

CRIANÇAS E OBJETOS – NARRATIVAS FOTOETNOGRÁFICAS SOBRE INFÂNCIAS CONTEMPORÂNEAS

Ana Paula Lima Aprato

INTRODUÇÃO

A partir do entendimento de infância como construção sociocultural e histórica, sujeita a mudanças, considera-se o território da infância um campo permanentemente aberto a novas investigações e leituras. Nessa direção, o trabalho apresenta um recorte de pesquisa em andamento que, para mostrar e tensionar algumas faces de infâncias dos nossos dias, inspira-se no referencial teórico-metodológico da fotoetnografia (ACHUTTI, 2004) aliado à perspectiva de análise da vertente pós-estruturalista dos Estudos Culturais em Educação. O foco central do estudo é a relação contemporânea entre crianças e objetos, fartamente explorada nas representações imagéticas sobre a infância através dos tempos. Entende-se que há um processo de significação e ressignificação – que é sempre histórico e contingente – construído mediante o acoplamento de símbolos, assim como de artefatos locais e globais próprios de cada tempo, todos eles expressivos de uma complexa teia de significados compartilhada pelos indivíduos em uma cultura. As construções socioculturais sobre as identidades da infância, hoje, engendradas nos meandros de sociedades orientadas para e pelo consumo (BAUMAN, 2008; SCHOR, 2009; MOMO, 2009), recorrem abundantemente a essas relações das crianças com objetos.

A pesquisa mais ampla, da qual se origina este recorte, consiste em uma tentativa de trabalhar pedagogicamente o olhar, uma vez que as imagens produzidas nesta aproximação fotoetnográfica das infâncias e seus objetos podem permitir captar e tensionar o que não é imediatamente perceptível ao olhar, e o que não é contundentemente expressável por meio da escrita usual. Ao cruzar o texto acadêmico com as narrativas visuais, propõe-se ampliar as opções das escritas em educação, bem como expandir as possibilidades de reflexão e entendimento sobre infâncias do nosso tempo nos panoramas existenciais em que nos inscrevemos.

O locus da pesquisa, ou seja, o contexto em que se dá um certo provisãoamento dos modos de ver, onde ocorrem as aproximações aos lugares e aos códigos que precisam ser interpretados, significados e compreendidos, visando compor narrativas visuais sobre as infâncias que o habitam, é a localidade de Rio Pardo, no interior do Rio Grande do Sul. Uma pequena cidade histórica, fundada por açorianos no raiar do século XIX, cuja população

alcança hoje pouco mais de 35 mil habitantes. Meu olhar inspirado na fotoetnografia incide sobre as crianças que frequentam o 1º, 2º e 3º ano do ensino fundamental da Escola Estadual Fortaleza deste município.

Neste trabalho, obedecendo às orientações estabelecidas pelo XI Seminário de Pesquisa em Educação da Região Sul (ANPED SUL) quanto à extensão, dedico-me a expor acerca do desenho da pesquisa, do enfoque teórico-metodológico, e à apresentação de resultados obtidos até esta etapa. Os dados já produzidos em linguagem fotográfica como resultado da fotoetnografia serão aqui restringidos a três narrativas fotoetnográficas.

SOBRE A PESQUISA

Objetivos

No contexto cultural do século XXI, entendido por vários autores como encaixado no que se entende por condição pós-moderna (HARVEY, 1993; LYOTARD, 1988), marcada pelo efêmero, pela mistura, fragmentação, hibridismo, descentração, borramento de fronteiras, incertezas, pelo local, o global e o contingente, emergem modos peculiares de representar e viver a infância. Nesse cenário, análises alertam que a criança está inserida como um sujeito desejante e consumidor (entre outras, SCHOR, 2009; LINN, 2006; SILVA, 2014). Um sujeito que é convocado permanentemente a desejar e adquirir, especialmente coisas materiais, mas não apenas estas. Desde cedo, as crianças começam a aprender que o que vestem, os objetos que carregam, os programas que assistem, os jogos que preferem, etc., agregam significados às suas identidades, repercutindo nos modos como são valorizadas e aceitas nos grupos de que fazem parte. Nesta perspectiva, a partir de registros fotográficos produzidos com inspiração no conceito teórico-metodológico de narrativa fotoetnográfica, são objetivos da pesquisa:

- a) construir narrativas de inspiração fotoetnográfica que contribuam para mostrar imagens de infâncias do nosso tempo marcadas pelos objetos que as singularizam;
- b) chamar a atenção para condutas peculiares produzidas por tais objetos no espaço escolar;
- c) procurar identificar e apontar mediante imagens fotográficas algumas formas como tais objetos adentram a vida das crianças relacionando espaços intra e extra escolares.

