeste/ EUA	24,4 M	545 M	1,8 m	Mais de 8 bi	Abr/14
12	Gato Galáctico	Brasileiro/ Sul / BRASIL	18,2 M	43 M	1,4 m	Mais de 1 bi	Mai/14

Nota. M = milhão / milhões; bi = bilhão / bilhões; m = mil.

Fonte: Youtube; Youtubers.me; Socialblade.com; Statista.com.

Um Breve Contexto dos Canais Analisados através do IRaMuTeQ

Kids Diana Show é um canal do youtube onde Diana, Roma, o pequeno Oliver e seus pais brincam, aprendem, cantam, exploram e compartilham suas experiências de vida. Milhões de crianças e famílias de todo o mundo se juntam a Diana e Roma todos os dias para explorar o mundo e aprender sobre músicas, números, natureza, cores, formas, animais e a importância de comer alimentos saudáveis, lavar as mãos, ser um bom amigo e muito mais. Kids Diana Show é o canal infantil mais bem avaliado no YouTube. Desde o lançamento no YouTube em 2015, o Kids Diana Show atraiu mais de 200 milhões de assinantes em todo o mundo e mais de 100 bilhões de visualizações, com uma média de 10 bilhões de visualizações mensais em 20 canais e traduzido para 20 idiomas. Informação retirada de seu perfil nas redes.

Maria Clara e JP é um canal direcionado ao público infantil no Youtube. O canal é o maior da categoria no Brasil, no acumulado de visualizações e figura na lista dos 10 maiores canais brasileiros e é considerado um fenômeno com seus mais de 39 milhões de inscritos na plataforma e mais de 26 bilhões de visualizações acumuladas desde 2015, quando foi lançado. Os vídeos retratam o universo lúdico das crianças, com brincadeiras do cotidiano da família, música, histórias, jogos e

desafios. “Aqui no nosso canal você encontrará não só vídeos divertidos, mas também úteis e educativos para crianças, ajudando-as a entender a importância da família, da amizade e apoio mútuo”. Informações retiradas de seus perfis nas redes.

Seleção dos Vídeos

A escolha dos vídeos que foram transcritos para análise através do *software* IRaMuTeQ foi realizada em duas etapas. Em primeiro lugar foram selecionados os canais contemplados para esta análise. Optou-se pelos canais (1) Kids Diana Show, por ser o de maior visualização no mundo, e (2) Maria Clara e JP, por ser o de maior visualização no Brasil. Em seguida, foram selecionados 2 vídeos de cada canal. Esta seleção ocorreu seguindo o seguinte caminho: o primeiro vídeo selecionado foi o de maior visualização de cada canal e o segundo vídeo foi o que o algoritmo indicava logo após a seleção do primeiro vídeo. Tal caminho foi escolhido por entender que seria um caminho mais provável de ser trilhado pelas crianças. Assim, os 4 vídeos selecionados são apresentados na Tabela 5.

Tabela 5. *Visão geral dos 4 vídeos infantis selecionados.*

	Vídeo	Canal	Total de visualizações
1	Diana - Like it - Kids Song (official video)	Kids Diana Show	Mais de 2bi
2	10 Million Subscribers! Presents for Diana	Kids Diana Show	Mais de 236M
3	Está na hora de ir pra escola - Música Maria Clara e JP Put on your shoes song	Maria Clara e JP	Mais de 369M
4	Meu brinquedo é mágico? O chão é lava com Maria Clara e JP / The floor is lava	Maria Clara e JP	Mais de 37M

Nota. M = milhão / milhões; bi = bilhão / bilhões; m = mil.

Fonte: Youtube; Youtubers.me; Socialblade.com; Statista.com.

Procedimentos de análise dos dados

Análise dos Canais

Foi realizada uma análise crítica de 5 grandes aspectos: (1) Visão geral dos canais, (2) Estética, (3) Brincadeiras e Atividades, (4) Consumo e (5) Aspectos Cultural e Representatividade. O embasamento teórico foi fundamentado, sobretudo, nos autores Walter Benjamin, Zygmunt Bauman e Guy Debord, por serem grandes expoentes nas análises do impactos de conteúdos no âmbito da sociedade espetacularizada, considerando a fragmentação da identidade dos indivíduos.

Análise dos Vídeos

Por se tratar de uma análise de linguagem audiovisual, os conteúdos dos 4 vídeos selecionados foram transcritos integralmente, abarcando tanto o discurso oral quanto as letras musicais, bem como a imagem visual. No que diz respeito à descrição das imagens, adotou-se um protocolo padronizado, seguindo as diretrizes de transcrição de imagem e vídeo estabelecidas pela Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência (SMPD/RJ).

Através do uso do software *Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires* (Iramuteq), a mensagem e o discurso presentes na transcrição dos vídeos foram decodificados com o objetivo de identificar possíveis padrões. O Iramuteq é um software que permite diferentes formas de análises estatísticas de textos, produzidas a partir de entrevistas, documentos, entre outras (Souza, et. al. 2018). Foram utilizados os seus recursos de similitude e da nuvem de palavras.

A nuvem de palavras é uma representação visual que agrupa e organiza graficamente as palavras com base em sua frequência de ocorrência. Nessa representação, as palavras são exibidas em tamanhos diferentes: as palavras maiores possuem maior frequência no corpus analisado, enquanto as palavras menores correspondem a frequências inferiores. As palavras mais frequentes geralmente são posicionadas no centro do gráfico, proporcionando uma ênfase visual. Embora seja uma técnica de análise lexical simples, a nuvem de palavras é graficamente atrativa e oferece uma visão inicial do conteúdo presente no material textual (Camargo e Justo, 2018).

A análise de similitude, fundamentada na teoria dos grafos, é frequentemente empregada por pesquisadores das representações sociais. Esta teoria se dedica ao estudo das relações entre objetos pertencentes a um determinado conjunto. Sua representação matemática é expressa pela fórmula $G(V, E)$, onde G significa grafo e é composto de vértices (V) de várias ligações entre dois vértices (E). (Degenne e Vergès, 1973; Flament, 1981 apud Camargo e Justo, 2018).

Essa abordagem analítica possibilita a identificação das co-ocorrências entre palavras, ou seja, a probabilidade de unidades ocorrerem em combinação com outras. Os resultados obtidos por meio dessa análise fornecem indícios sobre a conexidade entre as palavras, o que auxilia na compreensão da estrutura do conteúdo presente em um corpo textual (Flament, 1981 apud Camargo e Justo, 2018). Ademais, essa técnica permite identificar tanto as partes comuns quanto as especificidades presentes nas variáveis descritivas identificadas na análise (Marchand e Ratinaud, 2012 apud Camargo e Justo, 2018).

5.3 Resultados

Principais Resultados dos Canais

Visão Geral dos Canais

Sabe-se que as visualizações dos vídeos são consideradas mais relevantes do que o número de inscritos do canal por alguns motivos, a saber: elas representam o verdadeiro engajamento e interesse dos espectadores em relação ao conteúdo de um canal; refletem a eficácia do conteúdo em atrair e reter a atenção do público-alvo ao longo do tempo e, por fim, visualizações desempenham um papel significativo nos algoritmos de recomendação do YouTube, influenciando diretamente a visibilidade e o alcance do conteúdo na plataforma. Desta forma, considera-se relevante comparar o número de inscritos com o número de visualizações, conforme é apresentado na Tabela 6.

Tabela 6. *Comparação dos canais: número de inscritos x visualizações*

	Ranking pelo número de inscritos	Ranking pelo número de visualizações dos vídeos
1	Kids Diana Show	Kids Diana Show
2	Vlad and Niki	Ryan's World
3	Like Nastya	Vlad and Niki

4	A4	Like Nastya
5	Shfa2	Valentina Pontes
6	Luccas Neto Luccas Toon	Shfa2
7	Maria Clara e JP	Maria Clara e JP
8	Ryan`s World	Luccas Neto Luccas Toon
9	Enaldinho	A4
10	Rafa e Luiz	Enaldinho
11	Valentina Pontes	Rafa e Luiz
12	Gato Galáctico	Gato Galáctico

Sobre o número de visualizações em um único vídeo, percebe-se que os números se revelam de uma forma que não necessariamente obedecem ao tempo de abertura do canal, revelando informações relevantes sobre os modos de interação e consumo das crianças em determinadas faixas etária. Crianças são naturalmente atraídas por outras crianças e se identificam com elas, encontrando nelas uma representação de sua própria experiência e realidade (Postman, 1999). Pode-se identificar, portanto, que os 5 últimos canais com menor visualização no vídeo de maior visualização são os canais em que seus protagonistas já o iniciaram na fase da adolescência, não tendo mais uma aparência infantil, ainda que o conteúdo o fosse. (Ver Figura 8). Sobre o número de visualizações, é importante compreender que a repetição desempenha um papel fundamental na experiência da criança. Ela busca repetir não apenas duas vezes, mas mais, o que permite que ela domine experiências primordiais e desfrute intensamente das sensações (Benjamin, 1984). Portanto, os canais que se comunicam mais diretamente com crianças pequenas tendem a ter um número mais elevado de visualizações, uma vez que o público aprecia a repetição e assiste ao mesmo vídeo várias vezes.

Sobre a localização vale ressaltar que na amostra dos 12 canais analisados, 6 são canais internacionais e os outros 6 nacionais. Dos 6 nacionais, 4 são do Sudeste (eixo majoritariamente representado nas mídias), tendo mais um canal do sul e outro do Nordeste. Sabe-se que essa concentração geográfica da produção midiática pode resultar em uma visão parcial ou estereotipada da realidade brasileira, marginalizando ou ignorando narrativas e identidades culturais de outras regiões do país. Além disso, o predomínio do eixo Sudeste nas mídias pode influenciar a percepção da própria população brasileira sobre sua identidade

nacional, contribuindo para a reprodução de uma visão centralizada e hegemonicamente voltada para as regiões mais industrializadas e urbanizadas (Sodré, 2010).

Dos 6 canais brasileiros, é comprovado que 2 estão filmando majoritariamente nos EUA, uma vez que as famílias produtoras se mudaram, mesmo êxodo que fizeram as famílias dos canais: "Kids Diana Show" (posteriormente Dubai) e "Like Nastya". Portanto, das 12 produções selecionadas nesta pesquisa, 6 foram feitas nos EUA. Ou seja, metade da amostra no mesmo lugar. Sendo que originalmente, dos canais selecionados, apenas 2 produções eram realizadas em território americano.

Se ao alcançar sucesso, as famílias produtoras migram para o solo americano e muitos dos canais infantis mais visualizados do mundo têm sua produção neste país, isso pode revelar que a região exporta tendências e padrões com alto poder de influência e consumo para o mundo. Visto que os EUA são ainda a maior potência do mundo, principalmente do ponto de vista cultural (Adorno, 1950), a relação com a migração e aspirações para a "terra do Tio Sam" apresenta-se como uma hipótese válida. **Estética**

A sociedade contemporânea é caracterizada pela crescente influência das imagens sobre a percepção da realidade, e a promoção do consumo desempenha um papel central na formação de uma cultura homogeneizada, na qual a estética, os padrões e a aparência são modelados pelo espetáculo midiático (Debord, 1967). Para investigar mais a fundo essa possível homogeneização estética, empregaremos a técnica de análise de conteúdo interpretativo, a qual possibilita o processamento de dados relevantes sobre a produção cultural. Nesse contexto, realizamos uma análise crítica que revelou a presença de cores, padrões e estilos estéticos similares nos canais selecionados para esta pesquisa (Figura 8, Figura 9 e Figura 10).

Figura 8. Estética dos vídeos



Enaldinho

Yolo Aventuras

Figura 9. Estética dos vídeos



Através das imagens compiladas acima é possível notar o padrão estético no “feed” dos canais, seguindo uma mesma linha visual que automaticamente chama a atenção da criança ao olhar, provocando uma curiosidade ao próximo vídeo que é prontamente atendida pelos algoritmos.

Estética - Ritmo, efeitos e montagem

Figura 10. *Semelhança entre tipo de edição e efeitos*



The Boo Boo Story from Diana and Roma

722 mi de visualizações · há 4 anos

Kids Diana Show

Mommy is the best person to make you feel better when you have a boo boo! Roma and Diana also learned to help each other ...



The Boo Boo Story from Diana and Maggie

101 mi de visualizações · há 4 anos

Kids Diana Show

New "The Boo Boo" Story from Diana and Maggie. Diana helps Maggie when she has Boo Boo! Diana's INSTAGRAM ...



Maria Clara e JP e a história do dodói - The Boo Boo Story from Maria Clara and JP

225 mi de visualizações · há 4 anos

Maria Clara & JP

Maria Clara e JP se ajudam quando um imprevisto acontece e o dodói aparece. Eles aprendem que devem ajudar uns aos ...



MÚSICA DO DODÓI COM MARIA CLARA E JP 🎵 The Boo Boo Song! Nursery Rhymes Songs for Kids

237 mi de visualizações · há 4 anos

Maria Clara & JP

Música do dodói para crianças com Maria Clara e JP Espero que gostem, por favor não esqueça de se inscrever no canal e deixe ...

A indústria do entretenimento infantil utiliza cores vibrantes, estímulos visuais intensos e expressões faciais exageradas para capturar a atenção das crianças e mantê-las consumindo conteúdo de forma contínua. Essa estratégia cria um ciclo de dependência em relação ao entretenimento digital, contribuindo para questões relacionadas ao vício em telas e até uma recusa ao tempo dedicado a atividades *offline* e ao ar livre por parte das crianças (Linn, 2022).

Além disso, é possível observar que esses canais, inicialmente de natureza amadora, alcançaram grande visibilidade e se tornaram uma indústria em si

mesmos. Inicialmente através do olhar empírico num efeito manada percebendo os cases de sucesso na plataforma e reproduzindo, mas logo assim que ocorreu o “boom” milionário dos canais, agentes profissionais se voltaram para esse mercado de modo a explorar ainda mais esse conteúdo e consumo para aumentar os *views*, inscritos e, claro, o lucro.

Brincadeiras e Atividades

Nestas amostras é possível perceber como a brincadeira, mais do que um experimento divertido, espontâneo, físico e coletivo se tornou um produto empacotado, programado, sedentário e solitário, cada um em sua própria tela.

Figura 11. Brincadeira “O chão é lava” em todos os canais desta pesquisa.

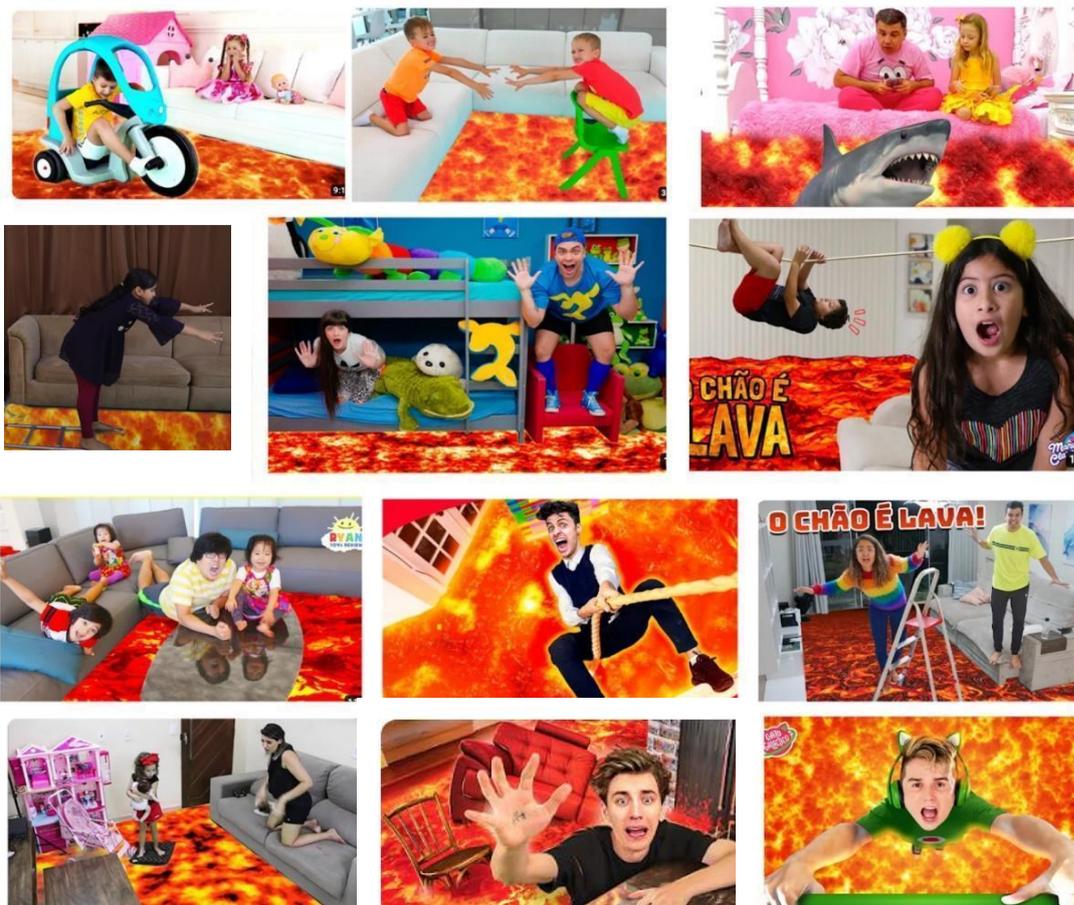


Figura 12. *Brincadeira com balões.*



Vlad and Nikita kids play with balloons

665 mi de visualizações · há 4 anos

Vlad and Niki

Children play together and have fun with balloons. Please Subscribe! VLAD Instagram - <https://www.instagram.com/Vlad.super>.



Diana play with Funny Balloons

260 mi de visualizações · há 5 anos

Kids Diana Show

In this funny pretend video, Diana makes a colorful door with balloons to keep Roma in his room. Do not miss this funny story for ...



Maria Clara e JP brincam com balões mágicos ♥ Maria Clara and JP kids play with balloons

72 mi de visualizações · há 4 anos

Maria Clara & JP

Os irmãos Maria Clara e JP brincam juntos e se divertem com balões com criatividade e imaginação. Não esqueça de avaliar o ...

Figura 13. *Brincadeira com blocos.*



Diana and Roma Playing with Toy Blocks

656 mi de visualizações · há 4 anos

Kids Diana Show

Diana and Roma are playing with multi-colored toy blocks to build playhouses. Diana's INSTAGRAM ...



