

**PROPAGANDA E CONSUMO EM SITES INFANTIS:
cri@nca.com.br X cri@nca.edu.br¹**

Reinaldo dos SANTOS - UFGD/Brasil
doc.rei@hotmail.com

RESUMO

As Tecnologias da Informação e Comunicação, relacionadas com a internet, alteram consideravelmente o cotidiano das pessoas e têm sido usadas de várias maneiras e em diferentes níveis de intensidade, nos mais variados contextos, como trabalho, educação e entretenimento. O comércio, a propaganda, a publicidade e a influência na formação de pessoas/cidadãos/contribuintes/consumidores tem se constituído em um campo de preocupações de estudos da sociologia, psicologia, comunicologia e também da educação.

Neste sentido, este texto representa uma análise das abordagens de propaganda e consumo em sites direcionados para crianças, buscando refletir sobre a relação entre internet e consumo. Analisa, por meio da depuração de conteúdos de sites direcionados a crianças, os conteúdos de propaganda e o incentivo à compra de produtos e serviços. Discutir sobre o enfoque presente nos sites, envolvendo propaganda e consumo de produtos e serviços foi o objetivo geral e os específicos foram: identificar se o site infantil faz propaganda de produtos e serviços; identificar se o site infantil vende produto ou serviço, direta ou indiretamente; analisar se a abordagem de venda ou propaganda é dirigida para crianças ou para adultos. Os dados obtidos revelam que a maioria dos sites tem uma abordagem direta para influenciar as crianças ao consumo e que é necessário que pais e professores conheçam estes sites e possam se preparar melhor para mediar o acesso feito por seus filhos e alunos. Os resultados alcançados configuram-se em informações básicas importantes para pais e professores conhecerem as relações de consumo que se estabelecem com as crianças na internet e poderem se preparar melhor para o acompanhamento, a supervisão e a preparação de seus filhos e alunos para o uso consciente da internet e de tecnologias similares.

Palavras-chave: educação; internet; infância; propaganda.

RESUMEN

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, relacionadas con internet, alteran considerablemente el cotidiano de las personas y son usadas de varias formas y en diferentes niveles de intensidad, en distintos contextos, como trabajo, educación y entretenimiento. El comercio, la propaganda, la publicidad y la influencia en la formación de personas/ciudadanos/contribuyentes/consumidores se han vuelto preocupaciones de estudios de la sociología, la psicología, la comunicología y también de la educación. En este sentido, este texto representa un análisis de los abordajes de propaganda y consumo en sitios web dirigidos a niños, buscando reflexionar sobre la relación entre internet y consumo. Analiza, a través de la depuración de contenidos de sitios web dirigidos a niños, los contenidos de propaganda y el incentivo a la compra de productos y servicios. Discutir sobre el enfoque presente en los sitios web, involucrando a la propaganda y al consumo de productos y servicios fue el objetivo general y los específicos fueron: identificar si el sitio web infantil hace propaganda de productos y servicios; identificar si el sitio web infantil vende productos o servicios, directa o indirectamente; analizar si el abordaje de venta o propaganda está dirigido a niños o a adultos. Los datos obtenidos revelan que la mayoría de los sitios web tiene un abordaje directo para influenciar los niños al consumo y que es necesario que padres y

¹ Texto resultante de pesquisa do Projeto “Inclus@o.digital.com.protagonismo.br”, com dados do Trabalho de Conclusão de Curso de Pedagogia, na Universidade Federal da Grande Dourados, de Simone R. B. Santos, em coautoria com o orientador Reinaldo dos Santos, em 2012

II JORNADAS INTERNACIONALES “SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS, SUBJETIVIDAD Y EDUCACIÓN”

9, 10 y 11 de abril de 2014

ISBN 978-987-3617-11-9

profesores conozcan estos sitios y puedan prepararse mejor para intermediar el acceso de sus hijos y alumnos. Los resultados alcanzados se configuran como informaciones básicas importantes para que padres y profesores conozcan las relaciones de consumo establecidas con los niños en internet y puedan prepararse mejor para el acompañamiento, la supervisión y la preparación de sus hijos y alumnos para el uso consciente de internet y de tecnologías similares.

Palabras clave: educación; internet; infancia; propaganda.

Introdução

Antigamente bastava ao capital produzir mercadorias, o consumo sendo mera consequência. Hoje é preciso produzir os consumidores, é preciso produzir a própria demanda e essa produção é infinitamente mais custosa do que a das mercadorias (BAUDRILLARD, 1995).

