

INFÂNCIA E MÍDIA: DESAFIOS PARA A EDUCAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

Nadia Jane de Sousa

Resumo

O presente trabalho busca discutir as relações existentes entre a mídia e a infância, constituintes do processo de socialização das crianças na sociedade atual. Tal temática tem chamado a atenção dos pais e educadores, tendo em vista a visível atração e prazer das crianças na utilização dos dispositivos midiáticos que dispõem. Nesse sentido, analisar a infância na contemporaneidade considerando as novas formas de sociabilidade que se estabelecem a partir do uso que fazem das mídias é o objetivo desse texto. Para tanto, apresentamos a ideia de que vivemos em uma sociedade midiaticizada, para em seguida discorrer sobre a relação desta com a infância contemporânea. Desse modo, propomos que as questões que se apresentam possam constituir eixos importantes para a compreensão das transformações das vivências sociais infantis na atualidade.

Palavras-chave: Educação. Infância. Mídia.

CHILDHOOD AND MEDIA: CHALLENGES FOR EDUCATION IN THE CONTEMPORANEITY

Abstract

The present work aims to discuss the relations existing between media and childhood, constituents of the socialization process of children in today's society. This theme has drawn the attention of parents and educators, in view of the noticeable attraction and pleasure of children in using the media devices they possess. In this sense, to analyze childhood in contemporaneity considering the new forms of sociability that are established from way they use the medias is the goal of this text. For this purpose, we present the idea that we live in a mediatized society, and then discuss its relationship with contemporary childhood. Thus, we propose that the issues that arise may constitute important axes for understanding the transformation of children's social experiences today.

Keywords: Childhood. Education. Media.

INTRODUÇÃO

Este ensaio, fruto de discussões realizadas no Grupo de Estudos e Pesquisa sobre a criança (GRUPEC), e no trabalho realizado no curso de Pedagogia da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), busca discutir as relações existentes entre a mídia e a infância, constituintes do processo de socialização das crianças na sociedade atual. De que forma tal relação, através dos conteúdos e imagens veiculadas, interfere ou promove mudanças no comportamento e desenvolvimento da criança? De que modo o consumo infantil (brinquedos, jogos, roupas, etc), é incentivado pelas diferentes mídias destinadas a esse público? Estaria essa relação

comprometendo a vivência da infância provocando o encurtamento da mesma (POSTMAN, 1999)?

Tais questões permeiam o debate acerca da expansão e massificação das mídias e as mudanças no modo de perceber e vivenciar a infância na atualidade. É objetivo, portanto, desse texto, suscitar-las. Para discorrer sobre tais questões, farei o seguinte recorte de análise: abordo a questão da mídia, especificamente a TV, buscando discutir sua presença na sociedade, para em seguida tratar de alguns elementos acerca da infância na atualidade, relacionando com os aspectos midiáticos que a institui. Desse modo, propomos que as relações que estabelecemos com a mídia e as crianças façam parte de uma discussão mais ampla sobre os estudos da infância.

O interesse por tal temática se dá por considerar que as mudanças na sociedade atual (na família, institucionalização da infância, mudanças no espaço urbano, as questões que envolvem segurança pública/privada, transformações no mundo do trabalho), especificamente a forte presença da mídia no cotidiano das crianças, acarretam transformações na infância e no modo como elas se relacionam e interagem, influenciando assim, seus processos de socialização.

Tais processos constituem o indivíduo a partir da aquisição/incorporação/interiorização de formas de pensar, fazer e ser, que ocorrem ao longo da vida, tendo maior importância o período que compreende à infância e adolescência. As crianças, sujeitos ativos na constituição de seu ser social, também são objetos de ação de instituições como a escola, a igreja, a família, as mídias, bem como se formam a partir dos seus universos de socialização que ocorrem também em diferentes espaços não institucionalizados, como o bairro, a rua, os parques, etc.. Em todos eles ocorrem notadamente a transmissão dos valores e das representações acerca do ser social em construção, modelando, influenciando, confrontando a sua formação. Esta por sua vez varia de acordo com a origem social da criança e os universos de socialização a que pertence.

