



CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS
CURSO DE PSICOLOGIA

JOÃO GABRIEL FACUNDO OLIVEIRA

**A PERCEPÇÃO FAMILIAR SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS
NO DESENVOLVIMENTO SOCIAL INFANTIL**

FORTALEZA

2020

JOÃO GABRIEL FACUNDO OLIVEIRA

**A PERCEPÇÃO FAMILIAR SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS
NO DESENVOLVIMENTO SOCIAL INFANTIL**

Trabalho de conclusão de curso (TCC) apresentado ao curso de psicologia do Centro Universitário Christus, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em psicologia.

Orientadora: Profa. Dra. Deyseane Maria Araújo Lima

FORTALEZA

2020

Ficha catalográfica elaborada por Daniele Iara de Queiroz Carvalho – Bibliotecária CRB 3/1325

O48p

Oliveira, João Gabriel Facundo.

A percepção familiar sobre a influência das mídias digitais no desenvolvimento social infantil / João Gabriel Facundo Oliveira. – 2020.
35 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Centro Universitário Unichristus, Curso de Psicologia, Fortaleza, 2020.

Orientação: Profa. Dra. Deyseane Maria Araújo Lima.

1. Mídias digitais na infância. 2. Consumo na infância. 3. Brincadeira.
I. Lima, Deyseane Maria Araújo. II. Título.

CDD 155.4

RESUMO

Este trabalho tem o propósito de analisar o uso e a influência das mídias digitais em crianças de 3 a 6 anos de idade. A mídia está presente em nossas vidas e, principalmente, no cotidiano das crianças muitas horas por dia. Além de exercer algumas influências positivas, a prevalência ainda é de que a criança pode ter influências negativas. Ao nos defrontarmos com estas questões, nosso movimento é discutir e compreender as influências que a mídia exerce na formação infantil. Objetivamos, após a realização desta pesquisa, verificar as influências positivas e/ou negativas que este meio de comunicação pode exercer sobre as crianças e quais as consequências que estes aspectos produzem em sua vida. A abordagem utilizada para a realização deste projeto foi a pesquisa qualitativa baseada na interpretação de estudos e entrevistas feitas com os pais e mães dessas crianças. Foi utilizado nessa pesquisa para a coleta de dados a entrevista- semiestruturada. No resultado dessa pesquisa, observamos através da análise de conteúdo que é uma técnica de análise das comunicações, que irá analisar o que foi dito nas entrevistas ou observado pelo pesquisador. Na análise do material, busca-se classificá-los em temas ou categorias que auxiliam na compreensão do que está por trás dos discursos. Assim, esses pais das crianças de 3 a 6 anos observaram que havia uma forte influência dessas mídias na vida dos seus filhos, existindo uma alteração no humor, na influência de compras e principalmente no seu desenvolvimento, e por isso, o acesso que as crianças têm às mídias deve ser observado de forma crítica pelo pais, principalmente a televisão que tem grande poder de influenciar na rotina da casa.

Palavras-chave: Infância. Brincadeira. Mídias Digitais. Subjetividade. Consumo

JOÃO GABRIEL FACUNDO OLIVEIRA

A PERCEPÇÃO FAMILIAR SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS DIGITAIS
NO DESENVOLVIMENTO SOCIAL INFANTIL

TCC Apresentado ao curso de Psicologia do Centro Universitário Christus, como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Psicologia.

Orientadora: Profa. Dra. Deyseane Maria Araújo Lima

Aprovada em: 11/ 01/ 2021

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Deyseane Maria Araújo Lima (Orientadora)
Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS)

Prof.^a Mestre. Rebeca de Carvalho de Moraes
Clínica de psicologia Posturale

Prof.^a. Mestre. Emanuela Maria Possidônio de Sousa
Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS)

SUMÁRIO:

1.INTRODUÇÃO.....	7
2.OBJETIVOS.....	11
3.FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
4.MÉTODO.....	14
4.1 Participantes.....	16
4.2 Procedimentos.....	17
5.RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	19
5.1 A influência da mídia no desenvolvimento social da criança.....	19
5.2 A relação entre a mídia e o consumo das crianças.....	24
5.3 O uso das mídias sociais pelas crianças: benefícios e malefícios.....	26
6.CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	28
7.REFERÊNCIAS.....	30
8.ANEXOS.....	32
9.APÊNDICES.....	37

1.Introdução

O interesse pelo tema vem baseado nas minhas experiências de estágio na clínica SEPA - Serviço Escola de Psicologia Aplicada (Unichristus) e vivências acadêmicas. Consegui observar uma forte relação dessas crianças com o mundo das mídias digitais, como *Instagram* e *YouTube*.

Durante a faculdade, a infância e o uso das mídias digitais nas brincadeiras das crianças na atualidade, foram temas que muito me chamaram atenção, devido à sua influência e seu “poder” de dependência que a mídia parece causar. Isso ocorre devido a longos períodos que as crianças e com grande satisfação ficam quando estão em contato com alguma nova tecnologia. E quando são proibidas de acessá-la, mudam completamente de comportamento, tendo até mesmo alteração de humor.

Este artigo é um estudo sobre as experiências infantis que se modificam na cibercultura, sob o viés da relação das crianças com os sites de redes sociais, particularmente o *Instagram* e o *YouTube*. Busca-se compreender o que as crianças tentam comunicar sobre a infância em diálogo com as tecnologias digitais, especialmente do lugar que ocupam nas redes sociais. As influências que a criança sofre das mídias e que afetam sua vida como incentivo ao consumo e a educação.

A Cibercultura é a relação entre as tecnologias de comunicação, informação e a cultura, emergentes a partir da convergência informatização/telecomunicação na década de 1970. Trata-se de uma nova relação entre tecnologias e a sociabilidade, configurando a cultura contemporânea (LEMOS, 2002).

O termo Cibercultura tem vários sentidos, mas se pode entender como a forma sociocultural que vem de uma relação de trocas entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base surgidas, graças à convergência das telecomunicações com a informática. A Cibercultura é um termo utilizado na definição dos agenciamentos sociais das comunidades no espaço eletrônico virtual. Estas comunidades estão ampliando e popularizando a utilização da Internet e outras tecnologias de comunicação, possibilitando assim maior aproximação entre as pessoas de todo o mundo, seja por meio da construção

colaborativa, da multimodalidade e/ou da hipertextualidade. Em decorrência disso, em 2000, o pesquisador Pierre Levy detalha a ideia da conexão planetária. (MITCHELL, 2003).

Na sociedade em que vivemos, a mídia se tornou um meio indispensável do processo educativo. Vale destacar que o emprego da mídia, seja ela de revistas, jornais, cinema, rádio, televisão e etc. pode contribuir nos processos pedagógicos, complementando a educação formal e não-formal. O papel da mídia é fundamental para que sejam incorporadas as nossas atitudes cotidianas, os novos valores de cidadania e a participação comunitária.

Atualmente, as crianças enfrentam uma realidade que antes era restrita ao universo adulto, a infância não se depara mais apenas com filmes e personagens infantis. A identidade e a construção do conhecimento dessa geração se dá independentemente do controle dos pais e das instituições, como a escola. As crianças adquirem maior autonomia, uma vez que dominam o mundo digital de uma forma tão natural que causa espanto e estranhamento entre os adultos. (ALMEIDA, 2015)

A mídia age de forma diferente em cada um desses aspectos, mas sendo um fator importante em todos eles. A criança é um ser vulnerável e a propaganda muitas vezes se apropria dessa ideia para vender seus produtos.

Desde o advento da imprensa que as diversas formas midiáticas exploram a questão do consumismo. Se os adultos já ficam hipnotizados e se deixam influenciar com as propagandas, as crianças ficam muito mais instigadas e se tornam alvos fáceis para a indústria da propaganda.

É muito difícil assistir desenhos nos canais infantis sem se deparar com dezenas de propagandas que usam de artifícios psicológicos para que aquele produto se torne algo de imensa importância para a criança. Os objetos de desejos que são apresentados ao público infantil fazem com que os próprios pais também acreditem que é necessário comprar aquele produto.