Referencial teórico e metodológico

O referencial que oferece as ferramentas teórico-conceituais e metodológicas para esta pesquisa abrange três eixos principais, que aqui exponho de forma breve. Um deles trata da infância em imagens e o lugar dos objetos. O outro, explicita as aproximações com a

fotografia, mais especificamente com a fotoetnografia como inspiração metodológica. O terceiro, aborda algumas implicações do consumo nas formas como os objetos adentram as vidas e os modos de pensar, viver e representar as infância hoje.

Os objetos e as imagens da infância¹

Através dos tempos, variados objetos têm sido utilizados para representar crianças em imagens, diferenciando-as dos adultos para além do atributo da estatura. Para vislumbrar as transições temporais destas infâncias e seus objetos, iniciei uma busca por manifestações artísticas dedicadas ao universo infantil. Pesquisando obras de arte em museus, livros e na internet, percebi que tais objetos, alguns recorrentes e outros não, expressam peculiares significados da infância, em distintos contextos espaçotemporais. Em geral, lançam mão de objetos que se transformam em signos marcando gênero, estrato social, raça, etc. Tais como bonecas e outros brinquedos, além de livros, vestuário e adornos. Hoje, os objetos que significam a infância se multiplicam, assim como também os significados que carregam. Parece que, mais do que nunca, em nossos dias, tais objetos se pluralizam e assumem centralidade nos modos de viver e de representar a infância. Exponho a seguir apenas uma breve amostra do que encontrei.

Especialmente no século XVIII, foram numerosos os artistas que se dedicaram ao tema da infância. Entre eles está Francisco de Goya, que em “*Juegos de Niños*”, um conjunto encantador de seis quadros pintados entre 1775 e 1786, mostra cenas do cotidiano infantil. Nele despontam brincadeiras em que as crianças imitam atividades do mundo dos adultos. Em uma delas, marcham como se fossem soldados, em outras, divertem-se ao balancear-se em um tronco, ao se pendurar uns nos outros, ao disputar castanhas atiradas por um adulto ou a procurar ovos em ninhos. Variados objetos despontam nestas cenas criadas por Goya – chapéus de papel, espadinhas de madeira, pequenas espingardas, um balanço improvisado, tamborzinhos, todos eles signos de uma infância do faz-de-conta, dos jogos de imitação, do gesto espontâneo.

Já o pintor austríaco do século XIX, Ferdinand Georg Waldmüller, na obra “*The daughter of Johann and Magdalena Werner*”, de 1835, retrata uma menina de suave sorriso que olha para o pintor segurando uma boneca e uma maçã. A primeira, um signo que atravessa os tempos naturalizando a associação das meninas com a maternidade, a segunda, inaugurando o vínculo entre natureza saudável e infância, representado pela maçã. Cândido

¹ Neste tópico, não incluo as ilustrações correspondentes às obras mencionadas para evitar que o artigo se torne demasiadamente pesado.

Portinari, por sua vez, artista brasileiro do século XX, na tela “Meninos soltando pipas”, de 1947, pintou três garotos que se divertem com pipas, enquanto uma menina, sentada à margem da brincadeira, parece consertar outras pipas.

Dando continuidade à imagética temporal de crianças e suas infâncias, observa-se que desde a invenção da fotografia em 1839², alguns fotógrafos tornaram-se célebres ao retratar a infância. Dentre eles, destaco Charles Dodgson (mais conhecido como Lewis Carroll) que produziu fotos de meninas em que aparecem objetos como bonecas, cadernos e adornos. Em 1940, a fotógrafa Hellen Levit apresentou fotos inusitadas de crianças norte-americanas usando máscaras nos rostos e tocando trompete nas ruas. Já em 1954, o francês Henry Cartier Bresson produziu uma de suas mais populares e consagradas fotografias na qual um menino carregando duas garrafas de vinho, com um sorriso triunfante, é seguido de meninas que lhe lançam olhares de admiração. No mesmo século XX, em 1957, Roger Mayene retratou meninos brincando entre bicicletas e caminhões, enquanto meninas aparentemente cuidavam de meninos menores.