Nas sociedades contemporâneas, o “ter” tem sido marca de “poder” e isso tem influenciado diretamente no modo de vida de nossas crianças. De acordo com (DORNELLES, 2005 *apud* BAUMAN, 1998, p.55).

A sociedade do consumo é, pois, constituída por um mercado de desejos e seduções, visto que “os impulsos sedutores, para serem eficazes, devem ser transmitidos em todas as direções e dirigidos indiscriminadamente a todos aqueles que os ouvirão”

As Novas Tecnologias da Informação e Comunicação, sobretudo as relacionadas com a internet, alteram consideravelmente o cotidiano das pessoas. A Rede Mundial de Computadores tem sido usada de várias maneiras e em diferentes níveis de intensidade, nos mais variados contextos, como trabalho, educação e diversão, por exemplo. O comércio, a propaganda, a publicidade e a influência na formação de pessoas/cidadãos/contribuintes/consumidores tem se constituído em um campo de preocupações de estudos da sociologia, psicologia, comunicologia e também da educação.

Neste sentido, a abordagem deste artigo está relacionada a uma análise de abordagens de propaganda e consumo em sites direcionados para crianças. O objetivo geral procurou discutir sobre o enfoque presentes nos sites para a propaganda e o consumo de produtos e serviços. Os objetivos específicos foram: Identificar se o site infantil faz propaganda de produtos e serviços; identificar se o site infantil vende produto ou serviço, direta ou indiretamente; analisar se a abordagem de venda ou propaganda é dirigida para crianças ou para adultos.

Para a realização de tais atividades, delimitamos dez sites da internet voltados especificamente para crianças, na língua portuguesa e no Brasil.

Em relação aos procedimentos metodológicos, podemos citá-los do seguinte modo: pesquisa bibliográfica sobre mídia, internet e criança; pesquisa documental nos sites voltados para crianças; pesquisa analítica de conteúdo de propaganda e consumo nos sites; análise dos dados obtidos e elaboração do artigo.

Os resultados obtidos configuram-se em informações básicas mais importantes para pais e professores conhecerem as relações de consumo que se estabelecem com as crianças na internet e poderem se preparar melhor para o acompanhamento, a supervisão e a preparação de seus filhos e alunos para o uso consciente da internet e de tecnologias similares.

A Internet e o cotidiano das pessoas

Comentando acerca das abordagens sobre a internet, torna-se necessário uma breve concepção sobre o que é a internet propriamente dita e suas especificidades. No dicionário Larrousse, podemos enfatizá-la como: Conjunto de redes de computadores interligadas por um protocolo comum (que permite a localização de páginas nos cinco continentes) e que funcionam de modo independente de controle central.

Assim, podemos destacar que a internet é um grande conjunto de redes de computadores interligadas pelo mundo inteiro; de forma integrada viabilizando a conectividade independente do tipo de máquina que seja utilizada, que para manter essa multi-compatibilidade se utiliza de um conjunto de protocolos e serviços em comum, podendo assim, os usuários a ela conectados usufruírem de serviços de informação de alcance mundial. A comunicação via internet pode ser de diversos tipos: dados, voz, vídeo, multimídia. Devido a recursos cada vez mais "pesados", uma maior velocidade das transmissões torna-se cada vez mais necessária.

Desde a popularização da internet, houve no mundo grandes mudanças, o acesso à notícia e ao entretenimento ficou mais simples, dando facilidade na vida e no dia-dia das pessoas. Além disso, possibilita a integração entre indivíduos de diferentes grupos étnicos, sociais e culturais e de níveis diferentes de escolaridade. Entretanto

A internet vem se consolidando cada vez mais como principal fonte de acesso ao patrimônio da comunidade mundial humana, seja através do compartilhamento de informações e entretenimento ou da difusão de conhecimento representado, dessa maneira, é o ícone de maior expressividade de comunicação em nossa era. Comunicação instantânea, onipresente, veloz, com a interatividade, é paradoxal, permitindo a expressão da individualidade e ao mesmo tempo, a ausência de privacidade. Objeto de desejo dos excluídos digitais, de consumo dos incluídos digitais, de discussões e estudos científicos e nos últimos tempos, ferramenta de trabalho dos novos criminosos, os bandidos virtuais (MARTINES, 2010 apud CHAMA, 2006, p.2).