Vlad and Niki playing with Toy Blocks

131 mi de visualizações · há 3 anos

Vlad and Niki

Vlad and Niki build playhouses from colorful blocks. Children have fun playing with blocks and making cars, a train, a maze and ...



Maria Clara e JP brincando com blocos de brinquedo ♥ Maria Clara and JP Playing with Toy Blocks

315 mi de visualizações · há 4 anos

Maria Clara & JP

Maria Clara e JP brincam com os blocos coloridos, constroem casa, barcos e se divertem. Não esqueça de avaliar o vídeo e se ...

Legendas

Da mesma forma, observou-se certo padrão na composição das cenas das brincadeiras, seus elementos, objetos utilizados e fantasias. Vale ressaltar que este é um pequeno recorte de milhares disponíveis para análise na plataforma (Youtube).

Figura 14. *Semelhança entre objetos de cena, brinquedos e fantasia*



Diana and her Barbie car - Camping adventure
1,9 bi de visualizações · há 5 anos

Kids Diana Show

Diana with her brother go Camping in their Power Wheels Barbie camper van! The children wanted to make a picnic themselves, ...



Maria Clara e JP andam no carro de brinquedo para piquenique radical! ♥ Barbie car Camping adventure
147 mi de visualizações · há 4 anos

Maria Clara & JP

Maria Clara e seu irmão vão acampar no seu novo carro da Barbie Power Wheels! As crianças queriam fazer um piquenique, ...



Diana and Roma practice safe driving and learn the rules of the road / Kids Play Police Compilation
57 mi de visualizações · há 2 anos

Diana and Roma EN

#dianaandromaenglish #dianaandroma.

4K



Chris practices safe driving and learns the rules of the road
64 mi de visualizações · há 6 meses

Vlad and Niki

Chris practices safe driving and learns the rules of the road. 00:00 Chris learns the rules of the road 03:17 Driver Chris helps the ...

5 capítulos



Chris learns the rules of the road | Driver Chris helps the city rescuers | The safety rules in the pool [...]

Essas brincadeiras são exploradas ao máximo pelos canais e em diversas variações, uma vez que percebem que tal brincadeira se tornou uma tendência na rede (Linn, 2009). Deste modo o brincar natural e espontâneo está sendo substituído por experiências de entretenimento pré-fabricadas com objetivo não no divertimento, mas nos “likes”, lucro. Para muitos o brincar virou trabalho e as crianças deixam de brincar para verem outros brincando através das telas.

Consumo

Figura 15

Consumo e ostentação como fontes de engajamento



SIM PRA TUDO NA MAIOR LOJA DE FIDGET TOYS DOS ESTADOS UNIDOS - FAMÍLIA MARIA CLARA E JP

6,6 mi de visualizações · há 2 anos

Família Maria Clara e JP

Neste vídeo eu tive que dizer SIM PRA TUDO na loja de Fidget toys, isso porque eu esqueci todos os Pop Its da Maria no Brasil.



Dissemos Sim Para Tudo que eles Pediram por 24 Horas! - Família Maria Clara e JP

3,6 mi de visualizações · há 9 meses

Família Maria Clara e JP

Desafio: Dizer SIM para tudo o que os filhos pedirem por 24 horas! Seremos capazes de dizer sim a todos os pedidos? Assista e ...

4K



DIZENDO SIM PRA TUDO NO SHOPPING ♥ Mom said YES to everything the kids want

7,4 mi de visualizações · há 5 anos

Maria Clara & JP

Um dia dizendo sim para Maria Clara e JP Não esqueça de avaliar o vídeo e se inscrever nos nossos canais ♥ Maria Clara ...



COMPREI R\$5000 DE BRINQUEDOS DE OVOS DE PÁSCOA! (2023)

2,5 mi de visualizações · há 1 ano

Enaldinho

O conteúdo deste e de todos os vídeos do canal tem como principal intuito o entretenimento. Não repita ou reproduza este ...



COMPREI TODOS OS BRINQUEDOS DA LOJA DE BRINQUEDOS! (R\$10.000.000,00)

2,6 mi de visualizações · há 1 ano

Enaldinho

O conteúdo deste e de todos os vídeos do canal tem como principal intuito o entretenimento. Não repita ou reproduza este ...



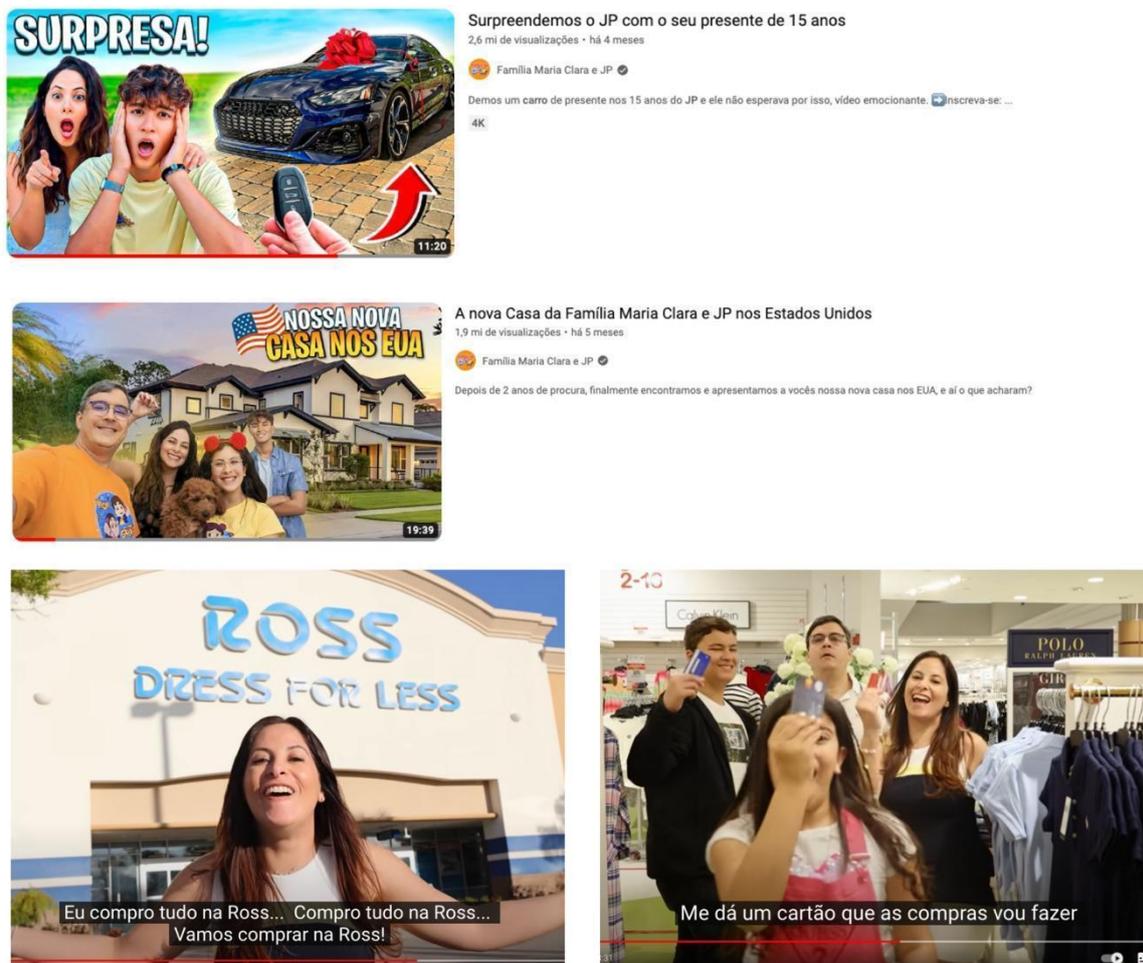
LUCCAS NETO E JESSI MOSTRAM SUA CASA DE R\$ 30 MILHÕES PELA PRIMEIRA VEZ

7,6 mi de visualizações · há 9 meses

LUCCAS e JESSI LIFE

8:24 Amigas foi um projeto feito por arquiteto Lucas Neto você que colou também não na verdade a gente perdeu uma tarde aqui mas ...

Figura 16. Vídeos do Canal Família Maria Clara e JP



A cultura do consumo transcende a simples aquisição de bens materiais, influenciando também percepções, relações sociais e identidade. Num mundo cada vez mais mediado por imagens e representações, a linha entre realidade e simulação se torna tênue. Nesse contexto, o consumo não se restringe à obtenção de produtos, mas envolve uma participação em um jogo de representações simbólicas, onde o valor de um indivíduo é frequentemente medido pela quantidade de bens que possui e pela imagem que projeta para os outros (Baudrillard, 1995; Bauman, 2008).

Os produtos no contexto do consumo não são meros objetos físicos, mas carregam consigo significados simbólicos e culturais, construídos e manipulados pela sociedade através de processos de produção, marketing e consumo. Assim, o consumo transcende sua dimensão econômica, tornando-se um processo social e cultural de negociação e construção de significados.

Essa perspectiva enfatiza a importância dos bens de consumo como expressões de identidade, status e valores sociais, destacando o papel das mercadorias como veículos de comunicação. O desejo incessante provocado pelo consumo é frequentemente associado à ideia de "desejo mimético", onde as pessoas imitam os desejos e comportamentos dos outros, especialmente aqueles considerados modelos de sucesso ou prestígio (Girard, 2008). Isso resulta em competição, comparação, consumo ostensivo e frustração quando o desejo não é realizado.

Essa dinâmica cria um ciclo perigoso que não apenas afeta a esfera econômica, mas também a psicológica, especialmente quando promovida na infância. As crianças, ainda em desenvolvimento social e cognitivo, são particularmente vulneráveis à influência da cultura do consumo. Ao serem expostas a conteúdos que promovem fantasias inatingíveis como padrões de vida, elas internalizam esses ideais, exigindo os mesmos produtos e estilos de vida de seus pais. Quando confrontadas com a realidade de não poderem alcançar tais padrões, enfrentam frustrações e conflitos emocionais. A criança necessita de fantasias que apontem para a realidade, não fantasias que são vendidas como realidade, porém que dificilmente serão de fato vivenciadas.

Esses elementos contribuem para a perpetuação da cultura da ostentação, mesmo entre aqueles que não possuem os recursos financeiros para sustentá-la. Como mencionado, o desejo mimético é uma força poderosa que influencia desde os relacionamentos interpessoais até os padrões de consumo e comportamento coletivo, alimentando a busca incessante por símbolos de status e reconhecimento social.

Numa sociedade do consumo, a acumulação torna-se a medida padrão, impulsionando a produção em massa, o descarte e o consumo contínuo. A imagem predominante é a de indivíduos cercados por objetos, em detrimento das relações humanas. O mundo passa a girar em torno dos objetos, não mais das interações sociais, reforçando a ideia de uma sociedade onde tudo é intermediado por mercadorias (Baudrillard, 1995).

Na sala da casa o retrato é da criança rodeada de brinquedos oriundos da própria relação com o vídeo, mas sozinha diante da tela encarando um novo ciclo de vídeos abundante, desejo mimético, consumo e acúmulo.

Aspecto Cultural e de Representatividade

Figura 17. *Padrões de beleza infantil*



Diana is Waiting for a Friend, dresses up and does makeup

69 mi de visualizações · há 4 anos

Kids Diana Show

While Diana was resting, she got a phone call from Roma. Roma said he wanted to come over. Diana started getting ready for the ...



Maria Clara implorando JP por novas roupas, joias e cosméticos

25 mi de visualizações · há 5 anos

Maria Clara & JP

Maria Clara fingi ser chorona e irrita o JP. Não esqueça de avaliar o vídeo e se inscrever nos nossos canais ❤️ Maria Clara ...

Legendas



VALENTINA em coleção de Vídeos se maquiando

7,9 mi de visualizações · há 1 ano

Valentina Pontes ofc

Valentina Pontes em um Vídeo brincando com maquiagem e Histórias engraçadas com brinquedos.

A mídia e a cultura popular promovem ideais de feminilidade e beleza desde a infância, uma preocupação excessiva com a aparência e um forte incentivo e promoção ao uso de cosméticos e produtos. Um processo de “adutilização” de crianças, especificamente meninas, com sérios impactos a autoimagem e formação de identidade (Orenstein, 2011). Os canais se promovem através dessas temáticas reforçando propositalmente ou não certos estereótipos, apresentando assim um modo de comparação que pode se perpetuar, restringindo a ideia de ficar bonita a

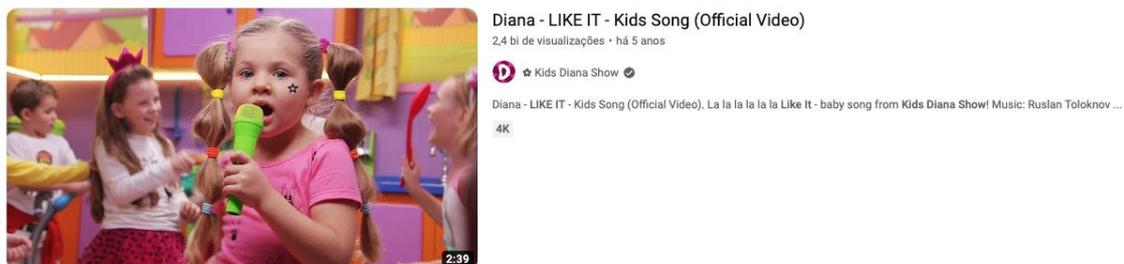
uso de cosméticos e estabilizando um padrão de beleza a ser seguido para se encaixar nesta sociedade extremamente visual.

Sobre homogeneização da identidade, também é imprescindível falar sobre representatividade. De todos os selecionados, nenhum canal é de um influenciador mirim negro. E o que pode-se perceber nesta pesquisa é que a grande massa de números de *views* dos youtubers estão com crianças e famílias brancas. Nesse contexto, ao examinar a inclusão racial no contexto da indústria audiovisual, torna-se evidente uma notável disparidade, conforme demonstrado em um recente estudo divulgado pela Agência Nacional de Cinema (Ancine), intitulado "Diversidade de Gênero e Raça nos Lançamentos de 2016".

A despreocupação com a questão da convivência multiétnica, quer na família, na escola ou nas redes pode colaborar para a formação de indivíduos preconceituosos e discriminadores. (Cavalleiro, 2010).

Principais Resultados do Vídeo 1 – “Diana - Like it - Kids Song (official video)”

Figura 18



Resumo: A produção, exemplificada na Figura 18, se trata de um videoclipe musical em que os personagens principais do canal (Diana e Roma) cantam e dançam com outras crianças. O vídeo se apresenta com uma clara divisão entre meninas e meninos. Eles são retratados em preto e branco e surgem, inicialmente, entediados. As meninas chegam com roupas coloridas e animadas. Quando elas jogam roupas coloridas sobre os meninos entediados, eles ganham cor, se empolgam e interagem com a música que se chama: “Like it”.

Nuvem de Palavras

A nuvem de palavras gerada pelo *software* IRaMuTeQ, foi ajustada para contemplar de forma ativa diversas classes gramaticais, que foram analisadas em primeiro plano pelo algoritmo do programa, exceto os advérbios que foram encarados na forma suplementar, aparecendo em segundo plano quando comparados às outras classes gramaticais.

Nas configurações da nuvem de palavras foi usado o número padrão do software como número máximo de formas ou palavras para o programa selecionar, a saber 600. Foram usadas as formas ativas e suplementares na análise, visto que o texto é referente a transcrição de um videoclipe musical.

Foi analisada a nuvem de palavras obtida por meio de transcrição do vídeo “Diana - Like it - Kids Song (official video)” do canal Kids Diana Show, na qual verifica-se que as palavras mais evocadas foram: “Lá_lá_lá” ($f=24$), “ei” ($f=18$), “eu” ($f=14$), “bem” ($f=13$), “curto_isso” ($f=10$), “roupa”($f=11$),“cor” ($f=11$), “dançar” ($f=11$), “preto_e_branco” ($f=9$), “cantar” ($f=8$), “entediado” ($f=7$), “animado” ($f=7$), “tocar” ($f=7$), “todo” ($f=7$), “pular” ($f=7$), “sim”($f=6$), “violão” ($f=4$), “brincar” ($f=4$), “bata_palmas” ($f=4$), “bata_os_pés” ($f=4$), “microfone” ($f=4$), “cupcakes” ($f=4$), “curtir” ($f=3$), “empolgado” ($f=3$), “noite” ($f=3$), “dia” ($f=3$), “música” ($f=3$), “mais” ($f=2$), “vida” ($f=2$), totalizando 29 palavras na nuvem.

