

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO  
LICENCIATURA EM PEDAGOGIA

CRISTIANE DE SOUZA ABREU

**UM MUNDO VIRTUAL COBERTO DE NEVE:  
o jogo online *Club Penguin* na constituição da infância**

PORTO ALEGRE

2.Semestre

2011

CRISTIANE DE SOUZA ABREU

**UM MUNDO VIRTUAL COBERTO DE NEVE:  
o jogo online *Club Penguin* na constituição da infância**

Trabalho de Conclusão apresentado à Comissão de Graduação do Curso de Pedagogia da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial obrigatório para a obtenção do título de Licenciatura em Pedagogia.

**Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Sandra dos Santos Andrade.**

PORTO ALEGRE

2.Semestre

2011

## **AO CHEGAR A ESTA ETAPA DE CONCLUSÃO, TENHO MUITO A AGRADECER.**

À minha orientadora, a professora Sandra Andrade, pela competência, pelo incentivo e respeito com que orientou o meu trabalho. Obrigada pelas dicas de leitura, pelas sugestões e contribuições realizadas. Pela paciência, pela escuta e afetividade com que conduziu os nossos momentos de orientação.

Às colegas de orientação Julia Timm e Joseana Rodrigues, obrigada pelas trocas de materiais, pelos empréstimos de livros e por compartilharem não só as dificuldades, mas as ideias e os risos.

Aos meus alunos do estágio docente obrigatório que me fizeram buscar por novas ideias, novas respostas e, também, novos questionamentos, com as inquietações que me causaram. A eles, à professora titular da turma e à equipe que atua com os Anos Iniciais na escola, agradeço por me receberem mais uma vez, participando e colaborando com a realização deste estudo.

Ao pessoal do CINTED, pela compreensão e flexibilidade com os meus horários durante o período de elaboração do TCC.

À Gisa, minha querida prima, pela disponibilidade e cuidadosa revisão deste trabalho, em meio à ocupada vida docente.

Às professoras Maria Luisa Xavier (minha orientadora de estágio) e Maria Isabel Dalla Zen pela inspiração docente e formação acadêmica.

Às amigas e colegas de aula Francine Martini, Michelle Teixeira e Maíra Abrunhoza, companhias que fizeram a diferença nas manhãs da FACED. Com quem sempre troquei não só as dúvidas, os desabafos e (incessantes) e-mails acadêmicos, mas as certezas, as alegrias, as novidades, os planos e as conquistas. Agradeço-as, sobretudo, pela amizade construída nestes quatro anos de formação, que será cultivada por muito tempo. Fran, minha dupla, obrigada por toda a cumplicidade acadêmica e pessoal. Pelo companheirismo que tornou mais doce esta caminhada. Obrigada por tudo!

Em especial, aos meus pais, que sempre me apoiaram e me auxiliaram em minhas escolhas. Agradeço a eles, a toda a minha família e aos amigos que entenderam minhas necessárias ausências e me incentivaram a continuar em busca dos meus objetivos.

## RESUMO

O objetivo desta investigação é problematizar determinadas estratégias pedagógicas utilizadas pelo jogo virtual *Club Penguin* – produto da companhia *Walt Disney* – que contribuem na constituição identitária de crianças e jovens. O *corpus* da pesquisa foi formado por entrevistas semiestruturadas, realizadas com 25 crianças, usuárias do jogo, de um terceiro ano do Ensino Fundamental de Nove Anos, de um colégio público de Porto Alegre e, centralmente, pela análise do ambiente virtual *Club Penguin*. Ancorado na perspectiva teórica dos Estudos Culturais, o estudo utiliza-se da análise cultural para refletir sobre as estratégias pedagógicas do jogo. Opera com conceitos como: pedagogia cultural, infância e identidade. Foi possível perceber que o jogo se vale de estratégias pedagógicas como a variedade de atividades e a possibilidade de interação, demonstrando agilidade e criatividade compatíveis com as características das crianças de hoje. Percebi com a análise que há um amplo investimento no mistério, na ação e na aventura, pois são emoções que envolvem crianças e jovens e são pouco encontradas nas escolas atualmente; fator que torna os artefatos culturais, muitas vezes, mais atraentes do que a escola. As análises mostraram o forte incentivo ao consumo como via para ser e pertencer a certos lugares e grupos identitários dentro do jogo, entendido como um dos principais motivos para o cadastro de muitas crianças em opções pagas, já que ele oferece, de forma gratuita, boa parte de seus ambientes.

**Palavras-chave:** Jogo virtual. Pedagogia Cultural. Infância.

## SUMÁRIO

<b>1. APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>5</b>
<b>2. CAMINHOS INVESTIGATIVOS.....</b>	<b>7</b>
2.1 METODOLOGIA DE PESQUISA .....	10
2.2 “UMA ARENA DE SIGNIFICADOS”: SOBRE AS ENTREVISTAS .....	11
<b>3. DOS ESTUDOS CULTURAIS AO JOGO <i>CLUB PENGUIN</i>: (RE)PENSANDO CONCEITOS.....</b>	<b>14</b>
<b>4. “PASSEIE NA ILHA E FAÇA NOVOS AMIGOS”: O JOGO EM ANÁLISE.....</b>	<b>22</b>
4.1 COMO TUDO COMEÇOU: A ORIGEM DO <i>CLUB PENGUIN</i> .....	22
4.2 MARAVILHOSO MUNDO VIRTUAL: RECURSOS DISNEY .....	23
4.3 “NINGUÉM FALA PALAVRÃO”: MODOS DE ENDEREÇAMENTO.....	32
4.4 “SER ASSINANTE É DEMAIS!”: CONSUMINDO ROUPAS E IDENTIDADES...	36
<b>5. “JÁ TÁ DITO!”: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES.....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>47</b>
<b>APÊNDICE A – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....</b>	<b>51</b>
<b>APÊNDICE B – Roteiro de perguntas das entrevistas .....</b>	<b>52</b>
<b>APÊNDICE C – Quadro síntese - respostas iniciais das entrevistas .....</b>	<b>53</b>

## 1. APRESENTAÇÃO

As crianças contemporâneas nascem e crescem imersas numa cultura, na qual é comum o “bombardeio” diário de informações veiculadas por mídias como a televisão e a internet. Nesta direção, Mariangela Momo (2007, p.58) afirma que “os adultos já não mais controlam os conhecimentos aos quais as crianças terão ou não acesso. Estamos todos (crianças, jovens, adultos, idosos) sujeitos a uma sociedade da informação e da tecnologia, que compõe a vida cotidiana diária”.

Esse “bombardeio” de informações sobre as crianças e os efeitos que produz é um dos aspectos que me chama a atenção desde que ingressei no Curso de Pedagogia, sobretudo, a partir do momento em que conheci o campo dos Estudos Culturais. As leituras, nesta área, direcionaram cada vez mais o meu olhar para a grande presença e a influência de artefatos culturais no cotidiano infantil. Fazendo, ainda, com que eu levasse minhas reflexões, a partir dos textos acadêmicos, para os trabalhos de campo realizados.

Diante disso, cheguei ao oitavo e último semestre da Pedagogia decidida em relação ao assunto que eu abordaria em meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Faltava, entretanto, delimitar a temática, selecionando uma questão principal dentre tantas possibilidades que o tema sobre artefatos culturais e a produção da infância compreende.

Uma situação se destacou em meu estágio curricular docente – realizado no primeiro semestre deste ano – sendo recorrente durante todo este período de prática pedagógica. Em função desta situação elegi, mais especificamente, um artefato cultural para análise, o jogo online *Club Penguin*<sup>1</sup>, da Disney. Isto por que, a maioria dos alunos da minha turma do estágio docente obrigatório era usuária do mesmo. O que em certa medida interferia em minhas aulas e ao mesmo tempo mostrava-me os interesses dos meus alunos.