A utilização da Rede Mundial de Computadores e das novas tecnologias tornou-se hoje uma necessidade na vida coloquial das pessoas, já que sem elas não teríamos a mesma praticidade em nos relacionar e realizar tarefas comuns. “A internet tem se tornado o espelhamento da nossa realidade, e assim como tal, possui momentos de vivências boas e ruins” (GOMES, 2011, p. 17).

II JORNADAS INTERNACIONALES “SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS, SUBJETIVIDAD Y EDUCACIÓN”

9, 10 y 11 de abril de 2014

ISBN 978-987-3617-11-9

A rede vem cada vez mais conquistando usuários em todo o mundo. A fácil ascensão a notícias, diversões e até mesmo compras tem atraído um numero ainda maior de usuários. Vivemos num mundo onde as maiorias das pessoas saem de casa para trabalhar e, por consequência, acabam tendo uma enorme falta de tempo para afazeres domésticos como pagar contas por exemplo. A internet além de suas principais designações, também surgiu como um meio para prontificar a vida dessas pessoas, já que hoje é possível fazer qualquer acordo via internet.

Estamos vivendo uma nova era, em que transações comerciais são realizadas de maneira globalizada, ao mesmo tempo, entre organizações e pessoas localizadas nos mais diversos cantos do planeta. Cientistas de todo o mundo de reúnem virtualmente para realizar e discutir resultados. Grandes volumes de dados são transmitidos, transferido de lugares distantes em questão de segundo, transformando o planeta numa imensa rede global (GOMES, 2011 apud KENSKI, 2010, p.40).

Ainda sobre a disponibilidade da internet na vida das pessoas, segundo Cysneiros (1999, p.10).

A internet é um emaranhado de sistemas e serviços, alguns derivados de estruturara tradicionais, como correios, bibliotecas, bancos. Outros são novos, devido a características intrínsecas à mídia, salientando-se a virtualidade, a interatividade e a sincronia, tendo transformado a velocidade e as formas de comunicação entre indivíduos, grupos, instituições. Tais características possibilitaram a concretização de idéias já existentes, particularmente o hipertexto.

A estimação da web na sociedade também pode ser atribuída a um grande numero de oportunidades que podem ser exploradas no meio virtual como conhecer lugares, costumes, culturas, conhecer pessoas, fazer um curso a distancia, tudo isso contribui para que ela se popularize ainda mais.

Outro aspecto importante de se mencionar é a questão de que as pessoas estão deixando de viver em sociedade em função da tecnologia. Antes os indivíduos iam aos supermercados e lojas para fazerem suas compras, hoje muito raramente saem de casa para efetuar tais atividades. A internet possibilita fazer tudo isso no aconchego do lar, e sem o estresse da aglomeração de pessoas. Com ela, uma pessoa pode se comunicar com muitos sem ter contato pessoal com ninguém. Assim como distingue (GOMES, 2011 apud CASTILHO, 2009).

Quem poderia imaginar que [...] trabalho, diversão, amigos, fantasias, sonhos, medos, curiosidades e ate [...] crimes pudessem ser agrupados simultaneamente em uma única maquina? Isso tudo é possível, basta um computador conectado à internet.

Mencionamos ainda o fato de a internet ser perigosa, pois muitas pessoas a tomam como um espaço para criar desafetos expondo a vida do outro e até mesmo os ridicularizando em público. Além disso, coisas mais sérias podem ocorrer como seqüestros e roubos que podem ser ocasionados pela exposição da vida íntima na rede.

“A internet facilitou tanto o mundo das boas ocorrências como também entusiasmou ações voltadas para consequências ruins. A falsa idéia de anonimato no imensurável mundo virtual encorajou muitos internautas a desenvolverem atitudes ofensivas e criminosas” (GOMES, 2011, p.53). Por isso

devemos estar bem atentos em tudo o que postamos ou divulgamos na rede, qualquer informação a mais pode vir a se tornar um trunfo nas mãos de pessoas erradas.

Crianças e Internet

A sociedade contemporânea é marcada pelas relações de propriedade e consumo. Ninguém nasce consumidor ou consumista, pois o consumo é construído socialmente, por meio de valores, hábitos, atitudes, gradualmente inseridos nas crianças e reforçados nos adultos, tanto pelo exemplo com a convivência com pais, como pela influência da propaganda, publicidades e cultura social difundidas pela mídia.

A Rede Mundial de Computadores vem interferindo significativamente no cotidiano de crianças de todas as idades, ela chega se desvendando de maneira sedutora e atraente, pois os pequenos vêm na rede um ambiente de diversão e interação com o mundo.