O produto que está sendo vendido faz com que os pais sintam uma certa pressão da sociedade para que os compre para os filhos. Há uma competitividade entre os pais para que seu filho tenha os itens da moda. Essa competição faz com que se crie uma ansiedade nas crianças e se elas não

tiveram o tão sonhado item das propagandas, elas começam a se sentirem inferiores aos colegas que os possuem.

Esse consumismo faz com que os objetos não se tornem mais tão importantes, as crianças começam a não dar valor, pois a cada dia, aquilo se torna obsoleto e elas desejam algo novo. E os pais acabam entrando nessa lógica consumista na sua relação com as crianças. Muitas vezes para suprir uma ausência da família, causada, muitas vezes, para poder ter um poder aquisitivo para comprar esses produtos. Os pais também estão inseridos nessa lógica, também sendo seduzidos pelo sistema e, muitas vezes, repetem de forma acrítica essa lógica com seus filhos, os pais utilizam-se de objetos como brinquedos, jogos, videogames, para que os filhos não sintam tanto a ausência desses sujeitos.

Cada vez que o mercado lança um jogo, um brinquedo digital, ou qualquer que seja o material tecnológico para as crianças, já existem técnicos e pesquisadores trabalhando na construção para o próximo modelo. As versões diferentes de produtos variados, que os meios publicitários fazem propaganda em todos os meios de comunicação. Tudo para mostrar à criança o que precisa possuir para estar na moda ou pertencer a um determinado grupo.

Magnabosco (2007) afirma que a criança pode estar intimamente conectada às informações e ao entretenimento, a cultura do consumo está inventando novas necessidades. E a indústria midiática faz grandes investimentos em produção e em propaganda, assim são rapidamente recuperados caso ocorra alguma queda de venda, devido à lei de oferta e procura. No caso do Brasil, alguns setores da sociedade brasileira têm tentado colocar limites a esta ação das empresas publicitárias.

As grandes mudanças que estão acontecendo devido ao avanço dos meios tecnológicos não permitem afirmar com convicção que isto seja ruim ou que as crianças estejam sujeitas à catástrofe da “morte da infância”, como analisa Buckingham (2007). A privacidade das crianças quando acessam a internet, pode também ser discutida, considerando que os pais e adultos precisam saber o que elas estão vendo ou fazendo online, não como forma de controle, ou de colocar as crianças em uma espécie de castigo, mas para protegê-las de riscos desnecessários.

Se a criança brinca e expressa-se da forma em que foi inserida no seu meio social e ao que conhece culturalmente, isso precisa ser considerada na hora de negatizar ou otimizar as mídias. A formação da identidade deste sujeito, depende da sociedade ao qual é pertencente, para se tornar existente e singular.

Segundo Silva (2009, p. 2-3) “nesse meio surge a subjetividade, expressão que diz respeito ao modo de ser, aquilo que particulariza o sujeito e é construída socialmente, numa relação de encontro do eu com o mundo, do ser com outro no mundo”.

Sabemos que crianças com idade entre 3 a 6 anos estão fortemente ligadas ao “consumo midiático”, absorvendo tudo que é exposto na mídia. Conforme Galvão (1998, p.43), esse momento denomina-se a partir do pensamento walloniano do “Estágio do personalismo” e é marcado pela construção da própria subjetividade por meio das atividades de oposições (expulsão do outro) e, ao mesmo tempo, de sedução (assimilação do outro), como também de imitação.

Neste estágio, a tarefa central é a formação da personalidade. A construção da consciência de si, que se dá por meio das interações sociais, reorienta o interesse da criança para as pessoas, definindo o retorno da predominância das relações afetivas (GALVÃO, 1998, p.45).

Desta maneira, a investigação tem como questionamento: Como os pais ou cuidadores percebem as influências midiáticas no desenvolvimento social da criança?

O acesso que as crianças têm as mídias deve ser observado de forma crítica pelos pais, principalmente a televisão que tem grande poder de influenciar na rotina da casa. O mundo infantil é considerado como único, pois têm seus próprios programas de televisão, lojas de roupas, revistas, salão de beleza, lanchonetes entre outros. As empresas de publicidade estão se empenhando cada vez mais em criar propagandas e produtos que chamem a atenção das crianças e despertem o interesse pelo consumo, no entanto isso pode trazer consequências no desenvolvimento das crianças.

Segundo Henriques (2010), existem propagandas, produtos e serviços direcionados as crianças, embora sejam juridicamente ilegais as propagandas dirigidas para esse público.

Limeira (2008), aponta que dentro das famílias as crianças influenciam quando a compra é diretamente para elas ou quando possuem um conhecimento maior que seus pais em relação ao produto. Nestes casos eles têm maior liberdade para opinarem na cor, modelo e marca.

Solomon (2011), afirma que a influência das famílias na decisão de compra das crianças pode ser de forma direta ou indireta. Eles podem tentar introduzir seus próprios valores, como também expor as crianças a outros meios que podem influenciá-los, como, a televisão, as revistas, internet, etc.

Entretanto, para Karsaklian (2008), na sociedade atual, não só os filhos são influenciados pelos pais, como também os pais são influenciados pelos filhos na hora de comprar.

Em algumas famílias a mídia é tida como uma verdadeira "babá eletrônica", substituindo o brinquedo livre, o contato com outras crianças e adultos. Neste caso, o efeito é mais pernicioso porque a TV está substituindo elementos afetivos fundamentais, podendo assim ser incorporado com mais facilidade pela criança, em vista das inadequações dos modelos familiares. O equilíbrio emocional da criança pode ser também mais precário e os programas de televisão podem liberar comportamentos que normalmente não existiriam ou seriam menos intensos, por exemplo, a agressividade (COSTA, 2009).

Portanto, uma criança que passou o maior tempo sendo influenciada pela mídia e sem ter nenhuma orientação ou supervisão dos seus cuidadores, contribui para um futuro sujeito de consumo, induzido por discursos que vendem imagens e modos de ser, atrelados não só a produtos variados, mas a imagens distorcidas do mesmo e a estilos implicados em suas formas (COSTA, 2009).

2.Objetivos

O objetivo geral do artigo é compreender as concepções de pais e/ou cuidadores sobre as influências midiáticas no desenvolvimento social de crianças de 3 a 6 anos.

Os objetivos específicos são: 1) Investigar a relação entre a mídia e o consumo das crianças na perspectiva de pais e/ou dos cuidadores; 2) Verificar de quais maneiras as redes sociais podem interferir no desenvolvimento social dessas crianças.

3.Fundamentação teórica

O consumo assume, nas sociedades, a função de suprir necessidades e também de identificação social. Mochilas, jogos eletrônicos, celular, roupas e tantos outros artefatos intensa e efemeramente desejados por crianças e jovens não têm valor intrínseco, seu valor mercantil advém das interações socioculturais em que estão implicados (IGNÁCIO, 2006). O valor que os jovens e crianças atribuem não é no próprio objeto, mas, ao significado que este causa em quem o tem.

O consumismo tornou-se o traço definidor da conduta alimentada pela cultura consumista na sociedade de consumidores. O poder da mídia, que aliada às grandes corporações empresariais, compõe uma rede quase inescapável, pois juntas o domínio se fortalece, ou seja, a mídia utiliza-se da divulgação e as empresas dos objetos e marcas (COSTA, 2009).

As crianças dedicam horas do seu tempo para conversar e trocar ideias sobre esse complexo de entretenimento, seus ídolos e seus incontáveis produtos que invadem não apenas seu dia a dia, mas suas vidas (FLOR, 2006). Dessa forma, a mídia procura formar sujeitos que geram estilos e modos de ser, produzindo, assim, consumidores que além de serem incansáveis, sejam insaciáveis pelo consumo.

Atualmente, o mundo, a cultura, as expectativas e exigências das crianças sofreram algumas mudanças. As brincadeiras do mundo real, entre elas, esconde-esconde, cobra-cega, pega-pega, ente outras, são fábulas do passado. A infância, antes praticada nas ruas, hoje está confinada a um quarto que tem tudo a oferecer: computador, internet, videogame e televisão (SANTOS, 2001).

