

CRIANÇA, COMUNICAÇÃO E CONSUMO Um estudo compreensivo do canal de brinquedo Totoykids no YouTube

Everaldo Pereira¹

Resumo

A pesquisa sobre “Criança, comunicação e consumo” tem como objeto o canal de brinquedo Totoykids no YouTube. O objetivo é o de, compreensivamente, para além das análises de natureza predominantemente crítico-negativa, que não descartamos, estudar o canal como agente na construção da criança como sujeito no processo de construção simbólica no interior da relação entre comunicação e consumo.

A questão de pesquisa diz respeito a como as crianças em idade de pré-alfabetização se relacionam com o conteúdo imagético dos canais de *streaming* de vídeo de brinquedos. Como objetivos secundários podem ser nomeados os esforços de compreensão das características de produção e das mediações em relação aos filtros-bolha dos canais de *streaming* de vídeo de brinquedos. Sob o ponto de vista teórico, utilizamo-nos dos pressupostos da comunicação para o consumo, entendido este como significação e processo complementar de identidade; do consumidor-sujeito a partir das possibilidades geradas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação; da etnografia da comunicação, entendida como as mediações e a construção dos sujeitos comunicacionais.

Sob o ponto de vista metodológico, orientamo-nos pelas ideias de multiperspectivismo (Douglas Kellner), como um modo de estudar produções culturais que utiliza estratégias textuais e críticas para interpretar, criticar e desconstruir as produções de *streaming* de vídeo em exame e de compreensão, na linha dos estudos do grupo de pesquisa “Da compreensão como método”, do CNPq. O recorte sobre um canal específico - Totoykids - deve ilustrar provisoriamente os propósitos da pesquisa mais ampla e profunda de onde extraímos esta contribuição.

Como resultados, espera-se formar uma convicção sobre como se dá o processo de construção da criança como sujeito da comunicação. Pretende-se ainda, ao término da pesquisa, auxiliar na compreensão de como a velocidade das tecnologias midiáticas altera os comportamentos infantis, fragmenta suas sociabilidades, gera novas demandas das crianças, ressignifica vínculos familiares e afetivos, altera relações de consumo e muda a significação de brinquedos e do brincar.

¹ Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (Umesp).
everaldo@maua.br; Orientador: Dimas Kunsch dimas.kunsch@gmail.com.

13^o inter programas

cásper pesquisa

Palavras-chave: comunicação, consumo, infância, compreensão, hermenêutica de profundidade.