Figura 19

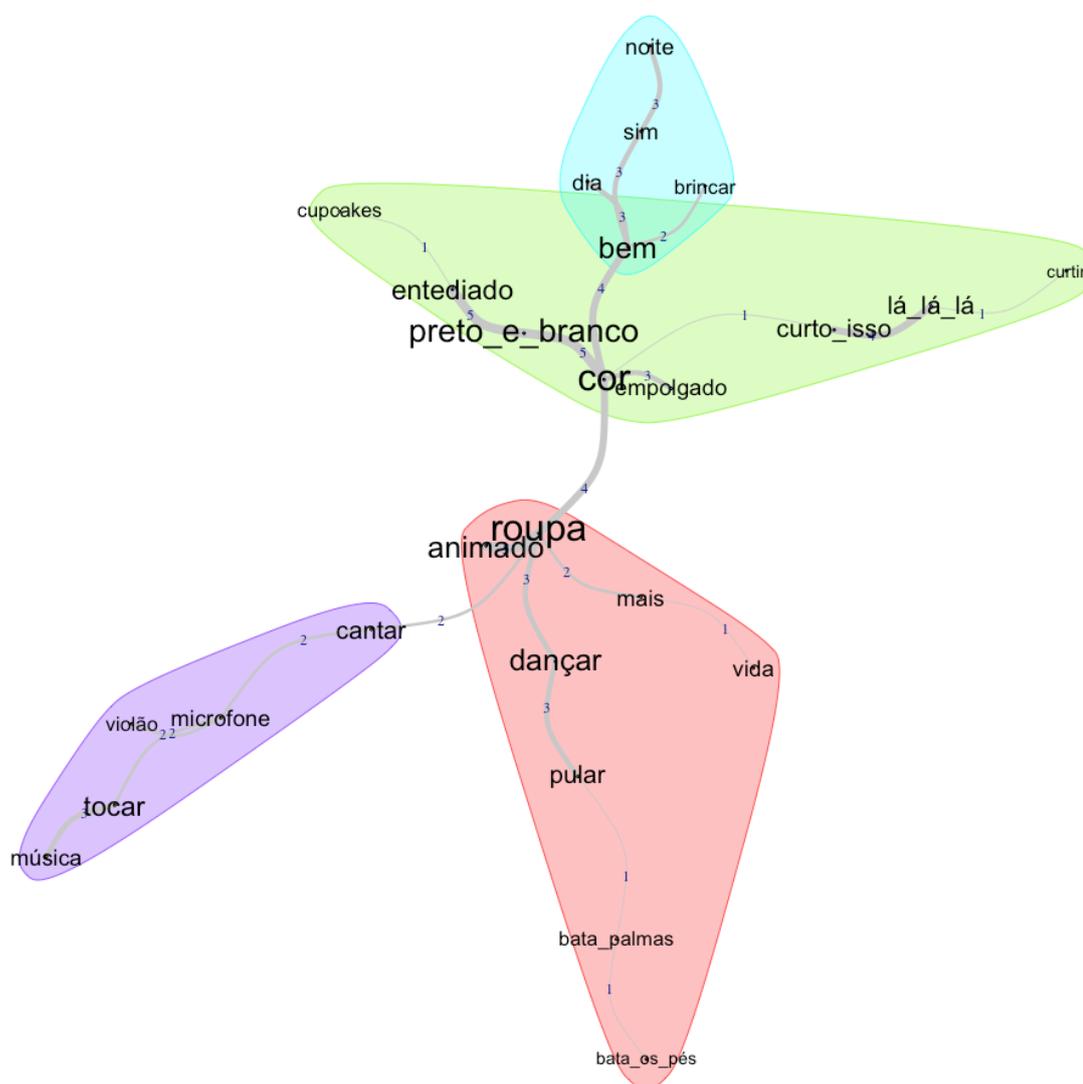
Nuvem de Palavras do vídeo 1 - “Diana - Like it - Kids Song (official video)”



Similitude

Por meio da análise baseada na teoria dos grafos observa-se que há quatro palavras que se destacam no conteúdo da transcrição: “bem”, “cor”, “roupa” e “cantar”. Delas se ramificam outras palavras que sugerem significados mais detalhados (ver figura 20).

Figura 20. *Similitude do vídeo 1 – “Diana - Like it - Kids Song (official video)”*



A palavra em destaque "bem" está relacionada às palavras "brincar", "dia", "sim" e "noite" por serem as palavras que compõem uma estrofe da música que se repete: “Well, I can play all day / Bem, eu posso brincar o dia todo / Well, I can play

all day / Bem, eu posso brincar o dia todo”. Uma mensagem de fácil absorção e interação para o público em questão.

Além disso, pode-se analisar as 4 ramificações que surgem da palavra central “cor”. A primeira mais próxima é “empolgado”, conectando diretamente este estado de espírito a cor. O que de fato é possível perceber no clipe: toda vez que um dos meninos aparece entediado no clipe, ele está em preto e branco. Já quando se empolga, ganha cor.

Da segunda ramificação de “cor” surgem as palavras: “curto_isso”, “lá_lá_lá” e “curtir”, que direcionam à letra do refrão da música e como as crianças surgem curtindo este momento no vídeo.

A terceira ramificação de “cor” é, na verdade, uma interseção com a palavra central de outro núcleo, já citado acima, a palavra “bem”. Isso acontece porque durante muitas cenas da estrofe redigida acima, a película surge saturada e com muitos elementos coloridos. E também porque em seguida a essa estrofe, se inicia o refrão que está inserido na segunda ramificação do núcleo “cor”.

A quarta e última ramificação deste núcleo é composta pelas palavras: “cupcakes”, “entediado” e “preto_e_branco”, nesta ordem respectivamente. Sendo a palavra “preto_e_branco” a mais próxima da palavra cor e com maior destaque. Essa análise revela que “preto_e_branco” está diretamente relacionado a “cor” num sentido de inversão, revelando que no sentido do conteúdo analisado “cor” está para “empolgado” assim como “preto_e_branco” está para “entediado”. O que é claramente notório na dramaturgia do vídeo. A menor palavra desta quarta ramificação é “cupcakes”, uma vez que este elemento está presente em poucas cenas. A palavra “cupcakes” surge relacionada as palavras “entediado”, “preto_e_branco” e “cor”, justamente por seguir este caminho no contexto do conteúdo do vídeo. Em uma das cenas, a menina (Diana) aparece fazendo cupcakes. Em outra cena, o menino (Roma) aparece entediado e em preto e branco, mas ao comer o cupcake que Diana o oferece ele ganha cor e fica empolgado.

O terceiro núcleo tem a palavra “roupa” com maior destaque seguida da palavra “animado” e com uma conexão robusta, numa linha grossa ao núcleo “cor”. Essa análise revela como “roupa” e “animado” se relacionam com “cor” e “empolgado”. Esta relação se justifica uma vez que em diversas cenas do vídeo, meninos em preto e branco estão entediados e quando as meninas animadas jogam

roupas coloridas sobre eles, eles surgem instantaneamente com a roupa e ganham cor no vídeo, ficando empolgados.

O núcleo da palavra principal “roupa” tem duas ramificações. Uma que leva às palavras “mais” e “vida”, que remetem a um outro trecho da canção: “*Four, give me more / Quatro, me dê mais / Five, this is our life / Cinco esta é a nossa vida*”. A segunda ramificação leva à 4 palavras. As duas em maior evidência denotam a ação das crianças do vídeo em cena: dançando e pulando, onde se verificam as palavras: “dançar” e “pular”. A linha oriunda delas segue até outras duas palavras menores: “bata_palmas” e “bata_os_pés”. Elas se conectam entre ação e canção, uma vez que estas duas últimas palavras se referem a uma estrofe da música: “*Clap your hands, hey, hey / Bata palmas, ei, ei / Stomp your feet, hey, hey / Bata os pés, ei, ei / Clap your hands, hey, hey / Bata palmas, ei, ei / Stomp your feet, hey, hey / Bata os pés, ei, ei*”. Neste trecho as crianças surgem dançando e pulando no vídeo.

O último núcleo da análise tem como palavra principal a palavra “cantar” com apenas uma única ramificação direta com as palavras “microfone”, “violão”, “tocar” e “música”, o que remete a ação musical das crianças em cena: cantando com microfone e tocando violão, acompanhando a música. Este núcleo se conecta de forma mais próxima ao núcleo “roupa”, pois quando surgem em cena cantando e tocando a música estão com roupas coloridas, dançando e pulando.

Principais Resultados do Vídeo 2 – “Está na hora de ir pra escola – Música Maria Clara e JP | Put on your shoes song”

Figura 21



Resumo: Trata-se de um videoclipe musical, ilustrado na Figura 21, em que os personagens principais do canal (Maria Clara e JP) cantam uma música famosa das cantigas infantis americana, numa adaptação ao português. Eles atuam como

quem se prepara pra ir à escola, interagindo com a letra da canção que pergunta o tempo inteiro onde está cada elemento escolar: mochila, caderno, sapato, etc. Entretanto, a cada cena em que vão buscar na casa esses elementos, pode-se perceber que são objetos licenciados de sua própria marca, na transcrição tendo sido padronizado como: `marca_maria_clara_e_jp`.

Nuvem de Palavras

A nuvem de palavras gerada pelo *software* IRaMuTeQ, foi ajustada para contemplar de forma ativa diversas classes gramaticais, que foram analisadas em primeiro plano pelo algoritmo do programa, exceto os advérbios que foram encarados na forma suplementar, aparecendo em segundo plano quando comparados às outras classes gramaticais.

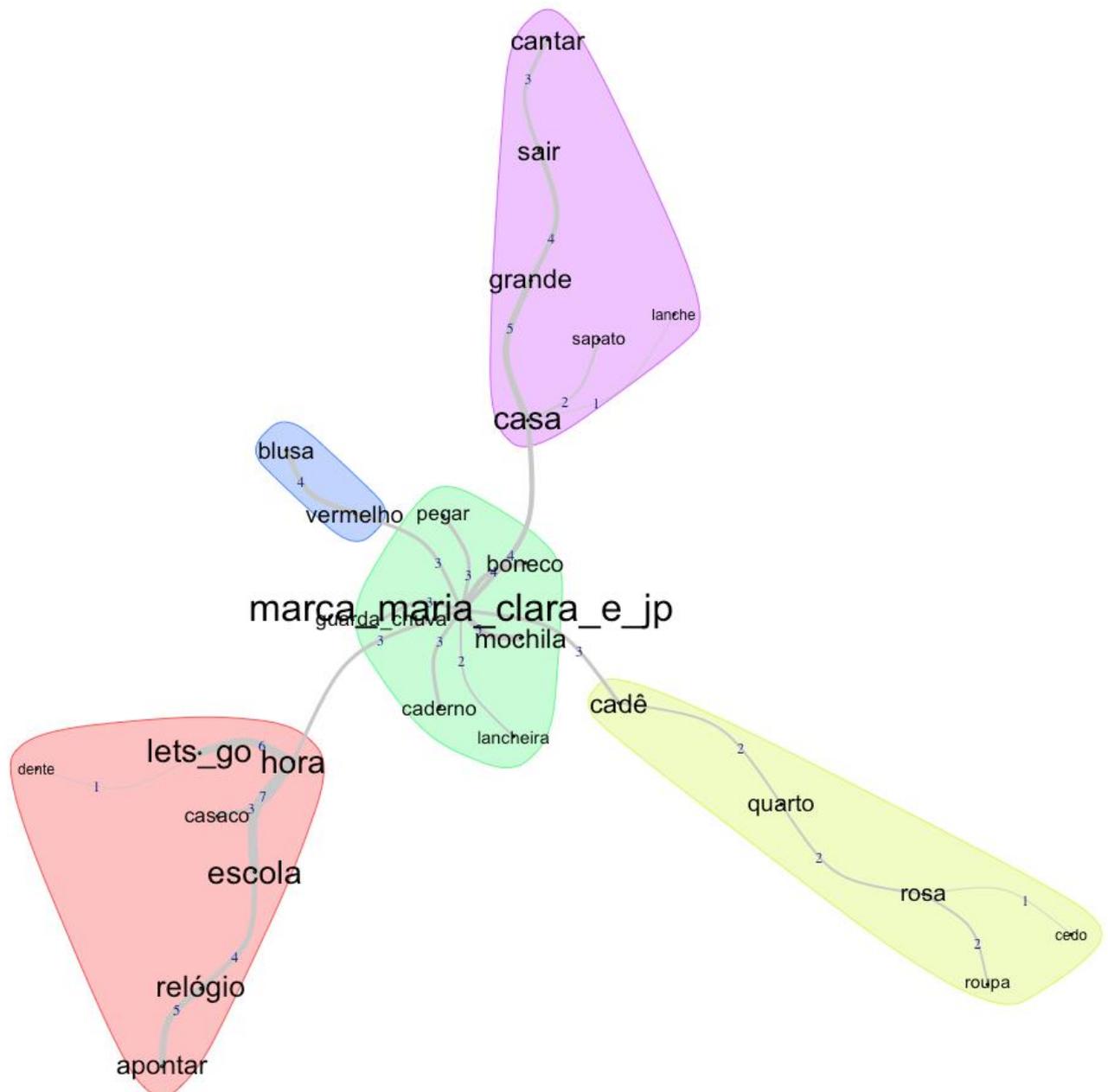
Nas configurações da nuvem de palavras foi usado o número padrão do software como número máximo de formas ou palavras para o programa selecionar, a saber 600. Foram usadas as formas ativas e suplementares na análise, visto que o texto é referente a transcrição de um videoclipe musical.

Foi analisada a nuvem de palavras obtida por meio de transcrição do vídeo “Está na hora de ir pra escola – Música Maria Clara e JP | Put on your shoes song” do canal Maria Clara e JP, na qual verifica-se que as palavras mais evocadas foram: “Lets_go” ($f=21$), “marca_maria_clara_e_jp” ($f=20$), “mochila” ($f=12$), “casa” ($f=11$), “caderno” ($f=9$), “casaco” ($f=8$), “sapato” ($f=8$), “hora” ($f=7$), “escola” ($f=7$), “grande” ($f=6$), “lanche” ($f=6$), “relógio” ($f=6$), “rosa” ($f=6$), “quarto” ($f=5$), “cadê” ($f=5$), “boneco” ($f=5$), “pegar” ($f=5$), “cantar” ($f=5$), “sair” ($f=5$), “apontar” ($f=5$), “lancheira” ($f=4$), “blusa” ($f=4$), “dente” ($f=4$), “vermelho” ($f=4$), “guarda_chuva” ($f=3$), “roupa” ($f=3$), “cedo” ($f=3$), totalizando 27 palavras na nuvem.

É importante elucidar o motivo das palavras com hífen, a saber: “Lets_go”, “marca_maria_clara_e_jp” e “guarda_chuva”. “Lets_go” está com hífen e sem apóstrofo como o correto na língua inglesa (let`s go), devido a uma limitação do *software* que não lê palavras com apóstrofo. O programa lê palavra por palavra, contabilizando. Sendo assim, para que “Lets go” fosse lido como uma única palavra/expressão, foi inserido o hífen. O mesmo se aplica a “guarda_chuva” e “marca_maria_clara_e_jp”, nesse último caso como itens da marca aparecem diversas vezes no videoclipe, foi inserido o hífen para que o programa não lesse e

produtos licenciados da marca que são claramente expostos em quase todas as cenas do videoclipe. A palavra “pegar” que também é uma das ramificações de “marca_maria_clara_e_jp” se encontra localizada entre “boneco” e o sub-núcleo adjacente ao núcleo central que engloba as palavras: “vermelho” e “blusa” que denota a cor da blusa do boneco que JP pega na ação do vídeo. É importante frisar que JP usa a mesma blusa que o boneco, mesma cor e estampa. De todo modo, a palavra “pegar” também se relaciona com todas as outras palavras/produtos do núcleo central.

Figura 23. *Similitude do vídeo 2 - “Está na hora de ir pra escola – Música Maria Clara e JP | Put on your shoes song”.*



O subnúcleo que engloba as palavras “vermelho” e “blusa” já foi mencionado no parágrafo acima, entretanto sua relação na mesma linha diagonal que o núcleo da palavra “cadê” deve ser analisada, uma vez que suas palavras compõem o figurino de seu respectivo boneco, boneco este da marca maria_clara _e_ jp (palavra principal do núcleo central). Do outro lado, o núcleo da palavra "cadê" ilustra o figurino da boneca da própria Maria Clara, mais uma referência a produtos da marca maria_clara _e_ jp.

O núcleo que tem como origem a palavra “cadê” possui uma ramificação para as palavras: “quarto”, “rosa”, “roupa” e “cedo”. A partir deste caminho, é possível compreender parte do início do videoclipe em que se inicia no quarto de Maria Clara, que veste roupa rosa e começa cantando para câmera o verso que diz: "Acorde cedo, bem cedo, bem cedo". É importante lembrar que, assim como no videoclipe 1 do canal Kids Diana Show, devido a análise ter como material textual apenas a letra da canção, se fez necessário se aproveitar de mais elementos da áudio-transcrição redigida (realizada segundo as diretrizes da Secretaria Municipal da Pessoa com Deficiência - SMPD), uma vez que tais descrições ambientam, contextualizam e também narram o conteúdo comunicacional do vídeo. Sendo assim: "quarto", "rosa" e "roupa" fazem parte da descrição dessa imagem em que a música se inicia no quarto de Maria Clara, que surge frente à câmera com roupa rosa, enquanto "cedo" remete à letra da música, início da canção. Após os primeiros versos da música, a letra da canção segue pra estrofe seguinte: "Cadê o sapato, sapato, sapato?" e a palavra "cadê" se repete, mudando apenas algumas variações. Por isso esta palavra está mais próxima ao núcleo central se conectando e somando a outras palavras, ilustrando essas variações (ex:"cadê a mochila?"; "cadê o caderno?" e a outra variação "cadê o lanche?" que remete também à lancheira). Uma análise mais didática, mas também complementar à análise do parágrafo acima.

No núcleo da palavra "casa" é possível detectar três ramificações, duas menores e uma maior. As duas menores "sapato" e "lanche" se conectam à palavra principal do núcleo: "casa", devido ao fato de Maria Clara e JP voltarem pra casa para pegar o sapato e o lanche. Já a ramificação maior desdobra-se em mais significados e palavras: "grande", "sair" e "cantar". Essas palavras estão relacionadas à descrição visual e de ação das cenas. A palavra "grande" remete à casa, que é exibida em algumas cenas de forma ampla e nas cenas finais quando

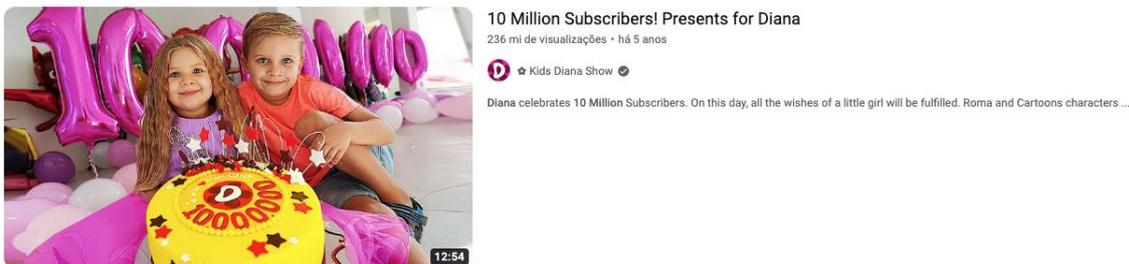
mostra-se a casa em plano aberto. Neste momento também Maria Clara e JP estão cantando e saindo de casa rumo à escola.

O último núcleo a ser analisado também possui duas ramificações e sua palavra principal é "hora" que se conecta diretamente a palavra "lets_go" (presente massivamente no refrão da música, remetendo a uma mensagem de se apressar, "vamos logo"). As palavras seguintes são "casaco", "dente", "escola", "relógio" e "apontar", remetendo a mesma urgência da palavra principal do núcleo: "hora". JP coloca o casaco rápido, se apressa ao escovar os dentes e em meio a todas essas ações se aponta o relógio, lembrando a hora de ir à escola.

Por fim, é imprescindível registrar que, assim como em todos os núcleos da similitude revelam conexão com os produtos da marca_maria_clara_e_jp, todas as cenas do videoclipe musical também.