Estas são as questões que me motivaram a realizar este estudo. Aprofundadas no próximo capítulo deste trabalho, no qual também apresento a minha justificativa para a relevância desta temática no campo educacional, as questões

---

<sup>1</sup> É um jogo/ambiente eletrônico online voltado para crianças e pré-adolescentes. Os participantes, sob a forma de avatares de pinguins coloridos, podem explorar, brincar com jogos online e participar de outras atividades com seus amigos em um mundo virtual.

norteadoras da pesquisa e os meus objetivos com este estudo. Também, delinheiro a metodologia empregada para produção do material empírico, sendo este composto pelo ambiente virtual *Club Penguin* e por entrevistas com a turma de alunos do período de estágio.

No capítulo posterior, exponho a perspectiva teórica na qual a pesquisa está ancorada. Situo, portanto, o lugar dos Estudos Culturais na presente investigação. Discorro em relação a alguns conceitos que oferecem suporte à pesquisa como: pedagogia cultural, identidade e infâncias. Ainda, argumento por que o jogo *Club Penguin* é um artefato cultural relevante, bem como esclareço, neste momento, o conceito de interpelação, já que entendo que as crianças investigadas são intensamente interpeladas por este artefato da cultura.

Além disso, suponho que o jogo incentiva o consumo nas crianças, hipótese que pondero no capítulo quatro, quando o *corpus* da investigação é analisado, inspirada no referencial teórico apresentado. Finalizando a estruturação deste trabalho, no último capítulo aponto possíveis considerações sobre o estudo.

## 2. CAMINHOS INVESTIGATIVOS

As formas como a criança compreende a si e o mundo à sua volta, bem como as possibilidades de constituição da infância através de artefatos culturais, interessam-me desde que ingressei no Curso de Pedagogia. Interesse ampliado com as leituras e trabalhos realizados ao longo do curso, sobretudo quando fui apresentada ao campo dos Estudos Culturais, no segundo semestre, ao cursar a disciplina “Ação Pedagógica de 0 a 10 anos”.

Nesta disciplina li diversos textos que abordavam a produção cultural para a infância, a presença dos produtos do mercado infantil no cotidiano das crianças, assim como as influências e o consumo exagerado dos mesmos. Além de refletir sobre o lugar/papel da escola neste contexto que envolve a constituição das identidades infantis. Tais leituras fizeram com que eu olhasse cada vez mais para tais questões nos trabalhos de campo realizados, tanto nas observações – em espaços escolares e fora desses espaços – quanto nas práticas pedagógicas<sup>2</sup> exigidas pelo curso.

Embora, na maioria das vezes, as discussões realizadas em aula focalizassem a Educação Infantil, os Anos Iniciais da escolarização também me chamavam a atenção. As vivências em ambas as etapas me apontavam o quanto as crianças estão em contato com os diferentes tipos de mídia – como a televisão e a internet – sendo bombardeadas, diariamente, por informações e publicidades que vendem além de produtos, ideias e valores que neles estão intrínsecos. Assim, “se pensarmos que os/as jovens da sociedade contemporânea cresceram imersos numa cultura de mídia, é importante também sabermos interpretar e problematizar sua produção de significados”, como ressalta Rosângela Soares (2003, p.147).

Fora do contexto acadêmico, no convívio com a minha afilhada, hoje com 6 anos de idade, também percebo a presença da cultura de mídia. A vi crescer sempre atualizada concernente à moda infantil e repleta de artefatos vinculados aos seus desenhos e personagens favoritos. O que me preocupava, muitas vezes, por não

---

<sup>2</sup> Também denominadas de mini-práticas, as práticas pedagógicas são atividades exigidas no 4º, 5º e 6º semestres do Curso de Pedagogia da UFRGS. Cada semestre abrange uma diferente etapa da escolarização, sendo o 4º semestre voltado para crianças de 0 a 3 anos de idade, o 5º semestre focado em crianças de 4 a 7 anos de idade e o 6º semestre voltado para crianças de 6 a 10 anos de idade ou Educação de Jovens e Adultos. A carga horária exigida para cada uma dessas práticas é de vinte horas semanais.



saber em que medida considerar suas atitudes e desejos exagerados, pois pareciam motivados e influenciados pelos meios midiáticos, ou seja, uma necessidade produzida.

Enfim, foram vários os motivos para a escolha da temática abordada neste trabalho e algumas constatações desencadeadas pelo meu estágio curricular docente foram fundamentais para a delimitação da mesma. Realizei o estágio docente obrigatório no primeiro semestre deste ano, cursando a sétima etapa do Curso de Pedagogia, com uma turma de terceiro ano do Ensino Fundamental de nove anos, em um colégio público de Porto Alegre.

Durante este período de prática precisei frequentemente competir com os atrativos e os produtos relacionados ao jogo virtual *Club Penguin*, para obter a atenção de alguns alunos em sala de aula, sobretudo, quando eram realizadas as propostas envolvendo o UCA<sup>3</sup>, as quais eu incluía semanalmente em meu planejamento.

Ao longo do semestre bolei e testei diferentes estratégias para que a utilização do UCA fosse a mais proveitosa possível. Contudo, este trabalho precisou ser sempre muito bem planejado, porque competir com uma série de informações, recursos e estímulos que a internet oferece não é fácil. (DIÁRIO DE CLASSE, 28/6/2011)

Este trecho de uma das últimas reflexões semanais do meu Diário de Classe<sup>4</sup> do estágio ilustra minha inquietação em relação ao interesse das crianças em atividades online não vinculadas com as propostas em sala de aula. Por mais que eu tentasse propor diferentes atividades que, a meu ver, fossem interessantes e divertidas para a turma, ambientes como o *Club Penguin* continuavam sendo mais atraentes para muitos alunos.

Não apenas nas atividades com o UCA eu observava a presença deste jogo. Como pode ser notado neste outro trecho do meu Diário de Classe:

Relacionado ao trabalho com as imagens, o que eu destaco nesta semana é a presença do *Club Penguin* em sala de aula. Os meninos – principalmente – gostam de desenhar os pinguins e estão sempre com seus livros do jogo por perto. Foram vários os trabalhos com

---

<sup>3</sup> Projeto Um Computador por Aluno, promovido pelo Governo Federal, que tem como um dos objetivos a inclusão digital.

<sup>4</sup> Documento de registros do Estágio de Docência, que possui planejamentos semanais, planejamentos diários, reflexões, também diárias e semanais, além de recursos utilizados nas propostas e trabalhos realizados pelos alunos.

esta temática. Sempre que possível aceito essa ideia, embora eu precise várias vezes pedir que eles guardem os livros do jogo durante a aula. (DIÁRIO DE CLASSE, 12/5/2011)

Os alunos utilizavam os personagens do jogo em atividades com desenhos, além de discorrerem sobre os pinguins em textos produzidos por eles, como histórias e poemas. Percebi, portanto, que o jogo mobilizava boa parte daquela turma, tendo destaque nas conversas entre as crianças e na demonstração de seus interesses.

As crianças, inclusive, gostavam de mostrar e contar para mim as novidades do jogo solicitando, algumas vezes, que eu fizesse um cadastro para participar e interagir com eles neste ambiente virtual. A partir disto, procurei perguntar sobre o assunto demonstrando interesse. Tentei incluí-lo em algumas atividades da sala de aula, mas não pude dar continuidade à ideia, devido ao término do estágio. Precisei, até mesmo, pesquisar na internet sobre o jogo, pois não o conhecia até trabalhar com a turma.

Desta forma, selecionei o *Club Penguin* como objeto de análise por entendê-lo como um artefato cultural, considerando sua grande presença no cotidiano das crianças com as quais convivi durante minha prática docente. Considero este jogo inscrito em uma Pedagogia Cultural, entendida, aqui, como a educação que não se limita à escola e acontece em diversas áreas sociais. Shirley Steinberg (1997, p.102) afirma ainda que: “áreas pedagógicas são aqueles lugares onde o poder é organizado e difundido, incluindo-se bibliotecas, TV, Cinema, jornais, revistas, brinquedos, propagandas, videogames, livros, esportes, etc.” E estes lugares pedagógicos educam e ensinam modos de ser e estar no mundo, de um modo, muitas vezes, mais eficaz do que a escola, pela sua capacidade pedagógica de interpelação.

