Pedagogias multiplicadas no currículo da mídia: Recreio e a construção dinâmica do saber infantil.

Aluna: Marta Coelho dos Santos
Programa Institucional de Bolsa de Iniciação Científica PIBIC/CNPq
Orientador: Prof. Dr. Jaime Francisco Parreira Cordeiro

Resumo

O presente relatório tem como objetivo apresentar e descrever os resultados obtidos na pesquisa com a revista *Recreio* nos últimos 12 meses do trabalho de pesquisa com a Bolsa CNPq/PIBIC. A proposta de trabalho é desenvolver a análise das informações coletadas no banco de dados da revista e que serviram como base para o desenvolvimento do estudo. As fontes utilizadas foram 20 números da revista publicados no período de setembro de 2004 a abril de 2008. Inicio explicitando os objetivos do trabalho com a revista, os procedimentos adotados e em seguida faço um relato dos principais resultados obtidos enquanto os analiso à luz de bibliografia atinente à cultura da mídia, currículo e infância. Considerada por pais e professores como educativa, a revista que até poucos anos atrás estava direcionada para o público infantil de classes A e B, agora já está nas escolas da rede pública da cidade de São Paulo fazendo parte do material de apoio pedagógico. Sendo assim, ao passo que ela amplia o seu público, ela também o forma, uma vez que este periódico transforma produtos da mídia em produtos de consumo, se apresenta como um material de muita qualidade, tanto em recursos tecnológicos como em conteúdo e, mesmo que de forma superficial, tem potencial pedagógico preocupando-se, contudo, em direcionar o consumo infantil.

Palavras chave: imprensa periódica; currículo, cultura da mídia.

Introdução

O presente relatório apresenta os resultados do projeto de pesquisa ***Pedagogias multiplicadas no currículo da mídia****: Recreio e a construção dinâmica do saber infantil,* realizado sob orientação do Prof. Dr. Jaime Francisco Parreira Cordeiro, e que tem como objetivos relatar os resultados obtidos após a investigação sobre a revista *Recreio* a luz do referencial teórico utilizado nas reuniões do grupo de estudos, sob orientação do mesmo professor e de uma bibliografia mais específica que se fez necessária à medida que o banco de dados da revista foi sendo construído.

Em princípio, a proposta de trabalho era cobrir a circulação de um total de 20 números da revista e coletar informações que serviriam como base para o desenvolvimento do estudo; entrar em contato e estudar a bibliografia referente aos estudos da mídia em geral e do papel das revistas em particular; organizar as informações coletadas em forma de banco de dados eletrônico de maneira a facilitar a sua manipulação; analisar o material sob a forma de textos parciais; disponibilizar esses materiais sob a forma eletrônica para outros investigadores; produzir um texto final com as percepções alcançadas com a pesquisa.

Os exemplares das revistas que serviram como fonte para a pesquisa, não estão em edições consecutivas, sendo que há dois números do ano de 2004 (nº235 e nº241), seis do ano de 2006 (nº329, nº339, nº333, nº334, nº335, nº341), um do ano de 2007 (nº398) e onze números do ano de 2008 (do nº414 até o nº424). Isso possibilitou perceber como a revista mudou ao longo do tempo citado, em que os números mais antigos, só para citar um exemplo, trazem uma organização das seções e dos temas um pouco diferente das mais atualizadas, conforme explanarei no item sobre capas e propagandas.

O trabalho de pesquisa com esse periódico foi iniciado em 2008 com um projeto de Iniciação Científica na modalidade sem bolsa, que vigorou entre maio de 2008 a abril de 2009, do qual já foi entregue um relatório final, tendo seus resultados apresentados na VI semana de Educação de 2008, no I Seminário de Metodologia e História da leitura de revistas periódicas e 17º SIICUSP, conforme anexos 1, 2, 3. Assim, devido à oportunidade de mais um ano de pesquisa com a bolsa PIBIC/CNPq consegui sistematizar melhor os dados e as leituras.

Nos estudos que desenvolvi com a revista *Recreio* percebi a presença de relações de consumo como um dos pontos marcantes da revista. Consumo este sempre ligado às relações de poder marcadas por uma cultura da mídia, de identidade da criança e prazer proporcionado pela revista. A partir desse relatório amplio a análise dos dados coletados na revista para além do consumo, abrangendo a relação entre os saberes infantis e as áreas de conhecimento privilegiadas pela revista.

Justificativa

Conheci a revista *Recreio* em 2003 e como era professora de uma sala multidisciplinar de Ensino Fundamental I resolvi utilizá-la em minhas aulas com o intuito de diversificar minhas atividades pedagógicas. Tive muito sucesso com a revista e sempre fazia uso de alguns textos para ditados, produções de textos, como ilustração para algum outro conteúdo (História, Geografia, Ciências e Matemática). Isso facilitava muito o meu trabalho, uma vez que as crianças em sua maioria só tinham contato com o livro didático e algumas revistas de vendas de produtos via reembolso postal, sendo assim, o uso desse periódico era uma forma diferente (da que aqueles alunos estavam acostumados) de ensinar conteúdos e as crianças gostavam e se envolviam mais.

Com a possibilidade de estudar esse tipo de fonte, não resisti à curiosidade de entender por que esta revista, em particular, faz tanto sucesso, não apenas entre as crianças, como também entre pais e professores. E assim, passei de leitora admiradora para a leitora pesquisadora de um produto da mídia.

Por comporem a geração mais recente, as crianças, de um modo geral, sempre acabam sofrendo a influencia daqueles que as precederam; além do mais, pais e mães não se preocupam apenas com a formação cultural de seus filhos, em sua maioria, preocupam-se numa formação para a vida para que seu filho seja dotado de caráter e atributos pessoais aceitos socialmente e que possa tornar-se um cidadão financeiramente independente.

Com as crianças, leitoras da revista *Recreio,* isso não é diferente: elas estão inseridas num contexto em que pais, mães ou responsáveis cada vez mais se preocupam em dar a melhor formação escolar e cultural aos seus filhos, seja porque veem o estudo como possibilidade de melhoria de emprego e consequentemente como ascensão social, seja como forma de reforçar a bagagem cultural de suas

crianças. Aulas de idiomas, de teoria musical, informática ou reforço escolar preenchem uma agenda repleta de atividades extra-escolares ditas culturais ou educativas.

Nesse modo de olhar, aliás, tudo precisa ser educativo: passeios, brinquedos, jogos, brincadeiras, produtos midiáticos, como por exemplo, programas de TV, sites da web, revistas, jornais, livros, etc. Espera-se que a criança aprenda o máximo de tudo aquilo que os adultos consideram e selecionam o que vale à pena aprender. Mesmo nos lares onde não há um controle tão rígido sobre o aprendizado da criança, está presente a preocupação com o futuro, em como torná-la um adulto preparado para o mercado de trabalho, capaz de atingir o sucesso e a independência financeira em qualquer área que escolha para trabalhar.

Mas já se sabe que as crianças não aprendem apenas aquilo que os adultos selecionam. Elas aprendem com seus pares, com as mídias, nas brincadeiras, no jogo, com a cultura que as rodeia e por elas produzida e com todas as experiências por elas vivenciadas. Dentre todas essas formas de aprendizagem, a brincadeira talvez seja a mais importante, pois é a partir dela que o jogo, a cultura e as experiências passam a ter sentido.

Florestan Fernandes (2004) *defende que há uma cultura infantil, cujo suporte social consiste nos grupos infantis, em que as crianças adquirem, em interação, os diversos elementos* [que compõem essa cultura] (p. 247).

Assim, temos que meninos e meninas entram mais cedo em contato com outras crianças e outros ambientes diferentes do ambiente doméstico, possibilitando a socialização e um aprofundamento na cultura vigente. Em poucos anos, saímos de um contexto em que os pais eram a única referência e modelo de educação e socialização para uma estrutura multifacetada em que a criança se vê inserida em ambientes onde lhe são oferecidos diversos estímulos que lhe ampliam a percepção do mundo.

Para Setton (2002) dentre esses estímulos, a mídia exerce um poder de influência, colocando-se em situação de interdependência entre as instituições escolar e familiar. Conforme essas ideias, faz-se necessária uma breve contextualização da cultura midiática em que a revista *Recreio* e seus leitores estão inseridos.

Para Mira (2001), estamos situados num contexto em que as pessoas, principalmente as mais jovens, são levadas a viver em busca daquilo que lhes supre

as sensações imediatas, ou seja, são levadas pela busca da satisfação dos sentidos. Torna-se relevante, assim, entender a importância da cultura audiovisual e a penetração dos meios de comunicação de massa e a sua influência na vida das gerações mais jovens nos vários ambientes em que elas vivem, inclusive na escola.

Vive-se num contexto social em que o lazer já está legitimado pela sociedade e de acordo com Mira (2001) *"nesse cenário, a escola pode ser vista simplesmente como um momento de interrupção do prazer"* (p.269). Não se trata aqui de exaltar as revistas de um modo geral, e mais especificamente a revista *Recreio*, em detrimento da escola. Mas sim compreender como se organiza esse produto direcionado para o público infantil em que os professores e as crianças do município de São Paulo, que fazem uso desse material, se baseiam para ensinar e aprender.

De acordo com Mira (2001), quando surgiram nos EUA, na virada do século XIX para o XX, as revistas tinham temática rural ou religiosa, não tinham anúncios e eram sustentadas pela circulação paga. De lá até hoje, o mercado das revistas se transformou. Na medida em que a indústria evoluiu, alargou sua produção e com o aumento da população urbana, as revistas passaram a receber uma publicidade que expandiu a sua circulação, permitindo que fossem vendidas por preço baixo e que atingissem um público cada vez mais amplo.