Principais Resultados do Vídeo 3 – “10 Million Subscribers! Presents for Diana”

Figura 24



Resumo: O vídeo se trata de uma comemoração aos 10 milhões de inscritos no canal (Figura 24). O vídeo tem poucas falas dos irmãos, que começa com Roma acordando a irmã Diana contando a notícia dos 10 milhões de inscritos. Ela se anima e pede ao irmão balões. Ele bate palmas e faz um balão surgir. Diana não gosta e pede mais, ao que Roma bate palmas e a cama surge repleta de balões. Diana então se levanta, gira e surge com um vestido estilo princesa. Esta dinâmica de troca de vestidos, bater de palmas para a realização de pedidos e som de campainha para cada nova chega de presentes se mantêm durante todo o vídeo, no qual Diana recebe centenas de presentes de diversas marcas.

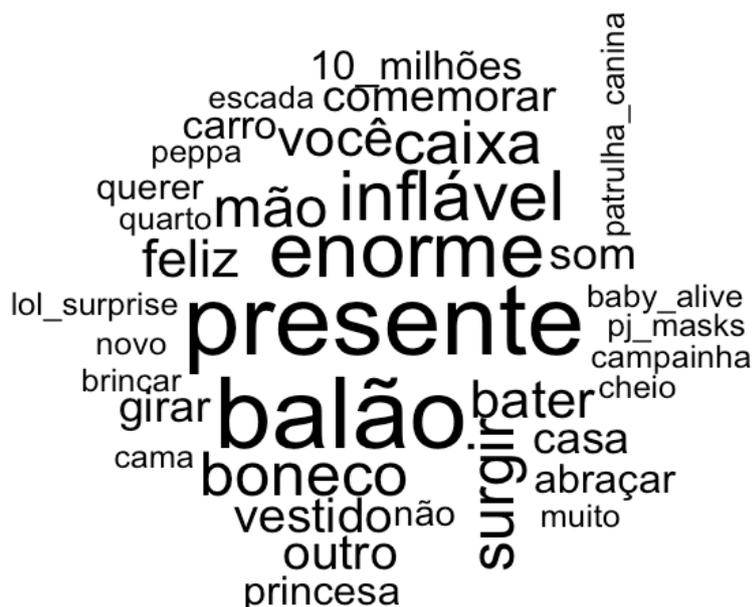
Nuvem de Palavras

A nuvem de palavras gerada pelo *software* IRaMuTeQ, foi ajustada para contemplar de forma ativa diversas classes gramaticais, que foram analisadas em primeiro plano pelo algoritmo do programa, exceto os advérbios que foram encarados na forma suplementar, aparecendo em segundo plano quando comparados às outras classes gramaticais.

Nas configurações da nuvem de palavras foi usado o número padrão do *software* como número máximo de formas ou palavras para o programa selecionar, a saber 600. Foram usadas as formas ativas e suplementares na análise, visto que o vídeo tem poucas falas, de modo a aproveitar o máximo de palavras na análise.

Foi analisada a nuvem de palavras obtida por meio de transcrição do vídeo “10 Million Subscribers! Presents for Diana” do canal Kids Diana Show, na qual verifica-se que as palavras mais evocadas foram: “Balão” ($f=19$), “presente” ($f=19$), “enorme” ($f=14$), “inflável” ($f=12$), “caderno” ($f=9$), “boneco” ($f=10$), “surgir” ($f=10$), “mão” ($f=9$), “feliz” ($f=8$), “você” ($f=8$), “bater” ($f=8$), “outro” ($f=7$), “vestido” ($f=7$), “comemorar” ($f=6$), “casa” ($f=6$), “som” ($f=6$), “girar” ($f=6$), “abraçar” ($f=5$), “sair” ($f=5$), “princesa” ($f=5$), “carro” ($f=5$), “10_milhões” ($f=5$), “não” ($f=4$), “querer” ($f=4$), “muito” ($f=3$), “cama” ($f=3$), “escada” ($f=3$), “quarto” ($f=3$), “brincar” ($f=3$), “patrulha_canina” ($f=3$), “chegar” ($f=3$), “novo” ($f=3$), “baby_alive” ($f=3$), “cheio” ($f=3$), “lol_surprise” ($f=3$), “pj_masks” ($f=3$), “campanhia” ($f=3$), totalizando 37 palavras na nuvem.

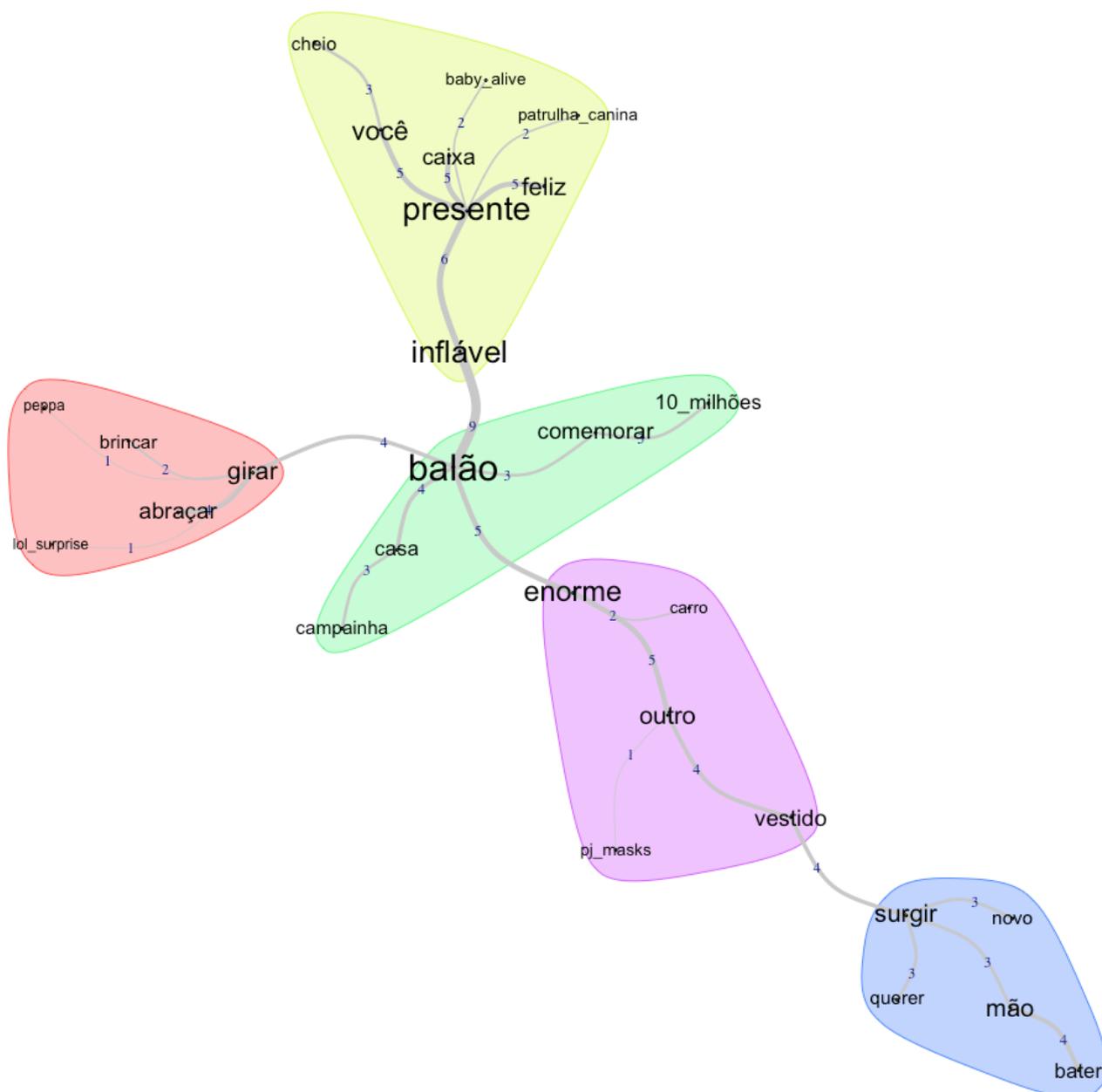
Figura 25. Nuvem de Palavras do vídeo 3 - “10 Million Subscribers! Presents for Diana”



Similitude

Nesta análise, constata-se que há cinco núcleos de palavras mais dominantes: "balão", "inflável", "girar", "enorme" e "surgir". (ver Figura 26).

Figura 26. *Similitude do vídeo 3 - "10 Million Subscribers! Presents for Diana"*



O núcleo central da similitude tem como palavra principal a palavra “balão”. Ela se ramifica para dois lados em sentidos distintos. No primeiro lado, é possível ler as palavras “comemorar” e “10_milhões”, representando o motivo principal do vídeo: a

comemoração de 10 milhões de inscritos no canal. Do outro lado da ramificação, complementando a interpretação das ações contidas no vídeo, observam-se as palavras “campainha” e “casa”, uma vez que sempre que a campainha toca no vídeo, chegam enormes balões infláveis e presentes na casa.

O núcleo acima do halo principal conecta a palavra “balão” à palavra “inflável” – sendo esta a palavra que origina todas as demais ramificações de seu núcleo, a saber: “presente”, “feliz”, “patrulha_canina”, “caixa”, “baby_alive”, “você” e “cheio”. Essa conjuntura de palavras pode ser compreendida devido à dinâmica de ação do vídeo em que os balões infláveis que Diana recebe ganham voz, evocando o discurso constantemente repetido no vídeo: “*presents for you!*” (“presentes para você!”) e a cada cena do vídeo Diana se depara com caixas e mais caixas de presentes, com diversos brinquedos de diversas marcas, neste núcleo representadas por “patrulha_canina” e “baby_alive”. A combinação da palavra audível “presente” mais a imagem das caixas de brinquedos que “enchem” a casa, resultam na emoção imediata de Diana com um sorriso “feliz”.

O êxtase e empolgação de Diana com a sucessão de surpresas e presentes é tão grande que a menina “gira” seus brinquedos no ar e “abraça” as caixas, brincando rapidamente com os novos brinquedos recebidos, neste núcleo representados por “peppa” e “lol_surprise”. Essas palavras foram unidas no núcleo vermelho e também se conectam diretamente com balão, devido a menina receber além dos presentes nas marcas, enormes balões infláveis destes personagens.

O outro núcleo que se conecta a “balão” tem como elemento principal a palavra “enorme”, correspondendo a uma visualidade que toma a tela durante todo o vídeo, devido à grandeza dos balões temáticos que surgem a cada presente novo recebido, neste núcleo representado por “carro” e “pj_masks”. É importante frisar a palavra localizada no meio deste núcleo roxo, a saber “outro”, que conecta “enorme”, apontando para a chegada de cada “outro” enorme balão e brinquedo, assim como para “outro” “vestido”, chegando assim no último núcleo, composto pela palavra “surgir”, de onde se ramificam as palavras “querer”, “novo”, “mão” e “bater”. Este é o núcleo mais distante do halo principal, mas evidencia um mecanismo recorrente no vídeo, que de toda forma reforça a mensagem do conteúdo analisado: mais presentes, valorizando a quantidade.

O mecanismo mencionado se refere as cenas em que o menino Roma aparece atendendo aos desejos de sua irmã Diana que, ao querer alguma coisa, ele prontamente “bate” as “mãos”, fazendo surgir algo novo para Diana. Dentro desta mesma lógica mágica é possível compreender a conexão que a similitude faz entre “surgir” e “vestido” nesta localização de núcleos, uma vez que praticamente a cada cena Diana quer usar outro vestido e, ao girar em torno de si mesma, a menina surge com um novo figurino estilo princesa.

Por fim, pode-se concluir que assim como “balão” se ramifica por todos os outros núcleos, se fazendo presente e evidente em quase todo o vídeo, os presentes também podem ser encontrados dentro ou como passagens entre cada núcleo, revelando assim a mensagem central do conteúdo analisado.

Principais Resultados do Vídeo 4 – “Meu brinquedo é mágico? | O chão é lava com Maria Clara e JP / The floor is lava”

Figura 27



Resumo: O vídeo é dividido em duas histórias que se cruzam. A primeira começa com Maria Clara numa enorme casa zapeando os canais da TV, até que para numa propaganda em que a vendedora anuncia um lançador mágico que transforma qualquer papel em dinheiro, um lançador de dinheiro. Surgem cifrões nos olhos da menina que prontamente compra o produto, através do discurso de urgência da vendedora. O produto chega rapidamente e ela se anima nadando em dinheiro, comemorando que está rica. Com isso ela vai até uma loja e compra uma infinidade de brinquedos. Em casa, entre muitas caixas, ela abre um novo brinquedo que joga com o irmão, é o novo jogo O chão é lava da Maria Clara e JP. Os dois brincam e explicam as regras. Após algumas cenas da brincadeira, Maria Clara acorda, se entristecendo porque tinha sido apenas um sonho. Mas JP conta pra ela sobre o novo jogo deles, ela se anima e os dois explicam mais uma vez as regras. Por fim, alternam sua frase de costume de fechamento dos vídeos com os seus dois bonecos licenciados.

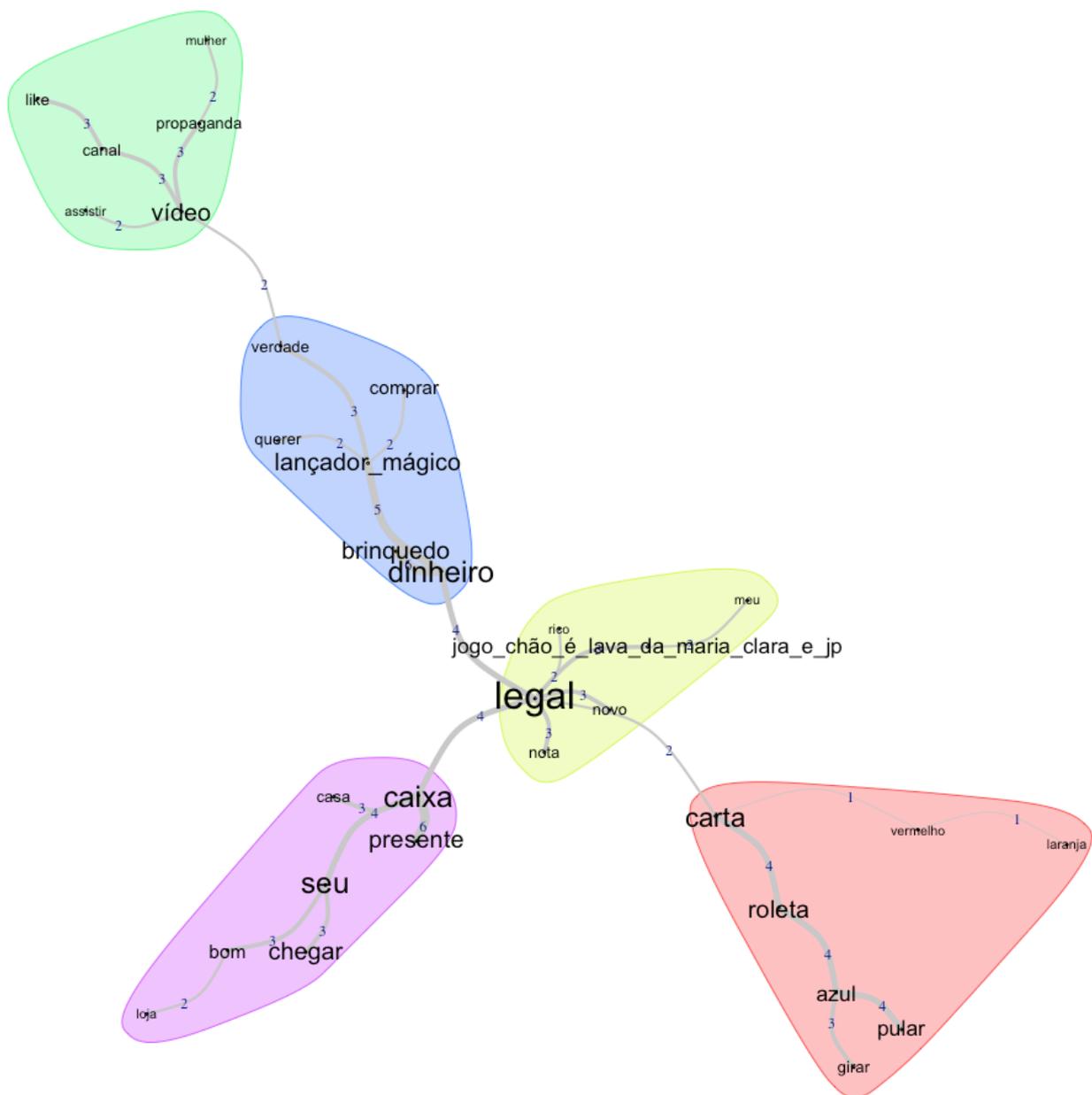
Nuvem de Palavras

A nuvem de palavras gerada pelo *software* IRaMuTeQ, foi ajustada para contemplar de forma ativa diversas classes gramaticais, que foram analisadas em

Similitude

Nesta análise, constata-se que há cinco palavras proeminentes na transcrição: "vídeo", "dinheiro", "carta", "legal" e "caixa". A partir delas, outras palavras se desdobram, sugerindo significados mais detalhados (ver Figura 29).

Figura 29. Similitude do vídeo 4 – “Meu brinquedo é mágico? | O chão é lava com Maria



Clara e JP / “The floor is lava”

Nesta análise de similitude, dois núcleos dividem o centro do discurso principal. Entretanto, o núcleo amarelo possui mais ramificações que se conectam aos outros halos. Pode-se entender que a palavra “legal” assume o lugar de imperatividade e origem das outras palavras, contudo será analisado primeiramente as ramificações diretas desta palavra, a saber: “nota”, “novo”, “jogo_chão_é_lava_da_Maria_Clara_e_JP”, “meu” e “rico”. “Jogo_chão_é_lava_da_Maria_Clara_e_JP” está localizado no meio do halo, numa conexão proximal a “meu” e “rico”, sugerindo um contexto de posse e riqueza. E numa conexão suplementar as palavras: “novo” e “nota”, remetendo a novidade e símbolo de poder de compra. Todas essas palavras estão conectadas à palavra “legal”, mas suas combinações não parecem transmitir o conceito de legal por divertimento e, sim pelo acúmulo de dinheiro na lógica do capital.

O núcleo que concentram as palavras de ação do jogo encontra-se no halo vermelho, com as palavras: “carta”, “roleta”, “azul”, “pular”, “girar”, “vermelho” e “laranja”. A compreensão das palavras deste agrupamento pode ser feita de forma objetiva devido a transcrição do áudio do vídeo na cena em que Maria Clara e JP aparecem brincando e explicando as regras do jogo *O Chão é lava*.