Os brinquedos, que lhes são oferecidos, são outros. E, as crianças têm um jeito diferente de brincar, imaginar, sofrer, pensar e construir sua realidade infantil. Hoje, o fascínio e a sedução exercidos pela imagem estão em primeiro lugar. O fato é que as crianças adoram, cada vez mais, as redes tecnológicas e informatizadas com as quais interagem (GUARESCHI; BIZ, 2009).

O desaparecimento da infância, o mundo da fantasia em que a criança deveria estar saboreando, abre espaços às novas tecnologias, e delas emergem a forma de viver e estar no mundo, pois, todos os meios de comunicação

possíveis têm se ocupado de invadir e fazer parte de nossas casas (SILVA, 2009).

A mídia é o coração da sociedade de informação, sendo este o novo modo de desenvolvimento responsável pela produtividade do sistema capitalista nos dias de hoje. Quem detém a informação, de modo geral, e dentro dele a mídia, detém o fator central de desenvolvimento. A mídia (notícias, divertimento, novelas, filmes, shows...) modifica a forma como as pessoas se relacionam, como aprendem, compram, namoram... (GUARESCHI; BIZ, 2005).

A mídia cria e reproduz crenças e valores que levam a criança a acreditar que as pessoas, as imagens, os objetos, enfim tudo que apresenta são as coisas que existem e que, portanto, devem ser respeitadas e adquiridas. (COSTA, 2009).

Guareschi e Biz (2005, p.45), fazem uma comparação entre a criança que lê e a que não lê. Assim, “a criança que lê vai criando e imaginando em sua mente os personagens do texto: ela cria a figura da Chapeuzinho Vermelho, do lobo, do lenhador, do caçador, já a criança que vê TV recebe todos os personagens prontos: determinada imagem, tal tamanho, cor, som, movimento”. Dessa forma, a criança não precisa imaginar e construir, na verdade, ela não precisa se preocupar com nada, apenas ver e reproduzir.

Por outro lado, a mídia possui uma importância enorme da definição de valores, ou seja, de como as pessoas devem se comportar, agir, se vestir, o que é importante na família e na sociedade, sendo que as mesmas sejam influenciadas de forma indireta por esta (LEVIN, 2007).

Conforme Feilitzen e Carlsson (2002), num exame mais crítico e minucioso nota-se que as pessoas são levadas a agir sem plena consciência e sem terem chances de questionar ou criticar as informações que recebem. Os comerciais procuram propositadamente ocultar e, com isso, impedem ou impossibilitam que as pessoas reflitam, critiquem, contra argumentem ou questionem.

Assim, o processo de adquirir esses objetos passa pelo crivo de sua importância e seu significado social para o grupo a que o sujeito pertence, e eles determinam quais as posições e funções sociais que este ocupará e desempenhará (IGNÁCIO, 2006, p. 47).

Dessa forma, as crianças buscam incansavelmente adquirir significados nos produtos que estão disponíveis para o consumo e, assim, acabam sentindo-se aceitas pelo grupo no qual elas se identificam.

A criança aprende desde cedo a buscar e ser aceita na sociedade através do consumo, sendo estimulada a viver novas sensações e novos significados. Portanto, estes fatores nos ajudam a refletir sobre a relação entre o consumismo e a aceitação social dos sujeitos, onde o ato de consumir é um fator primordial para construir a identidade de cada um e para ser reconhecido socialmente. (SANTOS, 2001).

Outro fator que influencia negativamente no desenvolvimento infantil é o acúmulo de brinquedos para não brincar. A preocupação se dá, principalmente, pela quantidade de brinquedos, incentivada pela compulsão consumista. As crianças viram brinquedos verdadeiros de uma sociedade que faz delas precoces consumidores pelo desejo de possuir aquele brinquedo. (LEVIN, 2007).

Atualmente, o capitalismo se fortalece cada vez mais e, em todas as relações estão presentes, a qualificação das coisas, de forma que esse processo está sim, presente nas relações no processo educacional desde a educação infantil. Quando confrontamos a presença das mídias no processo educacional não temos como não relacionar dentre algumas mídias. (MÉSZAROS, 2011)

Desde que nascemos sofremos influências do meio em que estamos inseridos, aprendemos através de estímulos oferecidos pelo meio. O que quer dizer que mediante esse processo acaba construindo crianças alienadas, consumistas e sem o gosto pelo convívio social, preferindo sempre um amigo eletrônico: TV, computador, tablet ou videogame. (TÁVOLA, 2009).

4. Método

Para o presente trabalho, foi escolhida a pesquisa qualitativa que pode ser definida como a que se fundamenta principalmente em análises qualitativas, caracterizando-se, em princípio, pela não utilização de instrumental estatístico na análise dos dados (BARDIN, 2011; VIERA; ZOUAIN, 2006;). Deste modo, não é apenas a “pesquisa não quantitativa”, tendo desenvolvido sua própria identidade. Assim, visa entender, descrever e explicar os fenômenos sociais de

modos diferentes, através da análise de experiências individuais e grupais, exame de interações e comunicações que estejam se desenvolvendo, assim como da investigação de documentos (textos, imagens, filmes ou músicas) ou traços semelhantes de experiências e integrações (FLICK, 2009).

De acordo com Richardson (1999), os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, assim como compreender e classificar processos dinâmicos vivenciados por grupos sociais. As técnicas qualitativas focam a experiência das pessoas e seu respectivo significado em relação a eventos, processos e estruturas inseridos em cenários sociais (SKINNER; TAGG; HOLLOWAY, 2000).

O enfoque qualitativo caracteriza-se pelo fato do pesquisador ser o instrumento-chave, o ambiente ser considerado fonte direta dos dados e não requerer o uso de técnicas e métodos estatísticos (GODOY, 1995). Também possui caráter descritivo, cujo foco não consiste na abordagem, mas sim no processo e seu significado, ou seja, o principal objetivo é a interpretação do fenômeno objeto de estudo (SILVA; MENEZES, 2005).

Dentre as metodologias de pesquisa que apresentam abordagem qualitativa, o estudo de caso, a etnografia e a pesquisa documental configuram-se como aqueles comumente utilizados, apesar de sua flexibilidade não excluírem outras possibilidades de estratégias (GODOY, 1995). O resultado de uma pesquisa qualitativa compreende o entendimento mais profundo de uma realidade (MALHOTRA; ROCHA; LAUDISIO, 2005), com o objetivo de desenvolver teorias empiricamente fundamentadas (FLICK, 2009). Deste modo, o pesquisador qualitativo procura assegurar ao leitor que o propósito da investigação não é alcançar a generalização, mas fornece exemplos situacionais à experiência do leitor (STAKE, 2011).

A metodologia qualitativa “atravessa disciplinas, campos e temas” e envolve o uso e coleta de uma variedade de materiais empíricos (DENSYN; LINCOLN, 2006, p. 16). Assim, a pesquisa qualitativa caracteriza-se por ser “interpretativa, baseada em experiências, situacional e humanística”, sendo consistente com suas prioridades de singularidade e contexto (STAKE, 2011, p. 41).

O objetivo de uma pesquisa exploratória é familiarizar-se com um assunto ainda pouco conhecido, pouco explorado. Ao final de uma pesquisa exploratória, você conhecerá mais sobre aquele assunto, e estará apto a construir hipóteses. Como qualquer exploração, a pesquisa exploratória depende da intuição do explorador (neste caso, da intuição do pesquisador).

Utilizaremos como instrumentos de coleta de dados a entrevista semiestruturada.

A entrevista semiestruturada é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social. (MARCONI; LAKATOS, 1996, p. 84).

4.1 Participantes

Nas entrevistas dessa pesquisa, os entrevistados que são os pais das crianças serão chamados de P1, P2, P3, P4, P5 onde o seu significado significa participante 1, 2, 3, 4, 5 para a melhor compreensão. Onde a partir da observação desses pais eles irão relatar o que encontram da influência das mídias digitais na vida de seus filhos e como afetam essa rotina familiar. Os nomes relatados nessa pesquisa são todos fictícios para resguardar a imagem desses pais e crianças. Nessa pesquisa são 5 crianças que participaram do estudo, essa quantidade foi adequada para conseguir realizar a coleta das informações que estavam sendo buscadas. As idades dessas crianças variam de 3 a 6 anos, para a melhor compreensão do estudo, foi escolhida essa faixa etária pois tem a ver com a primeira infância, onde eu quis me aprofundar sobre esse período de desenvolvimento dessas crianças.