Como já dito, as questões que constituem esse trabalho se apresentam enquanto eixos importantes para a compreensão das transformações das vivências sociais infantis na atualidade. Seu entendimento pode servir como subsídio para uma ação pedagógica (escolar ou não) que considere a criança permeada por relações multifacetadas.

O texto, portanto, está dividido em duas partes que se complementam: em primeiro lugar discorre acerca da sociedade midiaticizada, demonstrando suas características; em seguida, no tocante à relação da mídia com o processo de socialização infantil, abordo de forma breve a constituição da infância, concebida como um constructo histórico. Concluo o texto apontando a necessidade dos educadores se despirem do preconceito que tem das mídias, em especial da televisão, para que estas sirvam como subsídio educativo nas nossas escolas.

A SOCIEDADE MIDIATIZADA

Vivemos numa sociedade estruturada e ambientada pela comunicação provocando alterações significativas na sociabilidade dos indivíduos (RUBIM, 2000).

Agora importa a todos a “ampliação do tempo de lazer e da estimulação dos desejos, a gratificação psicológica, a mística das relações interpessoais” (SODRÉ, 1990, p. 26) configurando, desse modo, um novo *ethos* social tendo o *mas media* um importante papel na conformação de tal modo de vida.

Nesse sentido, um novo modo de estruturação das relações humanas, denominado por Sodré (1990) de “telerrealidade”¹, vem se configurando na atualidade de vez que produz um espaço e tempo social novos que privilegiam a globalidade, a instantaneidade e a simultaneidade. Segundo Rubim (2000), fazendo referência a esse conceito apresentado por Sodré, essa conformação societária é compósita por fazer uma *bricolage*² entre a realidade vivida territorialmente e a vivida através da televivência.

Trata-se, portanto, de considerar que o espaço eletrônico, a televivência e a globalização, marcas da socialidade contemporânea, caminham lado a lado com as transformações no território urbano, com a convivência entre os indivíduos em um lugar e entre os fluxos culturais que se dão entre a localidade e a sociedade global.

Não é possível, pois, desconsiderar os dispositivos midiáticos com os quais nosso “tempo” se depara. A introdução das tecnologias midiáticas no cotidiano, imprime a este uma cultura marcadamente influenciada pelas mesmas. Segundo Paiva (2008) há um entrelaçamento dos discursos e ações dos indivíduos com as informações transmitidas pelas mídias, o que as torna “vetores de experiências de aprendizagem”.

O material fornecido pela mídia (imagens, sons, espetáculos) contribui para tecer as redes da vida cotidiana, concorrendo para a modelagem dos comportamentos e valores vigentes em toda a sociedade.

Trata-se, portanto, de uma cultura midiaticizada que, segundo Kellner (2001, p. 09),

fornece[m] os símbolos, os mitos e os recursos que ajudam a constituir uma cultura comum para a maioria dos indivíduos em muitas regiões do mundo de hoje. A cultura veiculada pela mídia fornece o material que cria as identidades pelas quais os indivíduos se inserem nas sociedades tecnocapitalistas contemporâneas, produzindo uma nova forma de cultura global.

Está em questão, pois, uma cultura audiovisual que, de acordo com Sodré (1990), imprime ao olho uma importância fundamental. Para ele, a centralização do olhar está associada ao modo racionalista e abstrato de ver o mundo generalizado pelo surgimento da imprensa ampliando-se com o livro, a pintura, o teatro, a fotografia, que conferem, a quem olha, o poder de discernir a partir de um ponto de vista individualizado.

A cultura audiovisual, segundo Castels (1999), penetra na sociedade a partir do século XX através do cinema e do rádio, surgindo a televisão logo em seguida; esta criou um novo modelo de comunicação, até então dominado por outros meios, como o rádio, que perde sua centralidade, mas consegue se readaptar ao novo formato comunicacional.