A outra ramificação de “legal” se conecta diretamente a palavra principal do núcleo roxo, que é “caixa”. Dela se originam as demais palavras do agrupamento: “presente”, “casa”, “seu”, “bom”, “chegar” e “loja”. Essa composição se dá devido a lógica de consumo exposta no vídeo, em que Maria Clara compra um produto, comemora sua chegada em casa, verifica que o produto é bom e resolver ir na loja comprar mais produtos (caixas-presente). A palavra “seu” no centro do núcleo revela a condição de posse, em que todas essas caixas e presentes espalhados pela casa pertencem a ela, quando questionada pelo irmão: “Tudo isso é seu?”. De acordo com análise, tudo isso se conecta ao conceito de “legal” no contexto do vídeo.

Também há conexão direta entre “legal”, “dinheiro” e “brinquedo” e suas ramificações: “lançador_mágico”, “querer”, “verdade” e “comprar”. Neste caso, o “brinquedo” está intrinsecamente associado a palavra “dinheiro”, não devido ao seu preço/valor, mas porque este “lançador_mágico” promete lançar muitas notas de dinheiro, o que desperta interesse imediato de compra em Maria Clara. Apesar de

se questionar se o “lançador_mágico” era “verdade”, ainda assim ela prontamente compra. Essa temática da veracidade dos vídeos, apesar de não ter sido explorada, justifica o elo entre “verdade” e “vídeo”.

Da palavra principal “vídeo” do núcleo verde, se ramificam para as palavras “propaganda”, “mulher” (neste caso, a vendedora), “canal”, “assistir” e “like”. O núcleo “vídeo” parece fazer uma separação de assunto em suas ramificações, ao que “mulher” e “propaganda” se conectam a palavra “vídeo” devido a dramaturgia encenada no início do episódio (em que a vendedora vende o lançador de dinheiro através de um vídeo na TV), enquanto que “like”, “canal” e “assistir” se conectam a “vídeo” numa interação imperativa ao espectador do próprio canal de Maria Clara e JP para se inscrever no “canal”, “assistir” e deixar o “like”.

O que era pra ser apenas um vídeo de entretenimento de uma história fictícia sobre o “Brinquedo Mágico”, na verdade contém um segundo vídeo com publicidade disfarçada de brincadeira para promover o novo produto licenciado da marca de Maria Clara e JP: O jogo o chão é lava. O vídeo introdutório inclusive segue a lógica de venda do segundo, enaltecendo o consumo exacerbado e fazendo da diversão o acúmulo de brinquedos. Apesar da palavra principal da análise ser “legal”, pouco se vê ela conectada ao seu real contexto.

5.3. Discussão

Diante dos resultados obtidos através da análise do conteúdo dos vídeos e análise exploratória dos canais, pode-se perceber uma padronização das temáticas, modo de produção, captação e edição dos vídeos e da mensagem imperativa que parece permear os 4 vídeos: Felicidade e Presentes. Como se pudesse reduzir a infância, suas preferências e a audiência na relação destas palavras. Uma felicidade embalada em caixas de presentes/mercadorias.

Dos 4 vídeos analisados, o primeiro é o único que parece estar fora da lógica de mercado que impera em todos os canais analisados, com uma alguma forma velada de influência ao consumo. Talvez o único ponto sutil à crítica do videoclipe da música "Like it", seja atrelar a roupa e o doce (cupcake) como geradores de ânimo e felicidade, reforçando assim um estereótipo da criança associada ao doce e, em dias atuais, ao consumo.

A predominância de vídeos musicais com maior número de visualizações nos canais evidencia o poder de atração da música sobre as crianças. A fusão de ritmo, melodia e harmonia resulta em uma experiência auditiva cativante, capaz de capturar a atenção e alimentar a imaginação infantil (Stern, 1985). Além disso, a "repetição como a essência do jogo", mencionada por Benjamin (1936), ressalta o apreço e a necessidade das crianças pela repetição, contribuindo para o sucesso desses vídeos entre o público infantil.

Sobre o segundo videoclipe analisado, sendo este agora do canal de Maria Clara e JP, apresenta aspectos dignos de atenção. Nota-se uma sutil promoção à cultura americana, evidenciada pela adaptação de uma famosa '*rhyme song*' infantil americana. O vídeo, que foi gravado em solo americano, revela o perfil típico da ambiência do lugar, com as ruas largas e vazias dos condomínios de casas de Orlando, Estados Unidos. A mescla de idiomas também é notável, com a expressão "let's go" sendo repetida ao longo do refrão, além da aparição de um ônibus escolar amarelo ao final, característico do sistema de transporte escolar americano, com palavras em inglês destacadas. Desse modo, de maneira sutil e velada, o vídeo reforça o imaginário da cultura americana e reforça um padrão estético.

Obviamente, o que mais é evidente em todo o vídeo é a promoção dos produtos licenciados da marca Maria Clara e JP, sendo correspondidos a cada estrofe da música. Desta forma, o vídeo ganha um grande poder publicitário e de persuasão mostrando os próprios personagens da marca utilizando e usando os produtos num contexto familiar ao público, que se reconhece naquela imagem de rotina escolar, ao mesmo tempo em que a melodia envolvente contribui para fixar a mensagem no subconsciente do espectador.

O terceiro vídeo, embora não contenha publicidade de produtos próprios do canal, exhibe diversas marcas de brinquedos destinados ao público infantil, em um processo de subsequentes entregas de presentes. Além disso, o vídeo utiliza recursos de edição para criar uma atmosfera de magia, envolvendo a criança em um elemento fantasioso no qual Roma, ao bater palmas, concretiza os desejos da irmã, Diana. Por meio da análise do vídeo, é possível perceber uma temática central de volume, seja em termos de quantidade ou magnitude, o que é expresso imgeticamente através da profusão de pacotes de presentes recebidos, do número de vestidos trocados e dos enormes balões infláveis que surgem na imponente residência.

A rapidez e abundância com que os presentes chegam à casa de Diana refletem a lógica de mercado do acúmulo e da sociedade de consumo em massa, em larga escala. Ao longo do vídeo, observa-se um constante influxo de presentes, ilustrando a ideia de uma vida líquida, conforme categorizada por Bauman (2000), na qual mal há tempo para a menina aproveitar os presentes antes que cheguem mais. Isso retrata o capitalismo voraz, instigando no espectador o desejo por mais. A proliferação de caixas, presentes, brinquedos e plásticos contribui para uma considerável produção de lixo, pois tudo é rapidamente descartado para dar lugar ao novo, resultando em um ciclo contínuo de acúmulo e descarte.

O último vídeo, do canal de Maria Clara e JP, além de ter o claro viés publicitário em lançar seu novo jogo como objetivo final, dramatiza sobre uma questão de extrema importância que é o consumo e a relação com o dinheiro de forma superficial e acrítica, sem considerar os possíveis reflexos e desdobramentos desta temática para a criança que assiste. Sem autorização de um responsável, Maria Clara realiza uma compra através de uma propaganda ostensiva de vídeo. Mesmo questionando inicialmente a veracidade da oferta, a menina efetua a compra. A representação visual de cifrões nos olhos da criança sugere a atribuição precoce de valor e significado ao dinheiro, especialmente em uma perspectiva consumista e de poder.

Figura 30. *Cifrão nos olhos de Maria Clara. Imagem extraída do vídeo.*



Por fim, quando o produto chega, ele funciona. Uma clara mentira sobre um lançador mágico de notas de dinheiro, mas que aos olhos da criança sem muitos filtros pode passar a ideia que se é seguro acreditar em todas as promessas das propagandas. As cenas em que Maria Clara se diverte com o dinheiro são preocupantes, numa inversão de sentido sobre o que é brincar. As notas de dinheiro voam pela casa e a menina literalmente "nada" no dinheiro, até que por fim, ela decide exercer o seu poder de compra, uma vez que tem dinheiro para comprar o que quiser. Repleta de presentes, mais uma vez reforçando o acúmulo, Maria chega em casa e brinca com o irmão com seu novo jogo: "o chão é lava", que é uma das tantas caixas de presentes por ali.

Nesse momento, começa uma sutil propaganda do jogo, utilizando o próprio ato de brincar deles como recurso de marketing. Esta cena evidencia como a cultura do consumo e a sociedade contemporânea se entrelaçam na promoção de produtos através do entretenimento. Essa dinâmica é intrínseca à sociedade líquida, onde as fronteiras entre o público e o privado, entre o real e o virtual, se diluem. Nesse contexto, a promoção do jogo durante o próprio ato de brincar das crianças evidencia a fluidez das relações entre lazer e consumo, como se o ato de brincar se tornasse uma extensão do marketing.

Através da análise de similitude pode-se perceber que a palavra que une todas essas camadas de texto e imagem do vídeo é "legal", unindo todas essas palavras (dinheiro-presentes- brincar) num mesmo sentimento de bem estar. A associação da palavra "legal" com os conceitos de dinheiro, presentes e brincadeiras ressalta como o consumo é apresentado como uma fonte de satisfação e bem-estar na sociedade do espetáculo (Debord, 1967).

Pode-se concluir, por fim, um padrão programado em todas as instâncias de mensagem dos canais aqui analisados. Desde a escolha de cores da cartela do vídeo ao estilo de edição rápida e fugaz; os efeitos animados e com fontes tipográficas que chamam a atenção; a quase obrigatoriedade de vídeos com músicas "chicletes"; o mesmo estilo de brincadeiras e variações das mesmas aproveitando ao máximo cada tendência; a captação espontânea de filmagem, num estilo bem caseiro trazendo conexão de linguagem com os espectadores; a utilização de mesmos objetos, elementos... Enfim, tudo igual. E cada etapa dessas comunica algo. O que todos esses canais comunicam? E por que todos esses que fazem sucesso seguem o mesmo padrão? A quem este conteúdo serve para muito além do espectador?

A sociedade contemporânea é caracterizada pela fluidez e pela rápida mudança (Bauman, 2000). O que é possível ver na quantidade e variedade de vídeos postados todos os dias, em diversos canais. Todavia, apesar da quantidade, é uma variedade padronizada. Na era líquida, as tendências são efêmeras e não duram muito tempo; na próxima semana, outro tema será predominante, e todos irão produzir e consumir de maneira semelhante. Essa fluidez na mudança leva, ao mesmo tempo, à homogeneização dos desejos e à padronização das identidades individuais, tudo em prol do consumo e do lucro das empresas. (Bauman, 2000). A quem interessa a padronização das infâncias com tantos vídeos, brincadeiras e produtos iguais? Aos grandes conglomerados que sustentam tais plataformas, roubam dados e manipulam vontades criadas pelo próprio organismo do sistema.

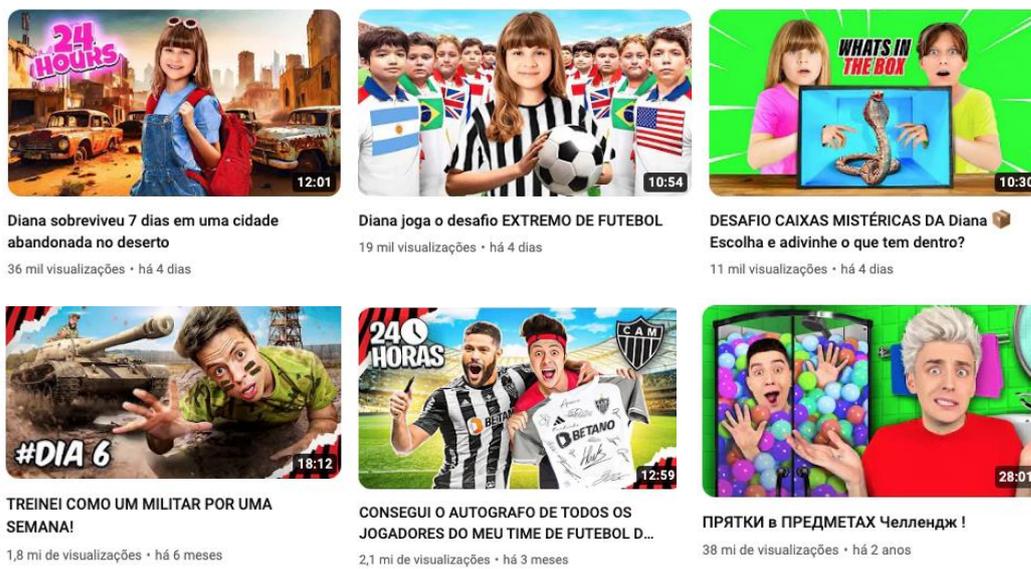
Essa é uma brincadeira que a criança finge brincar, mas quem se diverte mesmo é quem lucra com ela parada e sentada diante da tela assistindo os outros fingirem brincar para vender.

5.4. Publicidade, Desdobramentos e Licenciamento dos canais

Os dois canais analisados através do software IRaMuTeQ possuem conteúdos em multiplataformas com desdobramentos no foco de conteúdo e abrangendo novos personagens. O Canal Kids Diana Show, possui o canal suplementar “Kids Roma” Show que é o canal do irmão Roma, “Love, Diana” que é o canal da sua série de ficção que mistura live-action com animação. Além do Youtube, “Love, Diana” é veiculado na Amazon Prime Video, Roku Channel e Samsung Tv+. Mas ainda existem mais de 10 canais associados a ela, alguns de coletânea de vídeos e outros contendo seus vídeos dublados para outros idiomas. Diana também possui perfis nas redes: Instagram, Tik Tok e Facebook. Durante a escrita desta pesquisa, Diana lançou um novo canal, agora com um perfil mais focado em conteúdo de desafios e trends, direcionado a um público de crianças mais velhas. É possível até ver na estética e temáticas do novo canal esse redirecionamento de conteúdo e público.

Figura 31. Canais selecionados.

Primeira Linha de Imagens: Novo Canal de Diana
Segunda Linha de Imagens: Canais de Enaldinho e A4.



O canal Maria Clara e JP também possui canais suplementares que são: Família Maria Clara e JP, Maria Clara e JP Games e Mundo Maria Clara e JP. Assim como Diana está crescendo e redirecionando a estética de seus vídeos na abertura do novo canal, Maria Clara e JP também seguem o mesmo movimento, mas num perfil Gamer. (Ver Figura 32). Os irmãos também possuem contas nas outras redes sociais: Instagram, TikTok e Facebook.

Figura 32. Canais Suplementares (Maria Clara)

Diante de uma variedade de conteúdos e nichos, tudo ainda parece igual. Além de todas essas produções de conteúdo em múltiplas plataformas, os canais possuem diversos produtos oriundos da marca, desde material escolar, brinquedos, artigos para festa e uma enorme linha de bonecos.

Figura 33. Seleção de produtos Licenciados dos canais analisados.



Neste contexto, é imprescindível ressaltar alguns pontos relevantes sobre essa temática. Publicidade infantil refere-se a qualquer mensagem de marketing que visa incentivar as crianças a consumir determinados produtos ou serviços. Essa prática é observada em diversos meios de comunicação, como televisão, revistas, redes sociais, plataformas de vídeo, cinema, jornais, mídia externa e outros.

Para atrair a atenção desse público-alvo, as mensagens publicitárias direcionadas às crianças frequentemente empregam certas características distintivas, tais como o uso de cores vibrantes, trilhas sonoras cativantes e, em muitos casos, a presença de personagens que sejam facilmente identificáveis pelos pequenos. Uma estratégia comum, que foi bastante utilizada nas décadas de 1980 e 1990, envolvia o uso de celebridades e personalidades infantis para reforçar o apelo ao consumo.

Figura 34. Produtos antigos de celebridades da TV.



No entanto, atualmente, as próprias crianças protagonistas de seus canais são as celebridades do momento, tendo acesso direto aos lares dos espectadores através de plataformas sob demanda, sem necessidade de se restringir a horários fixos na televisão. Isso resulta em uma exposição excessiva à publicidade, tanto explícita quanto velada.

O Código de Defesa do Consumidor, estabelecido em 1990, caracteriza a publicidade direcionada a crianças como aproveitadora da falta de discernimento e experiência desse público. Portanto, direcionar essa prática a crianças seria considerado abusivo e ilegal de acordo com o texto do Código.

Da mesma forma, o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), também de 1990, atribui responsabilidade à família, à comunidade, à sociedade e ao Estado pelo bem-estar e desenvolvimento saudável da infância e da juventude.

De acordo com o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (Conar), a publicidade infantil está sujeita a uma série de restrições que visam proteger os valores sociais positivos e os direitos das crianças. Essas restrições incluem a proibição de anúncios que denigram valores como amizade, honestidade e respeito, bem como aqueles que promovem discriminação ou associam crianças e adolescentes a situações inadequadas para suas idades (Conar, s.d.). Além disso, o Conar veta anúncios que induzam à ideia de superioridade ou inferioridade com base no consumo de determinado produto, bem como aqueles que causem constrangimento aos pais ou responsáveis. O uso de crianças e adolescentes como

modelos para promover produtos ou serviços também é restrito, exceto em situações específicas relacionadas à demonstração dos mesmos (Conar, s.d.).

Outras proibições incluem a utilização de formato jornalístico para evitar a confusão entre publicidade e conteúdo informativo, a afirmação de características únicas em produtos destinados a crianças e adolescentes que são comuns a produtos similares e a criação de situações que possam gerar pressão psicológica ou medo (Conar, s.d.). Além disso, o Conar reprova a prática de merchandising ou publicidade indireta que utilize elementos infantis para atrair a atenção desse público específico, independentemente do meio utilizado para veicular a mensagem. Em conteúdos segmentados para o público infantil, a publicidade de produtos e serviços destinados exclusivamente a esse público está restrita aos intervalos comerciais e espaços comerciais (Conar, s.d.). Essas diretrizes visam garantir que a publicidade direcionada às crianças respeite os princípios éticos e promova um ambiente seguro e saudável para o desenvolvimento infantil.

Embora o foco principal desta pesquisa não seja a publicidade infantil, a discussão desse tema se torna imprescindível, uma vez que a propaganda agora está imersa e é facilmente confundida nas narrativas dos vídeos dos canais. Dentro dessa cultura do engajamento, os próprios espectadores, além de consumidores dos produtos promovidos nos canais, também reproduzem e compartilham a publicidade ao postarem vídeos nos quais interagem com os produtos adquiridos. Essa prática cria uma forma sutil e consistente de publicidade velada, na qual os produtos são promovidos sob a ótica dos próprios consumidores que produzem conteúdo consumindo o conteúdo.

Figura 35. Canal de fã de Maria Clara e JP.