A Internet já faz parte da vida da nova geração e é necessário nortear as crianças e jovens sobre como utilizar a rede de maneira cautelosa e favorável. Mesmo a televisão ainda sendo a campeã na vida dos pequenos, a migração da TV para o computador tende a aumentar cada vez mais. Devemos nos atentar também aos tipos de conteúdos que as crianças vêm tendo acesso nesse meio.

Os infantes iniciam o uso da internet mesmo antes de serem alfabetizados, tendo cada vez mais fácil acessibilidade para tal. Entrar na internet e brincar no computador é uma das atividades de lazer favoritas das crianças presentemente. “As crianças têm contato mais cedo com o mundo da computação e poderão tornar sujeitos mais críticos, desenvolver suas capacidades lógicas e cognitivas que melhorarão seu contato com esse emaranhado de informações” (MARTINES, 2010 apud LUCENA, 1999).

Por outro lado, há uma grande preocupação por parte de pais e educadores sobre o que essas crianças vêm acessando. A maior parte dessa preocupação passa pelos perigos da pedofilia, pelo bullying e por outros tipos de violência que devem ser considerados num artifício que garanta a proteção das crianças na rede. Mas abordaremos aqui da questão comercial dirigida ao público infantil no sitio, que por sua vez, aparece em demasia. Nesse contexto isso ocorre por que

O acesso fácil e rápido a diferentes recursos como editores de textos, imagens, vídeos e som, tutoriais, simuladores, jogos, informações e serviços em geral, permite que o navegador tenha condições de criar autonomia e ir à busca do que verdadeiramente lhe interessa. (GOMES, 2011, p. 50).

Os pequenos são considerados um público alvo importante, pois aprendem a usar o computador e as novas tecnologias bem cedo e, por isso, agem naturalmente com o meio virtual. Eles tem comando

na compra de produtos, pois são o público do futuro, quem um dia terá o poder de compra nas mãos. Alguns até influenciam os adultos quando dão suas opiniões sobre preferências em produtos a serem adquiridos pela família. E com isso careço que:

[...] as crianças e adolescentes são os dois maiores setores em crescimento na internet. As crianças que ficam sozinhas em casa ou aquelas cujos pais não controlam ou impõem limites ao uso, são as que estão em maior risco. Algumas crianças sabem mais sobre a internet do que os seus pais. Pela primeira vez, as crianças são a autoridade em conhecimentos sobre computadores. As crianças tendem a se ligar facilmente a alguns recursos da internet, como jogos online e a pornografia. Quanto mais jovem a pessoa, mais vulnerável ela é. Nós aconselhamos os pais a não deixar seus filhos ficarem horas na internet nem navegam sem acompanhamento (MARTINES, 2010 apud AURICCHIO, 2005, s/p).

O exagero de mensagens comerciais direcionadas ao público infantil pode originar uma cadeia de problemas, pois crianças são facilmente levadas pelas solicitações de mercado. O agenciamento de compra em sites infantis é muito grande, podendo muitas vezes, levar ao consumo desregrado por parte das crianças. È como aponta (DORNELLES, 2005, p. 97) quanto cita que:

As crianças investem em seus corpos o que é “ditado” pelos sites, pelos clips de musica ou pelas revistas infantis de forma que comprar produtos de grifes, ter acessórios que aparecem nos anúncios publicitários, consumir jogos eletrônicos ou cards de ultima geração e no seu original, tudo isso indica um modo de ser fashion. As crianças consomem as imagens e as materializam em si mesmas: tê-las inscritas em si significa pertencer a um espaço perpassado pelo poder, a um espaço que distingue e, ao mesmo tempo, as homogeneiza. As meninas e meninos ocupam, então, um espaço e são definidas por suas posições nesse espaço.

A mídia tomou o papel de transmitir os caminhos da infância. Porém, ostentou isso pensando no lucro imediato, e não nas crianças ou no futuro da nação A infância não pode ser escravizada pelo falso contentamento que a sociedade de consumo nos cede. Criança precisa de visão, de expressões e de escuta. Carece ter infância para ser criança, e isso precisa de uma boa postura dos pais diante do que a internet (mídia) transmite para seus filhos, cabe a ele a decisão dos conteúdos a que seus filhos serão expostos.