Para o autor, a TV se tornou o epicentro cultural de nossas sociedades e um ambiente com o qual interagimos constantemente. A TV “modela a linguagem de comunicação societal” diz Castels (1999), criando, reincorporando, readaptando os sistemas simbólicos absorvidos pelos indivíduos.

¹ Para Sodré (1990), com o crescente processo de urbanização da sociedade, tendemos a nos comunicarmos uns com os outros a distância, tendo os dispositivos midiáticos (televisão, internet, rádio, etc.) como instrumentos de/para interação.

² Noção inspirada em Lévi-Strauss que demonstra a reordenação e recontextualização de objetos e símbolos que, originados em determinados contextos, adquirem novos significados.

A importância que a TV assume na sociedade é tal, que as notícias só existem de fato quando nela aparecem; outrossim, as mensagens que não circulam na “grande mídia” ficam restritas às relações interpessoais, não ganhando visibilidade social.

É assim que a mídia, e em especial a televisão, afetam, portanto, o consciente e o comportamento das pessoas; expressam uma cultura, uma realidade, um fato, mas também os modelam a partir do que expõem e apresentam.

Fusões e alianças entre empresas que trabalham com a mídia, constituem uma outra característica deste setor; a televisão tornou-se mais comercial e mais oligopolista globalmente; o formato de grande parte da programação exibida por essas corporações, não apresenta grandes diferenças entre si, a exemplo dos “*talk shows*” e os “*reality shows*” exibidos nas redes de televisão da América e da Europa; os conteúdos transmitidos não mudam, portanto, de uma rede para outra, de uma região ou nação para outra.

Tal concentração em megacorporações globais e a fusão dos grandes gigantes da mídia que dominam os veículos e o conteúdo da comunicação, têm provocado, segundo Barbero (2006) o controle da opinião pública. Continua, então, uma comunicação de mão única que não permite a interação entre os indivíduos ou agentes da comunicação.

Prevalece, portanto, uma lógica comercial em que não há espaço para confronto de pontos de vista, para variedade de conteúdos na programação haja vista que “as produções de Hollywood detêm 85% do mercado cinematográfico global e 77% das programações televisivas da América Latina provêm de conglomerados norte-americanos” (MORAES, 2006, p. 46).

Certo que não é possível desconsiderar a força de tais corporações por “disponibilizarem” um mercado de bens materiais e simbólicos que, a todo custo, busca homogeneizar nossos gostos, direcionando nossos olhares para determinado modo de vida, considerado verdadeiro e objetivo.

Entretanto, reconhecer que pertencemos a uma cultura de massa não implica em reputá-la exterior a nós, ou seja, que ela só serve para nos idiotizar ou manipular nossas vontades e desejos, servindo como instrumento de alienação e dominação a serviço do poder hegemônico. Concordo com Barbero (1999, p. 311) quando afirma que o massivo em nossa sociedade não é algo isolado, mas parte de sua estrutura, é uma “nova forma de sociabilidade”. Exemplifica tal proposição indicando que “o sistema educativo, as formas de representação e participação política, a organização das práticas religiosas, os modelos de consumo e os usos do espaço” são massificados.

Esta forma de compreender a sociedade atual mediada pela cultura de massa se distingue de duas concepções, a saber: as que vêem os indivíduos pertencentes a uma cultura autêntica que precisa ser preservada, e que, portanto, os meios aos quais têm acesso só servem para deformá-la ou apagá-la e as que consideram os sujeitos como mero reprodutores ou mesmo consumidores de idéias pré-fabricadas que, de forma maniqueísta, procura conter as massas, para manipulá-las.