Sigla	P1	P2	P3	P4	P5
Nome do pai/ mãe	Rafael	Robson	Aline	Diana	Silvana
Nome da criança	Eduardo	Álvaro	Caio	Cleber	Thiago
Idade da criança	3 anos	4 anos	4 anos	5 anos	6 anos
Descrição	Vê seu filho de 6 em 6 meses, pois atualmente o filho mora com a mãe, geralmente passa uma temporada com o filho, mas quando está distante procura ter contato.	O pai é separado da mãe, onde ela e seu filho moram no interior de Fortaleza, o pai visita frequentemente a criança e é um pai presente na vida do seu filho.	Mora junto com o filho, relata ser atenta ao seu filho no que ele está brincando e/ ou assistindo	Mora junto com o filho, e por mais que a rotina seja corrida, relata que sempre gosta de ficar com o seu filho brincando e fazendo coisas diferentes para motivá-lo	A mãe relatada ter tido seu filho muito novo, mora atualmente na casa da sua mãe com o seu filho e procura está disponível para ele.

Fonte: Elaborado pelo autor

4.2 Procedimentos

A pesquisa o desenvolvimento social e a influência das mídias digitais na infância sob a perspectiva da família foi submetida ao Comitê de Ética do Centro Universitário Christus (Unichristus) e devidamente aprovada para a sua realização **(CAAE: 31361020.7.0000.5049)** trata-se de uma pesquisa que

envolve seres humanos e, portanto, sujeitos com histórias de vida, vivências e modo único e singular de pensar, agir e lidar com as dificuldades advindas do meio externo, é importante reconhecer a sua liberdade de expressão, logo, sua capacidade de decidir aquilo que se revela de melhor para ele.

Além disso, ao preconizar a eticidade nos processos científicos, deve-se considerar também sua dignidade, a fim de proteger e dar respaldo a sua identidade. Nesse sentido, os dados dos participantes e seus cuidadores serão sigilosos e preservados. Eles foram informados que a qualquer momento poderiam desistir de participar do estudo, evitando, de tal modo, impactos na integridade biopsicossocial dos indivíduos. Entende-se que essa pesquisa contém risco mínimo, pois não pretende intervir na dimensão biopsicossocial dos indivíduos. Se houver alguma questão específica será realizado o atendimento e encaminhamento para o serviço de psicologia aplicada (SEPA) da Unichristus, será disponibilizado o e-mail do pesquisador para que os participantes possam entrar em contato e, assim, sanar suas dúvidas ou demandas.

Os critérios de escolha foram de cinco pais e mães que tenham filhos de 3 a 6 anos, e tenham um olhar atento sobre como o filho se comporta durante a influência das mídias digitais no cotidiano, se acham que essas mídias podem interferir no desenvolvimento dessa criança, como pode afetar no humor e como os pais observam a relação entre a mídia e o consumo dessas crianças. A pesquisa foi realizada via plataforma Google Meet ou de forma presencial, de acordo com a disponibilidade do(a) participante.

Através da análise de dados, tive o primeiro contato com os dados coletados em campo, fazer uma leitura atenta e começar a formular hipótese sobre os dados coletados. Esse momento foca na preparação do material, ou seja, é realizado tarefas como enumerações, classificações e recortes. Por fim, tem o tratamento dos dados existe para que eu possa interpretar os dados coletados e atribuir significados a eles. Os dados são sigilosos, onde só o pesquisador e a orientadora terão acesso a esses dados de campo.

Na análise de dados dessa pesquisa, utilizaremos a análise de conteúdo a fim de compreender os objetivos dos estudos desenvolvidos à luz do que se convencionou chamar Análise de Conteúdo quer dizer, acima de tudo, explicitar os rumos assumidos pelas práticas lingüísticas de leitura de textos no “campo

das ciências”. Optar por caminhos que garantam sua legitimação nos conduz à reflexão sobre um pressuposto: uma dada concepção de ciência, herdeira da tradição iluminista, dá sustentação às opções feitas pela Análise de Conteúdo. Sem pretender, a princípio, configurar-se como doutrinal ou normativa, a Análise de Conteúdo se define como um “conjunto de técnicas de análise das comunicações” que aposta grandemente no rigor do método como forma de não se perder na heterogeneidade de seu objeto. (BARDIN, 2011, p. 31).

5.Resultados e discussão:

5.1 A influência da mídia no desenvolvimento social da criança

As transformações presentes na concepção de infância, o mundo da fantasia em que a criança poderia estar vivenciando, abre espaços às novas tecnologias, e delas emergem a forma de viver e estar no mundo, pois, todos os meios de comunicação possíveis têm se ocupado de fazer parte de nossas casas (SILVA, 2009).

O modo de vida das crianças vai mudando em ritmo desenfreado, acompanhando os avanços tecnológicos aos quais se adaptam rapidamente. Quando são dominadas pela opacidade técnica, elas reproduzem a uniformidade sem mediação e agem diretamente, brincando e pensando cada vez menos. Os avanços chegaram às mãos das crianças que, ao invés de brincar, se inserem no sistema da mídia proposta pelo mundo adulto almejando poder desde crianças. (LEVIN, 2007).

Uma comparação entre a criança que lê e a que não lê. Desta maneira, “a criança que lê vai criando e imaginando em sua mente os personagens do texto: ela cria a figura da Chapeuzinho Vermelho, do lobo, do lenhador, do caçador, já a criança que vê TV recebe todos os personagens prontos: determinada imagem, tal tamanho, cor, som, movimento”. Dessa forma, a criança não precisa imaginar e construir, na verdade, ela não precisa se preocupar com nada, apenas ver e reproduzir. (GUARESCHI E BIZ, 2005, p.45).

Por outro lado, a mídia possui uma importância enorme da definição de valores, ou seja, de como as pessoas devem se comportar, agir, se vestir, o que

é importante na família e na sociedade, sendo que as mesmas sejam influenciadas de forma indireta por esta (LEVIN, 2007).

Outro fator que influencia negativamente no desenvolvimento infantil é o acúmulo de brinquedos para não brincar. A preocupação se dá, principalmente, pelo nível de esbanjamento e obsolescência generalizada, alimentada pela compulsão consumista. Cercados por esses produtos, as crianças viram brinquedos verdadeiros de uma civilização que faz delas. Precoces consumidores pelo desejo de possuir, num mundo competitivo.

Assim, "lembremos que a criança não se institui no universo infantil pela posse, mas por aquilo que a leva a ser e estar na infância, naquele espaço em que ela dialoga e recria a sua existência" (LEVIN, 2007, p.8).

(P1): Eu só dou brinquedos para ele em datas comemorativas, como aniversário, dia das crianças, natal, porque criança enjoa tão rápido de brinquedo, tem brinquedo que eu vou dar pra ele 6 meses depois, porque não adianta eu dar vários brinquedos de uma vez e ele enjoar, e ele prefere ficar no assistindo vídeos no YouTube.

(P2): A influência do consumo é muito grande, porque se ele não tivesse visto aquele brinquedo na televisão ou no YouTube ele talvez nem iria querer ou achar legal. Tem vários brinquedos que eu compro pra ele e ele deixa lá jogado, onde muitas vezes não dar mais nem importância, só quer naquele momento e depois deixa de lado.

(P3): Já teve vários brinquedos que ele viu na televisão ou no YouTube [...]. Mas muitos são influenciados pelo YouTube, tipo nerf, boneco do Lucas neto, o jogo do gelo do Lucas neto, porque as vezes eu compro brinquedo pra ele e ele não se importa tanto.

Através da entrevista com a família, fica claro que a mídia tem uma forte influência sobre essas crianças, onde muitas vezes na televisão ou no YouTube aparece um brinquedo e há toda uma construção sedutora do marketing que induz ao desejo infantil de compra daquele brinquedo que aquela criança queira pede aos pais. E estes acabam comprando, mas rapidamente o brinquedo já não é tão mais atrativo para aquelas crianças, pois o que parece interessar não é o brinquedo em si, mas a sensação de possuir (e, indiretamente, pertencer) ao mundo mágico da televisão e do Youtube.