Propaganda e consumo em sites infantis

No cenário atual, temos vivenciado um grande aumento no que diz respeito à utilização da Rede Mundial de Computadores por parte das crianças. E é nesse aspecto que procuramos pesquisar os dez sites infantis de maior fluxo entre o público infantil fazendo uma análise sobre o que eles oferecem e os possíveis apelos de consumo contidos subentendidos ou explícitos nesses sites.

O Cartoon Network (<http://www.cartoonnetwork.com.br/#/home>) é o site infantil mais acessado no momento. Ele é vinculado a um canal de televisão fechado e traz uma infinidade de jogos, com diversos personagens infantis da atualidade como o “Bem 10” que é adorado pelas crianças. Apresenta logo na parte superior uma barra com a programação televisiva que está sendo transmitida no momento,

II JORNADAS INTERNACIONALES “SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS, SUBJETIVIDAD Y EDUCACIÓN”

9, 10 y 11 de abril de 2014

ISBN 978-987-3617-11-9

e ao lado uma faixa de publicidade apresentando filmes, revistas e utilidades sobre personagens infantis, que estão sendo lançados no mercado. Dessa forma, o site vai aguçando o anseio das crianças em possuir esses produtos e de certo modo a expandir seus desejos de consumo.

Figura 1 – Site Cartoon Network



Logo abaixo, oferece um espaço de buscas para melhor navegação do usuário. Na barra inferior, traz publicidades de jogos, uma lista dos quatro jogos mais acessados, e as últimas novidades do site. Ao final, oferece ferramentas de busca de jogos, vídeos, celulares e extras. É interessante ressaltar que esse site possui um link com dez dicas de segurança online para crianças no que diz respeito aos perigos que a internet traz, ele ensina a não oferecer senhas, não colocar informações online, não baixar arquivos duvidosos e outros mais. Também possui um guia para os pais informando como funciona o site e suas especificações.

Do mesmo modo, o Disney Channel (<http://home.disney.com.br>) é um site ligado a um canal de televisão fechado onde se encontram desenhos animados, jogos, atividades, fábrica de brinquedos, desenhos para colorir e muitas outras opções. Logo na página inicial ele proporciona ao internauta assistir a um breve trecho dos filmes que a Disney está lançando.

Na parte de cima nota-se uma ferramenta de busca, além de uma infinidade de opções de entretenimento como jogos, vídeos, personagens da Disney em destaque no momento, especiais, filmes, TV, músicas, shows, parques e rádios. Sua publicidade aparece embaixo, mas não possui nenhum

II JORNADAS INTERNACIONALES “SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS, SUBJETIVIDAD Y EDUCACIÓN”

9, 10 y 11 de abril de 2014

ISBN 978-987-3617-11-9

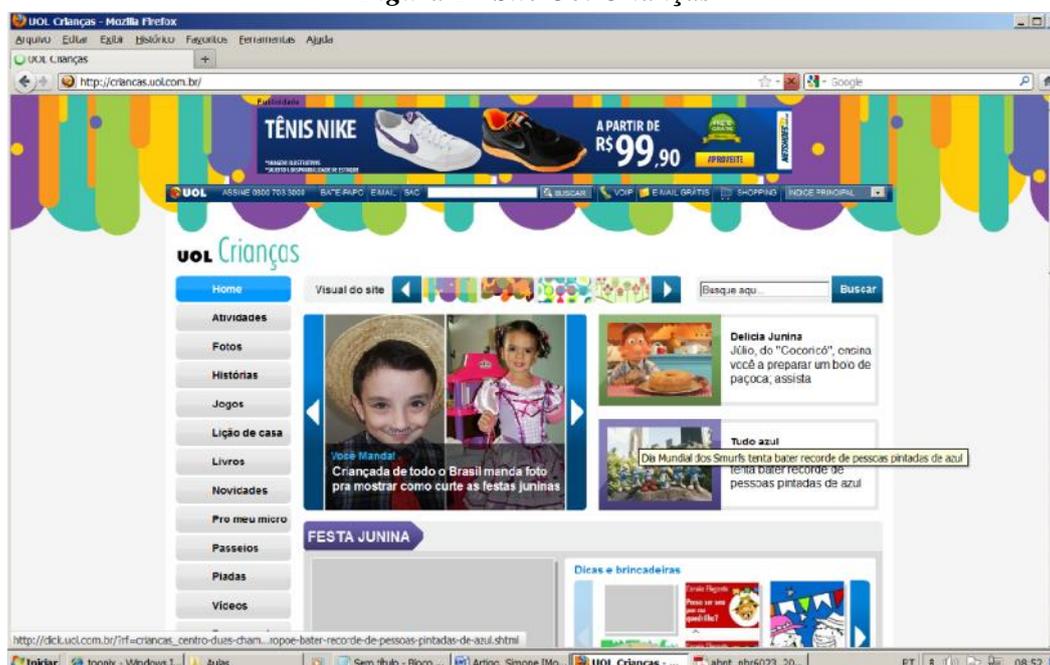
discurso direto para crianças e nem propagandas claras ao público alvo, apenas ressalta que os filmes estão disponíveis para compra.

