

CRIANÇAS E JOVENS NO CONTEXTO DE CONVERGÊNCIA: desafios para a promoção do consumo sustentável e da cidadania na internet

[CHILDREN AND YOUTH IN THE CONTEXT OF CONVERGENCE: challenges for the promotion of sustainable consumption and citizenship on the Internet]

Inês Sílvia Vitorino Sampaio
Universidade Federal do Ceará

Andrea Pinheiro Paiva Cavalcante
Universidade Federal do Ceará

O contexto de convergência midiática apresenta novos desafios para crianças e jovens quanto ao acesso à informação, à formação ética e estética e ao exercício do consumo sustentável e da cidadania por crianças e jovens. Este dossiê, organizado por cinco artigos e uma resenha, se propõe a ser um espaço de debate em torno das seguintes questões: Como assegurar os direitos de crianças e jovens ao exercício da cidadania e do consumo sustentável na internet? Como harmonizar, nesses novos territórios comunicacionais, os direitos de crianças e adolescentes à proteção e à promoção? No que concerne aos jovens, como veem e como vemos a validade de políticas protetivas e de promoção dos seus direitos na rede? Considerando o viés mercadológico hegemônico que permeia a produção cultural nesses espaços comunicacionais, como abordar a delicada questão dos limites necessários à convivialidade humana?

Como podemos ver, não são poucos os desafios postos para pesquisadores (as) do campo da comunicação e áreas afins ao analisar atual contexto de convergência midiática sob o ponto de vista de crianças e jovens. Os (as) pesquisadores que aceitaram esse desafio, neste dossiê, oferecem uma contribuição substantiva para análise desse processo, ao desbravar um novo campo de investigação,

problematizando enquadramentos teórico-metodológicos e evidenciando as contradições que permeiam as novas dinâmicas da participação infanto-juvenil nas esferas públicas mediáticas.

O texto que abre esse dossiê “Nativos e imigrantes digitais” em questão: crianças e competências midiáticas na escola”, da pesquisadora Mônica Fantim, problematiza os termos “nativos” e “imigrantes digitais”. Pautada no diálogo com autores como Rivoltella (2006, 2012 e 2013) e Buckingham (2006 e 2008) e em dados de pesquisas realizadas com crianças, adolescentes e professores, a autora desconstrói o mito do *gap* geracional na relação dos jovens e adultos com a tecnologia. Para Fantim, “o *gap* entre o que crianças e jovens fazem na escola e fora dela tem sido o “novo divisor digital”. O desafio que se apresenta, segundo a autora, é o da mediação, que deve considerar simultaneamente as apropriações que as culturas infanto-juvenis fazem da relação com os artefatos tecnológicos, as aprendizagens informais constituídas nesse contato e a necessidade de incorporar a essas práticas o desenvolvimento da capacidade crítica e ética, na perspectiva de uma educação cidadã.

A constituição dos processos de subjetivação de adolescentes em conexão nas redes sociais virtuais é o tema do artigo “Limites entre o público e privado nas relações de adolescentes através das redes sociais virtuais”, de Vanina Dias. A autora recorreu à Netnografia, em um grupo secreto criado no *Facebook*, para analisar as interações de adolescentes entre 14 a 18 anos, de uma escola pública e de uma escola privada de um município da Região Metropolitana de Belo Horizonte. O estudo conclui que os adolescentes identificam as noções de público e de privado e que ao interagirem com seus pares nas redes virtuais, revelando seus gostos, suas opiniões e suas imagens, “mostram o que há de sua subjetividade que se aprimora para desvelar aquilo que desejam que seja visto” (...) “não abrindo mão completamente de sua privacidade, mas manejando de forma diferente essas interações e socializações e mantendo seus espaços de intimidade”.