É nessa direção que ao pensar a relação dos sujeitos com as informações que recebe cotidianamente, surge a questão dos processos subjetivos que se encontram presentes nas dinâmicas sociais. Nesse sentido, Lima Jr (s/d) aponta que:

1. O ato comunicativo é coletivo e individual;
2. Não há uma única lógica, nem apenas uma forma de compreender quando o processo comunicativo ocorre, havendo nele, portanto, uma singularização e uma subjetivação;

3. “A comunicação é incompleta e suas estruturas e elementos estruturantes, como a sociedade e a subjetividade, são porosos, abertos, inacabados, relativos e dinâmicos” (LIMA JR, s/d, p. 17).

Dessa forma, faz-se necessário fugir das visões apocalípticas que muitas vezes nos paralisam, sem, contudo, desprezar a realidade que nos interpela e nos desafia. A lógica dualista da racionalidade abstrata cede lugar a movimentos “que são, ao mesmo tempo, de integração e de exclusão, de desterritorialização e realocização” (BARBERO, 1999, p. 57).

A atual sociedade, pois, produz bens, materiais e/ou simbólicos, em estreita relação com novos modos de comunicar, associados esses ao movimento crescente da revolução tecnológica. Tais transformações caracterizam o processo de globalização com o qual estamos enredados, tendo repercussões diferentes em cada região do mundo.

Para Barbero (1999, p. 59) o processo de inclusão/exclusão a que estamos submetidos, produz reações e uma separação entre “a lógica do global e as dinâmicas do local, entre o espaço da economia política e os mundos de vida”, ou seja, é no dia-a-dia, nos locais de encontro com seus iguais, que o tempo se esvai, não sem conflitos, não sem desejos satisfeitos.

É nessa perspectiva que adentro na temática da infância e sua relação com a mídia. Como compreendê-la? Que relações podemos estabelecer entre elas? Qual o papel das mídias na configuração da infância atual?

COMPREENDENDO A INFÂNCIA: BREVES CONSIDERAÇÕES

Não é possível discutir a infância na atualidade sem pensá-la enquanto categoria sócio-histórica, o que implica considerar que nossas crianças e as representações e práticas sociais que temos das mesmas são fruto de mudanças históricas significativas que provocam transformações na família, no Estado, na cidade, no mundo do trabalho, etc.

De forma breve é possível apresentar duas concepções características da infância: uma pertencente às sociedades tradicionais ou pré-industriais e outra criada a partir dos séculos XV-XVI e que se sedimentou nas sociedades industriais.

Segundo Ariés (1981), nas sociedades tradicionais as famílias não eram o lugar de excelência da afeição. Isso não significa que o amor estava ausente e sim que as trocas afetivas se davam em comunidades mais amplas (vizinhos, amigos, outros parentes, criados, amos, etc.). Já nas sociedades industriais, especialmente em fins do século XVII e início do XVIII, a família nuclear passa a ocupar o lugar de excelência da socialização da criança, assim como de afeição. É assim que a educação das crianças começa a ocorrer em espaços distintos dos adultos.

É nessa perspectiva que se afirma que é na modernidade que se inventa a infância, já que antes desse momento histórico não se tinha a compreensão da criança como um ser com especificidades físicas, biológicas e psicológicas diferenciadas dos adultos.

Nesse contexto a escola, em sua forma moderna, surge como uma instituição para modelar e preparar a criança (vista como frágil e passível de transformação) até ser permitida sua entrada no mundo adulto. Para Sarmiento (2005) nesse processo de institucionalização da infância ocorre a construção simbólica da mesma. Assim, ao encarar a criança como um projeto a ser desenvolvido, modelado, civilizado, um corpo dócil, passível de transformação, associado ao surgimento de um universo cultural dominado pela escrita, a sociedade moderna tornou a escola o meio primordial de educação.

Nas últimas décadas do século XX, a partir do surgimento de novos meios de comunicação, especialmente rádio e televisão, a cultura audiovisual ganha espaço na sociedade, provocando o “questionamento da legitimidade da escola (seus conteúdos e seus métodos)” (BELLONI, 2009, pág. 72).