Os anunciantes passam a ser parte importante das revistas, influenciando inclusive no direcionamento do público. De acordo com Mira (2001):

> O marketing torna-se uma noção central nesse novo contexto, informando sobre a concepção de um produto ou sua reformulação, passando pela pesquisa sobre público-alvo e anunciantes potenciais e chegando às ações conjuntas como promoções, concursos, eventos etc. (p.149)

Sendo assim, devemos considerar "*a importância da cultura midiática nas relações sociais e nos processos socializadores da modernidade"* (Setton, no prelo, s.n.p) e se a mídia nos ajuda a construir sentidos, a produzir categorias do pensamento e noções de julgamento, ou seja, a significar e organizar o mundo, esse mundo está inserido num contexto sócio-histórico e econômico em que muitas vezes as relações de poder são tensas. Por isso, a:

> importância de saber quem tem acesso ao controle das mensagens culturais é porque a cultura tem a capacidade de organizar e classificar os nossos pensamentos. Assim ela oferece os pontos de apoio e de orientação para os nossos comportamentos". [Dessa forma, a] cultura e o processo de sua transmissão possuem uma profunda relação com o poder de governar nossas vidas e uma vez

> que a cultura regula as práticas e condutas sociais, é importante saber quem a regula. (Setton, no prelo, s.n.p)

Diante disso e partindo do princípio de que a formação das crianças na atualidade se dá dentro e fora da escola, e que antes de entrar em contato com o mundo escolar a criança já está em contato com o universo midiático, do qual as revistas são um exemplo, procuro entender, por meio dessa pesquisa com a revista *Recreio*, como está organizada a indústria cultural destinada à infância. Qual o impacto dos conteúdos da revista *Recreio* na aprendizagem das crianças? De alguma forma a revista se preocupa com a construção do saber infantil mediado por ela? Até que ponto esse produto da cultura infantil influencia na constituição da identidade da criança no contexto pós-moderno em que vivemos, que tipo de consumidor e de cidadão a revista pretende formar? Refletindo sobre esses aspectos, uma questão maior se faz latente: como é a criança ou adolescente que se informa, brinca e lê a *Recreio*?

Sobre essas questões me apoiarei ao analisar os dados e as informações coletadas na minha fonte de pesquisa, uma vez que essa publicação se intitula e é vista como educativa, como entendem pais (que compram a revista para os seus filhos) e professores (que recebem a revista como material de apoio, no caso da rede municipal de ensino de São Paulo). Além do mais, a revista *Recreio* transforma produtos midiáticos (filmes, desenhos, seriados etc) em produtos de consumo (materiais escolares, brinquedos, relógios etc), veiculando propaganda, programação e personagens de canais infantis de TV paga, filmes voltados para crianças, desenhos animados, *games* com as mais diversas personagens, além de fazer anúncios da própria revista que trazem a próxima edição indicada semanalmente.

Entender como a mídia, a família e a segmentação das revistas se articulam ajuda na compreensão de como se organiza esse referencial da cultura infantil, com que as crianças se entretêm e que ajuda a formar a identidade do leitor infantil.

É necessário esclarecer que a cultura da mídia é industrial e tem no seu cerne o modelo de produção de massa. Por motivos óbvios, ela busca grande audiência e versa sobre assuntos sempre atuais explorando e se valendo, inclusive, da alta tecnologia. Nesse sentido,

> os meios dominantes de informação e entretenimento são uma fonte profunda e muitas vezes não percebidas de pedagogia cultural: contribuem para nos ensinar como nos comportar e o que pensar e

> sentir, em que acreditar, o que temer e desejar – e o que não.(Kellner, 2001, p.10)

Para esse autor, essa é uma cultura da imagem, que explora a visão e a audição e a sua pedagogia

> fornece o material com que muitas pessoas constroem o seu senso de classe, de etnia e raça, de nacionalidade, de sexualidade, de nós e eles, [essa mesma cultura] fornece o material que cria as identidades através das quais os indivíduos se inserem nas sociedades. (p.9)

Importante também é não esquecer o papel da escola, que é o de ensinar, educar, porque essa função pode levar à autonomia, a consciência critica e um repertório de conhecimentos capazes de tornar a criança, futuro jovem e adulto capaz de se desvencilhar da manipulação de determinados grupos político-sociais ou de mercado a que todos nós estamos sujeitos.

Para Kellner, *a obtenção de informações críticas sobre a mídia constitui uma fonte importante de aprendizado sobre o modo de conviver com esse ambiente cultural sedutor* (p.10). Sobre esse aspecto é que entram o papel da escola e da família. Parece que essas três instituições competem entre si, mas refletindo melhor, percebe-se que elas se complementam, pois as três, embora por motivos diferentes, têm pedagogias diferentes para um mesmo fim: formar subjetividades.

De acordo com Campolina e Oliveira (2009)

> a escola funciona primeiramente como espaço cultural voltado para a transação de conhecimentos e experiências. Ao mesmo tempo, ela constitui um contexto de socialização das gerações mais jovens, um sistema de atividade no qual as trocas são mediadas por valores, crenças e signos sociais mais amplos, ora um vínculo continuidade ora de tensão [...] a escola cumpre também a função de engendrar na consciência de seus atores significações da vida social e cultural da sociedade. (p.371-372)

Diante de tantas mudanças nas relações com o saber e a cultura a escola se vale cada vez mais das mídias em geral (TV, jornais, revistas e rádio) para aproximar seus atores da cultura extra-escolar que tantos teimam em separar. É na interface saber e cultura que a escola permite que as crianças interajam e negociem experiências entre seus pares. Experiências essas muitas vezes baseadas em modelos apreendidos de uma cultura da mídia que já está embrenhada na vida de adultos e crianças e que de nada adianta a escola ignorar.

Tanto é forte essa idéia, que a própria revista *Recreio* se coloca e é colocada dentro das escolas públicas do município de São Paulo como mais um material de

apoio para complementar e ajudar na educação das crianças. Um produto da cultura da mídia complementando a cultura escolar.

Entendendo a revista *Recreio* como um produto da cultura da mídia, e com base no contexto acima explicitado, seguem-se outras reflexões: Se a revista visa à formação de um público apto a consumir os produtos veiculados por ela, se esse público tem condições de reagir às suas investidas publicitárias, ou se ela é realmente educativa como muitos acreditam é o que pude investigar durante todo o processo de iniciação científica. Para tanto, utilizei das informações do banco de dados e do *site* da revista na internet, bem como das leituras e exercícios de exploração de fontes e sobre os quais passo agora a discorrer.

Procedimentos

O trabalho de pesquisa compreendeu as seguintes etapas: constituição do banco de dados; leitura da bibliografia de apoio; sistematização das informações coletadas; análise preliminar dos dados; redação do relatório parcial e do relatório final.

O trabalho com o banco de dados constituiu-se na coleta de todas as informações disponíveis na revista (capas, seções, propagandas, matérias, produtos etc), bem como do registro dessas informações e consolidação das mesmas. Ao final da coleta e do registro deu-se a análise das informações e a sistematização das idéias por meio da escrita dos relatórios parcial e final da pesquisa.

Assim, os métodos utilizados foram tanto de caráter quantitativo quanto de caráter qualitativo – mobilizando estratégias de análise de conteúdo (Bauer e Gaskell, 2002). Foi necessário prestar atenção aos aspectos materiais, editoriais e gráficos da revista.

Principais resultados

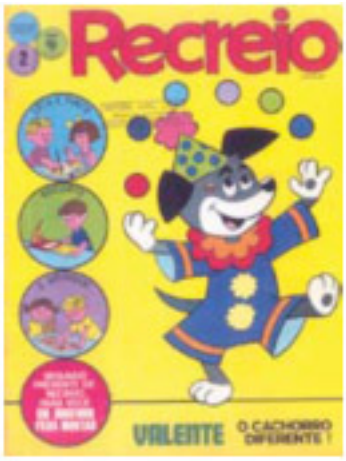
A revista *Recreio* é uma publicação semanal da Editora Abril direcionada ao público infantil. Em sua primeira versão, lançada em 1969, teve como colaboradores Ruth Rocha, Ana Maria Machado e Ziraldo. De acordo com informações retiradas no site da editora[1] sabe-se que:

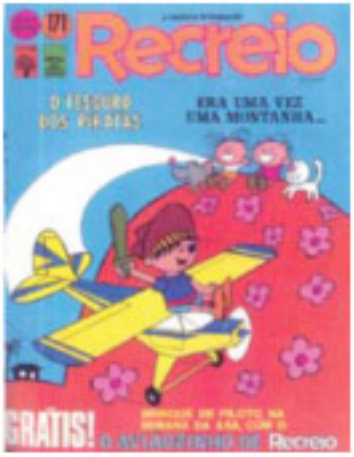
---

1 Disponível em: http://www.abril.com.br/institucional/50anos/infantil.html; acesso em 31/01/10

> *Recreio*, lançada em 1969, além de um formato inovador de publicação infantil, consagrou uma geração de escritores como Ruth Rocha e Ana Maria Machado, e de ilustradores como Walter Ono e Helena Alexandrino. Concebida por Waldir Igayara e Sônia Robatto, *Recreio* circulou por doze anos e se tornou uma referência de qualidade, com seus textos filosóficos e bem-humorados, relacionados ao cotidiano do mundo infantil.

Nessa primeira fase, o conteúdo da revista era composto por encartes para pintar, recortar e colar, brinquedos para montar, além dos textos de Ruth Rocha e Ana Maria Machado, que escreviam em forma de folhetins que mais tarde tornaram-se livros importantes dessas escritoras. As capas das revistas dessa fase estavam configuradas da seguinte maneira:





No início da década de 1980 encerrou-se a primeira fase da revista. Em abril do ano 2000 a *Recreio* foi relançada com um visual mais moderno, mas continuando com cores chamativas e uma fama de ser educativa trazida da sua primeira versão. É sobre essa nova configuração da revista que se baseiam os estudos desta pesquisa.

Na data do seu relançamento a Abril informava que:

> A revista foi relançada com tiragem semanal de 250 mil exemplares, e um site, que atrai uma média de 20 mil visitas por dia. O modo sério, mas divertido de falar com as crianças, aperfeiçoado em *Recreio*, aparece até hoje nos produtos da Abril.[2]

Em Setembro de 2008 o site[3] da revista ao convidar para a assinatura trazia para seus visitantes:

---

[2] Disponível em: http://www.abril.com.br/institucional/50anos/infantil.html; acesso em 31-01-10

[3] Disponível em: http://www.assineabril.com.br/index.jsp?projeto=928; acesso em 14-09-08.

> *Recreio*, a revista que estimula a criatividade, incentiva o gosto pela leitura e ajuda nas pesquisas escolares. São passatempos, quadrinhos e testes, além de matérias educativas sobre ciência, arte, história e muitos outros assuntos. Com *Recreio,* suas crianças aprendem do jeito mais eficiente e divertido: brincando! Dê *Recreio* de presente!

Por esse excerto percebe-se que quem anuncia a *Recreio* faz uso de objetivos que parecem concorrer com os objetivos da escola: "*estimula* a criatividade, *incentiva* o gosto pela leitura", ao passo que "*ajuda* nas pesquisas escolares" dá a idéia de que há uma utilidade em se adquirir a *Recreio* e por isso a escola seria uma indutora do consumo da revista. Esse objetivos proclamam que não é inútil comprar a *Recreio,* que ela tem uma finalidade educativa e se ela é educativa, entende-se que ela se dispõe a ensinar algo. Se ela ensina algo, esse algo é o seu currículo.