Assim, justifico a relevância desta temática para a educação e me propus a voltar à mesma turma em que realizei o estágio docente, com o intuito de responder à minha pergunta de pesquisa: **Que estratégias pedagógicas são organizadas/utilizadas pelo jogo *Club Penguin* para interpelar as crianças?** A questão central se desdobra na seguinte questão: como estas estratégias contribuem para a constituição das identidades infantis?

## 2.1 METODOLOGIA DE PESQUISA

O estudo se caracteriza como uma pesquisa qualitativa em educação, tomando como base algumas propriedades elencadas por Bogdan e Biklen (apud Menga Lüque e Marli André, 1986). Segundo os autores, este tipo de pesquisa configura-se pelo contato direto do pesquisador com o contexto ou situação investigada, pela produção de dados, sobretudo, descritivos; pela atenção com a perspectiva dos participantes e pela maior preocupação com o processo do que com o produto. Os estudos qualitativos contribuem para o entendimento de fenômenos vinculados à escola. São importantes, de acordo com Cristiano Oliveira (2009, p.16) “por proporcionar a real relação entre teoria e prática, oferecendo ferramentas eficazes para a interpretação das questões educacionais”.

Quanto aos instrumentos para produção de dados, Nadir Zago (2003) argumenta que os mesmos somente têm sentido quando estão articulados à problemática da pesquisa. Optei pela análise do jogo *Club Penguin* da Disney, enquanto artefato cultural e por entrevistas com crianças usuárias deste jogo, as quais fizeram parte da minha turma de estágio no semestre anterior. Além disso, o meu Diário de Classe do estágio me auxilia a refletir sobre alguns aspectos analisados, embora não seja meu *corpus* central na investigação.

Faço um estudo aprofundado do ambiente virtual em que acontece o jogo, das mensagens dos textos escritos que aparecem na tela, dos jogos e das atividades disponibilizadas a fim de mapear as estratégias pedagógicas presentes nele. Para tanto, realizei um cadastro no ambiente, podendo acessar as áreas frequentadas pelos alunos e entender, em alguma medida, como se dá a interação das crianças com o jogo. Também escuto as crianças nas entrevistas, levantando e problematizando os significados e opiniões que as mesmas atribuem ao *Club Penguin* tendo o intuito de estabelecer relações com a fundamentação teórica adotada e confirmar se as estratégias pedagógicas apontadas na fala das crianças coincidem com as localizadas por mim no ambiente virtual.

Importante ressaltar que para realizar este estudo foi necessário entrar em contato com a Comissão de Pesquisa da escola, para que fosse aprovado o meu projeto de pesquisa, que compreende tema; problema de investigação; justificativa; objetivos e referencial teórico-metodológico. A instituição também requereu o Termo

de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A) enviado aos responsáveis das crianças, bem como o roteiro de perguntas das entrevistas (Apêndice B).

Logo após a aprovação da escola, combinei com a professora titular da turma a entrega dos termos de consentimento para os alunos. Preferimos que neste primeiro momento ela realizasse a entrega, pois minha intenção era não interferir muito na rotina deste grupo. A escola é bastante procurada para a realização de pesquisas e atividades universitárias que abordam, principalmente, questões de saúde, como por exemplo, voz, respiração e dentição saudável. Além disso, oferece uma série de propostas diferenciadas aos alunos como a construção de Projetos de Pesquisa e o oferecimento de Oficinas variadas. Quando retornei à escola, antes de iniciar as entrevistas, expliquei às crianças do que se tratava.

## 2.2 “UMA ARENA DE SIGNIFICADOS”: SOBRE AS ENTREVISTAS

As entrevistas foram realizadas individualmente com vinte e cinco crianças entre oito e onze anos de idade, sendo dezessete meninos e oito meninas.

Para concluir as entrevistas foram necessárias quatro manhãs, nos dias 26, 27 e 29 de setembro e 03 de outubro. A conversa se deu nas dependências da escola, variando entre a sala de artes e a biblioteca, conforme a disponibilidade da instituição. Variou também o tempo de duração de cada entrevista, permanecendo entre dez e quarenta minutos o tempo com cada entrevistado/a.

Por se tratar de alunos menores de idade, foi solicitada aos responsáveis de cada um dos alunos uma autorização para a participação na pesquisa. A mesma foi requerida através da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, entregue à turma.

Optei por entrevista, pois como destaca Zago (2003), a mesma revela realidades e sentimentos que não são expressados em outros instrumentos de produção de dados. Cabe destacar que preferi entrevistas semi-estruturadas, ou seja, a modalidade de entrevistas que possui um roteiro básico, mas que não é fixo e não impede a mudança de rumo, conforme o desenrolar das questões e a interação com o/a entrevistado/a.

Elaborar um roteiro básico de perguntas não foi fácil. Tive o cuidado de organizar questões que fossem claras, condizentes com a temática e os objetivos da pesquisa e que ao mesmo tempo não induzissem respostas. Iniciei com perguntas referentes a informações básicas das crianças, como por exemplo, nome e local de moradia, a fim de estabelecer uma situação mais agradável.

Pensei em questões que me mostrassem a opinião dos alunos sobre o jogo e que me auxiliassem a refletir sobre o que os interessava no mesmo, conforme consta no Apêndice B. Preparei um roteiro que aborda primeiramente a relação das crianças com as diferentes mídias como a televisão e a internet e se encaminha para a interação dos alunos com o *Club Penguin*. Portanto, as questões se tornam mais específicas ao longo da entrevista, focalizando o jogo. Questiono, por exemplo, sobre a preferência de atividades, personagens e lugares do ambiente virtual. Penso que do contrário, as crianças perceberiam o meu interesse principal, o que influenciaria muito em suas respostas.

As ideias de Rosa Maria Hessel Silveira (2007, p.37) serviram de influência na preparação para os momentos de entrevista, ao mencionar estas situações como “arenas de significados”. “Um jogo interlocutivo em que um/a entrevistador/a ‘quer saber algo’, propondo ao/à entrevistado/a uma espécie de exercício de lacunas a serem preenchidas”. A autora alerta para possíveis estratégias e “perigos” existentes na condução destes momentos, principalmente em relação à forma como o entrevistador se dirige ao entrevistado. Aspecto também sublinhado por Lüque e André (1986, p.35):

Ao lado do respeito pela cultura e pelos valores do entrevistado, o entrevistador tem que desenvolver uma grande capacidade de ouvir atentamente e de estimular o fluxo natural de informações por parte do entrevistado. Essa estimulação não deve, entretanto, forçar o rumo das respostas para determinada direção.

Os momentos de orientação desta pesquisa do mesmo modo foram essenciais para que eu pudesse perceber a importância da escuta, do respeito às pausas dos participantes e – sobretudo, no trabalho com crianças – do cuidado para não induzir falas – pelo contrário – provocar a expressão das opiniões, sempre indagando os porquês das respostas. O que caracteriza a preocupação com os significados atribuídos pelos participantes às questões em foco, uma das particularidades da pesquisa qualitativa, citada anteriormente.

Dentre todas as crianças entrevistadas, apenas quatro meninos mostraram-se nervosos e/ou tímidos durante a entrevista, existindo alguns momentos de silêncio entre uma pergunta e outra. Com estes alunos e com alguns outros, precisei ainda aceitar o “não sei” como resposta – mesmo tentando, primeiramente, esclarecer de outra maneira a pergunta. O restante do grupo pareceu bastante tranquilo. Algumas crianças mostraram-se bem à vontade, respondendo além do que estava sendo perguntado e narrando episódios com expressões corporais e sonoras.

Chamo a atenção também para outros fatores que podem influenciar na obtenção de dados durante as entrevistas, como, por exemplo, a confiança construída ou não entre entrevistador e entrevistado, destacado por Zago (2003) e a categoria social e cultural em que estão inseridas as entrevistas, lembrado por Silveira (2007, p.128) quando a autora afirma que as perguntas dos entrevistadores e as respostas dos entrevistados

não têm nada de transcendente, de revelação íntima, de estabelecimento da “verdade”: elas estão embebidas nos discursos de seu tempo, da situação vivida, das verdades instituídas para os grupos sociais membros dos grupos.