A ferramenta “Parques” leva direto para uma página de publicidade da Disney World, o parque de diversões mais cobiçado pelas crianças e adolescentes do mundo. Ele compartilha informações sobre hotéis, parques diversos, outras recreações para se fazer no local, além de simulações de orçamentos de viagem até a Disney e os preços de ingressos dos parques.

Dessa forma, entendemos que o site traz informações para os pais via crianças, já que os pequenos não têm poder de compra. É uma estratégia interessante, pois os pais acabam sendo influenciados pelos filhos e acabam cedendo aos apelos dos mesmos.

Também, nessa mesma busca analisamos a Discovery Kids (<http://www.discoverykidsbrasil.com/>), que é vinculado ao canal de televisão fechado Discovery Channel que possui séries desenvolvidas através de vídeos, jogos, atividades para colorir, recortar, montar e experimentos. Em sua página inicial mostra uma barra na parte de cima onde é destinada a publicidade, que apresenta basicamente personagens e desenhos animados da TV.

Figura 2 - Site Uol Crianças



Abaixo possui alguns personagens favoritos do site, o lado esquerdo do monitor traz a programação televisiva do canal com os horários de desenhos animados, os vídeos mais populares e os programas mais vistos, jogos múltiplos com personagens, estréias onde mostram os novos episódios e

programas. Para os pais o site proporciona um espaço onde traz mensagens de carinho e amor com os animais, opções de programações do Discovery para adultos, experimentos, cartões e artigos.

Igualmente proporciona baixar alguns arquivos de desenhos infantis. Ao final na opção “festas” quando clicada leva a outro espaço denominado “monte sua festa”, mas só é possível entrar com senha e login. Numa ultima analise, aparentemente o site não traz espaço de venda de produtos nem para as crianças nem para os pais.

De acordo com o observado, o site da revista Recreio, o UOL (<http://criancas.uol.com.br/>) é um site de noticias e entretenimento que possui um lugar dedicado as crianças. Logo na pagina inicial aparecem na barra de publicidades anúncios de lançamentos de tênis, a marca e o preço. Inferiormente na lateral direita surgem opções de navegação como atividade, fotos, histórias, jogos, lição de casa, livros, novidades, passeios, piadas e vídeos.

Há um espaço reservado aos pais em que trata de assuntos adultos como, por exemplo, notícias jornalísticas e educação. Fica evidente que nesse espaço o marketing e a propaganda prosperam, pois toda hora o recinto publicitário se renova trazendo propagandas de roupas, celulares, relógios, computadores dentre outros. Dentro desse espaço reservado aos pais, verificou-se também, no final da página, outro ambiente onde se podem deixar comentários sobre o site e suas notícias, além de um link que leva o internauta direto as compras. Então o referido site mostrou levar o desejo de consumo tanto para as crianças quanto para os adultos e fortalecer cada vez mais a formação de opiniões e a cobiça das crianças frente ao artefato de consumo.

Conforme o objetivo almejado, averiguamos o site do Seninha (<http://senna.globo.com/senninha/jogos.asp>) que tem vinculo com o instituto Airton Senna que pertence a Rede Globo de televisão. Em sua página inicial aparecem links sobre a composição da turma do Seninha, revistinha, historias, download, cineminha, mural, passa tempo, jogos e cadastro onde a criança recebe as novidades do site via email.

Logo abaixo aparece o histórico do projeto, amostra de jogos com os personagens da turma e categorias de jogos. O link “revistinha” leva o internauta às revistas em quadrinhos mais recentes e logo abaixo aparece um espaço de compra dessas revistas que permite a escolha de edições anteriores.

Na ultima linha da página, aparece um link denominado “produtos” que leva diretamente a uma série de artigos como chocolates, doces, frutas, molhos e condimentos com a figura do Seninha. Isso é uma grande tática, pois acaba facilitando a venda desses produtos em que as crianças se deixam influenciar pela representação e fazem de tudo para adquiri-lo.