Veiga Neto (2004), ao falar sobre currículo, nos alerta sobre o cuidado ao se usar as palavras, pois cada uma tem um peso e requer clareza em seu sentido que nem sempre estão explicitados. Aqui cabe então, uma pergunta: que é currículo e como esse termo se relaciona com a minha fonte de pesquisa que é a revista *Recreio*?

No grupo de estudos orientado pelo professor Jaime F.P. Cordeiro, do qual faço parte, tratamos nossas fontes – revistas que circulam nas bancas de jornais – como transmissoras de um currículo, uma vez que a cultura da mídia, em geral, acaba organizando um conjunto de conteúdos e, por meio da segmentação do mercado, esses conteúdos chegam aos consumidores numa certa ordem. Isso permitiria o uso da ideia de currículo da mídia, pelo menos como metáfora.

Sendo assim, o espaço semântico em que situo esse termo é o de que currículo é tudo aquilo que direciona o que se vai aprender e o que se quer ensinar, que fala como as coisas devem ser e as consequências disso. Para Silva (1998)

> "o currículo nos faz ser o que somos e tem de ser visto em suas ações (aquilo que fazemos) e em seus efeitos (o que ele nos faz). Nós fazemos o currículo e o currículo nos faz (...) ele é, pois, uma atividade produtiva nesses dois sentidos. Ambos os sentidos tendem a destacar o aspecto político do currículo. Ambos os sentidos chamam a atenção para seus vínculos com relações de poder". (p.194) (...) *"é uma construção de nós como sujeitos"* (p.196)

Enxergo a *Recreio* como um produto da cultura da mídia e que como tal está inserida numa cultura da mídia. Mesmo sendo uma produção infantil ela veicula os produtos que têm finalidade mercadológica. De acordo com as ideias de Bruner (2001), as crianças apresentam uma predisposição à cultura surpreendentemente forte; elas são sensíveis aos costumes populares que vêem a sua volta e ficam

ansiosas por adotá-los (p.55). Assim, a criança está em formação e por isso sofre a influência dos produtos da mídia e se esses produtos são dotados de uma pedagogia e de um currículo a criança também aprende com eles.

Descrição da *Recreio*

A revista *Recreio* é uma publicação semanal da Editora Abril que chega às bancas toda quinta-feira. Atende ao público infantil na faixa etária dos 6 aos 11 anos, de classe A e B, conforme as projeções e informações contidas no *site* da Editora.[4] Contudo, acompanhando o *site* da revista, já observamos que algumas mudanças ocorreram com o seu público no último ano. A mais significativa delas talvez seja o fato de a revista, ao chegar às escolas públicas, atingir outras faixas sociais da infância. Assim, a partir de 2010, de acordo com o site da revista, a revista passa a atingir um público entre 2 e 19 anos compreendidos nas classes A,B e C. Desse total, 40% são do sexo feminino e 60% do sexo masculino.

No entanto, é possível e até mesmo necessário relativisar esses dados apresentados pela editora, uma vez que a revista é comprada por adultos que pelo ato da compra já aprovam o periódico, se o aprovam é por que já o leram. Nos casos da assinatura da revista, essa aprovação é ainda mais eloquente, pois o assinante (adulto que paga) garante o seu acesso e o acesso da criança aquele conteúdo por mais tempo. Além do mais, há os professores que se utilizam da revista para complementar às aulas e cito o meu exemplo.

Outro detalhe mais específico, é a presença da revista nas escolas da rede municipal de São Paulo. Uma vez na escola todos a lêem – da educação infantil ao EJA (Educação de Jovens e Adultos), isso amplia ainda mais o seu público. Também questiono a projeção feita para o gênero do público (40% feminino e 60% masculino), pois nas escolas brasileiras é predominante a presença da professora e não do professor.

Talvez a revista tenha usado esses dados para justificar uma certa predominância de conteúdos que costumam ser classificados como masculinos. Como por exemplo, matérias que falam sobre aventuras, bichos, esportes radicais,

---

4 http://publicidade.abril.uol.com.br/homes.php?MARCA=39 acesso em 1 6 / 0 9 / 0 8
http://publicidade.abril.uol.com.br/homes.php?MARCA=39 acesso em 1 0 / 0 4 / 0 9
http://publicidade.abril.uol.com.br/homes.php?MARCA=39 acesso em 09 / 08 / 09

embora tragam imagens de meninas, elas geralmente são em quantidade menor que as imagens de meninos; o mesmo ocorre com a seção Correio, com a maioria dos passatempos e com a seção *games* sobre a qual escreverei mais adiante.

Pelo *site* acompanhamos a evolução da tiragem e dos números de leitores, o que nos trouxe um dado importante para nossa pesquisa. Em menos de 12 meses, o *site* foi alimentado com informações das quais destaco a tiragem e o número de leitores, conforme a tabela a seguir:

Tabela 1 – Circulação e público estimado da revista Recreio

Data	**Tiragem (exemplares)**	**Leitores**	**Classe econômica**
set. 2008	166.299	787.000	A e B
abr. 2009	132.579	972.000	A e B
ago. 2009	132.579	853.000	A (14%), B (38%) e C(38%)

Fonte: site da revista Recreio

Apesar de os valores das tiragens terem caído em 2009, pode-se verificar que há um aumento considerável na quantidade de leitores, se comparada aos valores do ano anterior. Acredito que isso se deva ao fato de, a partir de 2006, a revista passar a fazer parte do suporte pedagógico das escolas públicas municipais da cidade de São Paulo.

Entendo que a expansão da revista para a classe C (38%), se deu pela presença da revista nas escolas de São Paulo, conforme já falei anteriormente. E se houve uma mudança de hábitos de consumo na classe C, ela se deu indiretamente, ou seja, não pela incorporação de hábitos de leitura desse periódico fora da escola, ou pela melhoria da capacidade aquisitiva dessa faixa da população, já que a revista custa R$9,95 a cada semana (preço que considero alto se comparado ao salário mínimo atual que é de R$510,00 mensais). Além do mais os conteúdos não tiveram mudanças perceptíveis que demonstrem ter atingido outro nível de renda. Assim, a revista chega a mais crianças, das mais variadas classes sociais, mas continua sendo feita como um produto para as classes A e B.

De acordo os mapas obtidos no *site* da revista,[5] pode-se perceber que a maioria dos leitores está concentrada nas regiões localizadas no leste do país, ou seja, nas regiões com maior densidade demográfica enquanto a minoria do público

[5] Idem sites da referência número 1.

fica nas regiões localizadas mais a oeste, que são as regiões com menores taxas de densidade demográfica. Vale ainda ressaltar que em setembro de 2008 a revista tinha um assinante no exterior, que não consta o país, mas está contabilizado no *site* da revista (Observe mapa Circulando por Regiões 1).

Circulando por Regiões 1

Contudo, na pesquisa realizada em agosto de 2009 no mesmo *site*, apesar de a maioria dos pontos de recepção da revista continuar localizadas a leste, esses dados já estão bastante diferenciados[6]. As regiões Norte e centro-oeste perdem um ponto percentual cada uma, a região nordeste perde dois pontos e a região sul perde três. (observe mapa Circulando por Regiões 2)

Circulando por Regiões 2

Percebe-se então que de setembro de 2008 a agosto de 2009, a *Recreio* perdeu sete pontos percentuais em suas vendas nas regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste e Sul. Em contrapartida a região Sudeste sobe seis pontos percentuais, porém não se pode afirmar se essa perda foi substancial ou não, uma

---

6 http://publicidade.abril.uol.com.br/homes.php?MARCA=39 acesso em 09-08-09

vez que não temos condições de inferir se um ponto percentual de vendas na região Norte (por ser uma área de baixa densidade demográfica) tem o mesmo peso de um ponto percentual na região Sudeste onde as taxas de densidade demográfica são bem mais altas.

As capas e propagandas

Contendo quase que invariavelmente 42 páginas,[7] *Recreio* traz como matéria principal a reportagem sobre um desenho ou filme (animado) da atualidade e já veiculado pela mídia em geral. Também são recorrentes na capa os anúncios dos brindes da semana e da seção *Games.* Não há propagandas de nenhum outro produto nesse espaço.

Outro detalhe observado, é que o tema das seções varia de acordo com o tema da capa. Por exemplo, no número em que o destaque da capa era o filme *Carros*, duas ou três seções posteriores à matéria tinham assuntos relacionados com o assunto automóveis. Nos números mais recentes, a capa foi se tornando tema de praticamente toda a revista, uma vez que até as seções fixas se enquadram nele, e como variam de acordo com o tema, as seções variáveis também se modulam de acordo com essas idéias.

As capas da *Recreio* são chamativas e trazem como destaque as imagens de desenhos ou filmes com estréia próxima ou que estão em cartaz na TV paga ou cinema. Pela capa já se pode perceber como os recursos de *desing* gráficos são explorados para conferir uma ideia de realismo e dinamismo à imagem que está exposta. Isso pode ser verificado pela capa do n.329 de 29-06-06 abaixo destacada :

---

7 De todos os números catalogados apenas o n.341 de 21-09-06 apresentou 34 páginas, contudo, trouxe na seção “Pesquisa Escolar” o anexo “Pé na estrada” (contendo 8 páginas) que teve como assunto principal a migração entre países, sendo assim, o encarte e a revista totalizaram as 42 páginas habituais .

Todo o espaço da capa está preenchido pela cena do filme Carros, em que o personagem principal Relâmpago Mc Queen, está em destaque ao centro. Acima dele, mas sempre em destaque, está o logotipo com o nome da revista que é composto por dois círculos achatados e sobrepostos nas cores verde e azul. As letras são escritas em amarelo, sendo que o pingo do i é uma esfera vermelha. Logo abaixo do personagem tem-se em letras bem grandes os dizeres: *Acelera, Relâmpago!* Isso está escrito em letras amarelas contornadas de preto contrastando com o vermelho do carrinho. Abaixo das letras em amarelo há outra frase que diz*: O novo herói da Disney voa baixo nas pistas. Largue na frente e conheça o filme Carros.* Penso que esta última frase já é um apelo ao consumo do filme e dos produtos provenientes da produção.

Sobrepondo-se a cena do filme, temos na parte superior da capa a chamada para a seção Quadrinhos com os personagens Os padrinhos mágicos. Na parte inferior à esquerda temos a imagem de mais um Totem da coleção Missão Totem. Ao centro, embora não haja referência a nenhuma das seções da revista, a frase: *Numa Fria, o que acontece com seu corpo no inverno* aparece dentro da revista localizada na seção Ciência. No canto inferior direito há a chamada para a seção *games*, nesse número com o GBA (Game Boy Advanced) do Garfield: *Garfield em ação? Só se for por lasanha no GBA*.