Nesse contexto, faço uma breve caracterização sociocultural da turma entrevistada. A maioria das crianças reside com os pais e a localização das residências abrange diferentes bairros de Porto Alegre e da Região Metropolitana. Embora o grupo compreenda diferentes níveis socioeconômicos, todas as crianças possuem televisão e computador em casa. Algumas não possuem internet, mas têm acesso na escola, na casa de familiares ou de amigos.

Apenas três crianças alegaram não usar muito o computador. Todas as outras afirmaram usá-lo, principalmente, para jogar e também para pesquisar. O computador é, ainda, a preferência se comparado à televisão e ao videogame.

Dentre as vinte e cinco crianças entrevistadas, dezoito jogam o *Club Penguin*. A maior parte da turma considera um jogo interessante quando o mesmo possui ação, aventura, possibilidades de mudança e criação com o que se está interagindo. Jogos com tempo limite, com pouco movimento ou escasso controle sobre as situações foram considerados ruins. Essas e outras informações, provenientes das primeiras perguntas da entrevista, encontram-se organizadas em um quadro síntese no Apêndice C.

### **3. DOS ESTUDOS CULTURAIS AO JOGO *CLUB PENGUIN*: (RE)PENSANDO CONCEITOS**

A pesquisa está ancorada na perspectiva teórica dos Estudos Culturais, campo que facilita a análise das “práticas culturais através das quais os indivíduos vêm a entender a si mesmos e o mundo que os cerca” de diferentes modos, tomando a cultura como o espaço referência para a constituição dos indivíduos (STEINBERG e KINCHELOE, 2004, p.15).

Como base para minha discussão acerca do tema, valho-me das abordagens de autores que debatem conceitos relacionados a este campo, como Tomaz Tadeu da Silva (2000; 2006; 2007), Shirley Steinberg (1997; 2004), Henry Giroux (1995a, 1995b, 1995c), Stuart Hall (1998), Marisa Vorraber Costa (2004; 2006), Rosa Hessel Silveira (2007), Maria Lúcia Wortmann (2007) e Rosa Fischer (2001), entre outros. Utilizo-me, desta forma, da análise cultural para refletir sobre o material empírico produzido no campo.

Graeme Turner (1996 apud Maria Lúcia Castagna Wortmann, 2007, p.74) afirma que as análises culturais ganham importância por visibilizarem “aspectos e relações não referidas em análises tradicionais, como as que tratam, por exemplo, das negociações ocorridas no cotidiano dos sujeitos, as quais têm [...] inegável efeito e influência em suas vidas.” Wortman ressalta ainda que as análises culturais

podem ser configuradas como formas interessadas em lidar com práticas e produtos da cultura; delas resultam novas histórias que não se localizam em nenhum dos campos buscados no decurso das análises e que, tampouco, instituem um novo campo de conhecimentos ou metodologias (2007, p.75).

A autora salienta que tais análises possibilitam a costura com diferentes áreas e metodologias. Os Estudos Culturais não oferecem uma maneira exata ou única para a produção do material empírico das pesquisas. Sua metodologia permite a “bricolagem” de conceitos e ferramentas teórico-metodológicas. Expressão lembrada por Cary Nelson, Paula Treichler e Lawrence Grossberg (1995, p.9) ao observarem que os Estudos Culturais “se aproveitam de quaisquer campos que forem necessários para produzir o conhecimento exigido por um projeto particular”, ou seja, a seleção do método de pesquisa é pragmática, estratégica e autorreflexiva.

Giroux (1995b) evidencia ainda a tentativa de produzir novos métodos para análise de articulações que envolvem o conhecimento.

Neste sentido, é bastante difícil definir o campo dos Estudos Culturais com precisão, pois o mesmo evita definições acadêmicas. Silva (2007) busca uma definição sintética do que os estudiosos nesse campo investigam, ao mencionar que os Estudos Culturais preocupam-se com questões vinculadas à cultura, poder, significação e identidade. “É um campo de estudos onde diversas disciplinas se interseccionam no estudo de aspectos culturais da sociedade contemporânea” (ANA CAROLINA ESCOSTEGUY, 2006, p.137). Cultura é, portanto, uma concepção primordial na discussão deste campo. Ela é vista, conforme Silva (2007, p.133-134)

como um campo relativamente autônomo da vida social, como um campo que tem uma dinâmica que é, em certa medida, independente de outras esferas que poderiam ser consideradas determinantes. [...] Os Estudos Culturais concebem a cultura como campo de luta em torno da significação social. [...] A cultura é um campo onde se define não apenas a forma que o mundo deve ter, mas também a forma como as pessoas e os grupos devem ser. A cultura é um jogo de poder.

Cabe ressaltar que a mudança de sentido no conceito de cultura é uma das principais atribuições e celebrações dos Estudos Culturais. “Ao operarem uma reversão nesta tendência naturalizada de admitir um único ponto central de referência para os estudos da cultura, configuram um movimento das margens contra o centro” (COSTA, 2004, p.13). Em outras palavras, os Estudos Culturais recusam concepções binárias nas quais haja distinção entre alta e baixa cultura, cultura erudita e cultura popular para entender a cultura no plural. Validam expressões culturais antes negadas e “argumentam que todas as formas de produção cultural precisam ser estudadas em relação a outras práticas culturais e às estruturas sociais e históricas” (NELSON, TREICHLER E GROSSBERG, 2009, p.13).

Por analisar, como sublinha Giroux (1995b, p.90), “toda a gama dos lugares diversificados e densamente estratificados de aprendizagem, tais como a mídia, a cultura popular, o cinema, a publicidade, as comunicações de massa e as organizações religiosas, entre outras”, os Estudos Culturais ampliam o nosso entendimento sobre o que é pedagógico. Essa ampliação do pedagógico e o olhar



abrangente às diversas formas de produção cultural me auxiliam a pensar sobre o material empírico produzido nesta pesquisa.

Outro aspecto que caracteriza os Estudos Culturais e ao mesmo tempo o situa em meu estudo é a qualificação do objeto, em muitas de suas análises, como um artefato cultural,

isto é, como o resultado de um processo de construção cultural. A análise cultural parte da concepção de que o mundo cultural e social torna-se na interação social, naturalizado: sua origem social é esquecida. A tarefa da análise cultural consiste em desconstruir, em expor esse processo de naturalização (SILVA, 2007, p.134).

Refiro-me, especificamente, à minha análise do jogo *Club Penguin* e do meu entendimento do mesmo como um artefato da cultura e, também, como artefato pedagógico. Busquei trabalhos acadêmicos abordando este conceito – artefato cultural – em um banco de dados, para aprofundar a temática aqui abordada. Muitas pesquisas estão sendo desenvolvidas no âmbito educacional. Procurei, especificamente, por investigações hospedadas no Repositório Digital da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (LUME). Desta busca, resultaram 28 Trabalhos de Conclusão de Graduação do curso de Pedagogia, elaborados entre 2010 e o primeiro semestre deste ano. O registro foi mais amplo quanto a Dissertações de Mestrado e Teses de Doutorado, resultando 340 trabalhos, dos últimos dez anos. Contribuições das dissertações de Sandra dos Santos Andrade (2002)<sup>5</sup> e Claudia Amaral dos Santos (2004)<sup>6</sup> e da tese de Mariangela Momo (2007)<sup>7</sup> serão articuladas ao longo desta pesquisa.

O jogo existe na internet, considerada construção sociocultural pelos Estudos Culturais e que também educa, como outras instâncias sociais e culturais. Silva (2007) ressalta que as instâncias culturais, assim como na educação, também possuem uma “pedagogia”, ou seja, também ensinam algo a alguém. O que vai ao encontro do enfatizado por Sandra Andrade (2003, p.109), “há pedagogia em qualquer espaço em que se efetua educação, em que se ensina aos indivíduos modos de proceder, de viver, de fazer, de comprar, de comer, de vestir, de falar”.

---

<sup>5</sup> Intitulada “Uma boa forma de ser feliz: representações de corpo feminino na revista Boa Forma”.

<sup>6</sup> Com o título de “A invenção da infância generificada: a pedagogia da mídia impressa constituindo as identidades de gênero”.