É assim que a família e a escola, consideradas peças-chaves para a socialização das crianças, se deparam com outras instâncias que põe em cheque os saberes aí produzidos. Trata-se pois, da forte presença das mídias, em especial a televisão que fornecem às crianças uma gama de informações, imagens, símbolos, valores e modelos, que de uma forma ou de outra são apropriadas e reelaboradas pelas mesmas.

MÍDIA E SOCIALIZAÇÃO INFANTIL: QUESTÕES PARA DEBATE

São corriqueiras as afirmações entre pais e professores, que apontam os efeitos nocivos das mídias, especialmente a televisão, no processo de socialização das crianças na atualidade.

Para Carrano (2003) uma característica dos atuais processos de socialidade é a desconexão dos ciclos da vida das idades biológicas; isso se dá devido a não existência, na atualidade, de lugares delimitados de convivência e sociabilidade, tendo em vista o intenso fluxo de informações que oferece, desde cedo, um variado quadro de valores e referências.

Trata-se, portanto, da obsolescência de um modelo educativo de socialização; não somente a família e a escola são instituições que promovem o acesso ao conhecimento necessário ao ingresso nos processos sociais; essas “dividem” suas funções, delimitadas pela ordem moderna, com outros canais de acessibilidade ao fluxo intenso de informações disponíveis. Nesses, os “filtros” são fluidos e flexíveis, permitindo o contato prematuro com realidades de diversas ordens. Há, assim, um aprendizado comum entre todas as idades, face a um mundo que aparece novo, com suas transformações.

Para Bauman (2007) a sociedade atual é caracterizada por ele como “líquido-moderna”, na qual a forma de vida que predomina é uma “vida líquida”, marcada pela precariedade e incerteza constantes. Trata-se também de uma vida de consumo, em que se vive no presente e pelo presente; a busca para obter satisfação se torna uma constante, não havendo espaço para inquietações, senão aquilo que pode ser vivenciado e consumido de modo instantâneo.

Para este autor, não está em questão apenas a busca por sensações; nos modos de vida atuais, valores, visões de mundo, concepções acerca dos caminhos que se deve percorrer e as formas de fazê-lo, demonstram uma sociedade em que os indivíduos estão insatisfeitos consigo mesmos.

Trata-se da espetacularização da vida social, em que a imagem, o olhar e o visual, são mediações mais presentes nas relações sociais. Para Maffesoli (1995, p. 117), as imagens são diversas mas entram em correspondência umas com as outras, criando uma unicidade que invade o corpo social e cada um de nós. São elas que dinamizam os espaços.

Tais mudanças tem provocado uma série de discussões em torno do papel dos dispositivos midiáticos em produzi-las; de um lado estão os que propalam que as mídias em geral tem provocado o encurtamento ou fim da infância por oferecer às crianças uma série de produtos, idéias e valores que as distanciam do “verdadeiro” sentido de ser criança, destruindo, assim, sua inocência.

Nessa perspectiva se insere a problemática do consumo infantil associado ao uso predatório da publicidade que não mede esforços para que “os impulsos infantis assum[a]m mais e mais características imediatistas e superficiais” (PAIVA, 2009, p. 69). Para Paiva, os brinquedos e diversões infantis são ditados por um marketing que de antemão apresentam como se brinca e se diverte, impossibilitando ou inibindo a criação pelas próprias crianças do

imaginário infantil, importante para o exercício da criatividade e da afetividade. Desse modo, "...as crianças ficam sem condições de elaboração do seu autêntico desejo, e (...) tornam-se permanentemente insatisfeitas" (idem, p. 85). Ainda segundo esse autor, os profissionais do marketing destinado ao público infantil são considerados "ladrões da imaginação", embrutecendo e encurtando a infância.