De um modo geral as capas se apresentam dessa forma: Com a cena de um filme, desenho ou tema ocupando todo o espaço da capa , o personagem principal em destaque ao centro e nas bordas e em localização secundária, as chamadas para as seções destacadas a cada número, conforme tabela a seguir:

Tabela 2- Destaques das capas da Recreio

Destaques da capa	**Quantidade**
Filmes	8
Desenhos	9
Série	1
Datas comemorativas	2
Total	**20**

No que se refere às propagandas, elas não aparecem em grande número na revista, talvez para passar a idéia de a *Recreio* não incentivar ao consumo. As propagandas estão localizadas nas capas e contracapas onde são anunciados produtos direcionados para o público da revista. Esses produtos são do gênero alimentício (sucos, refrescos, goma de mascar, refrigerantes, franquias de *fast foods* etc.), vestuário (calçados), eletrônicos (celulares), entretenimento (álbum figurinhas, assinatura de TV). Em números mais recentes os anúncios do *site* Mini-Schin têm vindo em pequenas faixas (3x17) na seção Quadrinhos Dinorock. No meio dos quadrinhos... Enquanto a criança lê, ela vai associando a aventura da história ao *site* anunciado. Mais sutileza impossível!

Em muitos momentos as propagandas aparecem misturadas com os passatempos apresentados na revista (e vice-versa), conforme o exemplo do nº 330 de 06/07/2006 que tem em sua contracapa a seguinte propaganda:

Há também propagandas internas, aquelas que estão dispostas entre as seções e ou entre as matérias, mas estas sempre estão disfarçadas, integradas a passatempos ou outras brincadeiras.

Por meio do trabalho com o banco de dados, percebi que nas matérias em geral acontece a indicação de produtos. Essa situação a princípio nem é notada, uma vez que as matérias sobre os filmes ou desenhos têm aparência bem inocente em relação a isso, mas elas trazem a indicação de quando o filme estréia nos cinemas ou em qual canal e quando o desenho estréia ou é exibido no canal privado. Outro produto indicado sutilmente são os jogos eletrônicos, que estão na seção *Games*. Vale lembrar que essa é uma das seções fixas da revista e traz a cada semana um jogo novo, diferente dos apresentados anteriormente e com desafios que parecem irresistíveis.

A revista também anuncia o que aparecerá nas próximas edições (ver anexo 4) valorizando seus brindes (jogos, miniaturas e brinquedos variados). De acordo com esses dados percebi que a *Recreio* usa de estratégias de fidelização, mantendo seu público cativo, principalmente por meio dos brindes que acompanham cada edição, uma vez que, eles podem conduzir a criança a sempre buscar pela coleção completa. Sobre esse componente da revista explanarei mais adiante.

Outros produtos bastante veiculados são os do gênero alimentício, que com a promessa de aventuras e novidades também podem direcionar os hábitos alimentares. O mesmo acontece com as dicas de receitas diferentes para o lanche a ser levado para a escola. São recorrentes as seções em que apareceram possibilidades de as crianças prepararem seus próprios lanches, pois trouxeram receitas fáceis de serem feitas ou montadas como, por exemplo, bolos especiais (formigueiro, de aniversário), *milk shakes, sundaes* e doces em geral.

As principais seções e os produtos indicados

Dependendo das edições, que variam de acordo com as capas, a *Recreio* traz seções fixas como, por exemplo: Curiosidades, Teste, Games, Passatempo (há sempre mais de uma modalidade de passatempo: Enigma, Cadê? Sete erros, Fique de olho, Labirinto), Quadrinhos, Correio e Tirinhas. E seções que variam de acordo com a temática de cada edição: Na TV, Bichos, Fazendo arte, Fique ligado, Para brincar, Escola, Cinema, Esporte, Espaço, Vem aí, Era uma vez, Ecologia, Férias,

Natureza, Seu corpo, Mão na massa, Como Funciona, Experiência, Pelo Mundo, Divirta-se, Maior e Menor > <, Ciência.

As Seções Fixas

A seção *Curiosidades*, responde às dúvidas mandadas pelo leitor via e-mail ou carta e enviadas para os endereços disponibilizados sempre no mesmo local da página. Essa é uma das seções em que a revista sempre recorre ao embasamento de um especialista ou consultor. Além de respostas às perguntas, também faz parte da seção uma caixa de texto com a pergunta *"Você sabia?"* E a sua devida resposta.

Na seção *Teste*, percebi que seus conteúdos buscam moldar o comportamento dos leitores. Suas perguntas, quase sempre, são elaboradas para ter respostas que se enquadram em categorias ou grupos de determinado comportamento, sempre visando melhorar algum ponto, mesmo para aqueles que atingiram a pontuação para a categoria que tenha menos pontos a serem melhorados.

Embora "a criança não [seja] meramente ignorante ou um recipiente vazio, mas alguém capaz de raciocinar, de extrair sentidos, por conta própria e pelo discurso com os outros" (Bruner, 2001, p.62), é relevante lembrar que por meio desses testes são disseminados modelos de conduta que de certa forma privilegiam alguns comportamentos em relação a outros.

De acordo com Xavier Filha (2007) os testes geralmente denotam o que se pretende como ideal no comportamento dos leitores e instigam [a criança e] o sujeito *a fazer um trabalho sobre si mesmo, refletindo e produzindo discursos sobre si e, com isso, constituindo subjetividades* (p.4).

Penso que os testes na revista *Recreio* buscam ao enquadramento do comportamento dos seus pequenos leitores a padrões já normalizados por uma cultura adultocêntrica, em que, a criança não tem seu ponto de vista respeitado e para ser perfeita ou ideal tem que ser obediente ou corresponder a todas as expectativas de seus pais, mães ou responsáveis.

Além de possuir atributos que demonstrem uma retidão de caráter, que pode ser verificado pelos títulos: *Mentiroso, eu? Vaidoso, eu? Todos por um* (teste sobre a capacidade de trabalho em equipe) na *Recreio* os testes induzem a uma adequação do leitor às novidades da mídia, e isso pode ser verificado com os testes sobre

diversos estilos de carro e estilos de pessoas, sobre a vida no campo e conhecimentos sobre Rock. Um olhar mais detalhado percebe que esses testes localizam-se em números em que os destaques das capas são respectivamente: O filme *Carros*, os desenhos *Animalucos* e *Meu Pai é um rockeiro*.

Nos números analisados os temas dos testes se relacionavam às seguintes categorias e quantidades, conforme a tabela 5:

Tabela 3 – Categorias da seção Teste

Categoria	Incidência
Alimentação	2
Habilidades Pessoais	8
Personalidade	7
Relações Humanas	3
Total	**20**

Sendo assim, os testes podem ser vistos como parâmetros de ajustamento com função de desenvolver o autocontrole sobre a personalidade da criança formando-lhe uma identidade enquadrada na normalidade, como forma de crescer e "viver de maneira ajustada (integrada) na sociedade contemporânea" (Cordeiro, 2003, p.35).

A seção *Passatempo* invariavelmente está disposta a partir da metade da revista. Traz geralmente cinco tipos de brincadeiras (ver anexo 5): *Enigma*, em que a criança, seguindo pistas que se anulam entre si, deverá descobrir algo de uma gravura; *Cadê?,* em que a criança deverá encontrar numa gravura, de duas páginas, as figuras destacadas num quadro ao lado; *Sete erros* é uma brincadeira de comparação de gravuras em que numa delas deverão ser encontrados os sete erros; *Fique de olho* é uma brincadeira em que a criança deverá encontrar os elementos pedidos, geralmente diferenciando-os dentre os demais; *Labirinto* é a brincadeira em que a criança deverá atravessar o desenho buscando o caminho que a leve ao outro lado com sucesso. Um detalhe importante é que todas as gravuras do passatempo são temáticas e variam de acordo com o destaque da capa.

A seção *Correio* é o espaço em que o leitor dá sugestões de matérias, envia fotos e desenhos. As fotos geralmente são de crianças se divertindo nas férias, em companhia de amigos, posando com a *Recreio* ou suas coleções. Nos números analisados, pude perceber que, em nenhum momento, apareceram fotos com crianças afro-descendentes. Por fazer parte do material de apoio pedagógico nas escolas públicas do município de São Paulo, a revista atinge outras faixas sociais da

infância, mas nas fotos continuam a presença apenas de crianças brancas e pelos ambientes ou cenários que compõem as fotos, essas crianças são de classe social mais privilegiada.

Uma presença marcante na *Recreio* são as Histórias em Quadrinhos (HQs). Elas aparecem tanto na seção *Quadrinhos* quanto na seção *Tirinhas*. Na seção *Quadrinhos* ela trata de histórias com personagens veiculados em canais de televisão privada, geralmente com muitos balões com textos curtos. Já a seção *Tirinhas* apresenta três personagens principais (Gordura, Animatiras e Anabel); nela, apesar da pouca presença de textos, para que haja entendimento, principalmente nos episódios do personagem Gordura, há a necessidade de se fazer inferências, de interpretar os desenhos e seus sentidos.

Do ponto de vista da aprendizagem, essas tirinhas oferecem um grande recurso pedagógico tanto para iniciar a criança na leitura crítica do mundo que a rodeia como ampliar a base cultural e experiência de vida das crianças que já estejam com a base alfabética mais consolidada.