<sup>7</sup> Intitulada “Mídia e consumo na produção de uma infância pós-moderna que vai à Escola”

Ambos os autores referem-se à chamada pedagogia cultural, um dos conceitos-chave para articular a análise deste estudo. Entendo que este termo supõe a ampliação do sentido de educação para “um processo de produção de sujeitos” (CLÁUDIA AMARAL DOS SANTOS, 2004, p.35). E a extensão do significado de pedagogia para “uma prática cultural que só pode ser compreendida através de questões como história, política, poder e cultura”, argumentada por Giroux (1995b, p.87) ao afirmar que os Estudos Culturais rejeitam a ideia de neutralidade na noção de pedagogia.

Diante disto, enfatizo a grande presença de uma pedagogia cultural na vida das crianças pesquisadas. Ela está nos filmes e desenhos, nos livros, nos videogames, nas músicas, na publicidade e nos brinquedos. São diversas as maneiras pelas quais a infância entra em contato com estas amplas formas de educação, caracterizando a cena social e cultural contemporânea, na qual existe o

apagamento das fronteiras entre instituições e esferas anteriormente consideradas como distintas e separadas. Revoluções no sistema de informação e comunicação, como a internet, por exemplo, tornam cada vez mais problemáticas as separações e distinções entre o conhecimento cotidiano, o conhecimento da cultura de massa e o conhecimento escolar (SILVA, 2007, p.142-143).

Quanto mais os sistemas de comunicação e as imagens midiáticas regulam a vida social, mais as identidades se tornam desprendidas de tempo, lugar, história e tradição específicos (STUART HALL, 1998). Entendo que a identidade, importante conceito nesta pesquisa, não é algo natural ou biológico, mas sim uma construção histórica e cultural. No referencial teórico dos Estudos Culturais “não cabe dizer que possuímos uma identidade/subjetividade nossa, íntima” (SANTOS, 2004, p.34). Os sujeitos são constituídos por múltiplas identidades. Valho-me, além disso, dos argumentos de Silva (2006, p.25) para sublinhar que a identidade

é produzida no interior de práticas de significação, em que os significados são contestados, negociados, transformados. A identidade, tal como a cultura, tampouco é um produto final, acabado, uma coisa. Ela é objeto de uma incessante construção

O autor observa ainda que os modos pelos quais os grupos definem a si e pelos quais são definidos por outros grupos é marcado por um processo de

diferença; o qual é social e cultural. A diferença é aquilo que o outro é e caracteriza uma sociedade atravessada por “diferentes divisões e antagonismos sociais que produzem uma variedade de diferentes – ‘posições de sujeito’ – isto é, identidades – para os indivíduos”, como explica Hall (1998, p.17), autor de importante participação na formação do campo dos Estudos Culturais. Por isso, entendo que somos constituídos por múltiplas identidades, que são provisórias, inacabadas, não são fixas e nem

unificadas ao redor de um “eu” coerente.[...] nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. [...]à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar- ao menos temporariamente (HALL, 1998, p.13).

Do mesmo modo, a(s) infância(s) são atravessadas por múltiplos processos de identificação. As diferentes instâncias culturais por onde circulam as crianças, estão constantemente interpelando-as, ou seja, convocando-as ou ainda recrutando-as, para assumirem certas posições de sujeito, pois é através da interpelação que os indivíduos se reconhecem e se identificam ou não diante do que está sendo dito. Tomo, com este entendimento, o *Club Penguin* como um importante lugar de produção de identidades infantis na atualidade, ainda mais, sendo um jogo de acesso gratuito, embora com restrições de acessos. Por exemplo, chamava-me a atenção, dentre as crianças pesquisadas, dois alunos em especial. Ambos tinham muita dificuldade em interagir com os colegas. Eram bastante agressivos e, dificilmente, aceitavam opiniões contrárias às suas. Em consequência, o restante da turma acabava por excluí-los de conversas e brincadeiras. Percebi, ao longo do semestre em que estagiei com a turma, que o *Club Penguin* originou maior identificação entre os dois meninos e os demais colegas, tornando-os parte do grupo. As conversas e trocas sobre o jogo tornaram-se cada vez mais frequentes, aumentando a vontade/necessidade dos meninos de pertencerem e serem aceitos naquele grupo. “Reconhecer-se numa identidade supõe, pois, responder afirmativamente a uma interpelação e estabelecer um sentido de pertencimento a um grupo social de referência” (GUACIRA LOURO, 1999, p.12).

Hall (1998, p.12) sintetiza que “a identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”. O autor complementa que a maneira como o sujeito é interpelado altera a identidade e, por isso, a identificação com algo não é automática, podemos ganhá-la ou perdê-la. Por isso, interessa-me delimitar as estratégias pedagógicas utilizadas pelo jogo para interpelar as crianças e analisar as maneiras como as crianças se reconhecem e se identificam a partir da interação com o jogo *Club Penguin*. É neste contexto das identificações infantis que o conceito de infância ganha relevância nesta investigação e precisa ser esclarecido neste texto.

“A idéia de infância não existiu sempre e da mesma maneira. Ao contrário, a noção de infância surgiu com a sociedade capitalista, urbano-industrial, na medida em que mudavam a inserção e o papel social da criança na sua comunidade” (SÔNIA KRAMER, 2006, p.14). Portanto, por muito tempo a infância foi desconsiderada e, de acordo com Eldon Mühl (2005), suas primeiras noções estão relacionadas à incapacidade e à irracionalidade. O autor enfatiza uma visão com a qual concordo, particularmente, baseada em Walter Benjamin, que considera a infância “não como um mero momento de passagem para a vida adulta, mas condição primeira e insuperável da produção do significado da existência, na qual continuamos sempre enredados” (MÜLH, 2005, p.300).

Neste sentido, relaciono a infância à experiência, a criança como produto e produtora de história e de cultura. Ressalto ainda que as experiências vivenciadas durante a infância, serão distintas entre as crianças. É o que notamos hoje, nas escolas, nas ruas, em casa e na mídia e, o que vai ao encontro da ideia de José Gimeno Sacristán (2005, p.22), ao destacar a infância como “objetivamente heterogênea porque existem infâncias socialmente diferentes e desiguais”. Momo (2007, p.116) também traz à discussão que

(co)existem múltiplas infâncias, múltiplos modos de ser criança e de viver a infância; não existindo o jeito certo, o parâmetro (a infância moderna) segundo o qual todos os outros jeitos devem ser ajustados e corrigidos. O modo de conceber a infância, então, varia de acordo com o tempo, o espaço, as condições culturais e sociais.

As crianças envolvidas nesta pesquisa fazem parte de uma das múltiplas infâncias que constitui a sociedade contemporânea, a chamada “cyberinfância”<sup>8</sup>. Leni Vieira Dornelles (2008) a define como a infância que tem acesso e lida facilmente com as novas tecnologias. Aquela considerada perigosa, que causa medo a alguns adultos, talvez por não haver um conhecimento certo para controlá-la ou melhor governá-la. As crianças, por sua vez, são denominadas cyberinfantes. Crianças que estão sempre “conectadas” às novidades e conhecem temas que antes eram restritos aos adultos. Aspecto que, hoje, é facilmente percebido entre as crianças como o que eu observava em minha turma de estágio. Observava que assuntos relacionados à tecnologia eram prontamente dominados pelos meus alunos, independente da situação socioeconômica de cada um. A maior parte deles realizava pesquisas na internet – por conta própria, buscando respostas para as suas dúvidas e curiosidades – sobre os mais diversos assuntos e, não raro, comentavam em sala de aula os resultados dessas buscas. Várias vezes eu ouvi: “Eu já sabia isso, ‘sora’. Vi uma vez na internet”. Três alunos, em específico, levavam sempre para me mostrar alguma foto extraída da internet e impressa em casa, vinculada a temas estudados em aula.