Esse ciclo de publicidade velada tem um impacto significativo e é altamente atraente para as crianças, que se identificam tanto com os produtos (já conhecidos de seus canais favoritos) quanto com as atividades recreativas retratadas nos vídeos.

Ou seja, a narrativa dos vídeos serve e muito à publicidade, de forma sutil, mas atrativa através de representações de supostas brincadeiras, intencionais claro, de modo a influenciar o desejo de compra pelo produto inserido no contexto da brincadeira.

Vale ressaltar que a presença das próprias crianças, criadoras de conteúdo nos canais, contribui para consolidar a imagem desses produtos como objetos de desejo, uma vez que são elas próprias o símbolo da mercadoria. Essa interconexão entre a narrativa dos vídeos e a publicidade constitui um fenômeno relevante a ser considerado na análise da influência e do impacto da publicidade direcionada a crianças nos meios digitais.

No fascínio da propaganda, os objetos são vistos como extensões das identidades dos consumidores, oferecendo uma promessa temporária de completude que é suprida pela compra. (Guedes, 2016). No caso dos artigos, principalmente bonecos dos youtubers, as crianças se sentem mais pertencentes àquele universo tão desejado.

Esse vínculo entre expectativas e objetos é efêmero devido à constante busca por novidade, levando ao rápido envelhecimento social dos produtos por meio de estratégias como a obsolescência planejada. (Guedes, 2016, Orofino, 2008). Este é o discurso inclusive que esta análise mais detectou: "novo", "mais", "presentes", "caixa", "dinheiro".

A inovação estética, neste contexto, não apenas reativa a demanda, mas também remodela profundamente a experiência humana, influenciando desde a organização sensível até as necessidades materiais e perceptivas das pessoas. Na cultura infantil, o consumo se configura em uma interação complexa entre crianças e mercados, marcada por desigualdades evidentes e influenciada por múltiplas fontes de informação além da família e da escola, inserindo as crianças profundamente no universo do consumo midiático. (Guedes, 2016).

Figura 36. Produtos licenciados do canal Kids Diana Show.

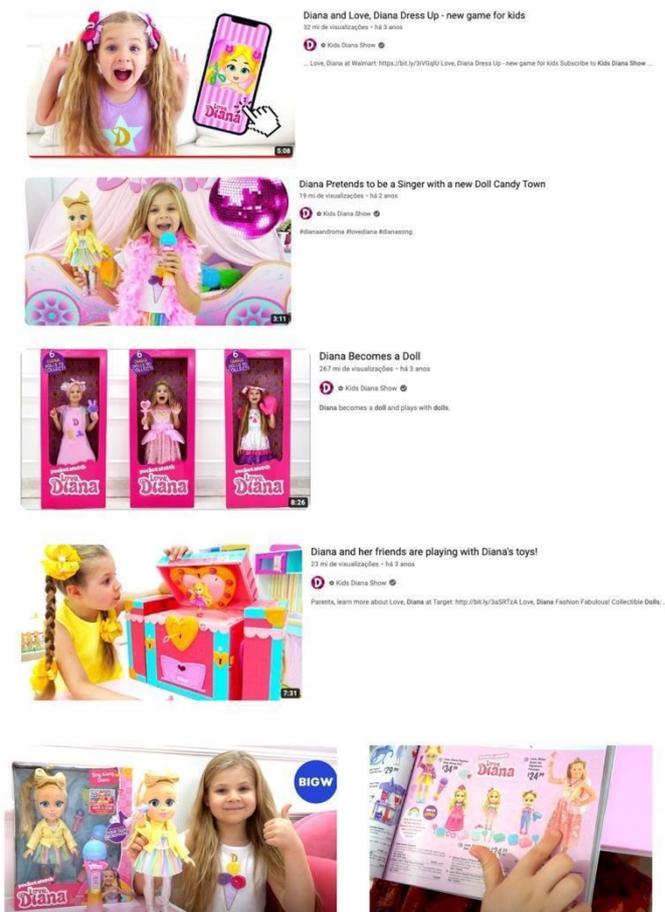


Figura 37. Produtos licenciados do canal Maria Clara e JP.



5.5. O Veículo distribuidor dos programas

O YouTube começou como um entre vários serviços buscando superar barreiras técnicas para o compartilhamento de vídeos na internet, com o objetivo de criar uma plataforma democrática onde qualquer pessoa poderia publicar seu próprio conteúdo de forma gratuita (Burgess & Green, 2009). Este ambiente

facilitou novas oportunidades de trabalho no campo criativo, permitindo que produtores de conteúdo operassem independentemente das redes tradicionais de TV (May, 2010). Com o tempo, o YouTube evoluiu para o principal serviço de distribuição e compartilhamento de conteúdo online, substituindo blogs e outras ferramentas textuais como meios principais de expressão na internet. Tornou-se pioneiro e líder global na promoção de uma cultura participativa (Jenkins, 2009), descrito por Islas (2007) como um novo modelo de televisão na internet. (Alves, 2020).

A plataforma YouTube oferece a possibilidade para qualquer indivíduo que possua uma conta Google de publicar vídeos sem uma limitação específica na quantidade, facilitando assim a formação de uma base de seguidores e a monetização por meio de publicidade. Com o crescente volume de vídeos enviados, muitos não cumprindo as diretrizes da plataforma, o YouTube se transformou além de um mero serviço de hospedagem de vídeos, um mercado dinâmico onde a atenção dos usuários é capitalizada e vendida aos anunciantes, gerando receita significativa para a plataforma e seus usuários mais populares (Burgess & Green, 2009).

Adicionalmente, a pandemia de coronavírus em 2020 impulsionou um aumento notável no uso do YouTube como ferramenta de entretenimento e informação, adequando-se rapidamente para atender às novas necessidades de conteúdo relacionadas à saúde, atualizações de notícias e entretenimento doméstico. Esse ajuste veio em resposta ao isolamento social, onde um número crescente de pessoas buscava conexão e conteúdo online, fazendo do YouTube um componente ainda mais essencial na vida diária de muitos durante o período de quarentena (Think with Google, 2020).

Bolaño (2017) destaca a economia política subjacente à ascensão do YouTube e outras plataformas de mídia digital, observando uma tendência de concentração de poder nos oligopólios de mídia que dominam a indústria cultural e de comunicações. As práticas do YouTube de compartilhamento de receita com produtores de vídeo e sua estrutura de publicidade são vistas como reflexos de um modelo de negócios que beneficia tanto a plataforma quanto seus usuários mais populares, enquanto questiona o equilíbrio entre o interesse público e privado em

um ambiente digitalmente dominado (Maurício, 2012). Este veículo, além de entreter, também comercializa por meio do entretenimento e é a plataforma dos canais aqui estudados.

O Google foi fundado em 1995 por Larry Page e Sergey Brin na Universidade de Stanford. Inicialmente chamado BackRub, o projeto usava links para determinar a relevância de páginas na internet. Renomeado para Google, uma alusão ao termo matemático "googol", o buscador tinha o objetivo de organizar e tornar as informações mundialmente acessíveis. Com o investimento inicial de Andy Bechtolsheim em 1998, o Google expandiu, necessitando de mais talentos técnicos e eventualmente mudando-se para o Googleplex em Mountain View. A empresa inovou com o lançamento do AdWords em 2000, permitindo anúncios baseados em palavras-chave. Em 2003, após adquirir a Applied Semantics, lançou o AdSense, e em 2018 introduziu o algoritmo BERT para melhorar a relevância das buscas, processando linguagem de maneira mais eficiente (Maurício, 2020; Levy, 2012).

Em 2003, a Google adquiriu a Applied Semantics por US\$ 102 milhões, obtendo a tecnologia que "compreende, organiza e extrai conhecimentos" de maneira semelhante ao pensamento humano. Esta tecnologia foi essencial para desenvolver o AdSense, um produto que analisa e extrai temas relevantes de sites para a colocação de anúncios contextuais. Posteriormente, em 2018, a Google lançou o algoritmo BERT em código aberto, que aprimora a busca entendendo o contexto completo das palavras em frases, permitindo que o mecanismo de busca preveja mais precisamente a intenção do usuário e refine os resultados de pesquisa. (Maurício, 2020).

E é através do google e google AdSense que é sugerido os produtos provenientes dos conteúdos que se mais busca nas redes, no caso do objeto desta pesquisa, os produtos provenientes dos vídeos de canais infantis no Youtube.

Figura 38. Os capitalistas da vigilância, representados por Google e Amazon

Google

Todas Vídeos Imagens Notícias Shopping Mais

Todos os Santos, Rio de Jan... Ordenar por: Relevância

Mostrar apenas Promoção

Preço

Até R\$ 45
 R\$ 45 – R\$ 100
 R\$ 100 – R\$ 200
 Acima de R\$ 200

R\$ Min – R\$ Má

Cor

Preto Azul Rosa

Avaliação do produto

4 ou mais

Mais

Condição

Itens novos
 Itens usados

Vendedor

Enjoei.com
 KN Decor
 Loja Festcolor
 Magazine Luiza
 Mercado Livre
 Ri Happy Brinquedos
 UDOIS

Mais

Sobre esses resultados

 <p>Boneca Maria Clara E Jp Youtubers Kit Brinquedo Presente 15 CM - M GIR</p> <p>R\$ 58,10 Magazine Luiza Frete não incluído</p>	 <p>Boneca Maria Clara E Jp Youtubers Kit Brinquedo Presente 15 cm - M giri</p> <p>R\$ 59,90 Submarno Frete não incluído</p>	 <p>Boneco Jp 29cm - Maria Clara E Jp - Baby Brink 1041 Rosita</p> <p>R\$ 107,99</p>	 <p>Teclado Musical Maria Clara E Jp - BR1612 - Multikids</p> <p>R\$ 88,76 Amazon.com.br - Retail Entrega de R\$ 8,90</p> <p>Comparar preços de 10 ou mais lojas</p>
 <p>Kit Bonecos dos Youtubers Mini JP e Maria Clara 12cm Baby Brink</p> <p>R\$ 135,90 Ri Happy Brinquedos</p>	 <p>Suco Tial Maria Clara & JP Histórias Morango e Maça 200ml Embalagem c/</p> <p>R\$ 50,95 Magazine Luiza</p>	 <p>Cozinha Infantil Maria Clara E Jp 82 Cm Com Acessórios Cor Amarelo Rosita</p> <p>R\$ 231,00 Mercado Livre</p>	 <p>Massinha Maria Clara E Jp Unitária 3 Cores Divertoy (Laranja)</p> <p>R\$ 5,90 Infor Andrade</p>

prime video Lar Loja TV ao vivo Categorias Experimentar gratuitamente PT

Kids Diana Show apresentado por pocket.watch

Temporada 4

Conheça Kids Diana Show: superestrela do vídeo infantil e a melhor amiga dos sonhos de toda menina! Juntamente com seu irmão, Kids Roma Show, Diana e Roma levam você em todas as suas aventuras de faz de conta para toda a família, incluindo fantasias, dramatizações e toneladas de cenários bobos que despertam a imaginação! As possibilidades criativas são infinitas com Diana: The Princess of Play! Apresentado por pocket.watch.

2018 12 episódios NR

Infâncias

Este vídeo não está disponível para visualização no seu local no momento

Episódios Detalhes

amazon Pesquise na Amazon

Todos Ofertas do Dia Atendimento ao Cliente Registro Cartões de presente Vender

Brinquedos distantes > Amos Diana

Seguir LAR GAROTAS GLO-UP MUKBANG CIRCUITO DE COLISÃO AMOR, DIANA O MUNDO DE RYAN JOGOS DISTANTES

Pesquisar todos os brinquedos

Brinquedos distantes > Amos Diana

Seguir LAR GAROTAS GLO-UP MUKBANG CIRCUITO DE COLISÃO AMOR, DIANA O MUNDO DE RYAN JOGOS DISTANTES

Pesquisar todos os brinquedos

6. Considerações Finais

A partir das análises de diversos estudos bibliográficos, revisão sistemática e análises de conteúdo, evidencia-se um processo de padronização da infância. Esse mesmo processo já podia ser identificado em períodos como os anos 90. Nessa década, houve um fenômeno de popularização de apresentadoras de TV loiras, cujos programas infantis incluíam segmentos musicais, interação com o público, brincadeiras e desafios, todos permeados por símbolos da cultura de massa da época e uma série de produtos licenciados. Celebidades como Xuxa, Eliana e Angélica, assim como as presentes na atualidade, não apenas influenciaram a economia da época, mas também deixaram marcas profundas na cultura, na moda, no imaginário coletivo e na formação de identidades das crianças que as acompanhavam.

Nos anos 2000, com a popularização das TVs por assinatura, principalmente com a presença predominante de canais estrangeiros, especialmente norte-americanos, houve uma intensificação da influência da cultura americana por meio de desenhos animados, séries, histórias e música, contribuindo para moldar o imaginário infantil dentro desse determinado padrão cultural.

Entretanto, o diferencial do contexto atual reside na dinâmica temporal, na frequência, na intensidade, na interatividade e no controle sobre o conteúdo visualizado. Com o advento das novas mídias e dos conteúdos sob demanda, as crianças têm a liberdade de escolher o que assistir, quando e quantas vezes desejarem. Não há mais a necessidade de esperar pelo horário fixo de exibição de um programa, nem de serem cativadas por ganchos comerciais ou frases persuasivas como "Não saia daí. Voltamos já já!".

O tempo de exposição às telas tem experimentado um aumento significativo, acompanhado pela proliferação desses dispositivos em diversos ambientes. Atualmente as telas se tornaram uma presença imperativa na vida cotidiana, com muitos indivíduos dedicando mais tempo a elas do que à própria interação visual direta com outros indivíduos. Conforme evidenciado por uma pesquisa conduzida pela plataforma Electronics Hub, baseada no relatório Digital 2023: Global Overview Report da DataReportal, que abrangeu 45 nações,

constatou-se que o Brasil figura como o segundo país com o maior número de pessoas dedicando tempo diante de uma tela. Os brasileiros dedicam mais da metade de seu dia à interação com telas, considerando-se que uma parte do dia é reservada para o sono, o que corrobora significativamente ao alto índice de uso desses dispositivos.

Diante desse panorama, as crianças encontram-se particularmente expostas a uma ampla gama de conteúdos veiculados por meio dessas telas, cuja viralização contribui para a disseminação de conversas e interesses entre os pares. Essa nova cultura midiática passa a exercer uma influência predominante sobre a rotina e os desejos infantis, moldando seus padrões comportamentais e de consumo conforme internalizam os conteúdos veiculados.

Destaca-se um aumento expressivo na disponibilidade de vídeos relacionados a brincadeiras e desafios, indicando uma transição no modo como as crianças se engajam em atividades lúdicas. Enquanto a brincadeira tradicionalmente era uma atividade intrinsecamente ligada à experiência física e relacional da criança, observa-se uma emergência de novas formas de brincar, em que o ato de assistir outras pessoas se engajando em brincadeiras através das telas torna-se uma prática comum. Nesse contexto, os responsáveis tornam-se desafiados a proporcionar ambientes e estímulos adequados para que as crianças possam explorar fisicamente o mundo ao seu redor, incentivando assim o desenvolvimento de habilidades sociais e cognitivas fundamentais.

Ao discorrer sobre as experiências sensoriais e o desenvolvimento infantil, é inevitável evocar as contribuições da médica e pedagoga Maria Montessori, cuja abordagem enfatizava que os sentidos desempenham um papel fundamental na exploração do ambiente e na busca pelo conhecimento (Montessori, 1987). Por sua vez, Vygotsky (2005) destaca a estreita relação entre os processos de desenvolvimento e aprendizagem, sugerindo que a qualidade das experiências vivenciadas pelas crianças influencia diretamente na profundidade de suas internalizações cognitivas.

Nesse contexto, torna-se imperativo refletir sobre o impacto dos conteúdos midiáticos destinados às crianças, os quais não apenas orientam uma percepção verticalizada do tempo, mas também fomentam o consumo, estimulam comparações e desejos irrealistas, promovem uma homogeneização cultural e omitem a diversidade, restringindo e manipulando a visão de mundo e, principalmente, padronizando a infância. Urge a necessidade de estabelecer políticas e critérios rigorosos para garantir a qualidade desses conteúdos, especialmente considerando o estágio crucial de formação cognitiva e emocional das crianças. Essa é uma questão urgente que transcende as esferas de saúde pública, política, conhecimento e cultura. A massiva alienação resultante da exposição indiscriminada a conteúdos midiáticos compromete a capacidade de questionamento e criatividade, perpetuando um ciclo de desigualdade, desregulação emocional e adesão precoce a padrões de consumo e estilo de vida, em prol do benefício dos conglomerados de comunicação, em especial as plataformas digitais, que se tornam os principais veículos dessas influências.

Durante a análise sistemática da literatura, observa-se uma considerável quantidade de estudos que reconhecem os cuidadores como agentes ativos na gestão da exposição de conteúdo midiático às crianças. É evidente que tanto os pais quanto os cuidadores, assim como as próprias crianças, necessitam de uma educação digital adequada, um programa que idealmente seria uma iniciativa pública. Contudo, é notável que eles também são tão suscetíveis às influências midiáticas quanto as crianças. Na contemporaneidade marcada pela sociedade do cansaço, os indivíduos são deliberadamente levados à exaustão, o que os torna mais receptivos às ofertas do mercado, seja no âmbito do trabalho, subemprego, consumo ou lazer. As telas se tornaram um ponto de fuga e, por vezes, um vício. Ao testemunharem seus pais imersos nas redes sociais, os filhos não apenas seguem esse exemplo, mas também são encorajados a fazê-lo, pois isso oferece uma sensação de descanso após um dia cheio de atividades. Vale ressaltar que, mesmo em famílias financeiramente mais abastadas, o fenômeno do cansaço persiste, não necessariamente associado à busca pela sobrevivência financeira, mas sim à demanda por alta produtividade em todas as esferas da vida. Ademais, a padronização dos conteúdos veiculados nos canais midiáticos afeta todas as crianças, independentemente de sua classe social.

No que concerne às limitações da pesquisa, constatou-se uma escassez de estudos que utilizaram instrumentos validados no contexto da comunicação. Além disso, poucos estudos foram identificados nos quais as crianças foram o único foco dos roteiros estruturados, conforme os descritores utilizados na busca.