Também é fixa a coluna Piadinhas, que não está indicada no índice, mas é considerada como seção pela revista: *"Participe mandando a sua piada para revista Recreio Seção Piadinhas..."* As seções variáveis dependem da época do ano, de uma data comemorativa, do lançamento de um filme ou desenho de TV paga e estão contempladas no quadro a seguir:

(Quadro 1 – Seções e Conteúdos)

Seções	**Conteúdo**
Bichos	Informação sobre o mundo animal
Ciência	Novidades ou informações sobre o mundo científico
Cinema	Reportagem sobre filmes em cartaz ou com estréia próxima
Como Funciona	Informações sobre como funcionam aparelhos, objetos, veículos, etc.
Desafio	Testes de memória e brincadeiras que desafiam a inteligência
Dinorock	Informações sobre feras pré-históricas
Divirta-se	Curiosidades sobre erros de gravação
Ecologia	Informações sobre sustentabilidade
Era Uma vez	Contos, poesia e textos infantis
Escola	Encarte sobre temas escolares
Espaço	Informações sobre o Sistema Solar
Esporte	Informações sobre modalidades esportivas
Experiência	Várias experiências para se fazer em casa
Fazendo arte	Dicas de como reciclar lixo fazendo brinquedos interessantes

Férias	Brincadeiras de férias
Fique ligado	Lembretes sobre assuntos variados
Maior > < Menor	Informações sobre os maiores e os menores seres vivos da mesma espécie ou gênero.
Mão na massa	Instruções de como fazer receitas fáceis
Na TV	Reportagem sobre desenhos que estão passando na TV ou que estão com estréia próxima
Natureza,	Reportagens sobre os elementos da natureza
Para brincar	Dicas de brincadeiras
Pelo Mundo	Fatos que acontecem pelo mundo
Pesquisa Escolar	Dicas que ajudam nos deveres de casa
Rock Animal	Informações sobre os bichos da coleção Dinorock
Seu corpo	Informações sobre o corpo Humano
Vem aí	Idéias sobre datas comemorativas

Também verifiquei uma grande quantidade de produtos indicados ou citados nas matérias (filmes, desenhos, jogos eletrônicos) e são essas indicações que demonstram o quanto a revista se preocupa em direcionar do seu público para o consumo. As seções Games, Na TV e Cinema são um exemplo disso.

Quadro 2 – Produtos Indicados

Produtos Indicados	
Produto indicado ou citado	**Gênero ou tipo**
Caranguejo (Missão Totem)	Entretenimento
As crônicas de Spíderwick. (Filme)	Entretenimento
Ben10 o Filme	Entretenimento
Brinde da semana (Circomix, letronix til, e gibis Disney)	Entretenimento
Brindes da coleção Circomix e letronix z	Entretenimento
Brindes da coleção Circomix	Entretenimento
Brindes das coleções Barco do Terror, Circomix, e Missão Totem.	Entretenimento
Brinquedos da Missão Totem	Entretenimento
CD dos Hinos Placar	Entretenimento/ musical
Coleção Dino Rock	Entretenimento
Desenho animado Meu pai é um Roqueiro	Entretenimento

Desenho Animado Supernormal	Entretenimento
Desenho animado YO-GI-OH	Entretenimento
Desenho Animado: Dave, o Bárbaro	Entretenimento
Desenho animalucos	Entretenimento
Desenhos animados do Tarzan, Hércules, e Peter Pan.	Entretenimento
Era uma vez	Entretenimento
Filme "O homem de ferro"	Entretenimento
Filme da Disney Carros	Entretenimento
Filme High School Musical 3	Entretenimento
Filme Horton e o mundo dos Quem.	Entretenimento
Filme Os Sem-floresta	Entretenimento
Filme: George, o curioso	Entretenimento
Game Bomberman Land	Entretenimento
Game do SonicX	Entretenimento
Game NBA Live 2008	Entretenimento
Game Rock Band	Entretenimento
Garfield and his Nine lives	Entretenimento
Goma de marcar Bubba Splash	Alimentos
Harry Potter e o enigma do Príncipe	Entretenimento
Jogo a Bússola de Ouro	Entretenimento
Jogo Disney Friends	Entretenimento
Jogo do Nintendo DS, Barbie as the Island Princess.	Entretenimento
Jogo do Sonic em Sega Superstar Tennis para PS2, PS3,DS, Wii e Xbox	Entretenimentos
Jogo FIFA STREET 3,	Entretenimento
Jogo Hamtaro: Ham-Ham Games	Entretenimento
Jogo Mario Bros em Super Smarh Bros Brawl.	Entretenimento

Jogo Shrek: Ogres and Dronkeys	Entretenimento
Jogo The Ant Bully	Entretenimento
Letra B do letronix. 2 cartas e 4 fichas sobre a Língua Portuguesa	Entretenimento
Letronix	Entretenimento
Mario Bros para Nintendo	Entretenimento
Mario Pinball no GBA (Game Boy Adavanced)	Entretenimento
Mega Man	Entretenimento
Pesquisa Escolar	Enciclopédia
Piratas do Caribe	Entretenimento
Promoção Especial Recreio	Entretenimento/concurso
Promoção Especial Recreio/Caloi	Entretenimento/ Brinquedos
Propaganda da próxima edição que virá com as últimas 27 cartas circomix.	Entretenimento
Próxima coleção Recreio	Entretenimento
Recreio Especial: Era uma vez...	Entretenimento
Revista Recreio (próxima edição)	Entretenimento
Robô da missão totem e Revista Recreio	Entretenimento
Sonic no DS	Entretenimento
Sonic Riders : Zero Gravity	Entretenimento
Totem Bruma (Missão Totem)	Entretenimento
Totem Dia - Alvus	Entretenimento
Totem Dragão	Entretenimento

Estas seções, ao trazerem informações sobre produtos midiáticos tais como filmes e desenhos animados, indiretamente incitam ao seu consumo, devido à alta possibilidade de divulgação de produtos secundários como brinquedos, mochilas, lancheiras, jogos, vestuário etc pode apanhar o seu leitor desprevenido, desarmado.

Sobre esse aspecto, Kellner(2001) explicita que:

> A comercialização e a transformação da cultura em mercadoria trazem muitas consequências importantes. Em primeiro lugar, a produção com vistas ao lucro significa que os executivos da indústria cultural tentam produzir coisas que sejam populares, que

> vendam, ou que como ocorre com o rádio e televisão – atraiam a audiência das massas. Em muitos casos, isso significa produzir um mínimo de denominador comum que não ofenda as massas e atraia um máximo de compradores. (p.27)

A própria *Recreio* anuncia, em cada número, a sua próxima edição e tudo o que nela aparecerá: brinquedos, brindes, coleções etc. Dessa forma, quando uma criança compra ou ganha uma revista *Recreio*, ela sempre recebe o convite para adquirir a próxima. Pois, os brindes (álbuns, figurinhas, mini-brinquedos, fascículos de enciclopédias, etc.) trazem uma carga simbólica no sentido de a criança que tem aquelas figurinhas é melhor, pode mais, é popular.

Entendo que as reflexões sobre a natureza e conceituação do consumo perpassam a esfera cultural, de modo que atribuir características positivas ou negativas a ele resulta de olhares diferentes sobre o consumo em diferentes épocas e situações.

A seção *Games* a cada semana traz um jogo diferente, a maioria com os super-heróis ou personagens veiculados na mídia. Como se fosse uma resenha, ela informa sobre o que se vai encontrar em cada jogo e incentiva a criança com as possibilidades de jogá-lo individualmente ou com amiguinhos. Ela é uma das seções fixas da revista que e as novidades e informações do mundo dos jogos eletrônicos. Ao falar dos jogos, indiretamente a seção indica as marcas e a tecnologia que os fabricantes desse setor disponibilizam no mercado. Os principais fabricantes citados nas matérias dessa seção são a Nintendo e a Sony.

A Nintendo, empresa que desenvolve softwares e consoles para vídeogames é a marca que mais tem seus produtos citados. Nos 20 números, seus jogos aparecem 16 vezes: 11 vezes com exclusividade e cinco vezes disputando o espaço com a Sony (fabricante da geração Playstation), enquanto que esta última aparece sozinha apenas em 4 números.

Nessa seção percebi também que dos 20 números analisados somente um trouxe um jogo para meninas – *Barbie as the Island Princess* – cujo principal objetivo era “conquistar o príncipe”:

> Em Barbie as the Island Princess, jogo do Nintendo DS, você controla Rosella, uma princessa que vive numa ilha e está em busca do príncipe Antônio. Para garantir um final feliz para a dupla, você encara uma série de minigames, usando a caneta Stylus e os botões tradicionais. (...) Depois que completar a sua missão e conquistar o príncipe, você confere um final incrível. (nº421, 3 de abril de 2008, p. 16)

Há nessa seção uma questão de gênero em que está clara uma orientação masculina, já que o único jogo para meninas se volta para a conquista do amor e de uma posição no espaço doméstico, para o casamento. Nesse sentido, em outros cinco números a seção trouxe frases contendo adjetivos no masculino: “ seja o mais rápido”, “para você jogar sozinho ou com amigos”, “o jogador escolhe...”. O restante dos jogos não traz nenhuma indicação de gênero.

Dos 20 jogos, sete são ligados a filmes ou desenhos animados que no Brasil tiveram versões com os títulos: A Bússola de ouro, Mega Man, Shrek, Piratas do Caribe, Vida de Inseto, Garfield, Disney Friends (Lilo e Stitch, Procurando Nemo, Ursinho Pooh, Rei Leão etc.). A referência a esses sucessos no cinema demonstra a estreita ligação entre os jogos e os outros produtos midiáticos. Por isso, “*o fato de um grande número de filmes recentes serem baseados em videogames sugere uma grande mudança na natureza e na influência da mídia na nossa cultura”.* (Steinberg e Kincheloe, 2004, p.163).

Alem disso, há uma espécie de sinergia entre os diversos produtos da indústria cultural e da mídia: assim, um filme pode derivar de um “game”, mas o contrário também acontece. E quando um produto é lançado, ele já é projetado para circular entre as diversas instâncias de produção: filme, “game”, desenho animado, programa de TV, bonecos, figurinhas, material escolar, artigos de vestuário, alimentação etc. Há uma circulação entre elas que retroalimenta a produção e o consumo nos vários níveis e dos vários produtos.

Nesse sentido Hall (2003) defende a ideia de que o *consumo determina a produção e a produção determina o consumo* (p.356). Assim, aquele que produz transmite uma mensagem que tenta induzir o consumidor a consumir, a fazer o que Hall chama de leitura preferencial. Ou seja, para tudo existem várias leituras, mas aquele que produz espera-se que faça a leitura preferencial. E nem sempre é o que acontece, pois ao consumidor é reservado o papel de decodificar tudo aquilo que lhe chega e isso é feito baseado numa série de referências sociais, culturais, religiosas pessoais e empíricas que muitas vezes levam a uma leitura referencial bastante oposta à que se espera. Por isso, o consumidor tem um papel ativo ao referendar ou recusar esse trânsito de um nível a outro, ou a selecionar os níveis que prefere.