Dessa maneira, o interesse e a empolgação em utilizar o computador eram sempre unânimes. Particularmente, gosto bastante desse meio tecnológico que envolve as crianças e acredito que esse interesse é válido em sala de aula, se bem planejado e aproveitado. Por isso propunha semanalmente as atividades com o computador, como já mencionei. Contudo, noto que esse pensamento não é geral, pois a ideia de crianças mais “sabidas” assusta e incomoda muitos adultos, pais e educadores. Não é difícil encontrar professores que deixam de utilizar ferramentas tecnológicas por não entendê-las tanto quanto os seus alunos. O receio com as crianças mais “sabidas” me remete à crise contemporânea da infância, alertada por Steinberg e Kincheloe (2004). Os autores discutem importantes contribuições que auxiliam na reflexão sobre esta nova infância. Em suas análises, apontam as revoluções na informação e na comunicação – que implicam maior acesso das

---

<sup>8</sup> Nomeada ainda como hiper-realizada, conforme Narodowski (1999, apud Dornelles, 2008, p.81). O termo cyberinfância já foi inserido no dicionário da língua portuguesa como ciberinfância. Opto por utilizar a expressão estrangeira neste estudo.

crianças a informações do mundo adulto – e o contato com a hiper-realidade<sup>9</sup> da mídia eletrônica para marcar acentuada transformação na infância. Acarretam maior independência infantil na busca do conhecimento, nos modos de agir e pensar, sem a necessidade do consentimento de adultos. Salientam também que os atuais textos sobre o assunto falam de crianças crescendo muito rápido, do isolamento de crianças nos lares e de violência infantil. Em síntese, a crise está relacionada à determinada perda da infância e “pode significar, de várias formas, tudo que envolva, de algum modo, o horror de enfrentar sozinho o perigo (ibid, p.14).

Ainda argumento que tal crise é a fronteira entre duas concepções de infância que circulam no mundo contemporâneo. A ideia da infância moderna, considerada obediente, ingênua e desprotegida e a concepção da infância pós-moderna, aquela que é tecnológica, midiática e consumista (MOMO, 2007). Ambas ideias colaboram para a compreensão do que é a infância atualmente. Nesta pesquisa, ela é vista como construção social, evocando o pensamento de Steinberg e Kincheloe (2004), Momo (2007), Santos (2004), Kramer (2006) e Dornelles (2008). Percebo a criança como sujeito/objeto cultural produzido, dentre outros fatores, “pelas condições culturais da pós-modernidade, configurando certas identidades infantis e formas de ser criança” (MOMO, 2007, p.117).

A partir do referencial e das ferramentas teóricas apresentadas, pretendo nos próximos capítulos articular os conceitos-chave desta investigação: pedagogia cultural, infância e identidade, esboçando algumas análises procedentes do *corpus* da pesquisa.

---

<sup>9</sup> Denominação dada, frequentemente, para a “explosão de informação e a saturação da mídia, com seu acesso a domínios privados da consciência humana” (STEINBERG, 1997, p.111), no final do século XX, que gerou uma perturbação social.

#### 4. “PASSEIE PELA ILHA E FAÇA NOVOS AMIGOS”: O JOGO EM ANÁLISE

O ambiente virtual *Club Penguin* é considerado um jogo, pois conforme o dicionário Michaelis (2000) ‘jogo’ significa brincadeira; divertimento ou exercício de crianças, no qual elas fazem prova da sua habilidade, destreza ou astúcia; conjunto de regras a observar, quando se joga. No entanto, mais do que isso, o mesmo é um artefato pedagógico, inscrito em uma pedagogia cultural específica, pois coloca em funcionamento refinadas estratégias pedagógicas a fim de interpelar um número cada vez maior de crianças e jovens.

Divido este capítulo em quatro subcapítulos para apresentar e analisar as principais características do jogo *Club Penguin*, a fim de justificar minha afirmação de que o jogo é um artefato da cultura. Para isso, primeiro exponho brevemente a história do surgimento e consolidação desse ambiente virtual. Nos subcapítulos seguintes, aponto e analiso as estratégias pedagógicas colocadas em funcionamento no jogo e identificadas a partir do meu acesso ao ambiente e das falas das crianças entrevistadas relativas a ele.

##### 4.1 COMO TUDO COMEÇOU: A ORIGEM<sup>10</sup> DO *CLUB PENGUIN*

Em 2000, a *Experimental Penguins* foi uma primeira tentativa do empresário Lance Priebe em desenvolver um jogo multiplayer<sup>11</sup>. Nele, cada jogador ganhava um nome, poderia conversar e para isso existiam quatro salas, apenas. O mesmo fechou devido a custos do servidor<sup>12</sup>.

Mais tarde, em 2003, foi criado o *Penguin Chat*, servindo de base para a criação do *Club Penguin*. O mais popular, *Penguin Chat 3*, é a terceira instalação do *Penguin Chat*, que foi hospedada no site *Rocketsnail Games* junto a outros jogos e

---

<sup>10</sup> Todas as informações aqui apresentadas foram extraídas de três sites da internet. Do próprio site do jogo, na versão em língua portuguesa (<http://www.clubpenguin.com/pt/>), do site Penguin House (<http://penguinhouse1.webs.com/clubpenguin.htm>) e da Club Penguin Wiki, enciclopédia online do jogo ([http://pt.clubpenguinwiki.info/wiki/P%C3%A1gina\\_principal](http://pt.clubpenguinwiki.info/wiki/P%C3%A1gina_principal)).

<sup>11</sup> Jogo com múltiplos jogadores.

<sup>12</sup> Em informática, um servidor é um sistema de computação que fornece serviços a uma rede de computadores.

foi uma espécie de teste para a criação dos servidores do *Club Penguin*. Seu objetivo era a criação de um pinguim para bate-papo online, sem as atividades e assinaturas que são propostas hoje. Além disso, surgiram mais recursos como balões de fala, emoticons<sup>13</sup> e a possibilidade de atirar bolas de neve.

Após dois anos de teste, em outubro de 2005, Lance Priebe, Lane Merrifield e Dave Krysko lançam a primeira versão do *Club Penguin*, próxima à versão conhecida atualmente. A versão foi desenvolvida pela empresa *New Horizon Interacti*, em um site próprio. No início, o jogo contava com aproximadamente quinze mil participantes. A expansão foi bastante rápida, avançando para mais de doze milhões de usuários em 2007, cujos em torno de setecentos mil eram assinantes. Neste mesmo ano os fundadores, embora não aceitassem até então patrocínios de anúncios publicitários, aceitam vender o jogo e a companhia original para a *Walt Disney Company*, pelo valor de 350 milhões de dólares, declarando a pretensão de obter melhor infraestrutura para desenvolver o *Club Penguin*. Houve ainda a promessa de uma quantia adicional de mesmo valor se determinados objetivos fossem alcançados em 2009.

Em abril de 2008, o *Club Penguin* inaugurou seu primeiro escritório internacional destinado a fornecer suporte e moderação online aos usuários, no Reino Unido.

Desde a criação, o Brasil foi um dos países com grande quantidade de participantes ativos e presentes no ambiente, embora não tenha localizado o número exato de participantes na atualidade. Inclusive, pelos inúmeros pedidos, o Português foi o primeiro idioma para o qual uma versão do jogo foi traduzida, o que aconteceu em outubro de 2008. Também foi criado um escritório em São Paulo com o intuito de auxiliar usuários brasileiros e portugueses.

## 4.2 MARAVILHOSO MUNDO VIRTUAL

O ambiente virtual do jogo *Club Penguin* foi pensado para crianças e jovens entre seis e quatorze anos, porém é aberto para todas as idades. Cada jogador cria

---

<sup>13</sup> Símbolos gráficos que expressam diferentes significados, como emoções.



um pinguim e assume essa forma de avatar<sup>14</sup> para participar do jogo. Ao acessar o ambiente, pela primeira vez, é escolhida a cor e o nome do pinguim. Além dos diversos jogos, em que é possível arrecadar moedas para gastar no próprio ambiente, os usuários ganham um iglu para morar, podem adotar um animal de estimação - denominado Puffle - participar de festas temáticas e eventos e fazer parte de peças de teatro. Cada jogador tem o seu cartão de pinguim, cujo tem a função de organizar um inventário de itens.