Nesta aproximação ao meu recorte de pesquisa – crianças e objetos – foi também importante o trabalho do fotógrafo sul-africano Pieter Hugo. Embora sem voltar-se especificamente à infância, na mostra “*Permanent Error*”, com imagens registradas entre os anos 2009 e 2010, Hugo expõe em fotos de pessoas e objetos, realizadas em um lixão em Gana, o lugar ocupado por objetos de todo o tipo, mas especialmente artefatos eletrônicos, na vida e nas identidades de sujeitos do século XXI. Foi inspirador para minha pesquisa o fato deste fotógrafo também vislumbrar na composição de imagens da relação entre pessoas e objetos uma forma de narrar a vida contemporânea em países pobres do planeta.

A narrativa fotoetnográfica

Muitos autores me ajudaram a pensar sobre a fotografia e a linguagem fotográfica como ferramenta para este estudo sobre objetos e infâncias do nosso tempo; entre eles destaco Badger (2015), Boni (2007), Freeman (2014), Recuero (2010), além de outros que não mencionarei em atenção às regras no que se refere à quebra de anonimato. Mas foi principalmente no trabalho do fotógrafo, doutor em antropologia e criador do conceito de fotoetnografia, Luiz Eduardo Achutti (2004), que encontrei inspiração metodológica para esta pesquisa.

² Ainda que a data da invenção da fotografia seja questionada desde os seus primórdios, a história costuma registrar como inventor da técnica, o francês Louis-Jacques-Mandr  Daguerre. Em janeiro de 1839, Daguerre apresentou a primeira câmera de fotografia, que foi chamada de daguerreotipia - uma maneira de congelar a imagem fotográfica.

Achutti (id.) alinha-se às discussões que consideram a fotografia um gesto de criação e não de mera reprodução e, segundo ele, no caso da fotoetnografia, o domínio da técnica fotográfica coloca-se a serviço do olhar do pesquisador. Procura-se com ela desenvolver um trabalho de pesquisa interpretativa, compondo imagens que intentam mostrar a singularidade de um determinado grupo ou prática cultural. Para isso, é necessário que o fotoetnógrafo tenha um contato próximo com as pessoas estudadas na pesquisa, de forma a conhecer suas peculiaridades, sendo importante servir-se de diferentes recursos e técnicas. Em geral, nas etnografias utiliza-se usualmente desde o tradicional bloco de anotações, como também os gravadores de som, as câmeras fotográficas, cinematográficas e de vídeo. Contudo, apesar da adoção desses diferentes meios técnicos, comenta o autor, a maioria dos trabalhos de antropologia visual que utiliza fotografia não costuma explorar uma narrativa fotográfica, e a divulgação dos resultados é geralmente feita por consagradas formas verbais e escritos considerados próprios da linguagem acadêmica. O uso da fotografia costuma ser aceito no mesmo sentido que os desenhos dos antigos viajantes, como auxílio para blocos de notas. Achutti (2004) problematiza este ponto com a sugestão de que talvez, ao adquirir domínio sobre a técnica fotográfica, o pesquisador possa contribuir mais e instaurar a fotografia para além de um instrumento de trabalho. É este o caso desta pesquisa. Considero, junto com Achutti (2004), que “quando a fotografia é utilizada como ferramenta de pesquisa, ele [o domínio técnico] se torna fundamental quando empregado como meio narrativo.” (p.95). Além disso, “as fotografias jamais devem ser utilizadas de forma isolada, mas devem ser objeto de construções sob forma de sequências e de associações de imagens, tendo por objetivo treinar o leitor a praticar outras associações para nelas encontrar uma significação.” (p. 95 e 96).