Além do mais, a grande capacidade de interatividade que esses jogos têm possibilita não só apenas a escolha das características como também uma transferência dos movimentos do jogador para os personagens, provocando

sensações físicas reais em quem está jogando. Ainda de acordo com as idéias de Steinberg e Kincheloe (2004), *"as novas tecnologias da realidade virtual no mercado tornam possivel participar fisicamente do que se passa na tela da televisão ou do computador, (...)* colocando o jogador *literalmente dentro do jogo".* (p.164)

Imagens e Linguagens

Do ponto de vista das imagens, de um modo geral, a *Recreio* tem suas seções muito bem ilustradas, com desenhos e fotos muito bem trabalhados. Isso confere um ar moderno e atualizado para a revista e se torna o principal elemento para despertar o interesse da criançada. Embora estática, a revista parece induzir a uma sensação de movimento pelo tipo de diagramação, pela alta qualidade das fotos, que passam sensação de 3D, dentre outros recursos de *design* gráfico. Além dos recursos de imagem, os textos que compõem as matérias são curtos, de leitura rápida e sempre estão de acordo com as ilustrações.

Esse dinamismo existente na revista advém não apenas da qualidade das imagens, mas principalmente na escolha das cores que compõem toda a revista. As seções, em sua maioria, são apresentadas em cores vibrantes e fortes que mexem com a sensibilidade dos leitores e causam impressões capazes de despertar sentimentos e sensações de alegria, euforia, bem estar, calor, frio, fantasia, mistério, sonho, afetividade etc.

Isso permite pensar que a Recreio se propõe a atingir seu público em todos os sentidos, literalmente: tato, visão, olfato (o número 418, de 13-3-2008, que tinha como tema a Páscoa, trouxe uma capa com imagens e cheiro de ovos de chocolate) e audição (por meio dos brinquedos sonoros) que acompanham a revista. Dessa forma, ela passa uma mensagem de ser completa e se auto-promove também por meio das sensações despertada pela sua leitura.

Com uma linguagem fácil de ser entendida, a *Recreio* usa o discurso direto para representar a sua fala, fazendo com que a leitura se torne aparentemente leve e descontraída. Veja-se o seguinte exemplo:

> '"Ei, cuidado com a árvore!" Você vai ouvir essa frase muitas vezes no desenho George, o Rei da Floresta. É que ele é diferente dos reis de outras histórias. Sem coroa ou castelo, se mete em todo tipo de encrenca porque é atrapalhado demais. E, toda vez que tenta atravessar a mata a bordo de um cipó, dá de cara com uma árvore e se esborracha no chão!' (Recreio, nº 416, p.8, fev. 2008)

Esse tipo de discurso lingüístico tem a “capacidade de atualizar o episódio fazendo emergir da situação a personagem, tornando-a viva para o ouvinte” (Cunha e Cintra, 2001, p.637). Ou seja, o recurso ao discurso direto ajuda a aproximar a personagem no tempo e no espaço, dando a sensação de que estão mais próximos do leitor.

Outro recurso lingüístico que busca alcançar essa aproximação é a utilização de verbos no imperativo, o que a revista faz com grande freqüência. No nº 416, por exemplo, das 18 seções que compunham a edição apenas quatro não trazem verbos no imperativo no título. As outras 14 são: Teste, Na TV, Bichos, Natureza, Seu Corpo, Fique Ligado, Ciência, *Games,* Passatempo Cadê? Mão na Massa, Divirta-se, Passatempo Fique de Olho, Passatempo Enigma e Correio correspondendo a aproximadamente 78 % das seções de todo o exemplar analisado. O uso de verbos no imperativo “saiba, confira, veja, entenda, entre” etc, reforça a idéia de que há alguém que manda, ou dá ordens. Percebe-se que sutilmente aparecem as relações de poder incutidas no discurso. Apesar de ser uma revista feita para o público infantil, ela é escrita por adultos.

Nesse sentido, Larrosa (1998) argumenta que

> A infância é algo que nossos saberes, nossas práticas e nossas instituições já capturaram: algo que podemos explicar e nomear, algo sobre o qual podemos intervir, algo que podemos acolher. A infância, desse ponto de vista, não é outra coisa senão o objeto de estudo de um conjunto de saberes mais ou menos científicos, a coisa apreendida por um conjunto de ações mais ou menos tecnicamente controladas e eficazes, ou usuária de um conjunto de instituições mais ou menos adaptadas às suas necessidades, às suas características, ou às suas demandas. Nós sabemos o que são as crianças, ou tentamos saber, e procuramos falar um língua que as crianças possam entender quando tratamos com elas, nos lugares que organizamos para abrigá-las. (p.184)

Müller (2008) complementa que só é possível identificar a infância porque ela é atravessada pelas outras gerações (p.134). Assim, embora as crianças possam decodificar e transformar a cultura da mídia, esta é movida por uma indústria em que existem profissionais (adultos) que se reconhecem como capazes de criar produtos direcionados para essa faixa etária da população. E por sentirem-se dotados de conhecimentos sobre a infância, os profissionais que produzem a *Recreio* se impõem como autoridades por meio do uso de verbos no imperativo, como já foi falado acima. Isso revela de fato, como esse produto criado especialmente para a

infância, enxerga seu público alvo. Mais uma vez, é a visão adultocêntrica enxergando as crianças como meras cumpridoras de ordens.

A *Recreio* e os saberes infantis

Na seção Ciência, do nº 416, (ver anexo 6), que traz uma reportagem sobre a febre amarela, aparece em letras brancas e menores a frase: *"Entenda o que é a febre amarela e veja como prevenir a doença"*. Seguida de outra frase escrita em letras bem grandes, na cor amarelo-mostarda ou ocre contornada de azul escuro: "Perigo que vem da mata". Na sequência aparece o mapa com as regiões onde há maior risco de contaminação, um quadro com informações sobre a vacina e abaixo dele, uma ilustração muito curiosa em que quatro crianças enfrentam os mosquitos transmissores da doença.

Na forma como está disposta, a matéria envolve o leitor com informações sobre a doença, e com elas passa a idéia de que é possível viver nas regiões onde há problemas de endemia desde que se tome a vacina. Além do mais, na gravura em que as crianças estão enfrentando os mosquitos, tem-se a idéia de que, por terem sido vacinadas, os mosquitos não as atingem.

Isso não é verdade, pois sabe-se que a vacina protege contra o vírus e não contra os seus vetores, assim, não é possível que as crianças da gravura estejam protegidas das picadas dos insetos se forem atacadas por eles e sim de serem contaminadas caso alguma delas seja picada por um mosquito que contenha o vírus.

Penso que a caracterização do problema se dê dessa forma para ressaltar para as crianças a importância e as vantagens da vacina. Uma vez que a vacina contra a Febre Amarela é dada via injeção subcutânea e isso pode passar a idéia de

que a agulhada doa ou provocar medo da agulha e consequente recusa em se tomar a injeção.

No início da apresentação dos resultados parciais, discuti um excerto que trazia os objetivos da *Recreio* que dentre outros “ajuda nas pesquisas escolares” e existência de “matérias educativas sobre Ciências...” pela analise das informações dessa seção, percebe-se por esse exemplo que a *Recreio* desmente os seus objetivos, porque ensina sim, mas ensina conhecimentos no mínimo equivocados. Como a revista pode ser usada nas pesquisas escolares se as informações que veicula não são confiáveis?

Outro dado observado a partir do banco de dados foi o fato de encontrar, nos 20 números que serviram como fonte da pesquisa, 51 reportagens que tocam em temas que tradicionalmente são trabalhados no currículo escolar, em diversas disciplinas ou áreas de saber. Conforme a tabela a seguir:

Tabela 4 – Temas das matérias

Tema	**Quantidade**
Mundo animal	19
Mundo vegetal	4
Corpo Humano	6
Saúde	2
Meio Ambiente/ Ecologia	5
Matemática	2
História	5
Geografia	4
Astronomia	2
Dinossauros	3
Total	**51**

O mesmo acontece com a seção Curiosidades. Nela são respondidas perguntas dos leitores e leitoras, enviadas por e-mail ou cartas e é um dos poucos espaços em que se mencionam especialistas, consultores ou instituições como fontes de informação. Geralmente os profissionais estão ligados a departamentos de entidades com referência em alguma das áreas das Ciências ou do mundo acadêmico. São elas USP (Universidade de São Paulo), Unicamp (Universidade Estadual de Campinas), PUC (Pontifícia Univercidade Católica), Instituto Butantan, Unifesp (Universidade Federal de São Paulo, Unesp (Universidade Estadual de São Paulo), NASA (National Aeronautics and Space Administration) etc.

Tabela 5 –Temas da seção Curiosidades

Tema	**Referências**
Corpo humano/Saúde	19
Crendices	2
Curiosidades pelo mundo	10
Física e Química	6
História	16
História dos desenhos animados	4
Meio ambiente	8
Mundo Animal	16
Relacionamento Humano	3
Total	**84**

A presença de assuntos que abrangem diversas áreas do saber corresponde, possivelmente, a uma tentativa de cumprir o terceiro objetivo autoproclamado pela revista que é ajudar nas pesquisas escolares. Há, portanto, uma tentativa clara da publicação de dialogar com o universo escolar. Assim, percebe-se, que mesmo havendo descuidos, há uma preocupação com as informações veiculadas na revista, principalmente por conter em sua maior parte assuntos referentes ao currículo da escola – principalmente da área das Ciências – e por embasar esses assuntos com autoridades renomadas.

Pela tabela 5 percebe-se que há privilégio para assuntos que envolvam as Ciencias Biológicas (Corpo humano/Saúde, Física e Química, Meio ambiente, Mundo Animal) abrangendo em torno de 70% dos assuntos dessa seção. Embora esses assuntos sejam parte do currículo escolar, eles não refletem a realidade que se tem nas escolas, em que se engloba também outras disciplinas, principalmente as de Língua Portuguesa e Matemática.

Penso que o privilégio de algumas áreas do saber em detrimento de outras, se dê para ressaltar que o conhecimento sobre essas áreas conduz a profissões socialmente privilegiadas, justificando inclusive a referência às instituições acima citadas que na sua maioria tem alunos de classe social mais abastada.

Nesta pesquisa, partiu-se do princípio de que o público da *Recreio* se compõe das crianças leitoras e dos familiares (mãe, pai, ambos ou outros) que compram a revista; eventualmente, também das professoras e professores que lidam com ela como material didático principalmente nas escolas públicas da cidade de São Paulo. Talvez, ter informações com chancela científica não seja tão decisivo para as

crianças, embora possa ser muito importante para as mães e mais ainda para as professoras. Por conseguinte, me questiono: o seu conteúdo é realmente educativo ou ideológico?

Os Brinquedos

Outro elemento constituinte da revista são os brindes oferecidos em cada número da revista. Geralmente são brinquedos, sempre inseridos no contexto de uma coleção, ou enciclopédias em fascículos semanais, ou ainda mini-revistas falando sobre as coleções. Depois do *glamour/status* de ter a revista, esse é um item que chama bastante a atenção das crianças.