Há uma série de propostas nas quais os participantes podem interagir uns com os outros, como conversas, uso de emoticons e ações pré-definidas como acenar e dançar; além do envio de cartões com mensagens. O *Club Penguin* também tem um jornal online semanal, acessado dentro do jogo, com notícias sobre o ambiente, quadrinhos, jogos e calendário. Os participantes podem enviar dicas, desenhos, piadas, charadas, poemas e perguntas para serem publicados. O site promete, além disso, novidades semanais. Esta variedade de atividades dentro do ambiente, a mudança semanal nas novidades demonstrando agilidade, rapidez e criatividade é uma grande estratégia pedagógica para que as crianças se identifiquem com o jogo que, assim como elas, é ágil, “antenado”, conectado com o seu tempo, pois essas crianças hoje têm seus quartos transformados em salas informatizadas, “um quarto/lan house globalizado e cheio de argúcia do mundo via internet ou televisão a cabo” (DORNELLES, 2008, p.79). São diferentes possibilidades e recursos que o ambiente lança mão para interpelar os jogadores.

A Walt Disney – atual proprietária do jogo – é especialista em criar produtos com recursos e estratégias que deslumbram crianças, jovens e adultos. Com o *Club Penguin* não é diferente. A maior parte da turma de crianças entrevistadas mostrava-se fascinada pelo jogo. Cinco ou seis alunos mais fanáticos envolviam-se, inclusive, em conflitos com outros colegas devido a trocas de senhas de acesso ao ambiente ou empréstimos de livros sobre o jogo. As implicações das produções Disney na constituição das identidades infantis são investigadas no campo acadêmico, sobretudo, pelo viés da cultura infantil. Um dos estudiosos desta área, Henry Giroux, aponta uma ideia sobre as animações infantis com a qual concordo e transponho para o jogo virtual analisado aqui:

---

<sup>14</sup>Este termo é utilizado na religião Hindu, significando a figura assumida por uma divindade quando desce à terra, no entanto refiro-me aqui à palavra vinculada à área da informática, definida como representação gráfica de um usuário em realidade virtual, com a possibilidade de personalização.

A importância dos filmes animados [jogos] como um local de aprendizagem é reforçada pelo reconhecimento generalizado de que as escolas e outros locais públicos estão cada vez mais, acossados por uma crise de visão, propósito e motivação. Os meios de comunicação de massa, especialmente, os filmes animados de Hollywood constroem um mundo imaginário de segurança, coerência e inocência infantil onde as crianças encontram um local para se situar em suas vidas emocionais. Diferentemente da realidade sem graça e frequentemente dura da escolarização, os filmes infantis [jogos] fornecem um espaço visual, *high tech*, onde a aventura e o prazer se encontram num mundo fantasioso de possibilidades [...] (Giroux, 1995a, p.52).

As animações atraem bastante o público infantil. Os jogos, que possibilitam uma interação muito maior, parecem seduzir mais ainda, o sujeito sente-se autor, no comando do jogo. A interação deixa de ser passiva. A experiência torna-se mais real e intensa e o envolvimento é maior do que em outras formas de entretenimento (EUGENE F. PROVENZO JR., 2004). Aventura, ação e movimento foram as principais características apontadas pelas crianças nas entrevistas como componentes de um bom jogo. Emoções pouco encontradas nas escolas atualmente. Acredito que também em função disso, as estratégias pedagógicas do jogo sejam mais eficientes do que as da escola. Esteban Levin (2007) constata que os jogos tecnológicos interativos refletem o aspecto de participação e diálogo que aumenta a vontade de se permanecer conectado aos mesmos. Creio que por isso os jogos do *Club Penguin* foram bastante citados como principal atrativo do ambiente. Poque Poque 02<sup>15</sup>, por exemplo, narrou-me diversas situações, utilizando expressões gestuais e sonoras para representar os acontecimentos dos jogos, que são notáveis na fala a seguir:

**Poque Poque 02 (9 anos)** - [...] quando eu entrei em uma outra porta [som da porta abrindo] aí veio assim e depois [som de vôo] voei bem rápido. Passei numa outra fase, ela tinha uma porta. Eu fui desvendar outros mistérios, mas eu cheguei tarde demais. O Herbert veio. Herbert quebrou uma parede ali e eu entrei dentro daquela parede. Subi na EPF [esconderijo dos detetives], tinha que pegar umas chaves ali, eu peguei qualquer uma. Eu tinha que fazer tudo arrumadinho. Aí ligou tudo. Eu fiz tudo arrumado.

<sup>15</sup> Os nomes das crianças entrevistadas foram trocados pelos nomes de seus pinguins no jogo *Club Penguin*. De um modo geral, as crianças escolheram seus nomes de usuário de forma aleatória, sem um significado específico. Para as crianças que não têm cadastro no ambiente foram atribuídos nomes fictícios.

Em toda a sua fala, o menino mostra-se muito envolvido com o universo do ambiente virtual; ele parece assumir, literalmente, a identidade de seu avatar. Para todas as minhas perguntas, suas respostas envolviam longas narrativas de episódios fantasiosos com enredos de mistério e aventura. Principalmente nas missões secretas promovidas, o *Club Penguin* envolve as crianças nesta esfera de mistério e fantasia e não o faz sem propósito. Acredito que responsável pela criação e desenvolvimento do jogo há uma equipe especializada, que se prepara e se instrumentaliza em relação às peculiaridades e preferências do público visado, com o intuito de interpelá-los de modo mais eficiente. A semelhança entre as preferências evidenciadas nas falas das crianças e o que é abordado no ambiente me remete a um possível processo investigativo do público-alvo pela equipe que organiza o jogo.

**Cristiane** - Quando um jogo é legal?

**Anelisabete (9 anos)** - Pra mim eu acho que tem que ser é relacionado à vida real. Eu gosto de bastante jogo desses. Sabe que a gente imagina vilas, pessoas, que a gente vai fazer as coisas. Quando eu crescer eu quero montar uma creche, quero que tenha uma vilazinha assim ó, um corredor assim, com umas casinhas, umas coisas da vida real, um jornal, sabe, essas coisas.

Em sua fala, a entrevistada Anelisabete afirma gostar de jogos nos quais possa imaginar pessoas e lugares, imitando a realidade. Segundo Levin, antigamente, crianças como Anelisabete, através de brincadeiras como “papai e mamãe”, fantasiavam-se, conversavam, fingiam trabalhar, viajar e comprar, como se fossem adultos:

Na realidade, nesse “como se” desejante elas inventavam o prazer corporal de ser gente grande, experimentavam o universo adulto, tão desejado quanto temido, desconhecido e, muitas vezes, enigmático e hostil. Daí que precisassem – por uns instantes e sempre “de mentira” – brincar com as vivências e os segredos ocultos de ser e estar como outros e, assim, anteciparem o mundo da gente grande (Levin, 2007, p.76).

Atualmente muitas crianças trocaram tais brincadeiras cênicas de papai e mamãe pela tecnologia digital do jogo “The Sims”<sup>16</sup>, complementa o autor. Tal jogo simula a vida real, envolvendo a criação de situações familiares, relacionadas à

<sup>16</sup> Jogo de computador que inicia com a criação de uma família. Para cada membro é possível delimitar características físicas e psicológicas. A partir disto é preciso administrar certa quantia de dinheiro, com possibilidades de compra de casas e móveis, dentre outros itens. A vida no jogo é manipulada através de ações que envolvem alimentação, higiene e conforto (LEVIN, 2007).

escola, trabalho e dinheiro, estabelecidas em diferentes lugares. Esta é uma estratégia adotada também no *Club Penguin*, pois o mundo fictício do ambiente virtual fantasia aproximações com o a realidade do mundo adulto. Noto, por exemplo, que a possibilidade de frequentar lugares, predominantemente, adultos é uma maneira de interpelar as crianças e fazer com que as mesmas assumam identidades “pinguins” diferentes do que vivem. Danceteria, pizzaria, cafeteria, entre outros são locais do ambiente em que os usuários possuem livre acesso, sem necessidade do consentimento adulto.