Analisando os canais infantis mais populares globalmente, observa-se uma escassez de diversidade étnica e cultural entre os protagonistas, sem a presença de crianças negras nos 10 canais mais visualizados. Além disso, a estética, as texturas, as brincadeiras, a música e a apresentação são massivamente uniformes, com muitos canais adotando uma estética norte-americana padronizada, legitimando assim uma homogeneização cultural. No que tange à qualidade e aos valores, poucos canais demonstram um compromisso com a excelência visual, técnica de gravação, interpretação, elaboração de roteiro e cuidado com a mensagem; muitos adotam um estilo caseiro e informal, buscando uma conexão com o público por meio de uma representação mais próxima da sua realidade cotidiana, sem grandes produções. Em relação aos valores transmitidos, a maioria dos canais enfatiza o consumo, o dinheiro, os presentes e a acumulação como princípios norteadores, atraindo milhões de visualizações, engajamento e retorno monetário.

Desta forma todos consomem um conteúdo padrão de fácil deglutição e aderência, reproduzindo os mesmos discursos e seguindo os mesmos desejos. Essa relação é ainda mais problemática na infância. Dos 10 canais de audiência infantil com maior número de visualizações no Youtube, nenhum possui como protagonista uma pessoa negra. Destes mesmos 10, todos possuem vídeos com algum conteúdo remetendo à cultura americana, seja em viagens, moradia, canções, produtos, etc. Sendo a tela o único canal de percepção do mundo externo, que visão de mundo essa criança terá? E como será capaz de relacionar com a diferença.

Entre os Princípios para a Programação de Qualidade Infantil da UNICEF (2019), estão: a importância de criar conteúdo que seja educativo, divertido e seguro para as crianças; programas que sejam projetados para promover o desenvolvimento positivo das crianças e respeitar sua dignidade e privacidade e uma programação que deve ser inclusiva, considerando as diversas necessidades e contextos das crianças em todo o mundo. Seguindo esses aspectos, todos os canais

aqui avaliados não estariam de acordo com a cartilha, uma vez que apesar de alguns vídeos se fazerem divertidos e/ou educativos, a criação do conteúdo está intimamente ligada à monetização do canal e metas de postagens, uma vez que o Youtube incentiva esse alto fluxo de produção de conteúdo e uploads na plataforma. Além disso, a plataforma ainda não garante um ambiente seguro e com privacidade às crianças, uma vez que há roubo de dados, monitoramento de atividades em tempo de tela em cada vídeo e canal e muita publicidade, velada e explícita. Com relação ao roteiro ser projetado para promover o desenvolvimento positivo, considerando as diversas necessidades e contextos das crianças em todo o mundo, os conteúdos analisados produzem o sentido contrário, com narrativas que estimulam o consumo tanto no discurso visual, quanto imagético, além de não conter quase nenhuma representatividade de etnia, PCD e cultural.

Segundo Adorno (1971), a indústria cultural tende a impedir o desenvolvimento de indivíduos autônomos e conscientes, ao exercer uma influência significativa na formação das opiniões e comportamentos da sociedade. Jesús Martín-Barbero (2006) expande essa ideia ao ressaltar o papel central da mídia no mundo atual, especialmente em países latino-americanos onde ainda existem carências significativas em áreas como educação e saúde. Ele observa que essa centralidade da mídia pode parecer desproporcional e paradoxal diante das profundas desigualdades sociais e da fragmentação da sociedade.

No Brasil, apesar da base constitucional robusta que garante a liberdade de expressão e estabelece princípios para a comunicação social, a legislação específica sobre regulação de mídia ainda é incipiente. A Constituição Federal de 1988 estabelece diversas diretrizes para a mídia, como a proibição da censura e a definição de princípios para a comunicação social, porém muitos desses e outros artigos permanecem sem regulamentação. A falta de vontade política e os interesses dos detentores do controle privado dos veículos de comunicação têm impedido avanços nesse sentido (Barbosa, 2006; Rebouças, 2003).

Um dos principais marcos da regulação da mídia no Brasil é a classificação indicativa, realizada pelo Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação (DEJUS) da Secretaria Nacional de Justiça do Ministério da Justiça.

Essa regulamentação teve início em 1990, mas foi efetivada apenas a partir do ano 2000, com a edição da portaria 796. Atualmente, é disciplinada pela portaria 1.220 de 2007 (Tavares, 2008). Além disso, há leis que tratam da publicidade de produtos como tabaco e bebidas alcoólicas, impondo restrições específicas, mas nada regulamentado que vise identificar as publicidades veladas e o alto nível de consumo incutido nas narrativas.

Alguns estudiosos sustentam que a desestruturação do consumismo não será alcançada meramente através da transmissão de conhecimento racionalizado, como por meio do ensino formal, legislações ou campanhas educativas. Em vez disso, argumentam que essa mudança deve ser promovida por meio da vivência e da experiência cultural das crianças. De acordo com Velázquez (2015), a experiência desempenha um papel fundamental, pois somente por meio dos próprios sentidos é possível compreender e internalizar conceitos e valores. Portanto, em vez de apenas fornecer informações, é crucial criar oportunidades culturais que permitam às crianças atribuir significado às suas vidas, com liberdade para adaptarem e reconfigurarem seus entendimentos conforme necessário.

No entanto, na sociedade do cansaço, marcada pelo esgotamento físico e mental e alto nível de desempenho, onde o tempo é escasso ou praticamente inexistente, parece utópico esperar que os cuidadores, que estão lutando para sobreviver, possam ter uma mente tranquila e livre para proporcionar novas formas de cultura e interação com seus filhos (Han, 2015).

Diante de toda análise desta pesquisa, torna-se imperativo dizer que a regulação é o caminho mais assertivo para um ambiente online mais seguro, diverso e até com maior qualidade. O Projeto de Lei 2.630, de 2020, propõe a Lei da Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet, a qual define direitos dos cidadãos e responsabilidades para redes sociais, aplicativos de mensagens e mecanismos de busca, visando proteger a sociedade contra abusos. O projeto impõe a essas empresas a obrigação de adotar medidas para mitigar riscos sistêmicos amplos e permite exigir ações específicas para enfrentar conteúdos ilegais em situações de risco iminente para a população. Além disso, fortalece os usuários ao exigir das plataformas maior transparência no funcionamento, na publicidade

digital e nos procedimentos adotados em relação aos conteúdos, incluindo a notificação aos usuários afetados com as respectivas justificativas e opções para revisão dessas decisões.

Atualmente, o controle sobre a distribuição de conteúdo na Internet está nas mãos de cinco grandes plataformas digitais, que dominam os espaços de debate e participação online, a saber: Google, Meta Platforms (antigo Facebook), Amazon, Apple e Microsoft. A indiferença da plataforma X em relação à legislação brasileira evidencia uma crise de equidade global, sugerindo que essas empresas de Big Tech priorizam principalmente os países do Norte Global. Este fenômeno é contrastado com ações mais assertivas em países desenvolvidos, como as regulações europeias DSA e DMA, além de intervenções de órgãos reguladores como a Federal Trade Commission (FTC) nos Estados Unidos. A conformidade com as ordens judiciais e o respeito às normas locais são exigências que devem ser aplicadas globalmente (Coalizão Direitos nas Redes, 2024).

As críticas à censura são descabíveis, inclusive, no nível individual, o usuário terá mais poder, passando a ter garantido informação e meios de recorrer em caso de remoção de conteúdo. A lei cria procedimentos que limitam o poder das plataformas na criação e aplicação de suas regras, os chamados termos de uso. Isso não é censura, mas sim a revolta do cidadão digital, que requer seus direitos sobre os próprios dados, a fim de não ser mais manipulado, mas realmente ter livres escolhas, sem serem conduzidas pelo mercado de vigilância.

Uma abordagem potencial, além da pressão social popular por medidas regulatórias, é direcionar a exposição das crianças apenas a telas em que o controle sobre a produção e a decisão de reprodução sejam mais seguros. Por exemplo, programas de televisão e plataformas de streaming, onde há uma equipe dedicada à filtragem dos conteúdos, roteiristas que elaboram narrativas e, muitas vezes, pedagogos que orientam a inserção de temas nos programas. Embora essas produções também possam servir à sociedade do espetáculo e à indústria do consumo em massa, constituem uma alternativa mais controlável. Isso ocorre porque, para assistir a cada programa, o indivíduo precisa fazer uma escolha ativa, o que implica em um certo nível de filtro e controle. Por outro lado, no YouTube,

não há controle sobre as produções nem sobre o que o algoritmo irá sugerir e reproduzir em seguida, mesmo sem o clique para iniciar a reprodução.

Um novo futuro é possível, mas é essencial que se tenha consciência e responsabilidade sobre as histórias e mensagens comunicadas às crianças, pois essas têm o poder de reverberar e ecoar ao longo do tempo.

7. Referências Bibliográficas

Aumont, J., Marie, M., Bergala, A., Vernet, M., & Couband, A. (2008). *A estética do filme*. Campinas: Papyrus Editora.

Allen, R. (2017). Lessons from history for the future of work. *Nature*.

Altman, R. Z. (2013). Brincando na história. In M. Del Priore (Org.), *História das crianças no Brasil*. São Paulo: Contexto.

Ariès, P. (1981). *História social da criança e da família*. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A.

Arktis. (2016). Indústria 4.0, a Quarta Revolução Industrial. Disponível em: <http://arktis.com.br/a-quarta-revolucao-da-industria/>

Akyar, B. C., & Sapsaglam, Ö. (2019). The effects of preschoolers' media usage habits on their daily life and sustainability. *Discourse and Communication for Sustainable Education*, 10 (2), 112-128. <https://doi.org/10.2478/dcse-2019-0022>

Bakhtin, M. (1995). *Marxismo e filosofia da linguagem*. São Paulo: Hucitec.

Baudrillard, J. (1995). *A sociedade de consumo*. Portugal: Edições 70.

Bauman, Z. (2008). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.

Bauman, Z. (2011). *Vida em fragmentos: sobre ética pós-moderna*. Rio de Janeiro: Zahar.

Barbero, J. M. (1997). *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.

Barbero, M. J., & Ray, G. (2004). Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. In *Narrativas da ficção televisiva*. São Paulo: Editora Senac.

Bazin, A. (2014). *O que é o cinema?* São Paulo: Cosac Naify.

Benedict, R. (2013). *Padrões de cultura*. Petrópolis: Vozes.

Benjamin, W. (2002). Reflexões sobre a criança, o brinquedo e a educação. São Paulo: Editora 34.

- Benjamin, W. (1985). A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In W. Benjamin, *Obras Escolhidas* (Original publicado em 1936). São Paulo: Brasiliense.
- Benjamin, W. (2020). O contador de histórias. In P. Lavelle (Ed.), *O contador de histórias e outros textos. Coleção Walter Benjamin*. São Paulo: Editor Hedra.
- Bergère, M.-C. (1983). The Chinese bourgeoisie. In J. Fairbank (Ed.), *The Cambridge History of China: Volume 12: Republican China 1912-1949, Part I*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bezerra, B. B., Guedes, B. L., & Costa, S. A. da. (2016). *Publicidade e consumo: Entretenimento, infância, mídias sociais*. Recife: Editora UFPE.
- Bierwagen, M. Y. (2011). *A ideologização do consumo consciente: uma análise sobre a soberania do consumidor e liberdade de escolha*. São Paulo: Procam/USP.
- Bolaño, C. (2000). *Indústria, Cultura, Informação e Capitalismo*. São Paulo: HUCITEC.
- Bolaño, C. (2002). Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo: A reconfiguração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. *Revista Soc. Bras. Economia Política*.
- Bolano, C. (1993). *Capital, estado, indústria cultural*. Campinas, SP: UNICAMP.
- Bourdieu, P. (2007). *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre: Zouk.
- Bourdieu, P. (1996). *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Brandão, C. R. (2002). *A educação como cultura*. Campinas: Mercado das Letras.
- Braudel, F. (1996). *Civilização material, economia e capitalismo - Séculos XV a XVIII*. São Paulo: Martins Fontes.
- Brasil, Ministério da Saúde. (2002). *Políticas intersetoriais em favor da infância: guia referencial para gestores municipais*. Brasília: Ministério da Saúde.
- Brito, A. G., Dantas, C. L. de A., & Lins, E. S. (2023). Infâncias, consumo e percepção: canais infantis do YouTube e a publicidade velada. *Memorare*, 10, 124-137. <https://doi.org/10.59306/memorare.v10e12023124-137>

- Brito, R., & Dias, P. (2017). Crianças até 8 anos e Tecnologias Digitais no Lar: Os pais como modelos, protetores, supervisores e companheiros. *Observatório (OBS)*. <https://doi.org/10.15847/obsOBS11220171072>
- Brokaw, T. (1998). *The Greatest Generation*. New York: Random House.
- Bronfenbrenner, U. (1996). *A ecologia do desenvolvimento humano: Experimentos naturais e planejados*. Porto Alegre: Artmed Editora.
- Brougère, G. (1998). A criança e a cultura lúdica. In T. M. Kishimoto (Org.), *O brincar e as suas teorias*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Buckingham, D. (2007). *Crescer na Era das mídias eletrônicas*. São Paulo: Edições Loyola.
- Buckingham, D. (2012). As crianças e a mídia: uma abordagem sob a ótica dos estudos culturais. *Matrizes*, São Paulo, ano 5.
- Camargo, B. V., & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, 21(2), 513-518. Recuperado de <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/tp/v21n2/v21n2a16.pdf>
- Canclini, N. (1995). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ.
- Castro, L. R. (Org.). (2021). *Infâncias Sul global: experiências, pesquisa e teoria desde a Argentina e o Brasil*. Salvador: EDUFBA.
- Chang, H. (1980). Intellectual change and the reform movement - 1890-8. In J. Fairbank & K-C. Liu (Eds.), *The Cambridge History of China. Volume 11: Late Ching, 1810-1911, Part 2*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chesnais, F. (1995). *A Globalização do Capital*. São Paulo: Xamã.
- Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books.
- Chomsky, N. (2013). *Mídia, propaganda política e manipulação*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.
- Chomsky, N., & Herman, E. S. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. London: The Bodley Head.

- Cook, D. T. (2004). *The commodification of childhood: The children's clothing industry and the rise of the child consumer*. Durham and London: Duke University Press.
- Cook, D. T. (2008). The missing Child in consumption theory. *Journal of Consumer Culture*.
- Corsaro, W. A. (2011). *A sociologia da infância*. Porto Alegre: Artmed.
- Corsaro, W. A., & Eder, D. (1990). Children's peer cultures. *Annual Review of Sociology*, 16, 197-220.
- Coupland, D. (1991). *Generation X: Tales for an Accelerated Culture*. New York: St. Martin's Press.
- Dardot, P., & Laval, C. (2016). *A nova razão do mundo: Ensaio sobre a sociedade neoliberal*. São Paulo: Boitempo.
- Debord, G. (1997). *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- Dessen, M. A., & Costa Júnior, A. L. (2008). *A Ciência do Desenvolvimento Humano: tendências atuais e perspectivas futuras*. Porto Alegre: Artmed.
- Deuze, M. (2012). *Media Life*. Polity Press.
- Ehrenberg, A. (2010). *O cansaço de ser si mesmo: Depressão e sociedade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Engels, F. (2010). *A situação da classe trabalhadora*. São Paulo: Boitempo.
- Estévez, R. (2016). Los 9 pilares de la Industria 4.0. Disponível em: <http://www.ecointeligencia.com/2016/06/9-pilares-industria-40-1/>
- EU Kids Online - EUKO. (2014). Research toolkit. LSE. Recuperado de <http://globalkidsonline.net/tools/survey/>
- Evans, D. (2011). A Internet das Coisas: como a próxima evolução da Internet está mudando tudo. Recuperado de http://www.cisco.com/c/dam/global/pt_br/assets/executives/pdf/internet_of_things_~iot_ibsg_0411final.pdf.
- Faxina, E., & Gomes, P. G. (2016). *Mediatização: um novo modo de ser e viver em sociedade*. São Paulo: Paulinas.

Feuerwerker, A. (1980). Economic trends in the late Ching Empire, 1870-1911. In J. Fairbank & K-C. Liu (Eds.), *The Cambridge History of China. Volume 11: Late Ching, 1810-1911, Part 2*. Cambridge: Cambridge University Press.

Fontenelle, I. (2017). *Cultura do consumo: Fundamentos e formas contemporâneas*. Rio de Janeiro: Editora FGV.

Fundação Maria Cecília Souto Vidigal. (2021). Relatório sobre o uso de telas e dispositivos por crianças da geração Alpha.

Galvão, M. C. B., & Ricarte, I. L. M. (2019). Revisão Sistemática da Literatura: Conceituação, Produção e Publicação. *Logeion: Filosofia Da Informação*, 6(1), 57–73. <https://doi.org/10.21728/logeion.2019v6n1.p57-73>

Garcia, P. (2016). Robôs Autônomos. Recuperado de <https://pedrogarcia12av1.wordpress.com/about/robos-autonomos/>.

Giddens, A. (1999). *Consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp.

Giddens, A. (1992). *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press.

Giddens, A. (1991). *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar.

Giordano, C. M., Zancul, E. S., & Rodrigues, V. P. (2016). Análise dos Custos da Produção Por Manufatura Aditiva em Comparação a Métodos Convencionais. Disponível em: <https://producaoonline.org.br/rpo/article/view/1963/1397>.

Gómez, G. O. (2014). *Recepção midiática, aprendizagens e cidadania*. São Paulo: Paulinas.

Grossberg, L. (2005). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes.

Grossberg, L., Wartella, E., & Whitney, C. (1998). *Media Making: Mass Media in Popular Culture*. Thousand Oaks: Sage Publications.

Grossberg, L. (1998). *Cultural Studies in the Future Tense*. Durham: Duke University Press.

Gusmão, N. M. M. (1999). Linguagem, cultura e alteridade: imagens do outro. *Cadernos de pesquisa*, (107).

Hall, S. (2006). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications.