Igualmente aos demais, o Iguinho (<http://iguinho.ig.com.br/>) é um site infantil vinculado ao IG que é uma página de anúncios e entretenimento. Podemos perceber que o espaço logo em sua página inicial, na barra de publicidades, mostra uma grandeza de anúncios destinados à venda de produtos como computadores, celulares roupas e tudo já com o preço de custo ilustrado na tela.

Do mesmo modo, averiguamos o site da Barbie (<http://br.barbie.com/>), que mostrou ser um dos mais apelativos em relação ao consumo. Ele é vinculado a Mattel (2º maior fábrica de brinquedos o mundo) e demonstra que para serem fashion as meninas devem estar na moda e ter um amplo armário cheio de roupas e calçados a disposição, assim como a Barbie.

A página exibe uma faixa de publicidade onde aparecem todos os modelos de bonecas da Barbie que estão no mercado. Inferiormente possuem vários links que levam para jogos, vídeo, armário da Barbie, quarto, filmes, quero ser e mundo virtual. Abaixo aparecem novidades de lançamentos de filmes e bonecas.

Figura 3 – Imagens de Site da Barbie

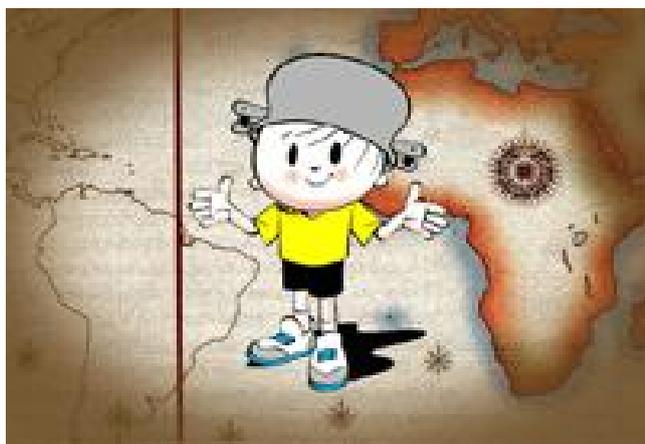


No término da página surge um espaço destinado aos adultos, onde se apresentam modelos de bonecas Barbie para colecionar, trazendo bem na parte inferior da página um link que leva a compra desses produtos.

O link “quero ser” trata do que quero ser no futuro, onde aparecem diversos modelos da boneca ilustrando várias profissões. Também no link “vídeos” podemos acessar todos os vídeos de propaganda da Barbie que aparecem na televisão onde a propaganda torna-se direta às crianças e a todos que ele tiverem acesso.

Não só, mas também está dentre os pesquisados o site menino maluquinho (<http://omeninomaluquinho.educacional.com.br/>). O menino maluquinho é um livro infanto-juvenil brasileiro de 1980 criado pelo desenhista e cartunista Ziraldo. Em seu site você encontra a história do menino maluquinho on-line, jogos, passatempos, tirinhas, piadas, frases, papéis de parede e matérias especiais sobre diversos temas.

Figura 4 – Site Menino Maluquinho



7 de junho

1494

Assinatura do Tratado de Tordesilhas entre D. João II de Portugal e os reis católicos da Espanha

Olhando no calendário, percebi que hoje é comemorado o dia em que se assinou o Tratado de Tordesilhas por Portugal e Espanha. Mas, afinal, o que será que é esse tal tratado? Ele foi criado porque os portugueses e os espanhóis viviam brigando pelas terras que estavam sendo descobertas pelo mundo

Percebeu-se que essa página tem um fundo unicamente educacional e não origina nenhuma situação de publicidade ou propaganda de produtos em seu layout. Ela é um exemplo de como deveriam ser os sites voltados para crianças, tais sites deveriam visar atender às necessidades das crianças quanto à diversão e a informações, careceriam ao mesmo tempo conter brincadeiras e estimular o raciocínio da criança, o que seria de grande benefício para ela. Mas infelizmente são poucos os que oferecem somente isso, a maioria deles se valem do espaço para propagandas destinadas às crianças e acabam por produzir consumidores em miniatura.