Achutti (id.) argumenta que assim como para compor um bom texto é preciso escrever com clareza e correção, com certo domínio técnico, da mesma forma acontece com a fotografia. Além disso, para se ter um bom resultado com a fotografia é preciso ir além, é importante saber fazer escolhas. O domínio técnico da linguagem fotográfica implica escolher o equipamento fotográfico, o foco, as objetivas, a velocidade do obturador, a abertura do diafragma, o enquadramento, a luz, a ampliação. Tudo isso é indispensável para a utilização adequada da linguagem fotográfica. E o autor faz um destaque importante:

(...) quando se quer fotografar a vida em movimento, é preciso não apenas ter habilidade, mas também saber manter o espírito livre para poder se dedicar a todas as outras tarefas necessárias e, principalmente, a mais difícil e a mais importante de todas: saber olhar (ACHUTTI, 2004, p. 97).

O fotógrafo pesquisador, então, não propõe alternativas nem desavenças entre texto escrito e imagem; considera, porém, que mesmo o texto sendo fundamental, ao associá-lo a diferentes linguagens é possível ter um ganho e elevar a qualidade da pesquisa. A fotoetnografia é proposta a partir de um outro viés, que pretende um olhar diferente, e mesmo quando o pesquisador escolhe trabalhar com a linguagem fotográfica não deve, segundo Achutti (id.), negligenciar seu caderno de campo ou deixar de anotar suas percepções e suas leituras do que é investigado.

Uma narrativa fotoetnográfica consiste na apresentação de uma série de fotos relacionadas entre si, com a proposta de serem olhadas calmamente para que o tempo desta apreciação proporcione uma leitura pessoal e subjetiva. O uso da fotoetnografia como narrativa não pretende competir com outras formas narrativas, mas ser valorizada de maneira singular. Achutti (2004) sugere que esta sequência de informações visuais não contenha texto escrito intercalado com a imagem para não desviar a atenção do leitor, para que cada estilo de escrita explore fortemente o seu potencial. Como são textos diferentes, devem ser apresentados de modos também diferentes e em seções separadas. Sendo assim, uma narrativa informa a outra e elas informam o leitor. Nada de legendas abaixo das fotografias, nem textos teóricos entre as imagens. Caso contrário, o resultado, segundo esse autor, será um leitor cansado pelos seguidos apelos textuais que não permitem que ele se lance verdadeiramente na sequência da narrativa visual. Isso, porém, não determina que algumas escritas não possam aparecer. Seja anteriormente ou posteriormente à narrativa fotoetnográfica, seja eventualmente em forma de poesia. Segundo ele, o tipo de linguagem escrita mais próxima da fotografia é a poesia porque ambas utilizam-se de formas simbólicas e metafóricas para expressar ideias sobre o mundo. A respeito da fotografia e da poesia, Achutti (2004) sublinha ainda que ambas dependem da sensibilidade e da “capacidade de lidar com as imagens mentais que povoam a sua memória” (p.110), assim como ambas supõem uma capacidade de leitura que exige uma motivação afetiva, pois é necessário gostar de ler imagens e poesias.

Explicando a metodologia fotoetnográfica, Achutti revela que o momento de decidir apertar o disparador da câmera é uma das últimas escolhas, antecedida por muitas outras decisões, como o equipamento fotográfico, a objetiva, a velocidade, o diafragma, o foco, a cor ou o preto e branco, o enquadramento, entre outros. Em suas palavras:

As fotografias são recortes arbitrários, traduções da realidade. Suas margens delimitam as escolhas feitas pelo fotógrafo para demarcar o tempo e o espaço; elas são o resultado de um só gesto, um gesto último e definitivo, aquele de apertar o disparador; é um ato intencional determinado pelo ponto de vista particular daquele

que olha e adota uma certa posição frente à realidade. Uma fotografia é a materialização de um olhar, é o discurso de um olhar (ACHUTTI, 2004, p. 110).

O fotoetnógrafo decide os enquadramentos ao longo do trabalho no campo, sem esquecer que o objetivo principal é relatar visualmente, de forma interpretativa, uma condição específica. A intenção é conseguir captar os momentos mais relevantes e traduzi-los por meio de uma descrição visual.