- Hammarberg, T. (1990). The UN convention on the rights of the child - and how to make it work. *Human Rights Quarterly*, 12.
- Habermas, J. (2003). *Mudança estrutural na esfera pública – investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Han, B. C. (2015). *A sociedade do cansaço*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Hart, J., & Boyden, J. (2018). Childhood (Re)Materialized: bringing political economy into the field. In S. Spyrou, R. Rosen, & D. T. Cook (Eds.), *Reimagining Childhood Studies* (pp. 161-189). Bloomsbury Publishing.
- Harvey, D. (1992). *Condição Pós-Moderna: Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural*. São Paulo: Edições Loyola.
- Harvey, D. (2014). *O Novo Imperialismo*. São Paulo: Loyola.
- Harvey, D. (2008). *O neoliberalismo: História e implicações*. Edições Loyola.
- Harvey, D. (2005). *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume.
- Helsper, E. J., van Deursen, A. J. A. M., & Eynon, R. (2015). From digital skills to tangible outcomes: Full questionnaire. Disponível em: <https://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/projects/disto/From-Digital-Skills-to-Tangible-Outcomes-Full-Questionnaire.pdf>
- Hemingway, E. (1964). *A Moveable Feast*. New York: Scribner.
- Hemingway, E. (1926). *The Sun Also Rises*. New York: Scribner.
- Henriques, I. (2010). Controle social e regulação da publicidade infantil: O caso da comunicação mercadológica de alimentos voltados às crianças brasileiras. *RECIIS - Revista Eletrônica de comunicação, informação e inovação em saúde*, 4.
- Heywood, C. (2004). *Uma história da infância: da Idade Média à época contemporânea do Ocidente*. Porto Alegre: Artmed.
- Hinkley, T., Cliff, D.P. & Okely, A.D. (2015). Reducing electronic media use in 2–3 year-old children: feasibility and efficacy of the Family@play pilot randomised controlled trial. *BMC Public Health* 15, 779. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s12889-015-2126-2>
- Hobsbawm, E. (1981). *A era das revoluções*. Paz e Terra.

Hölling H., Schlack R., Kamtsiuris P., Butschalowsky H., Schlaud M., Kurth B.M. (2012). The KiGGS study. Nationwide representative longitudinal and cross-sectional study on the health of children and adolescents within the framework of health monitoring at the Robert Koch Institute.

Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz, 55, 836–842.
<https://doi.org/10.1007/s00103-012-1486-3>

Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage.

Huizinga, J. (1996). *Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura*. São Paulo: Perspectiva.

IAB Spain. (2019). Estudio Anual Redes Sociales 2019. Disponível em:
https://iabspain.es/wp-content/uploads/2019/06/estudio-anual-redes-sociales-iab-spain-2019_vreducida.pdf

Jobim e Souza, S. (2016). Por uma crítica dos modos de subjetivação na cultura do consumo: crianças e adultos em ação. In: Fontenelle, L. (org.). *Criança e Consumo. 10 anos de transformação*. São Paulo: Alana.

Jobim e Souza, S. (2014). *Infância e linguagem*. Campinas: Papyrus.

Johnson, M. H. (1998). *Developmental Cognitive Neuroscience: An Introduction*. Oxford: Blackwell.

Kagermann, H., Wahlster, W., & Helbig, J. (2013). Recommendations for implementing the strategic initiative INDUSTRIE 4.0. Disponível em:
<http://www.acatech.de/de/publikationen/stellungnahmen/kooperationen/detail/artikel/recommendations-for-implementing-the-strategic-initiative-industrie-40-final-report-ofthe-industr.html>.

Kantar Ibope Media. (2024). Plataforma de vídeo online no Brasil. Disponível em:
<https://kantariibopemedia.com/audiencia-de-video/>

Kaspersky. (2016). Kaspersky Industrial CyberSecurity. Disponível em:
<http://www.kaspersky.com/pt/enterprise-security/industrial>.

Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. London: Macmillan.

Keynes, J. M. (2004). *The end of laissez-faire*. Great Minds Series. Amherst, New York: Prometheus Books.

- Ketchum. (2017). Ketchum Introduces the GenZennial, an Influential Blend of Two Generations. Disponível em: <https://www.prnewswire.com/news-releases/ketchum-introduces-the-genzennial-an-influential-blend-of-two-generations-300429599.html>
- KidsCorp. (2023). Levantamento sobre atividade de visualização de vídeos no Brasil. Disponível em: <https://www.kidscorp.digital/br/streaming-tv-vs-digital-vinculo-u18>
- Klein, N. (2007). *A doutrina do choque: a ascensão do capitalismo do desastre*. Nova Fronteira.
- Korkman, M., Jaakkola, M., Ahlroth, A., et al. (2004). Screening of developmental disorders in five-year-olds using the FTF (Five to Fifteen) questionnaire: a validation study. *Eur Child Adolesc Psychiatry*, 13, iii31–8. <https://doi.org/10.1007/s00787-004-3005-z>
- Leme, M. I. da S. (2011). As especificidades humanas e a aprendizagem: relações entre cognição, afeto e cultura. *Psicologia USP*, 22(4), out./dez. São Paulo: Instituto de Psicologia/USP.
- Lima, N. (2024). A ascensão da criança midiática: de invisíveis a hipervisíveis. In R. Covaleski & B. Guedes (Orgs.), *Infância, mídia e consumo - Crianças como sujeitos de direitos ou público-alvo?* (pp. 17. 48). Maxi Editora.
- Linn, S. (2004). *Consuming Kids: The Hostile Takeover of Childhood*. New York: The New Press.
- Lipovetsky, G. (2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.
- Livingstone, S., Cagiltay, K., & Ólafsson, K. (2015). EU Kids Online II Dataset. *Br J Educ Technol*, 46, 988-992. <https://doi.org/10.1111/bjet.12317>
- Ma, S., Li, J., & Chen, E. E. (2024). Does screen media hurt young children's social development? Longitudinal associations between parental engagement, children's screen time, and their social competence. *Early Education and Development*, 35(1), 10–25. <https://doi.org/10.1080/10409289.2022.2151401>
- Marchi, R. C., & Sarmiento, M. (2017). Infância, normatividade e direitos das crianças: transições contemporâneas. *Educação e Sociedade*, 38.
- Marx, K. (1867). *O capital: crítica da economia política*. São Paulo: Boitempo Editorial.

- Mascheroni, G., & Cuman, A. (2014). Net children go mobile: Final report. Deliverables D6.4 & D5.2. Milão: Educatt.
- Maturana, H. (2004). *Amar e brincar – fundamentos esquecidos do humano*. São Paulo: Palas Athena.
- Maurício, P., & Saback, L. (2020). Plataformas digitais e a relação com o jornalismo. *Relatório EPC PUC-Rio*, (1). Grupo de Pesquisa em Economia e Política da Comunicação da PUC-Rio.
- Mauss, M. (2010). Três observações sobre a sociologia da infância. *Pro-Posições*, 21.
- McCracken, G. (1988). *Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*. Bloomington: Indiana University Press.
- McInnes, M. D., Moher, D., Thombs, B. D., McGrath, T. A., Bossuyt, P. M., & PRISMA-DTA Group. (2018). Preferred reporting items for a systematic review and meta-analysis of diagnostic test accuracy studies: The PRISMA-DTA Statement. *Jama*, 319(4), 388-396. <https://doi.org/10.1001/jama.2017.19163>
- Meri, R., Hutton, J., Farah, R., DiFrancesco, M., Gozman, L., & Horowitz-Kraus, T. (2023). Higher access to screens is related to decreased functional connectivity between neural networks associated with basic attention skills and cognitive control in children. *Child Neuropsychology*, 29(4), 666–685. <https://doi.org/10.1080/09297049.2022.2110577>
- Mobile Time/Opinion Box. (2022). Crianças brasileiras e o tempo de tela. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/noticias/03/11/2022/criancas-brasileiras-passam-quase-4-horas-por-dia-com-smartphone/>
- Moreno-Carmona, N. D., Marín-Cortés, A. F., Cano-Bedoya, V. H., Sanabria-Gonzalez, J. A., Jaramillo-Suárez, Á. M., & Ossa-Ossa, J. C. (2021). Mediaciones parentales y uso de internet por niños, niñas y adolescentes colombianos. *Interdisciplinaria Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 38(2), 275–290. <http://dx.doi.org/10.16888/interd.2021.38.2.18>
- Morin, E. (2003). *A cabeça bem-feita: repensar a reforma, reformar o pensamento*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- Myrdal, G. (1944). *An American dilemma: The Negro problem and modern democracy*. New York: Harper & Brothers.

- Myrdal, G. (1953). *The political element in the development of economic theory*. Cambridge: Harvard University Press.
- Nairn, A., Ormrod, J., & Bottomley, P. (2007). Watching, wanting and wellbeing: Exploring the links. National Consumer Council. Available at http://www.agnesnairn.co.uk/policy_reports/watching_wanting_and_wellbeing_july_2007.pdf
- Nascimento, C., & Dantas, L. E. (2004). *A psicologia histórico-cultural e o desenvolvimento infantil: reflexões a partir da e para a prática da educação infantil*. Monografia. São Paulo: Universidade de São Paulo (USP) – Escola de Educação Física e Esporte.
- NIC.br. (2023). *TIC Kids Online Brasil 2023*. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_kids_online_brasil_2023_principais_resultados.pdf
- NIC.br. (2014). *Kids On-line Brasil 2013: Pesquisa sobre o uso da internet por crianças e adolescentes no Brasil* (A. F. Barbosa, Coord.). São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil.
- Niiranen, J., Kiviruusu, O., Vornanen, R., Saarenpää-Heikkilä, O., & Paavonen, E. J. (2021). High-dose electronic media use in five-year-olds and its association with their psychosocial symptoms: A cohort study. *BMJ Open*, *11*(3), e040848. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-040848>
- Oliveira, M. K. de. (2009). *Vygotsky: Aprendizado e desenvolvimento – um processo sócio-histórico*. São Paulo: Editora Scipione.
- Orofino, M. I. (2015). O ponto de vista da criança no debate sobre comunicação e consumo. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, *13*(1), 369-381. <https://doi.org/10.11600/1692715x.13122090814>
- O'Rourke, V., & Miller, S. (2022). Improving children's wellbeing through media literacy education: An Irish study. *Journal of Media Literacy Education*, *14*(1), 94-107. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-1-7>
- Pacheco, J. (2014). *Aprender em comunidade*. São Paulo: SM.
- Pacheco Zerda, P., & Zerda Reyes, M. (2017). Postproducción y educucomunicación en el audiovisual infantil: un proceso creativo con responsabilidad. *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v3i1.1228>

Paiva, F. (2009). *Eu era assim – Infância, cultura e consumismo*. São Paulo: Cortez.

Papalia, D., & Olds, S. (2004). *Desenvolvimento Humano* (D. Bueno, Trad.). Porto Alegre: Artmed (Trabalho original publicado em 1998).

Pasdiora, M. A., & Brei, V. A. (2014). A formação do hábito de consumo infantil: uma análise crítica da Teoria de Consumo de Status aplicada às classes sociais altas e baixas no Brasil. *Organizações & Sociedade*, 21(68), 789–813.
<https://doi.org/10.1590/S1984-92302014000100003>

Pasquier, D. (2008). From parental control to peer culture. Cultural transmission and conformism. In K. Drotner & S. Livingstone (Eds.), *The International Handbook of Children, Media And Culture*. London: Sage.

Pérez-Rodríguez, M. A., Ramírez García, A., & García-Ruiz, R. (2015). La competencia mediática en educación infantil. Análisis del nivel de desarrollo en España. *Universitas Psychologica*, 14(2), 619-630.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy14-2.cmei>

Pérez-Sánchez, R. (2019). Informe primera encuesta Kids Online Costa Rica. Niñas, niños y adolescentes en la internet. Fundación Paniamor; IIP, UCR. Disponível em: <http://www.iip.ucr.ac.cr/es/publicaciones/publicacion-de-investigador/informe-primeira-encuesta-kids-online-costa-rica-abril>

Pérez-Sánchez, R., & Brenes-Peralta, C. (2022). Effects of parental mediation, digital skills, gender and socioeconomic status on the internet uses of children and adolescents. *Revista Electrónica Educare*, 26(1), 1-20.
<https://doi.org/10.15359/ree.26-1.1>

Pew Research Center. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Disponível em: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>

Piketty, T. (2014). *O capital no século XXI*. Rio de Janeiro: Intrínseca.

Pires, A. L. (2017). *Desenvolvimento infantil: Da teoria à prática*. Rio de Janeiro: LTC.

Pires, E. U. (2017). Avaliação de crianças e adolescentes: aspectos cognitivos. In M. R. C. Lins & J. C. Borsa (Orgs.), *Avaliação Psicológica: Aspectos Teóricos e Práticos* (pp. 213-235). Petrópolis, RJ: Vozes.

- Polanyi, K. (2000). *A grande transformação: As origens de nossa época*. Rio de Janeiro: Campus.
- Postman, N. (1999). *O desaparecimento da infância*. Rio de Janeiro: Graphia.
- Poulain, T., Ludwig, J., Hiemisch, A., Hilbert, A., & Kiess, W. (2019). Media use of mothers, media use of children, and parent-child interaction are related to behavioral difficulties and strengths of children. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *16*(23), 4651. <https://doi.org/10.3390/ijerph16234651>
- Poulain, T., Meigen, C., Kiess, W., & Vogel, M. (2023). Media regulation strategies in parents of 4- to 16-year-old children and adolescents: A cross-sectional study. *BMC Public Health*, *371*. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15221-w>
- Precise Tv. (2022). Kids & the screen: USA. Disponível em: <https://content.precise.tv/kids-usa>
- Prout, A. (2005). *The future of childhood*. London: Routledge Falmer.
- Qvortrup, J. (2010). A infância enquanto categoria estrutural. *Educação e Pesquisa*, *36*.
- Ravens-Sieberer, U., Auquier, P., Erhart, M., et al. (2007). The KIDSCREEN-27 quality of life measure for children and adolescents: Psychometric results from a cross-cultural survey in 13 European countries. *Quality of Life Research*, *16*, 1347–1356. <https://doi.org/10.1007/s11136-007-9240-2>
- Ritzer, G. (2004). *Enchanting a disenchanted world: Revolutionizing the means of consumption*. Pine Forge Press.
- Rosseti-Ferreira, M. C. (2004). Rede de significações: Alguns conceitos básicos. In M. C. Rosseti-Ferreira et al. (Orgs.), *Rede de Significações e o Estudo do Desenvolvimento Humano* (p. 23-34). Porto Alegre: Artmed.
- Sampaio, I. V. S., & Cavalcante, A. P. P. (2012). *Qualidade na programação infantil da TV Brasil*. Florianópolis: Insular.
- Sarmiento, M. J. (2002). Imaginário e culturas da infância. Centro de Documentação e Informação sobre a Criança, Universidade do Minho. Disponível em: http://cedic.iec.uminho.pt/Textos_de_Trabalho/textos/ImaCultInfancia.pdf; acesso em: 8 jun. 2015.

Schumpeter, J. A. (1961). *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar.

Schwab, K. (2016). *Klaus Schwab: Navigating the Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum.

Scott, F. L. (2022). Family mediation of preschool children's digital media practices at home. *Learning, Media and Technology*, 47(2), 235–250. <https://doi.org/10.1080/17439884.2021.1960859>

Sennett, R. (2015). *A corrosão do caráter*. Rio de Janeiro: Record.

Silva, M. B., Borges, G., Fantin, M., Pimenta, M. A. A., & Aguaded, I. (2021). Competência midiática em crianças de 9 a 12 anos em cenários brasileiros. *Intercom: Revista Brasileira De Ciências Da Comunicação*, 44(1), 21–45. <https://doi.org/10.1590/1809-5844202111>

Síndrome do Astronauta – Reportagem disponível em: <https://lunetas.com.br/como-as-telas-interferem-no-desenvolvimento-da-crianca/>

SBP – Sociedade Brasileira de Pediatria. (2019). Manual de Orientação Grupo de Trabalho Saúde na Era Digital (2019-2021). Recuperado de https://www.sbp.com.br/fileadmin/user_upload/_22246c-ManOrient_-_MenosTelas__MaisSaude.pdf

Sodré, M. (2012). *Reinventando a educação – diversidade, descolonização e redes*. Petrópolis: Vozes.

Souza, M. A. R., Wall, M. L., Thuler, A. C. M. C., Lowen, I. M. V., & Peres, A. M. (2018). O uso do software IRaMuTeQ na análise de dados em pesquisas qualitativas. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 52, e03353. Epub 04 de outubro de 2018. <https://dx.doi.org/10.1590/s1980-220x2017015003353>

Spence, J. D. (1990). *Em busca da China moderna: quatro séculos de história*. São Paulo: Companhia das Letras.

Suggate, S. P., & Martzog, P. (2022). Preschool screen-media usage predicts mental imagery two years later. *Early Child Development and Care*, 192(10), 1659–1672. <https://doi.org/10.1080/03004430.2021.1924164>

Statista. (2024). Países líderes com base no tamanho do público do YouTube em janeiro de 2024. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/>

- Steinberg, J., & Kincheloe, S. (2001). *Cultura infantil: a construção corporativa da infância*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Tena, R. R., Gutiérrez, M. P., & Cejudo, M. del C. L. (2019). Technology use habits of children under six years of age at home. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas Em Educação*, 27(103), 340–362. <https://doi.org/10.1590/S0104-40362019002701752>
- Stefani, S. (2014). Manufatura Aditiva. Recuperado de: <http://blog.render.com.br/diversos/manufatura-aditiva/>
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow and Company.
- Theunissen, M. H. C., Vogels, A. G. C., Wolff, M. S., et al. (2013). Characteristics of the Strengths and Difficulties Questionnaire in preschool children. *Pediatrics*, 131, e446–54. <https://doi.org/10.1542/peds.2012-0089>
- Tubelab – Pesquisa (2022). Disponível em: DOI: 10.59306/memorare.v10e12023124-137
- Tubular. (2019). Popularidade do conteúdo infantil no YouTube. Recuperado de: <https://tubularlabs.com/blog/most-viewed-video-brazil-mexico-september-2019/>
- UNICEF. (2019). Princípios para a Programação de Qualidade Infantil. Um mundo para as crianças: Relatório da Sessão Especial da Assembleia Geral das Nações Unidas sobre a Criança; As metas das Nações Unidas para o Milênio.
- Velázquez, C. (2015). *Mas afinal, o que é estética? Por uma redescoberta da educação sensível*. Chiado.
- Venturelli, M. (2014). *Indústria 4.0: uma visão da automação industrial*.
- Vygotsky, L. S. (1991). *A formação social da mente: O desenvolvimento dos processos psicológicos superiores*. Martins Fontes.
- Weber, M. (2004). *A ética protestante e o espírito do capitalismo*. Companhia das Letras.
- Winn, M. (1977). *The Plug-In Drug: Television, Computers, and Family Life*. Viking Press.
- Woerner, W., Becker, A., & Rothenberger, A. (2004). Normative data and scale properties of the German parent SDQ. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 13(Suppl. 2), ii3-ii10. <https://doi.org/10.1007/s00787-004-2002-6>

Zuboff, S. (2020). *A era do capitalismo de vigilância*. Intrínseca.