Pois a televisão e o YouTube é um mundo de informações e acaba se tornando mais interessante para eles, deixando conseqüentemente todos esses brinquedos de lado. E cada vez mais incitando ao consumismo desses jovens para que fiquem satisfeitos ao comprar o que estão vendo na mídia.

A mídia faz com que as crianças se sintam incluídas na sociedade, pois a partir da mesma, estes têm acesso a vários assuntos. Por meio dela, o acesso à informação está cada vez mais fácil. Ela é atrativa por ser colorida, interessante e convidativa. Como a mídia faz parte do dia a dia das crianças, elas acabam sendo influenciadas por ela, imitando o que veem. Entre as influências mais frequentes da mídia na vida da criança estão o aumento do consumo, da obesidade, da erotização precoce, da violência, do estresse familiar e do sedentarismo infantil (FERRES, 1996).

O objetivo de fazer com que a criança se torne consumidora, não é pela questão de ela necessitar de algo, mas sim pelo desejo de querer. Grande parte das ações na sociedade pós-moderna está voltada para orientar o desejo, não na forma de pura regulação, mas de incentivo às fantasias, ao gosto e aos cuidados. Despertar e canalizar o desejo para certas direções pretendidas, produzindo sempre novos consumidores, requer conhecimentos especializados de última geração, verdadeiras estratégias que têm em vista estimular, dirigir e governar o desejo e as práticas de consumo (COSTA, 2009).

Baseado nas entrevistas com esses pais, podemos observar que existe sim uma grande influência da mídia em relação ao desenvolvimento social dessas crianças, em que os pais falaram que afetavam muitas vezes o desenvolvimento, o humor e a sua rotina dentro do contexto familiar.

Sobre a questão da influência da mídia no desenvolvimento social dessas crianças, muitos pais trouxeram nas entrevistas a importância dessas mídias no desenvolvimento dos pequenos, onde citam que seus filhos aprenderam inglês através de desenhos na televisão e no YouTube, e ressaltam que tem grande importância na aprendizagem deles. O ensino do inglês na infância também incentiva o desenvolvimento cognitivo dos pequenos. A comunicação em diferentes idiomas estimula o raciocínio e as funções cognitivas.

(P1): Eu sinto que em certos pontos é benéfico, hoje o Lorenzo fala um pouco de inglês, aprendeu assistindo alguns desenhos e jogando alguns jogos de celular. Vejo uma grande melhora na cognição através dessas ferramentas.

(P2): [...] eu acho que isso influencia muito porque ele também aprendeu os números e cores de saber contar em inglês através dos desenhos e isso já melhora o aprendizado dele também.

(P3): Sobre a questão do YouTube, ele tá aprendendo através desses desenhos coisas em inglês, nessa quarentena então, ele

passou muito mais tempo na tv e no celular como de costume, mas eu acredito que ajudou muito na questão do inglês, ele aprendeu a mexer no google tradutor também, eu fiquei impressionada, ele é muito esperto.

Para Levin (2007), um dos perigos que a mídia se apresenta é que o uso indiscriminado da tela consome o elemento infantil, distorcendo a experiência corporal, fazendo com que ele exista apenas na televisão, nos computadores, nos videogames, na roupa da moda, na inteligência artificial, na aprendizagem eficaz e na infinidade de imagens, objetos e propostas que o mundo adulto prepara para as crianças.

A necessidade da criança de imitar, de se identificar e de se tornar igual aos outros é muito forte. E, cada vez mais, ela está exposta à mídia e aos meios de comunicação. O quadro se agrava com a fragilidade do posicionamento dos pais, que não assumem o lugar da autoridade. “A criança hoje, brinca pouco e isso é grave, pois ela poderia aprender muito com o brincar, que é uma forma de representar papéis da própria sociedade”. (LANNA, 2007, p. 2).

O principal meio de comunicação usados pelas famílias estabelece vínculos culturais. Diante do contexto atual é possível conhecer, analisar criticamente e responsabilizar a televisão por estabelecer situações de comunicação entre gerações e culturas. Isso leva a entender a TV como um meio de comunicação que utiliza uma linguagem específica para transmitir determinados conteúdos que alimentam muitos aspectos.

Através das entrevistas ficou claro que a televisão e o YouTube influenciam muito no comportamento e no humor de diversas crianças, afetando diretamente a eles, onde muitas vezes eles preferem ficar no YouTube ou assistindo televisão do que brincando com um brinquedo.

Um dos principais problemas está no excesso de tempo que a criança passa diante das telas. Isso pode acontecer porque a criança desenvolveu certa dependência, mas também por influência da própria família. Muitos pais não largam seus celulares e, ainda, recorrem ao YouTube como um recurso de distração constante dos filhos.

Os problemas estão associados tanto à saúde física quanto psíquica da criança. Uma criança que só fica no celular não se relaciona com os outros ao redor, não desenvolve outras atividades que estimulam seu desenvolvimento

motor e perde a oportunidade de experimentar outros materiais e texturas, que são tão importantes no seu desenvolvimento.

Muitas crianças ao assistirem alguns desenhos ou YouTube reproduzem o que veem através da televisão o comportamento desses desenhos, isso tem uma grande influência no comportamento e no humor desses pequenos.

(P1): Tem uns desenhos que não sei se você conhece[...], e eu senti que quando ele lá em casa começou a ver ele ficava um pouco mais explosivo do que ele era, então realmente eu senti que como era uma criança no desenho também eu senti que tinha umas coisas que influenciavam.

(P2): Ele adora os desenhos da patrulha canina, Dora aventureira, Galinha pintadinha, a pepa [...], Ele ama esse desenho, já pediu brinquedo do pocoyo e ele imita os desenhos. Provavelmente porque viu no celular ou na televisão e quis imitar igual ou quis que eu comprasse.

(P3): Com certeza, [...] ele é muito fã da patrulha canina e ele viu o yogurt da patrulha canina, então ele colocou eu e o pai dele doído porque ele só queria se fosse o iogurte da patrulha canina, então eu vejo que tem uma grande influência sim.

Sendo assim, um fator positivo que influencia no desenvolvimento infantil pode acontecer através de programas planejados que apresentam conteúdos especificamente educativos ou que reforcem nas crianças valores positivos. As crianças que assistem a esses programas regularmente desenvolvem valores e habilidades que podem auxiliá-las na escola. Os programas que enfatizam comportamentos pró-sociais como compartilhar, ser bondoso e prestativo, também têm impacto positivo. As crianças que frequentemente assistem a esses programas apresentam comportamentos mais bondosos e prestativos (FEILITZEN; CARLSSON, 2002).

Segundo Bandura (2008, p. 124), a influência, tanto positiva como negativa, ocorre pela aprendizagem social definida por modelação simbólica. Assim, a "modelação é o processo de aquisição de comportamentos a partir de modelos, seja este programado ou incidental. As influências ocorrem por instinto natural, ou seja, por identificação com o objeto da imitação".

(P1): [...] o dia inteiro vendo milhões de canais que existem, e acaba que tudo que entra na cabeça de uma criança, ela não tem muito filtro pra definir, se isso pode entrar ou não, então as coisas só vão entrando, [...] acaba que qualquer coisa que ela procurar na internet

vai acabar passando para ela, pode ter um impacto muito negativo, muito mesmo.

(P2): No momento que você tira algo que a criança quer, que ela tem aquela vontade de ficar ali naquele momento, ela vai agir, acabando ter uma ação negativa, como por exemplo, gritar, chorar, então ela vai alterar sim o humor dela.

(P3): Quando tiram o celular do Arthur ele fica extremamente irritado ou quando a internet cai, por exemplo quando ele está assistindo algum vídeo e dar aqueles comerciais ele fica muito irritado querendo passar logo, então eu vejo que indiretamente tem uma mudança no humor sim.