O artigo “Mudanças em (Dis)curso: a noção de “publicidade infantil” em franco processo de resignificação”, de Brenda Guedes, problematiza os contextos de interseção entre os discursos sobre a publicidade e a infância, identificando um processo de ‘saturação discursiva’ dos discursos mercadológicos diante de discursos a ele contrapostos que “rejeita[m] as artimanhas de adaptação do discurso publicitário e reivindica[m] produtos culturais livres de interpelação comercial”. Trata-se de uma vertente discursiva que tem ganhado crescente visibilidade, gerando uma dinâmica de colisão e convergência, que pressiona o mercado na redefinição de suas estratégias e do próprio sentido do termo “publicidade infantil”.

O texto “*Accountability* e educação para a mídia: caminhos para a infância protegida em tempos de consumo de televisão via internet” de autoria de Ana Luiza Coiro Moraes e Ângela Lovato Dellazzana trata do consumo de conteúdo audiovisual pelas crianças através da internet. Por meio de levantamento bibliográfico e documental, as pesquisadoras discutem o *accountability* da mídia e a educação para mídia como mecanismos de proteção das crianças diante de um cenário marcado por práticas abusivas na comunicação dirigida ao público infantil.

O que leva jovens a escolher relacionar-se nas redes sociais apenas com as pessoas com as quais já tem contato cotidiano fora da rede, em um contexto comunicacional celebrado por alargar as possibilidades comunicativas de indivíduos e grupos? Essa foi a motivação que orientou a investigação, cujos resultados são apresentados no artigo “Cibercultura e redes sociais: o acesso e a conexão definem as práticas das juventudes?” de autoria de Adriana Hoffman e Lucy Anna Diniz. Para responder a essa questão, as autoras apoiando-se em entrevistas realizadas com jovens na faixa etária de 11 e 15 anos, destacam que “não são as tecnologias que definem os usos sociais, mas o contexto cultural em que os sujeitos estão imersos”, destacando a importância da mediação escolar para uma formação menos tecnicista e mais cidadã de meninos e meninas, que fortaleça a sua condição de agentes comunicacionais autônomos e criativos.

Na último texto desse Dossiê, a resenha de Cristiane Parente sobre o livro “É complicado: As vidas sociais dos adolescentes em rede”, de Danah Boyd (2015), apresenta a obra mais recente da pesquisadora norte-americana, traduzida para o português no ano passado e cuja contribuição para os estudos sobre mídias e juventude é inegável. Boyd visitou 18 estados norte-americanos no período de 2005 a 2012 e entrevistou 166 adolescentes de variados contextos culturais, sociais, econômicos e étnicos. A publicação se diferencia justamente por discorrer sobre as práticas juvenis de consumo das mídias sociais, com base nos depoimentos dos próprios jovens.

Em seu conjunto, os artigos reconhecem a velocidade e a intensidade das mudanças que proliferam no cenário de convergência, mapeiam consensos, dissensos e tensionamentos entre setores, agentes e dinâmicas socioculturais com impacto significativo na formação como cidadão(ã) e na relação com o consumo de nossas crianças e jovens. Os estudos revelam as potencialidades os limites das políticas regulatórias e das práticas de “mídia-educação” contribuindo, desse modo, para aprofundar o debate, sem recair em posturas celebratórias ou de pânico moral em relação à tecnologia.

4

SOBRE AS AUTORAS:

Inês Sílvia Vitorino Sampaio - Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (1999), com bolsa de pesquisa do DAAD na *Westfälische Wilhelms Universität Münster* e estágio Pós-Doutoral na *Université du Québec à Montréal, UQÀM*. Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, onde coordena o Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (GRIM) e o Projeto de Extensão TVEz: Educação para o uso crítico da mídia. Email: ines@ufc.br

Andréa Pinheiro Paiva Cavalcante - Jornalista, professora do Curso de Sistemas e Mídias Digitais da Universidade Federal do Ceará. Mestre e doutora em Educação Brasileira (UFC). Coordena o Projeto de Extensão Cultura Digital e Direitos Humanos e é vice-coordenadora do Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia (GRIM). Email: andrea@virtual.ufc.br