(...) não apenas cada foto deverá bastar-se a si mesma, isto é, ter uma significação própria quando for “lida” individualmente, como deverá também fazer parte de uma sequência de fotos representando em seu conjunto a narração antropológica da singularidade de uma cultura determinada (ACHUTTI, 2004, p. 113).

Mais uma questão importante na pesquisa fotoetnográfica, enfatizada por Achutti (id.), é a iluminação, seja de um espaço, de uma cena, de um retrato. Assim sendo, o *flash* deve ser evitado para não interferir nas condições próprias de iluminação do ambiente, pois a luz também “fala”.

Além disso, o inventor da fotoetnografia lembra que o pesquisador que opta por este tipo de trabalho investigativo deve retornar muitas vezes a campo, para conhecer melhor as pessoas e o ambiente. Deve falar de si, do trabalho, enfim, estabelecer um diálogo. Ao começar a fotografar, é importante perceber que existe uma relação de certa igualdade entre o fotógrafo e as pessoas fotografadas. Nestas circunstâncias, é crucial a postura ética. Uma série fotográfica deve, também, ser composta sem pressa, produzindo-se as fotos aos poucos, nas frequentes idas a campo. É também fundamental que, ao longo da pesquisa, o volume de trabalho fotoetnográfico vá sendo selecionado, editado, copiado e não acumule. Poderá ser concomitantemente compartilhado com o público pesquisado, estabelecendo uma relação de respeito e confiança. Trata-se de uma troca em que alguns retornos poderão ser muito interessantes para o pesquisador fotógrafo.

Em relação à composição final do trabalho, aos resultados da pesquisa, Achutti (2004) esclarece:

Seguindo um processo de seleção permanente, o fotoetnógrafo deverá, portanto, proceder à organização dos dados e das fotos de forma a constituir um todo. À medida que sua pesquisa avança, ele vai substituir algumas delas, trocar outras de lugar, acrescentar novas, tendo como objetivo final a coerência de um conjunto de imagens. As fotos que não foram bem-sucedidas poderão ser substituídas por outras que serão tiradas durante a próxima visita em campo, não constituindo, portanto, um problema muito grave para a narração final (ACHUTTI, 2004, p. 117).

Sumariando as recomendações de Achutti (2004) acerca da composição de uma narrativa fotoetnográfica como resultado de pesquisa, saliento os seguintes pontos: domínio da técnica fotográfica; consideração da fotografia para além de um simples instrumento técnico de trabalho; preservação das condições usuais de iluminação do ambiente;

preservação de um ritmo sem atropelos; retorno frequente ao campo para conhecer melhor as pessoas e o ambiente; familiaridade e proximidade com o campo da pesquisa; adoção de um caderno de campo para anotações sobre as singularidades, detalhes, curiosidades; opção por uma narrativa composta de uma série de fotos relacionadas entre si, para serem olhadas calmamente e proporcionar uma leitura pessoal e subjetiva; ausência de legendas abaixo das fotografias, assim como de textos teóricos entre as imagens.

Minha pesquisa está sendo desenvolvida em dois movimentos paralelos. Um deles tem objetivos teóricos e consiste em leituras, estudos e debates no grupo de pesquisa, visando fecundar meu olhar e instrumentalizar-me para as análises. O outro, de caráter empírico, consiste no próprio trabalho com inspiração fotoetnográfica que venho desenvolvendo em uma escola de Rio Pardo e em seu entorno. Conto para isso com a autorização da escola, assim como com termos de consentimento das famílias das crianças e fichas de autorização para uso das imagens. Como é próprio da fotoetnografia, tenho frequentado a escola há aproximadamente um ano, onde convivo com crianças, pais e professores, procurando me aproximar o mais possível da vida na escola e das atividades das crianças que a frequentam. Os registros fotográficos são complementados por anotações em um caderno de campo sobre as observações na escola e fora dela e sobre algumas falas das crianças do 1º, 2º e 3º anos do ensino fundamental. Além da imersão na escola, tenho me aproximado de outros espaços da cidade frequentado pelas crianças, como pracinhas, parques, lojas, sorveterias. Minha fotoetnografia encontra-se em pleno desenvolvimento e já é possível expor algumas narrativas.