(P4): Ele gosta mais do YouTube por ser algo mais visual, mas eu percebo que quando ele para de assistir YouTube ele fica irritado, tipo, quando eu falo “agora chega” ele fica irritado, porque diz que não tem nada pra fazer, tipo assim quando ele assiste muito YouTube ele brinca pouco, ele fica sem muita imaginação pra brincar, quando eu veto o YouTube aí ele brinca.

Baseado no que os pais observaram, podemos identificar que a mídia como a televisão e o YouTube pode ter uma ligação direta com a influência do humor dessas crianças, onde o excesso de exposição a mídia está associado a alguns problemas de saúde nessas crianças, quando passam a concorrer com as horas de sono e alimentando um “vício” delas quererem ficar cada vez mais jogando ou assistindo, acaba aumentando o alto nível de estresse e afetando muito a questão da imaginação dessas crianças. Vale destacar que a mídia também traz pontos positivos para o desenvolvimento dessas crianças, como canais de educação que ensinam inglês.

5.2 A relação entre a mídia e o consumo das crianças

De acordo com Trindade (2005), as crianças aprendem a comprar por referência de três grupos: família, amigos e meios de comunicação e propaganda. As crianças podem ser influenciadas de maneira intencional, ou indiretamente pela repetição. Com isso elas terão as imagens midiáticas como modelo de ser imitado. Neste sentido, quando as crianças estão vendo televisão, não estão apenas se distraíndo, mas também observando vários tipos de personalidade, construindo assim um estilo com o qual elas se identificam.

Entender como as crianças percebem a propaganda é um assunto que gera interesse na área sobre a socialização do consumo, pois os pesquisadores se preocupam com o poder da influência da mídia, e também em como a comunicação pode persuadir o público infantil, levando em consideração sua vulnerabilidade devido à falta de desenvolvimento de seu senso crítico (JHON, 2009).

É neste sentido que Linn (2006), observa que há um grande foco da mídia voltado às crianças moldado por psicólogos infantis. Segundo a autora, as crianças passam grande parte do tempo envolvidas com as mídias (rádio, televisão, internet, revistas, filmes, celulares, etc.) com fins comerciais.

(P1): a mídia é uma indústria de fazer dinheiro né? Eles fazem a publicidades, conquistam a criança fazendo toda aquela animação, toda aquela arte que tem ali por trás dos personagens, com os participantes com tudo, pra depois vim a publicidade e propaganda dos produtos que eles querem vender e atingir o público mais fácil que são os nossos filhos.

(P2): Não porque isso é uma regra estabelecida em casa, então como lá foi sempre dessa forma, ele sabe que ele não vai ganhar um brinquedo do nada, porque desde pequeno ele só ganha brinquedo em datas comemorativas, então ele não fica pedindo sempre que ver.

(P3): Com certeza, eu percebo que de uns tempos para cá isso aumentou mais, desde comida até o brinquedo, dependendo da conversa que eu tenho com ele, as vezes as crianças fazem a birra e é algo inevitável, mas entrando em um acordo muitas vezes dar pra contornar a situação. Eu só dou brinquedos para ele em datas comemorativas, como aniversário, dia das crianças, natal.

Através do relato dos pais das crianças na entrevista, observamos que dois pais enfatizaram que a mídia afeta sim no consumo dos seus filhos, pois estimulam a pedirem cada vez mais coisas que assistem na televisão e no YouTube, chegando a fazer até birras e ficarem irritados caso não ganhem o que estão querendo. Um pai falou que isso não influencia tanto no seu filho, pois existem regras estabelecidas na casa e o filho só ganha brinquedo em datas comemorativas.

Jorge (2004), afirma que as crianças passam de 3 a 5 horas diárias em frente à televisão. Os estudos realizados pelo autor mostram que as crianças assistem à televisão pelo menos 50% a mais do que o tempo em que as mesmas se dedicam a outras atividades de seu cotidiano, como fazer as tarefas da escola em casa, brincar, ajudar sua família em simples afazeres domésticos.

Surge algumas técnicas para segurar a criança em frente à televisão: propagandas de produtos que sejam visualmente atraentes; usar personagens que estejam na moda, na TV; usar músicas estimulantes. A autora ainda relata que a mídia utiliza de cores, objetos e animações para cativar a atenção das crianças utilizando nos comerciais direcionados a elas entre os intervalos de desenhos animados e programas infantis, uma mistura de contos de fadas com realidade. (PAULA, 2009, p. 17).

Karsaklian (2008), considera que, em geral, as crianças são público-alvo mais vulnerável do que os adultos, uma vez, que as crianças desconhecem os objetivos da comunicação publicitária. Porém, esse poder de discernir a propaganda irá variar muito de criança para criança, por causa da idade e da maturidade de cada uma.

Buchet e Feilitzen (2002), argumentam que a pressão da propaganda sobre as crianças vem aumentando ao longo dos anos cada vez mais, provocando a necessidade de reduzir essa pressão e estabelecer áreas onde as crianças fiquem longe de anúncios comerciais.

Momberger (2002) adverte que a criança tem uma participação importante no processo de compra. O objetivo maior das empresas de televisão é gerar lucros. São poucos programas atendem a finalidade educativa, uma vez que os programas são pagos por anunciantes que querem vender seus produtos. Desse modo, o autor indica que uma maneira de tentar evitar que isso ocorra é proporcionar às crianças as opções de canais mais educativos, onde o vínculo de propaganda é menor, permitindo assim que as crianças se divirtam sem serem manipuladas pela mídia.

5.3 O uso das mídias sociais pelas crianças: benefícios e malefícios

Os pais são responsáveis pela criação dos seus filhos, em razão disso devem manter um acompanhamento frente ao uso, tempo, exposição e modos de usar os dispositivos eletrônicos, pois são os mesmos que dispõem esse acesso precoce e exorbitante para seus filhos, favorecendo assim riscos à saúde durante o desenvolvimento e crescimento (WAISBURG, 2018)

O público jovem em especial as crianças, passam por importantes transformações físicas e intelectuais durante sua vida, o que torna de fundamental importância à análise dos impactos causados pelo crescente uso das telas, dando destaque na importância do acompanhamento dos pais durante a fase de interação da tecnologia no desenvolvimento social da criança (FERREIRA; OLIVEIRA, 2016).

São incontáveis os benefícios e as facilidades que a internet proporciona aos usuários, porém essas ferramentas também proporcionam danos aos indivíduos devido ao uso demasiado. O uso prematuro e exorbitante de qualquer tipo de aparelho eletrônico acarreta alguns prejuízos no desenvolvimento infantil,

gerando problemas emocionais, físicos e mentais no indivíduo. Por esses motivos os limites de utilização e a maneira que devem ser inseridos, devem ser analisados (FIRES, 2017).

(P1): Tem a questão das crianças conhecerem pessoas inadequadas, de verem conteúdos que não é para a idade dela, conversar com pessoas que querem fazer maldade com essas crianças né e entre outras coisas. A criança ela precisa ser bem assistida, bem amada, ela precisa saber que ela tem limites.

(P2): Acho que tudo em excesso é prejudicial né, porque ele pode acabar se acostumando também, e eu tenho muito medo que isso aconteça. O Rafael ele tem muita dificuldade em fazer algumas tarefas de casa, de sentar e resolver isso, muitas vezes porque só quer ficar naquele celular brincando.

(P3): Acho que talvez o problema das mídias sociais é que tem hora que a gente perde um pouco o controle, porque é muito fácil aparecer qualquer coisa para a criança e ele assistir, as vezes perde um pouco do foco sobre o direcionamento.

Em contrapartida, dois dos cinco entrevistados trouxeram o lado benéfico dessas mídias sociais:

(P1): [...] ele já sabia todas as placas e sinalizações, também ir no médico ele fez toda uma questão do porquê tomar vacina, e eu vi que o Joaquim ficou muito mais compreensível falando que sabia o do porque precisava tomar vacina, e eu nunca tinha falado sobre isso, tudo isso através do YouTube e da televisão.

(P2): [...] ele aprendeu a mexer no Google tradutor também, eu fiquei impressionada, ele é muito esperto. Acho que essas plataformas são muito aliadas, ajudam muito em várias coisas, coisas as vezes até que nós pais não ensinamos eles aprendem vendo.