Nessa forma de compreender a criança, há a idéia de que a ação educativa se dá a partir da relação entre adultos, sujeitos completos e racionais e crianças, sujeitos incompletos, em desenvolvimento, ancoradas numa concepção de que as relações entre indivíduo e sociedade se dão a partir da reprodução social, cultural, econômica e simbólica, criando mecanismos eficientes de controle social (BELLONI, 2009).

Não se trata de conferir às crianças um grau de autonomia e capacidade de discernimento, desconsiderando que as mídias de fato fornecem um leque de valores, símbolos, imagens apropriadas pelas mesmas. Trata-se, no entanto, de considerar a possibilidade de reelaboração daquilo que é diariamente fornecido aos infantes.

Nesse sentido, cai por terra a idéia de uma idade de ouro, percebidas no bojo das considerações que apontam o fim da infância na atualidade, já que a mesma deve ser vista como cultural e histórica e, portanto, prenes de elementos da sociedade contemporânea.

Há no entanto, os que apontam como positivo a aproximação da criança com o universo midiático, em especial advindos das tecnologias digitais. De acordo com Buckingham (2007), para esses as crianças não são vítimas passivas das mídias; ao contrário, apresenta-se dotadas de uma sabedoria espontânea para aprender, apontando o contato com as novas formas de comunicação como potencializadoras de mais criatividade e novas aprendizagens.

Nesta abordagem pode-se verificar um grande otimismo nos atuais processos de socialização infantil, que conferem às crianças uma heterogeneidade de idéias e práticas que resultam em enriquecimento de seu universo cultural.

Tal perspectiva, entretanto, advinda de uma realidade social e econômica diferente das existentes entre nossas crianças, desconsidera as desigualdades de acesso ao conhecimento e informações variadas, circunscrevendo-se, a maioria, a um escasso leque de escolhas e oportunidades para a aquisição de habilidades que as tornem capazes de uma assimilação interpretativa das mensagens a que são submetidas.

A partir dos dois pontos de vistas apresentados ressalto a importância de considerar:

- 1 Que a criança hoje ocupa um importante espaço na família e na sociedade de modo geral, na medida em que se torna um potencial membro de consumo (Belloni, 2009)
- 2 Que a mídia torna-se importante instrumento de socialização oferecendo às crianças conteúdos, linguagens, valores e comportamentos que adentram no imaginário infantil com bastante força ((Belloni, 2009);
- 3 Que nossas crianças tem acesso desde cedo à novas linguagens, mediadas pela tecnologia, que as fazem detentoras de novas formas de aprender e apreender (Belloni, 2009).

Tendo em vista tal realidade levanto os seguintes questionamentos: tem nossas crianças autonomia para lidar com a tecnologia e as mídias que as acompanham? Que desafios estão postos para a escola e a educação de modo geral?

ÚLTIMAS CONSIDERAÇÕES

As questões anunciadas acima nos remetem para as instituições educativas, em especial a escola, ainda considerada importante espaço de educação das crianças. Esta, para conectar-se com os anseios da atual sociedade, marcadamente tecnológica, necessita compreender duas ordens de questões: 1. Que temos uma outra infância e 2. Que as mídias podem servir como instrumento pedagógico na busca de utilizá-las como “meios de emancipação” (BELLONI, 2009, p. 78) das nossas crianças.

Quanto à primeira questão é imprescindível que a escola e os profissionais que nela atua compreendam a infância a partir das seguintes dimensões:

- a. Como uma construção social e portanto, cultural, sofrendo transformações ao longo do tempo na forma como é vista e tratada pela sociedade a qual pertence;
- b. Que não há uma única infância. Ao contrário esta vai se modificar segundo o lugar que a criança ocupa na sociedade, entre outras variáveis como gênero, etnia, classe social;
- c. A criança não é um sujeito passivo; ela é ativa, constrói saberes, reinventa ou reelabora aquilo que é veiculado por diversas instâncias sociais.