O lugar do consumo na produção das infâncias de hoje

Um estudo importante de Peter Miller e Nikolas Rose (2012) – “Mobilizando o consumidor - compondo o sujeito do consumo” – integrante do livro *Governando o presente - gerenciamento da vida econômica, social e pessoal*, traz uma abordagem interessante para se pensar sobre a produtividade contemporânea do que tem sido denominado “cultura do consumo” (Featherstone, 1995). O artigo resulta de um estudo empírico sobre o tipo de participação do Instituto Tavistock de Relações Humanas³ em assuntos de consumo, mais

³ Instituição da Grã-Bretanha, fundada imediatamente após a Segunda Guerra Mundial, e dedicada, desde então, a inovadoras investigações de questões tão variadas como democracia no ambiente de trabalho, terapia conjugal, educação psicanalítica de clínicos, entre inúmeras outras. O ITRH é uma “instituição-irmã” da Clínica Tavistock. (Conf. Miller e Rose, 2012, p.141-143).

especificamente, no acionamento de tecnologias para mobilizar as subjetividades em direção a certos objetivos de consumo.

Miller e Rose (2012) fazem uma análise detalhada de ações específicas do Instituto no campo da publicidade, em que expertises da psicologia são utilizadas para compreender e modelar a procura por produtos muito variados, de papel higiênico macio a anéis de compromisso de diamante. A pesquisa focalizou os métodos adotados, entendidos como um complexo processo técnico pelos quais diferentes imagens do sujeito de consumo operaram no interior de um elemento da nova “economia de consumo”. Argumentam que, para além da compreensão das transformações culturais e dos imperativos do lucro, hoje é preciso olhar para “as formas com as quais a compreensão da individualidade, da personalidade e da psicologia humanas, elaboradas pelas ciências psicológicas, desempenharam papel decisivo na construção das tecnologias de consumo” (id.p.36).

O estudo de Miller e Rose (2012) interessa à minha pesquisa porque antes de pretenderem apontar a manipulação dos desejos para atingir objetivos mercantis vinculados a lógicas globais de consumo, os autores estão preocupados com as características produtivas dessas técnicas psicológicas especializadas, nas quais esses conhecimentos se conectam de modos complexos “às tecnologias de propaganda e comercialização para tornar possíveis novos tipos de relações que os seres humanos podem ter consigo mesmos e com outros pela mediação dos bens” (p. 141). De certa forma, na pesquisa fotoetnográfica que realizo, quando olho para as crianças e os objetos que as conectam com seu tempo, vislumbro nuances destas questões de consumo.

Entre nós, os estudos que abordam as relações entre educação e consumo são ainda pouco numerosos, relativamente recentes, e dispersos tanto em seus objetivos quanto em referenciais teórico-metodológicos. No cruzamento dos Estudos Culturais com a Educação esboçou-se, a partir dos anos 2000, uma das vertentes⁴ produtivas de pesquisa sobre as implicações do consumo na vida de crianças e jovens de nosso tempo. Nessa vertente, o foco tem sido a cultura do consumo e sua produtividade na constituição dos sujeitos do consumo. O consumo é considerado como um traço cultural contemporâneo, que invade não apenas a cena escolar, mas variadas instâncias da vida em sociedade, acionando pedagogias para a

⁴ Os dados foram obtidos de um levantamento, realizado para outra pesquisa ainda não publicada, em repositórios de produção acadêmica de duas instituições em que há pesquisas em Estudos Culturais em Educação: o repositório virtual da ULBRA, disponível na página do PPGEDU/ULBRA; e o LUME, repositório virtual da UFRGS. A busca foi na área da Educação, com refinamento de pesquisa mediante as palavras-chave consumo e/ou consumismo.

modelagem de certo tipo de sujeitos. Nesse panorama, comportamentos de consumo e condutas consumistas são vistos quase em sua totalidade como resultante de interpelações midiáticas que capturam e inebriam sujeitos, em alguns casos, acabando também por consumi-los. O Consumo também é visto como algo a ser combatido, especialmente por suas consequências nefastas ao meio ambiente, à sua interferência problemática na vida infantil e juvenil, dentro e fora do espaço escolar.