Onde em virtude do grande avanço tecnológico, percebe-se que esse instrumento está cada vez mais presente no cotidiano das famílias, fazendo impossível imaginar uma infância sem o contato a esses recursos. A tecnologia por sua vez constitui como grande aliado no processo de desenvolvimento da sociedade, tendo algumas atividades virtuais que beneficiam a aprendizagem, além de proporcionar facilidade na comunicação, informação, facilidade no meio de trabalho e outros (SILVA; SANTOS, 2018).

O uso de aparelhos audiovisuais de forma adequada respeitando a idade e o tempo de uso proporciona benefícios como a aproximação ao mundo desenvolvido em que se encontra inserido, proporcionando a sociabilidade da criança, desenvolvendo assim o psicomotor da mesma. Em contrapartida está ocorrendo uma exposição precoce desses recursos, afetando no

desenvolvimento físico, psicológico e social da criança, o que pode levar a problemas como: obesidade, transtorno de alimentação, problemas visuais, agressividade, distúrbios do sono, diminuição do rendimento escolar, dificuldade na interação social e ansiedade (BARBARO, 2017).

É essencial que os pais ou responsáveis devam ter conhecimento quanto aos riscos que o uso demorado de aparelhos audiovisuais acarretam para o desenvolvimento e crescimento da criança, uma vez que os pais são as primeiras pessoas da família a disponibilizarem precocemente estes aparelhos para o uso. Além de controlar o tempo é necessário que estes pais estejam cientes e realizem um acompanhamento durante cada fase de desenvolvimento biopsicossocial de suas crianças, observando os programas, vídeos e jogos adequados para cada fase de desenvolvimento de seus filhos (FISTAROL, 2016).

Os pais são as principais referências na formação de seus filhos, especialmente nos primeiros anos de vida, visto isso os mesmos devem realizar um controle quanto ao tempo de uso diário dos aparelhos, supervisionar os conteúdos que são acessados pelos seus filhos durante a navegação na internet, além de disponibilizarem de mais tempo com seus filhos para assim estarem realizando atividades de lazer e brincadeiras, fora das telas, pois assim contribuirá para um efetivo desenvolvimento da criança resguardando os mesmos de futuros problemas em sua vida adulta (LINS, 2015).

6.Considerações finais

Observamos, que os pais entrevistados observaram existir uma forte influência dessas mídias na vida dos seus filhos, gerando uma alteração no humor, na influência de compras e principalmente no seu desenvolvimento, que o acesso que as crianças têm as mídias deve ser observado de forma crítica por esses pais, principalmente a televisão que tem grande poder de influenciar na rotina da casa.

Esta pesquisa é importante para a minha formação acadêmica, pois trata de um tema muito presente na realidade atual: O desenvolvimento social e a influência das mídias digitais na infância sob a perspectiva da família. Pude constatar, através de artigos científicos e entrevistas, que entre as principais

influências estão o aumento do consumo, o estresse da criança e familiar. Este último, está diretamente ligado ao consumo, pois o estresse aumenta na medida em que as crianças querem consumir produtos muitas vezes desnecessários, e, muitas vezes, quando os pais não dão, ficam irritadas ou até sentindo-se socialmente excluídas.

Não se pode afirmar que a mídia influi apenas negativamente na vida das crianças, pois ela informa, traz à tona temas atuais, culturas diversificadas, além de aproximar as pessoas. Porém, para a criança, ela influi negativamente, quando não utilizada com moderação e consciência.

Precisamos discutir mais este assunto, transformar os resultados das conversas em projetos reais, de ensinamento, mais perto da realidade das crianças e dos pais. Além de entender a importância da educação, é preciso que se dimensione o papel desempenhado pela exposição da criança aos estímulos e à influência dos meios de comunicação.

Posso afirmar ainda, de modo provisório, que a televisão e o YouTube são um dos meios de acesso mais fácil e, portanto, interfere de maneira mais intensa no consumismo dos produtos, pois está mais presente no cotidiano das crianças. Pois, como se sabe, nem sempre a mídia expõe a verdade. Pelo contrário, muitas vezes ela tenta iludir o consumidor, buscando convencê-lo a comprar.

A televisão e o YouTube atualmente são a principal companhia diária para muitas crianças, que são influenciadas quanto ao comportamento e a formação da personalidade. Os potenciais efeitos negativos da exposição televisiva são preocupantes não apenas pelo conteúdo em consumo. É fundamental unir esforços com o objetivo de não só melhorar a qualidade televisiva, sobretudo de criar e desenvolver alternativas, atividades, para entretenimento e ocupação do tempo de lazer, que devem ser tão acessíveis quanto à televisão.

Muitos pais e responsáveis acabam permitindo que as crianças passem horas vendo vídeos do YouTube, apenas usando aquele meio como uma distração, sem se preocupar com o que está sendo transmitido. Muitos YouTubers tem uma força muito grande para a construção do imaginário da criança, podendo ser uma má influência para as crianças e adolescentes. Tudo o que eles falam acaba impactando a criança, o que pode ocasionar a possibilidade de algumas mudanças no comportamento dos pequenos

Pode-se afirmar que os programas televisivos têm influenciado a criança em seu tempo livre, pois a maioria dessas crianças já tem a TV como algo cultural e cotidiano, sendo diretamente influenciadas por tudo que ali acontece.

A partir destes dados torna-se importante destacar responsabilidade dos pais em ficarem atentos e acompanhar o desenvolvimento e crescimento infantil, dando ênfase no uso exagerado das mídias digitais sobre a influência da tecnologia no desenvolvimento da criança. Destacando a importância da intervenção desses pais no processo de inclusão digital, sendo necessário que estes saibam identificar os riscos e os sinais causados pelo uso exacerbado das mídias digitais pelas crianças.

Referências:

BARTELMÉBS, Prof^a Msc. Roberta Chiesa. Analisando os dados na pesquisa qualitativa. **Metodologias de Estudos e Pesquisas em Educação III**, São Paulo, p. 1-6, 2011.

BICK, Vanice Teresinha; CLARO, Leila Mara Piasentin; ROSA, Juliana Foliatti da; PEREIRA, Lílian Lopes. AS INFLUÊNCIAS DA MÍDIA NO DESENVOLVIMENTO INFANTIL. **Rev. Psicologia em Foco**, Frederico Westphalen, v. 5, n. 5, p. 101-115, jul. 2013.

BRAZ, Thaísa Santos. **INFLUÊNCIA DA TELEVISÃO NO COMPORTAMENTO INFANTIL**. 2010. 12 f. TCC (Doutorado) - Curso de Pedagogia, Faculdade São Luís de França, Aracajú, 2010.

CÂMARA, Hortência Veloso; PEREIRA, Myreya Lina Sardinha; COUTO; Giullia Bianca Ferracioli do; DIAS, Adriana Keila; MARKUS, Glaucya Wanderley Santos; LOURENÇO, Lécia Kristine; PEREIRA, Reobbe Aguiar. Principais prejuízos biopsicossociais no uso abusivo da tecnologia na infância: percepções dos pais. **Id on Line Rev.Mult.Psic.**, Julho/2020, vol.14, n.51, p. 366-379. ISSN: 1981-1179.

CARLSSON, Ulla; FEILITZEN, Cecilia V.(orgs). **A criança e a mídia: imagem, educação, participação**. 2. ed. São Paulo: Cortez; Brasília: UNESCO, 2002.

CORREIA, Maria da Conceição Batista. A OBSERVAÇÃO PARTICIPANTE ENQUANTO TÉCNICA DE INVESTIGAÇÃO. **Pensar Enfermagem**, v. 13, p. 1-7, 2009.

FANTIN, Monica; RIVOLTELLA, Pier Cesare. CRIANÇAS NA ERA DIGITAL: desafios da comunicação e da educação. **REU**, Sorocaba, v. 36, n. 1, p. 84-104, jun. 2010.