As dimensões ou características da infância na atualidade, aí apontadas, são importantes para que os educadores delas se apropriem, tendo em vista uma prática pedagógica “conectada” com os sons, muitas vezes dissonantes e polifônicos da infância que temos.

Todavia, o que se tem visto nas instituições educativas é a presença da mídia, não obstante a mesma ser utilizada como forma de apaziguar os ânimos infantis, com exibição de filmes e desenhos animados, muitas vezes transmitidos pela TV aberta.

De outro modo, as mídias, em particular a TV, recebe fortes críticas da escola, havendo pouco espaço enquanto instrumento pedagógico. A mesma é vista como má influência para as crianças, incitando o consumo, a violência física e moral, bem como a reprodução de comportamentos que, via de regra, não são aceitos pelos adultos, embora sejam eles próprios o testemunho da presença de uma cultura que se globaliza e que se massifica.

No tocante à segunda questão que trata do uso da mídia enquanto instrumento pedagógico nas escolas é importante compreender que, tendo em vista que a criança se faz na relação que estabelece com os adultos de referência (pertencentes, na maioria das vezes, ao quadro familiar mais próximo) e com seus pares, a escola ainda ocupa uma posição de destaque no processo de socialização infantil.

Nesse sentido, cabe à mesma, instrumentalizar-se para o uso de vídeos, desenhos animados, documentários e programas que, entre outras coisas, privilegie o encontro, a interação, o diálogo, o desenvolvimento da oralidade e da escrita, buscando novos/outros modos de ensinar, em congruência com as novas/outras habilidades de aprender, já presente em nossas crianças, embora ainda um privilégio não democratizado a todos que fazem nossa sociedade.

REFERÊNCIAS

ÁRIES, P. História social da criança e da família. Rio de Janeiro: Guanabara, 1981.

BARBERO, J. M. Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

_____.Tecnidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In.: MORAES, D. (org.). Sociedade Midiatizada. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

BAUMAN, Z. Vida líquida. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

BELLONI, M. L. O que é Sociologia da infância. Campinas, SP: Autores Associados, 2009.

BUCKINGHAM, D. Crescer na era das mídias eletrônicas. Tradução: Gilka Girardello & Isabel Orofino. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

CARRANO, P. C. R. Juventude e cidades educadoras. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

CASTELS, M. A sociedade em rede. 11. ed. Tradução de Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 1999.

KELLNER, D. A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Tradução de Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LIMA JR, A. S. de. Ciência, Tecnologia, Inovação e Educação no dinamismo do sujeito. IN LIMA JR, A. S. de (Org.). Educação e Contemporaneidade: contextos e singularidades. Salvador: EDUFBA, 2012.

MAFFESOLI, M. A contemplação do mundo. Tradução de Francisco Franke Settineri. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MORAES, D. A tirania do fugaz: mercantilização cultural e saturação midiática. In.: Sociedade Midiatizada. MORAES, D. (org.). Traduções de Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

PAIVA, C. C. de. Elementos para uma epistemologia da cultura midiática. In.: Culturas midiáticas – Revista do programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba. Ano I, n.1 (jul.- dez.). João Pessoa, 2008.

PAIVA, F. Eu era assim: Infância, cultura e consumismo. São Paulo: Cortez, 2009.

POSTMAN, N. O desaparecimento da infância. Rio de Janeiro, Graphia, 1999.

RUBIM, A. A. C. A contemporaneidade como idade mídia. Disponível em <www.interface.org.br/revista7/ensaio2.pdf>. Acesso em out. 2008.

SARMENTO, M. J. Imaginário e Culturas da Infância. Disponível em: http://www.titosena.faed.udesc.br/Arquivos/Artigos_infancia/Cultura%20na%20Infancia.pdf. Acesso em: 18 nov. 2012.

SODRÉ, M. A máquina de Narciso: televisão, indivíduo e poder no Brasil. 2. ed. São Paulo: Cortez, 1990.