Essas teses e dissertações produzidas nos últimos anos demonstram que temos de fato experimentado uma “vida para o consumo”. São também destacadas algumas repercussões do consumo nas sociedades contemporâneas, como alteração nas noções de tempo e de espaço, transformações na escola (comodificação, educação permanente, mercantilização dos espaços escolares), novos modos de tratar o meio ambiente (consumo consciente/ dispositivo de sustentabilidade), endividamento por um lado, descartabilidade e excessos por outro, e como o consumo opera mediante o acionamento de complexos mercantis midiáticos. Os autores mais utilizados nesses estudos têm sido Z. Bauman, J. Baudrillard, M. Foucault, N. Canclini, B. Sarlo, Naomi Klein, G. Yúdice, N. Rose, J. Schor, S. Linn, S. Steinberg, J. Kincheloe, G. Lipovetsky, S. Hall, M. Featherstone, D. Harvey, entre outros.

Coloco em destaque aqui as contribuições de alguns desses autores, como é o caso de Schor (2009), que no livro *Nascidos para comprar* chama a atenção para a influência do *marketing* e da propaganda infantil na vida das crianças. Sobre a identificação do ato de consumir e o poder de consumo, a autora, em sua pesquisa, tenta entender como se dá a lógica da persuasão das campanhas para a infância e a juventude norte-americanas, sendo possível fazer conexões com a infância brasileira, também bombardeada por convocações ao consumo. São expressivos os dados da pesquisa como, por exemplo, as crianças reconhecerem logomarcas aos dezoito meses de idade e, aos três anos, já serem capazes de perceber que as marcas têm o poder de revelar suas qualidades e valores pessoais. Estudos indicados por essa autora apontam que as crianças contemporâneas estão comprando cada vez mais cedo, vão mais às compras e brincam cada vez menos. Segundo Schor, essa mudança comportamental pode estar relacionada ao envolvimento das crianças com as mídias eletrônicas.

Por sua vez Bauman (2008), em *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*, analisa as sociedades contemporâneas que denomina de sociedade de consumidores, nas quais estaríamos sendo todos transformados em mercadorias, vivendo um estilo de vida estratégico, inscrito na cultura de consumo. Esse autor enfatiza aspectos centrais da construção das pessoas na vida contemporânea, como o envolvimento das crianças com a

mídia, com as coisas materiais, as imagens e os significados. De seu ponto de vista, entende que na vida para consumo, adquirir, possuir ou se livrar do que não se quer mais – mesmo que no momento da aquisição tenha parecido ser algo muito interessante – expressam sobretudo o imperativo de estar em movimento. Hoje seríamos, acima de tudo, treinados desde o berço a estar em movimento, a não parar nunca.

Visto que, o documentário *Criança, a alma do negócio*, de Estella Renner e Marcos Nisti (2007), reflete sobre as repercussões dos comerciais de televisão, da publicidade e dos meios de comunicação em geral, relaciona o poder de influência das crianças sobre as escolhas de consumo na família com o esforço das marcas em captar esses consumidores mediante estratégias de propagandas impactantes sobre o imaginário infantil. O documentário estimula uma discussão sobre o desejo de consumir produtos que as crianças descobriram através da mídia ou de outras crianças. A posse desses produtos parece representar não apenas a possibilidade do brincar, mas também a incorporação de seus significados. A criança frequentemente pede objetos que não usa por muito tempo e deseja logo outro. São crianças hiperconectadas e hiperestimuladas, sendo o *shopping center* o lugar preferido de muitas delas. O documentário aponta para uma geração extremamente consumista, urbana, tecnológica, que não consegue identificar e nomear animais, mediante a apresentação de fotos de bichos, mas reconhece numerosas logomarcas e consome os lançamentos do momento.

Grande parte desses trabalhos apontam que nas sociedade de hoje o consumo incide de forma incisiva sobre nossas relações interpessoais e nosso posicionamento social. O que consumimos diz muito sobre quem somos. A médica psiquiatra, Ana Beatriz Barbosa Silva (2014), em *Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras*, argumenta que o consumismo cada vez mais acomete crianças e adolescentes, como também pessoas de qualquer religião, idade, poder aquisitivo, nacionalidade. Segundo ela, parece que todos, sem exceção, estão suscetíveis ao consumo, embora em graus diferentes, dependendo de sua exposição, da influência da cultura do consumismo e do perfil individual de personalidade.