FREITAS (H.). Análise de dados qualitativos: aplicações e as tendências mundiais em Sistemas de Informação. São Paulo/SP: Revista de Administração da USP, RAUSP, v. 35, nr. 4, Out-Dez.2000, p.84-102

GASPAR, Christianny Cavalcante Bandeira; NEGRÃO, Keyla. N@tivos Digitais: a midiatização da infância nos processos de leituras por meio das mídias digitais. **Puçá**: Revista de Comunicação e Cultura da Faculdade Estácio do Pará, Belém, v. 3, n. 1, p. 238-260, jul. 2017.

HENSEL, Laís Carla. **INFLUÊNCIAS DA MÍDIA NO DESENVOLVIMENTO INFANTIL**. 2015. 37 f. TCC (Graduação) - Curso de Pedagogia, Universidade Regional Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul., Santa Rosa, 2015.

IGNÁCIO, Patrícia. **Crianças, consumo e identidade**. In: COSTA, Marisa V. (org). A educação na cultura da mídia e do consumo. Rio de Janeiro. Lamparina, 2009. p. 47-48.

NASCIMENTO, Neuvani Ana do. CRIANÇAS E MÍDIAS DIGITAIS: ENTRE RÓTULOS E EXPLICAÇÕES. *Série-estudos*, p. 1-12, 2015.

NASCIMENTO, Neuvani Ana do; PEIXOTO, Joana. Mídias digitais e desenvolvimento infantil: para além de rótulos e explicações. **Série-estudos - Periódico do Programa de Pós-graduação em Educação da Ucdb**, Campo Grande, p. 119-138, 2015

OLMOS, Ana. PUBLICIDADE DIRIGIDA À CRIANÇA: VIOLÊNCIA INVISÍVEL CONTRA A INFÂNCIA. *Construção Psicopedagógica*, São Paulo, p. 34-46, 2011.

RIBEIRO, Ana Caroline; BATISTA, Aline de Jesus. INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA CRIANÇA / PRÉ-ADOLESCENTE E A EDUCOMUNICAÇÃO COMO

MEDIADORA DESSE CONTATO. **Alcar – Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia**, Tocantins, p. 1-10, 2010.

ROCHA, Décio; DEUSDARÁ, Bruno. Análise de Conteúdo e Análise do Discurso: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória: aproximações e afastamentos na (re)construção de uma trajetória. **Alea**, Campinas, v. 7, p. 305-322, 2005.

SOUZA, R. G. et al. Consumo Infantil: A Influência da Mídia no Desejo de Compra das Crianças. XIV Simpósio em Excelência em Gestão e Tecnologia, 2017.

Anexos:

PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

Título da Pesquisa: O desenvolvimento social e a influência das mídias digitais na infância sob a perspectiva da família **Pesquisador:** Deyseane Maria Araújo Lima **Área Temática:**

Versão: 2

CAAE: 31361020.7.0000.5049

Instituição Proponente: IPADE - INSTITUTO PARA O DESENVOLVIMENTO DA EDUCACAO LTDA. **Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

DADOS DO PARECER

Número do Parecer: 4.137.447

Avaliação dos Riscos e Benefícios:

Riscos:

Entende-se que essa pesquisa contém risco mínimo, pois não pretende intervir na dimensão biopsicossocial dos indivíduos.

Benefícios:

A participação dos pais ou cuidadores contribui para o aumento do conhecimento dessa pesquisa, especificamente discussões que envolvam as práticas parentais e ansiedade social na infância. E, ainda pode contribuir de

maneira indireta para a promoção de intervenções responsáveis e provenientes de dados de pesquisa futuramente.

Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:

Pesquisa relevante.

Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:

Sem pendências de Documentos.

Recomendações:

Enviar Relatório Parcial e Final via Plataforma Brasil;

Máxima Atenção dos pesquisadores ao Cronograma e determinações da Resolução 466/2016.

Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:

Pesquisa apresentada segue as recomendações da Resolução 466/2016.

Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1514250.pdf	09/06/2020 14:25:08		Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	TccCompleto.docx	09/06/2020 14:22:52	JOAO GABRIEL FACUNDO OLIVEIRA	Aceito

TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	tcledocumentotcc.docx	09/06/2020 14:20:23	JOAO GABRIEL FACUNDO OLIVEIRA	Aceito
Orçamento	orcamentotccnovo.docx	30/04/2020 11:27:32	JOAO GABRIEL FACUNDO	Aceito
Outros	RoteirodeentrevistaTcc.docx	30/04/2020 10:49:44	JOAO GABRIEL FACUNDO	Aceito
Cronograma	CronogramaTcc.docx	24/04/2020 12:53:37	JOAO GABRIEL FACUNDO	Aceito

Folha de Rosto	folhaderostoassinada.pdf	22/04/2020 12:48:17	JOAO GABRIEL FACUNDO	Aceito
----------------	--------------------------	------------------------	-------------------------	--------

Situação do Parecer:

Aprovado

Necessita Apreciação da CONEP:

Não

FORTALEZA, 06 de Julho de 2020

Assinado por:
OLGA VALE OLIVEIRA MACHADO
(Coordenador(a))

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) para participar da pesquisa intitulada “**O desenvolvimento social e a influência das mídias digitais na infância sob a perspectiva da família**”, sob a orientação da pesquisadora Deyseane Maria Araújo Lima.

Nesta pesquisa nós estamos buscando compreender as concepções de pais e/ou cuidadores sobre as influências midiáticas no desenvolvimento social de crianças de 3 a 6 anos.

O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido será obtido pelo pesquisador João Gabriel Facundo Oliveira. Na sua participação, você responderá presencialmente ou online uma entrevista, que será gravada e transcrita. Após a transcrição da gravação para a pesquisa, a mesma será desgravada. Os seus dados são preservados, não apresentando assim nenhuma forma de identificação. Os resultados da pesquisa serão publicados e ainda assim a sua identidade será preservada. Você não terá nenhum gasto e ganho financeiro por participar na pesquisa.

Esta pesquisa trata-se de envolver seres humanos e, portanto, sujeitos com histórias de vida, vivências e modo único e singular de pensar, agir e lidar com as dificuldades advindas do meio externo, é importante reconhecer a sua liberdade de expressão, logo, sua capacidade de decidir aquilo que se revela de melhor para ele. Além disso, ao preconizar a eticidade nos processos científicos, deve-se considerar também sua dignidade, a fim de proteger e dar respaldo a sua identidade. Nesse sentido, os dados dos participantes e seus cuidadores serão sigilosos e preservados. Eles serão informados que a qualquer momento podem desistir de participar do estudo, evitando, de tal modo, impactos na integridade biopsicossocial dos indivíduos. Entende-se que essa pesquisa contém risco mínimo, pois não pretende intervir na dimensão biopsicossocial dos indivíduos.

No entanto, a participação dos pais ou cuidadores contribui para o aumento do conhecimento dessa pesquisa, especificamente discussões que

envolvam as práticas parentais. E, ainda pode contribuir de maneira indireta para a promoção de intervenções responsáveis e provenientes de dados de pesquisa futuramente. Se houver alguma questão específica será realizado o atendimento e encaminhamento para o serviço de psicologia aplicada (SEPA), será disponibilizado o e-mail do pesquisador para que os participantes possam entrar em contato e, assim, sanar suas dúvidas ou demandas.

Você é livre para deixar de participar da pesquisa a qualquer momento sem nenhum prejuízo ou coação. Uma via original deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido ficará com você. Qualquer dúvida a respeito da pesquisa, você poderá entrar em contato com:

João Gabriel Facundo Oliveira

Unichristus – Rua Vereador Paulo Mamede 130

Fortaleza – CE

Telefone: (85) 997054529

Fortaleza, _____ de _____ de 2020

Assinatura do pesquisador

Eu aceito participar do projeto citado acima, voluntariamente, após ter sido devidamente esclarecido.

Participante da pesquisa

Apêndices:

Roteiro de entrevista

- 1- Qual a sua compreensão sobre influência da mídia no desenvolvimento social da criança?
- 2- Qual a sua percepção sobre a relação entre a mídia e o consumo das crianças? Você acha que afeta esse indivíduo?
- 3- Você acha que as redes sociais podem interferir no humor e no desenvolvimento social dessas crianças?
- 4- Na sua concepção você acha que o uso exagerado de mídias sociais como televisão e youtube podem trazer que tipo de malefícios para essas crianças?