E ainda, verificamos o site da Hot Wheels (<http://br.hotwheels.com/>), que é uma marca de carros de brinquedo, introduzida pela indústria de brinquedos estado-unidense Mattel em 1968. No site da Hot Wheels podemos encontrar em sua página de início uma barra de anúncios publicitários que demonstram os inúmeros modelos de carrinhos que estão sendo lançados no mercado. Logo abaixo temos a opção de jogos, vídeos, desafios, novidades iradas e pôsteres. Os jogos aparecem em grande quantidade e ocupam a lista dos mais procurados.

No link “BF5 tm” aparecem os novos episódios completos dos desenhos animados que são transmitidos diariamente nos canais de televisão cartoon network e no SBT. Logo abaixo aparece um espaço destinado aos pais com conteúdos que dão dicas de segurança e prevenção de como agir na rede e a escolha de sites seguros para seus filhos.

Esse site por si só já é muito apelativo, pois contem os objetos de desejo atuais dos meninos, mesmo assim não possui propagandas explícitas que induzem a compra e nenhum link direto à aquisição, somente mostra os vídeos de propaganda que aparecem nos canais citados acima que não deixa de ser uma propaganda apelativa as crianças.

Considerações finais

Os estudos e análises desses sites direcionados às crianças, movidas pela internet, demonstraram uma tendência para a influência ao consumo infantil. Crianças, por ainda não terem a sua formação social e escolar completa, são mais susceptíveis à persuasão e, por isso, se tornam objeto das abordagens nos sites.

A maioria dos sites visitados possuía uma enorme carga publicitária que envolvia a criança de modo a incentivá-las a buscar certos artefatos presentes naquele local. Dentre os dez sites analisados, apenas um era totalmente educativo e não apresentava absolutamente nenhuma propaganda comercial, o restante abusava do marketing e tentava tornar visível um grande numero de anúncios que interessam diretamente as crianças ou a seus pais.

Estas considerações nos levam à conclusão de que a escola, desde as séries iniciais deve se preocupar em preparar as crianças para interagir de forma consciente com o consumo e a propaganda, em um novo contexto, que é a internet, com conteúdo dinâmico, direto e quase ilimitado.

Um dos primeiros passos para que pais e professores possam contribuir neste sentido é o conhecimento básico do formato e conteúdo de sites infantis. Assim, concluímos, ser de grande relevância que os adultos procurem explorar sites infantis para saber como ocorrem as abordagens de propaganda e consumo e ter uma maior possibilidade de fazer as mediações necessárias.

Bibliografia e Referências

BARBIE. Disponível em: <<http://br.barbie.com/>>. Acesso em: 10 jun 2011.

BAUDRILLARD. *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: 70, 1995.

CARTOON Network. Disponível em: <www.cartoonnetwork.com.br/#/home>. Acesso em: 10 jun 2011.

DISNEY Channel. Disponível em: <<http://home.disney.com.br>>. Acesso em: 10 jun 2011.

DISCOVERY Kids. Disponível em: <www.discoverykidsbrasil.com/>. Acesso em: 10 jun 2011.

DORNELLES, L. V. *Infâncias que nos escapam: da criança na rua à criança cyber*. Petrópolis: Vozes, 2005.

II JORNADAS INTERNACIONALES “SOCIEDADES CONTEMPORÁNEAS, SUBJETIVIDAD Y EDUCACIÓN”

9, 10 y 11 de abril de 2014

ISBN 978-987-3617-11-9

ECOKIDS. Disponível em: <www2.uol.com.br/ecokids/>. Acesso em: 10 jun 2011.

GOMES, Cindy Romualdo de Sousa. *O cotidiano mediado pela Internet: riscos, potencialidades e a necessidade de uma formação educacional para a websocialização*. 2011. 246 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2011.

HOT WHEELS. Disponível em: <<http://br.hotwheels.com/>>. Acesso em: 10 jun 2011.

IGUINHO. Disponível em: <<http://iguinho.ig.com.br/>>. Acesso em: 10 jun 2011.

MARTINES, Elisete Rosa Vieira. *Educação e Novas Tecnologias da Informação e Comunicação: o papel da família na educação das crianças para o uso da internet*. 2010. 38 f. Monografia (Trabalho de Graduação em Pedagogia) - Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2010.

MENINO Maluquinho. Disponível em: <<http://omeninomaluquinho.educacional.com.br/>>. Acesso em: 10 jun 2011.

SENINHA. Disponível em: <<http://senna.globo.com/senninha/jogos.asp>>. Acesso em: 10 jun 2011.

UOL CRIANÇAS. Disponível em: <<http://criancas.uol.com.br/>>. Acesso em: 10 jun 2011.