RESULTADOS PARCIAIS

Apresento a seguir, mediante narrativas fotoetnográficas, uma amostra de resultados da pesquisa até o final de abril de 2016.

Narrativa fotoetnográfica – aula de educação física.

Dia 28 de setembro de 2015, aula de Educação Física na Escola Estadual Fortaleza de Rio Pardo – RS.





Narrativa fotoetnográfica - show da Frozen na paróquia

No dia 18 de dezembro de 2015, às 20 horas, crianças de Rio Pardo assistiram o show *Disney Frozen*, uma adaptação dos personagens Anna, Elsa, Kristoff e Olaf, da *Walt Disney Animation Studios*. O salão paroquial da Igreja Nossa Senhora do Rosário foi palco da aventura e do amor de duas irmãs, Anna e Elsa, que enfrentam diversos obstáculos para salvar o reino e permanecerem unidas.







Narrativa fotoetnográfica – brincando com bolitas na escola.

Jogo infantil praticado pelas crianças em horário de recreio, no dia 6 de outubro de 2015, na Escola Estadual Fortaleza de Rio Pardo – RS.



REFERÊNCIAS

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. **Fotoetnografia da Biblioteca Jardim**. Porto Alegre: Editora da UFRGS/Tomo Editorial, 2004.

BADGER, Gerry. Por que fotolivros são importantes. **Zum Revista de Fotografia**. São Paulo, número 8, p. 132-155, 2015.

BALET, Catherine. **Identity**. Dress codes in European Schools (London-Paris-Berlin-Barcelona-Milan. January 2004 – April 2006). Gottingen: Steidl, 2006.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BONI, Paulo César; MORESCHI, Bruna Maria. **Fotoetnografia: a importância da fotografia para o resgate etnográfico**. Doc On-line, n.03, p.137-157, dezembro de 2007, www.doc.ubi.pt.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e Pós-modernismo**. Trad. Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FREEMAN, Michael. **A narrativa fotográfica: a arte de criar ensaios e reportagens visuais**. Trad. Gustavo Razzera. Porto Alegre: Bookman, 2014.

HACKING, Juliet: Editora Geral: CAMPANY, David: Prefácio. **Tudo sobre fotografia**. Tradução Fabiano Morais, Fernanda Abreu e Ivo Korytowski; Rio de Janeiro: Sextante, 2012.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. Trad. Adail Sobral e Maria Estela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 1993.

HUGO, Pieter. **Permanent Error**. Estados Unidos da América: Prestel, 2011.

LINN, Susan. **Crianças do Consumo: a infância roubada**; tradução Cristina Tognelli. São Paulo: Instituto Alana, 2006.

LYOTARD, François. **O Pós-Moderno**. Trad. Ricardo Correia Barbosa. 3 ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

MILLER, Peter & ROSE, Nikolas. Mobilizando o consumidor – compondo o sujeito do consumo. In: _____, **Governando o presente**. Gerenciamento da vida econômica, social e pessoal. Trad. Paulo Ferreira Valério. São Paulo: Paulus, 2012.

MOMO, Mariangela. Mídia e Consumo na produção de uma infância pós-moderna que vai à Escola. 2007. 365 f. **Tese** (Doutorado em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2007.

RECUERO, Carlos Leonardo. **Fotoetnografia da Ilha dos Marinheiros**. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. Novo Hamburgo – RS – maio de 2010.

RENNER, Estela; NISTI, Marcos (Dir.) **Criança, a alma do negócio**. [Filme-vídeo]. São Paulo: Maria Farinha Produções, 2007. (90 min.)

SCHOR, Juliet B. **Nascidos para comprar: uma leitura essencial para orientarmos nossas crianças na era do consumismo**. Tradução Eloisa Helena de Souza Cabral. São Paulo: Editora Gente, 2009.

SILVA, Ana Beatriz B. **Mentes consumistas: do consumismo à compulsão por compras**. São Paulo: Globo, 2014.