Entendo que os brindes fazem parte de uma estratégia de fidelização de que a *Recreio* se vale, mantendo seu público cativo, principalmente por meio dos brindes que acompanham cada edição, uma vez que, eles podem conduzir a criança a sempre buscar pela coleção completa e não é apenas uma simples coleção, é uma com a qual se pode brincar e aprender. Tendo essas vantagens,

> Uma coleção iniciada na esfera infantil parecida com a brincadeira, pode continuar sob outras formas quando a criança se torna adulto. Essa veia de colecionador é aproveitada pelos fabricantes que propõem às crianças séries de objetos cujo acúmulo prevalece sobre a lógica lúdica. Mas a lógica deles não se limita às crianças e outros produtos são propostos aos adultos. (Brougère, 2004. p. 253)

Assim, enquanto as matérias ligadas às pesquisas e aos conhecimentos científicos parecem se dirigir e atender aos anseios de pais e professores, parece claro que os brindes são importante chamariz para as crianças, pois na categoria de brinquedos,

> podem incorporar, também, um imaginário preexistente criado pelos desenhos animados, seriados televisivos, mundo da ficção científica com motores e robôs, mundo encantado dos contos de fada, estórias de piratas, índios e bandidos. Ao representar atividades imaginárias, os brinquedos expressam, preferencialmente, personagens sob forma de bonecos, como manequins articulados ou super-heróis, misto de homens, animais, máquinas e monstros. (Kishimoto, 2007, p. 18-19)

Além dos brinquedos a *Recreio* traz a seção Passatempo, em que aparece uma infinidade de jogos e brincadeiras. São jogos impressos que exercitam a atenção e o raciocínio lógico e que costumam se repetir, constituindo ao todo cinco tipos de brincadeiras: Sete erros, Cadê?, Labirinto, Enigma e Fique de Olho.

Esses passatempos são compostos por muitas imagens, desenhos, que como já falei anteriormente, nos números mais recentes tem o tema de acordo com o tema da capa. A presença dessas brincadeiras na *Recreio*, além de justificar a fama da revista de ser divertida enquanto educa, justifica até o nome do periódico, *Recreio*. De acordo com o dicionário Houaiss, recreio significa: *s.m. 1 - o que serve para divertir, diversão, brinquedo. 2-na escola, espaço de tempo para lazer entre as aulas.* (Houaiss, 2004, p.629). O recreio, para Müller (2008),

> é a categoria espaço-temporal que mais aparece nos relatos das crianças como facilitador do encontro com os amigos. Para todas as crianças o recreio é um dos melhores momentos do dia. (p. 136)

Na escola, recreio é o tempo escolar em que as crianças têm liberdade para brincar, na sua grande maioria sem o controle de adultos sobre suas ações. Os passatempos são brincadeiras com desafio mental, privilegiam a individualidade e a introspecção e são apropriadas para o momento do recreio, embora em nenhum lugar da revista se diga isso, o próprio nome da revista induz a esse pensamento.

Veja o exemplo de um passatempo enigma do n.419 de 20/3/2008:

> Enquanto o gorila cochila, descubra o nome dos macacos que estão levando o cacho de banana. Kinho e Magu estão com a mão na cabeça. Chico e Zeca estão agarrados a um cipó. Mikin não está de olhos fechados. Chico está mais no alto que Zito e os pés de Zeca não estão apoiados em nenhum galho. Magu e Mikin estão no mesmo galho.

Os macacos estão sinalizados com as letras de A a F, conforme primeira imagen do anexo 5 e a criança, sozinha ou acompanhada, precisa desvendar o enigma. Assim, os passatempos se encaixam com a noção que Kishimoto (2008) tem sobre a brincadeira. Para ela, é

> pela brincadeira que a criança aprende a se movimentar, falar e desenvolver estratégias para solucionar problemas. A brincadeira tem o papel preponderante na perspectiva de uma aprendizagem exploratória, ao favorecer a conduta divergente, à busca de alternativas não usuais, integrando o pensamento intuitivo. (p. 151)

Ao final desse trabalho de descrição e análise dos dados da *Recreio*, percebi que essa revista e todos os elementos que a constituem (as capas, as seções, as imagens, desenhos ou fotos, as propagandas, os produtos indicados ou citados, os brinquedos) relacionam-se entre si, formando um todo capaz de parecer (ou se tornar) educativo aos olhos de pais e professores, e divertido, agradando ao público ao qual a revista se destina. Isso leva o leitor a se adequar aos padrões de uma

cultura dominante, pois os saberes veiculados nela indicam o que é e como é saber ser criança/adolescente.

Refletindo sobre as leituras, os dados já expostos e o título da minha pesquisa (*Recreio e a construção dinâmica do saber* infantil), cheguei à conclusão de que embora sendo um produto da indústria cultural, cujo principal objetivo é o consumo visando o lucro, e que tem uma concepção de infância em que a criança é vista como passiva e mera reagente aos estímulos propostos pelos adultos, esse periódico tem potencial pedagógico, pois veicula conteúdos semelhantes ao da escola, embora o currículo que norteia esses conteúdos seja questionável; estimula a leitura por meio de histórias em quadrinhos e textos rápidos e que abrangem o universo infantil; desperta sensações por meio das imagens, das cores, dos cheiros e dos sons que a compõem (conforme já foi exemplificado) e possibilita o jogo lúdico por meio das suas brincadeiras e brinquedos.

Assim, todos esses elementos contribuem para a construção dos saberes infantis, vez que, aumenta o repertório de informações e referências da criança que lê a *Recreio*. Criança essa, que não é passiva, que sofre a influência da cultura que a rodeia, mas que também rejeita, aceita, decodifica e produz sua própria cultura.

Considerações Finais

Por essa pesquisa, percebi que a revista *Recreio* deve ser analisada e discutida no contexto social para a qual está direcionada e para isso, cada receptor irá interpretá-la de acordo com suas experiências e vivências específicas ou coletivas que formam a visão que cada um deles tem do mundo. Ter a revista *Recreio* na escola pública, não só aproxima crianças de classes sociais diferentes, como também permite que o acesso a ela se expanda para outras crianças.

E por isso mesmo, há a necessidade de, como no caso de qualquer outro produto da mídia, o processo de leitura da revista deve ser feito em companhia de um adulto, não apenas por que se pressupõe que este seja dotado de senso crítico mais elaborado e mostre à criança que há outras formas de se ler a revista e o mundo que a cerca, mas também para que esse adulto, na figura no professor ou do familiar, possa conhecer esse periódico e perceber como a criança se apropria do conteúdo proposto por ele.

Pude perceber também que o público da *Recreio* desenvolve uma relação de vínculo com a revista mais pelas imagens, brindes e brincadeiras influenciado pela massificação das marcas do que pela leitura. Essa última é mais cobrada por pais e professores que veem na presença de textos informativos a possibilidade de aprendizagem. Assim, a criança/adolescente, preconizada pela *Recreio*, cumpre com suas obrigações com a escola – a revista ajuda nisso -, está informada sobre os lançamentos da TV, do cinema e sobre os jogos eletrônicos, mas não deixa de ser criança, uma vez que brinca com os passatempos e brindes da revista.

No processo de pesquisa, percebi ainda a necessidade de reflexão sobre os conceitos que derivam dos estudos culturais: tais como cultura da mídia, pedagogia cultural, currículo cultural e da mídia, chegando à conclusão de que as relações entre eles e a revista *Recreio* necessitaram maior cuidado, aprofundamento e consolidação. Além disso, foi necessário pesquisar e entender os elementos existentes na minha fonte, os conteúdos, a intencionalidade e tudo o que envolvia a pedagogia desse periódico.

Outro item que foi necessário pesquisar foi a respeito dos videogames, nunca brinquei com um videogame, não por não ter um em casa, mas por – preconceituosamente – considerá-lo um jogo alienante; no contato com a revista senti a necessidade de saber mais sobre o brinquedo e recorri a várias crianças que gentilmente se dispuseram a me ensinar sobre esse tipo de jogo.

É importante salientar que o trabalho com periódicos é muito gratificante, ainda mais quando conseguimos perceber que avançamos em apreensão de conceitos e estes nos auxiliam a enxergar nossa fonte com olhos desprovidos de pré-conceitos e idéias abertas para o entendimento do todo. Ainda mais em se tratando de uma revista elaborada exclusivamente para o público infantil e em processo de alfabetização.

Por fim, tive a plena consciência de que num trabalho de pesquisa, o contato com a fonte, a escrita, análise dos dados e a leitura de referenciais de apoio demandam um contato diário, pois só assim, por meio desse contato tive as inquietações que clamavam por serem sanadas e na maioria das vezes isso não foi possível de pronto. A reflexão gera um amadurecimento das idéias e conceitos que só a oportunidade da pesquisa pode proporcionar.

Assim, ao final desse trabalho, tenho a sensação de completar mais uma etapa da minha vida acadêmica. Foram praticamente quatro anos – entre as primeiras

leituras, a escolha da revista, os primeiros exercícios exploratórios até chegar a esse relatório final – desde a primeira reunião em um grupo de estudos. A etapa chega ao fim, contudo, algo maior instiga a não querer parar.

De fácil, apenas a convivência com os outros integrantes do grupo de estudos, demais foi bastante difícil. Confesso que a primeira leitura do grupo assustou-me muito. Umberto Eco, em Apocalípticos e integrados, apresentou-me o desafio do quanto eu precisava aprender para escrever sobre qualquer coisa. E o trabalho foi árduo.

No processo da pesquisa, o trabalho com a escrita não foi fácil e muitas vezes tive a sensação de retrocesso. Isso foi angustiante. Com o trabalho pronto, percebi que o entrave foi importante para a consolidação das idéias e, consequentemente, o avanço da pesquisa. O que valeu à pena mesmo foi que em nenhum momento senti-me desamparada (pelo grupo, leituras, fonte ou orientador); o trabalho, contudo, é pessoal. Chega um momento em que a busca e a elaboração precisam ser solitárias e isso requer solidão e isolamento para enfim, surgir o resultado de tanto tempo de pesquisa que ofereço a todos e todas que se interessarem pela sua leitura.

Fontes

Recreio, São Paulo, Abril, ano 5, n. 235, 9 set. 2004.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 5, n.241, 21 out. 2004.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 7, n.329, 29 jun. 2006.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 7, n.330, 6 jul. 2006.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 7, n.333, 27 jul. 2006.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 7, n.341, 21 set. 2006.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 7, n.334, 3 ago. 2006.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 7, n.335, 10 ago. 2006.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 8, n.398, 25 out. 2007.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 8, n.414, 14 fev. 2008.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 8, n.415, 21 fev. 2008.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 8, n.416, 28 fev. 2008.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 8, n.417, 6 mar. 2008.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 8, n.418, 13 mar. 2008.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 9, n.419, 20 mar. 2008.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 9, n.420, 27 mar. 2008.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 9, n.421, 3 abr. 2008.

Recreio, São Paulo, Abril, ano 9, n.422, 10 abr. 2008.

Recreio, São Paulo Abril, ano 9, n.423, 17 abr. 2008.

Recreio, São Paulo Abril, ano 9, n.424, 24 abr. 2008.

Referências:

BAUER, Martin e GASKELL, George (org.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*: um manual prático. 5. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BROUGÈRE, Gilles. Brinquedo e Companhia. Será que o brinquedo é educativo? In *Brinquedo e Companhia.* São Paulo: Cortez, 2004.

BRUNER, Jerome. *A cultura da Educação*. Porto Alegre: Artmed, 2001.

CAMPOLINA, L. O e OLIVEIRA, M. C. S. L. Cultura escolar e práticas sociais: episódios cotidianos da vida escolar e a transição para a adolescência. In: *Educação e Pesquisa*, São Paulo, v.35, n.2, p. 369-380, maio/ago. 2009.

CORDEIRO, Jaime, F.P. Pedagogias multiplicadas: como as revistas masculinas e femininas produzem sujeitos. In: *Indústria cultural e educação*. (organizadores: José Vaidergorn e Luci Mara Bertoni) Araraquara: JM Editora, 2003.

COSTA, Marisa Vorraber. Currículo e Política Cultural. In: *O currículo nos limiares do contemporâneo* (org. Marisa Vorraber Costa). 3ª Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

CUNHA, Celso Ferreira e CINTRA, Luis Filipe Lindley. *Nova gramática do português contemporâneo*. 3ª edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001.

FERNANDES, Florestan. As “Trocinhas” do Bom Retiro: contribuição ao estudo folclórico e sociológico da cultura e dos grupos infantis. *Pro-Posições*. Dossiê: Educação Estética, Campinas, v.15,n.1 (43), p.229-250, jan./abr.,2004.

HALL, Stuart. Codificação/Decodificação. In: *Da Diáspora*: identidades e mediações culturais. Organização Liv Sovik; Trad. Adelaide La Guardia Resende ...[et al]. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HOUAISS, Antônio. *Minidicionário Houaiss da língua Portuguesa*/organizado pelo Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua S/C Ltda. 2ª ed. Rio de Janeiro. Objetiva, 2004.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*, estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

KISHIMOTO, T, M. (org.) *Jogo, Brinquedo Brincadeira e a Educação*. São Paulo, Cortez Editora, 10ª Ed. 2007.

LARROSA, Jorge B. O enigma da infância: ou o que vai do possível ao verdadeiro. In: *Pedagogia Profana:* danças, piruetas e mascaradas. Porto Alegre/RS: Contrabando, 1998.

MILLER, Daniel. Consumo como Cultura Material. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, Ano 13, nº 28, p. 33-63. Jul./Dez. 2007.

MIRA, Maria C. A escola na era do lazer. In *Ciências sociais na atualidade, Brasil: resistência e invenção*. Cap. IX, Paulus, 2001.

_____ *O leitor e a banca de revistas*, A segmentação da cultura no século XX. São Paulo: Olho d´ Água/Fapesp, 2001.

MÜLLER, Fernanda. Socialização na escola: transições, aprendizagem e a amizade na visão das crianças. In: *Educar.* Curitiba, n.32, p.123-141, Editora UFPR, 2008.
SETTON, Maria G. J. Família, Escola e mídia: um campo com novas configurações. In: *Educação e Pesquisa*, jan./jun. vol. 28 nº. 1, 2002.

_____. Mídias: uma nova matriz de cultura. In *Educação e Mídia*: um diálogo para educadores. São Paulo, Editora Contraponto, no prelo.

SILVA, Tomaz Tadeu. Currículo e Identidade Social: Territórios Contestados In: *Alienígenas na sala de aula* – Uma introdução aos estudos culturais em educação (org. Tomaz Tadeu da Silva). 2ª Ed. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

STEINBERG, Shirley R. e KINCHELOE, Joe L. *Cultura Infantil*, A construção corporativa da infância. 2ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

VEIGA-NETO, Alfredo. *Currículo, Cultura e Sociedade* In: Educação Unisinos, vol. 5, nº9, 2004 p. 157 a 171.

XAVIER FILHA, Constantina. Qual dessas moças é você? O autoconhecimento produzido pelos testes da imprensa feminina. In: *Educação em Revista* (UFMG impresso), n.46. p.337-362, 2007.

Anexos

ANEXO 1 – CERTIFICADO DA SEMANA DE EDUCAÇÃO 2008

semana da educação
identidade e diversidade
22 a 26 de setembro de 2008

CERTIFICADO (SESSÕES COORDENADAS)

Certificamos que **Bruna Galluccio Ferreira - Manoela Ribeiro Paixão - Marta Coelho dos Santos - Mirna Colazingari Barboza - Tatiane de Souza Serafim** participou (ram) da VI Semana da Educação da FEUSP, de 22 a 26 de setembro de 2008 na condição de apresentador (es) do seguinte pôster:

Pedagogias multiplicadas no currículo da mídia: um estudo das representações de educação nas revistas brasileiras

A apresentação da comunicação acima contabilizou 3 horas.

São Paulo, 30/1/2009

Prof. Dr. Elie Ghanem
comissão organizadora - coordenador

Profa. Dra. Sonia Penin
Faculdade de Educação da USP - diretora

Imprimir

(Caso necessário, este certificado, uma vez impresso, poderá ser autenticado no Setor de Apoio Acadêmico da FEUSP)

ANEXO 2 – CERTIFICADO DO I SEMINÁRIO DE METODOLOGIA E HISTÓRIA DA LEITURA DE REVISTAS PERIÓDICAS

FE USP Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo

Certificado

Certifico que MARTA COELHO DOS SANTOS participou do *I Seminário de Metodologia e História da Leitura de Revistas Periódicas*, realizado no dia 03 de novembro de 2008 pela Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo, com carga horária total de 8 horas.

Apresentou o trabalho: Pedagogias multiplicadas no currículo da mídia: Recreio, a construção dinâmica do saber infantil.

São Paulo, 07 de janeiro de 2009.

Prof. Dr. Valdir Heitor Barzotto
Coordenador

ANEXO 3 – CERTIFICADO DO 17º SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA USP 2009

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

A PRÓ-REITORA DE PESQUISA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO,
CERTIFICA QUE

MARTA COELHO DOS SANTOS

PARTICIPOU DO

17º SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA

COM O TRABALHO
"RECREIO, A CONSTRUÇÃO DINÂMICA DO SABER INFANTIL"
- HUMANAS E HUMANIDADES
SOB ORIENTAÇÃO DO PROF. DR. JAIME FRANCISCO PARREIRA
CORDEIRO
REALIZADO NOS DIAS 11, 12 E 13 DE NOVEMBRO DE 2009.

SÃO PAULO, 13 DE NOVEMBRO DE 2009.

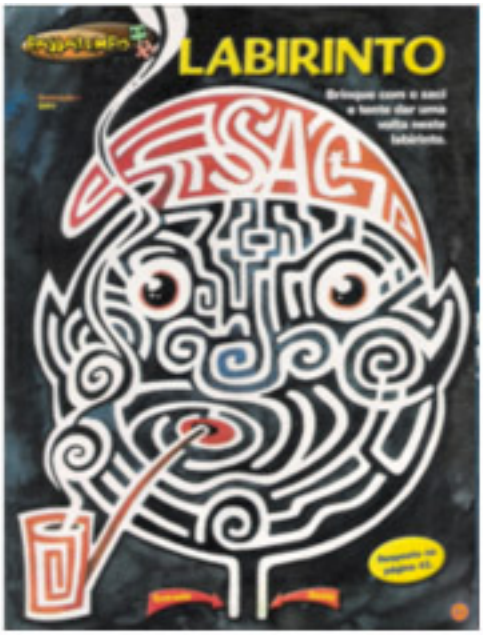
PRÓ-REITORA DE PESQUISA
MAYANA ZATZ

USP

PRESIDENTE DA COMISSÃO
COORDENADORA DO PROGRAMA DE
INICIAÇÃO CIENTÍFICA
MARIA INES ROCHA MIRITELLO
SANTORO

ANEXO 4 – PROPAGANDA DA *RECREIO* NA *RECREIO*

ANEXO 5 – TIPOS DE PASSATEMPOS DA *RECREIO*



ANEXO 6 – SOBRE A FEBRE AMARELA

CIÊNCIA

Entenda o que é a febre amarela e veja como prevenir a doença.

PERIGO QUE VEM DA MATA

Você deve ter visto na TV e nos jornais que várias regiões brasileiras estão em alerta por causa da febre amarela. Ela tem esse nome porque deixa as doentes com febre alta e com a pele e os olhos amarelados.

A febre amarela silvestre é transmitida por mosquitos que picam macacos contaminados por um certo vírus. Depois, esses mosquitos podem picar quem se aproxima da mata, transmitindo a doença. Além de ficar doente, a pessoa picada carrega o vírus e, se for atacada por outros mosquitos urbanos, a febre amarela pode se espalhar na cidade.

Como não é possível acabar de vez com o mosquito, a única jeito de prevenir essa doença é tomar uma vacina, distribuída gratuitamente em postos de saúde de todo o país.

Quem mora nas áreas de risco (Região Norte, Centro-Oeste, estado do Maranhão e parte do Piauí, Bahia, Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul) ou vai viajar para esses lugares deve tomar a vacina.

ALERTA

Veja as regiões onde há risco de contaminação atualmente.

SIM A VACINA PROTEGE

- A vacina é gratuita e pode ser tomada a partir dos 9 meses de idade. Ela leva dez dias para fazer efeito.
- A vacina vale por dez anos e quem tomou uma dose depois do ano de 1999 não precisa tomar outra agora. Tomar a vacina mais de uma vez num período de dez anos é perigoso, pois aumenta o risco de efeitos colaterais e de doenças.
- A vacina pode provocar reações como mal-estar, dor de cabeça e febre, que desaparecem sozinhas. Se isso não acontecer, é preciso procurar um médico.
- Mulheres grávidas, pessoas alérgicas a ovo e quem toma remédios ou tem doenças que comprometem a defesa do organismo devem consultar um médico antes de tomar a vacina.

Texto NORMA LOPES
Ilustrações JEAN GALVÃO

Saiba mais sobre a febre amarela no site