**Cristiane** - *Conhece a pizzaria e a cafeteria?*

**Ninole (9 anos)** - *Sim. A pizzaria é para encontrar o amor.*

**Cristiane** - *Explica como é encontrar o amor?*

**Ninole** - *Não sei direito. A gente fica caminhando e para no mesmo lugar. Conversa, se conhece e se apaixona com o coraçãozinho.*

**Cristiane** - *Mas como a gente sabe que tem um casal no jogo?*

**Ninole** - *É que eu já casei.*

**Cristiane** - *Como é casar no jogo?*

**Ninole** - *É um altazinho que a gente prepara mesmo no nosso iglu e convida todos os nossos amigos. A gente convida o padre e se casa.*

Ninole assume virtualmente uma identidade com mais idade do que realmente tem e vive o mundo adulto através da fantasia do “encontro do amor” e do casamento. O relato da menina retoma a discussão sobre a crise da infância contemporânea e o rápido crescimento das crianças abordado por Steinberg e Kincheloe (2004) e Momo (2007) ao afastar ou colocar em questão a visão de infâncias inocentes e desprotegidas.

Ao acessar o ambiente, é possível explorar uma espécie de ilha virtual, dividida em diversas áreas ou salas temáticas de dois tipos: internas e externas, com jogos individuais ou coletivos, em quase todas elas. Por exemplo, o “Centro” é um dos principais lugares do jogo, onde a maioria dos pinguins se encontra. Nele há acesso para o “Café”, para o “Dance Club”, para a “Loja de presentes”, e conexões de caminho para o “Forte Nevado” e para o “Ancoradouro”<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Todas as imagens utilizadas neste trabalho estão disponíveis em sites de busca livres da internet.



Ambiente externo: “Centro”



Interior das salas: “Dance Club” e “Loja de presentes”, ambas com interação de usuários.

Além do Centro, existem outros lugares como o “Plaza”<sup>18</sup>, a “Praia” e a “Estação de Esqui”. Estes espaços podem ter o seu visual alterado de acordo com as festas temáticas que acontecem periodicamente. O ambiente conta ainda com espaços como o “Estádio” (quadra de futebol), o “Dojo” e a “Floresta”, além de áreas subterrâneas como a “Caverna”, a “Mina”, o “Lago Secreto”, a “Caldeira” e outras salas secretas. Alguns lugares podem ser acessados a qualquer momento e outros, ainda, estão disponíveis apenas em ocasiões especiais. Nitidamente, o ambiente se vale de um visual muito alegre, com muitas cores e elementos que prendem a atenção dos participantes. Andrade (2003), embora se refira a uma revista impressa em sua análise, enfatiza um aspecto importante que me remete ao jogo. A autora aponta o recurso visual, por exemplo, o cuidado com as cores e o brilho das imagens como estímulo e incentivo ao desejo. Afirma ainda, que as imagens veiculam uma ideia de prazer, movimentando sentimentos, o que hoje é possibilitado

<sup>18</sup> Ambiente semelhante ao “Centro” que apresenta as salas: Pizzaria, Teatro e Pet Shop.

pela tecnologia fotográfica. Percebo isto como uma estratégia pedagógica do jogo, pois imagens gráficas sem variedade de cores, cores muito claras ou carência de itens no cenário não atrairiam da mesma forma as crianças.

**Cristiane** - *Como conhecestes o jogo?*

**Poque Poque 02 (9 anos)** - *Eu vi ali no site que tinha muitas coisas sobre papel de parede e eu fiquei vendo ali na aula de UCA, quando tinha na hora do recreio. Vi ali e depois eu vi tudo que era do Club Penguin. Tinha muitos, tinha o Rockhopper, o pirata com o puffle perdido. Quando eu vi ali, eu tava vendo uns livros que era a história deles. Aí no final eu achei uma chave, que era um túnel lá de baixo do Club Penguin. Aí tava dizendo uma coisa ali: Cuidado com o... Aí eu fiquei pensando: cuidado com o que? Era um bicho esquisito dentro da porta. Me disseram que era um polvo, um robô pinguim.*

Nesta fala, o aluno conta como conheceu o jogo. Instigado pela frase incompleta e a imagem indefinida, ele continuou investigando do que se tratava. Este é um recurso de linguagem que serve para deixar algo em suspenso, em aberto, abre para a imaginação do navegador e instiga sua curiosidade, novamente uma estratégia pedagógica que se aproveita de um conhecimento sobre o infantil. “Na ficção, as fantasias da criança brincam de brincadeira da linguagem. Brincadeiras e imagens que surgem do nada habitam o universo infantil. É assim que a linguagem prende a criança” (LEVIN, 2007, p.122). Rosa Fisher (2001) destaca que ao analisar detalhadamente a linguagem utilizada, desde imagens, planos e diálogos é ponderar que há um endereço para tal produto, neste caso, o jogo, que é feito para alguém, para chamá-lo a ver e gostar<sup>19</sup>.

Além dos membros jogadores, o ambiente conta com personagens e histórias que provocam a curiosidade das crianças. Outra estratégia pedagógica utilizada. O “Rockhopper, o pirata com o puffle perdido” mencionado, é um dos pinguins famosos que participam do jogo além dos membros usuários. Este pinguim foi apontado por alguns jogadores entrevistados como o favorito do *Club Penguin*. Ele possui um chapéu, sobrelhas grossas e uma longa barba preta, que são itens exclusivos. Conforme consta no site do ambiente, “Rockhopper é um pinguim aventureiro. Ele navega pelos mares no seu navio, o Migrator, procurando tesouros e aventuras. Ele retorna ao Club Penguin mais ou menos de dois em dois meses, com itens para

<sup>19</sup> O conceito de modos de endereçamento será abordado mais adiante neste capítulo.

vender”<sup>20</sup>. O Pirata possui diversas histórias que podem ser lidas em seu livro/diário na “Sala de Leitura” do ambiente. Pelas conversas que eu ouvia da turma, as crianças se identificavam com o espírito aventureiro do pinguim.

Os personagens – pinguins – famosos fazem aparições em determinados momentos e locais do jogo, distribuindo itens para os participantes. Cada um possui uma profissão ou história (espécie de lenda) que o caracteriza. Além do Capitão Rockhopper (um pirata), os personagens destaque são: Cadence (uma DJ); Gary “G” (um inventor); Sensei (ninja que fundou o Dojo); Tia Arctic (colunista do jornal, responsável pelas dúvidas de outros pinguins); Penguin Band (banda de pinguins – formada por Stompin’Bob, G Billy, Petey K e Franky – que se apresenta em shows e eventos de música na ilha). Herbert (um urso polar) e Klutzy (um caranguejo) são os vilões, vistos no jogo apenas por quem participa de missões secretas.



**Alguns dos “famosos” do ambiente virtual.**

Os recursos tecnológicos empregados em jogos virtuais, como o Club Penguin, estão cada vez mais sofisticados. Capturando maior número de crianças e jovens em comparação ao videogame, por exemplo. Para Levin (2007, p.66), o computador reúne “uma tela cheia de brilhantes imagens animadas, sons, música, barulhos insólitos, um “pianinho” e uma espécie de caixinha com botões (mouse), que ativa tudo” transformando-o no brinquedo ideal. O autor busca uma explicação para o fascínio das crianças por esta ferramenta tecnológica. Além do computador, ele enfatiza que a internet também cria um ambiente no qual as crianças crescem interpeladas por vários recursos desde o lápis virtual à imagem em tempo real. A

<sup>20</sup> Disponível em: <http://support.clubpenguin.com/pt/help/help/characters.htm#Captain-Rockhopper>.

preferência e a familiaridade com o computador e a internet ficaram claras em muitas respostas nas entrevistas, como nas falas a seguir:

**Cristiane** - *Prefere TV, Videogame ou computador?*  
**Lillope (8 anos)** - *Computador. Televisão não é tão legal. A gente não mexe em nada, só fica olhando. A gente não pode mudar nada.*

**Cristiane** - *O que tu costumava fazer no computador?*  
**Vênus10 (9 anos)**- *Tenho tudo. Tenho Windows, Hotmail, Gmail, Facebook, Orkut, MSN.*  
**Cristiane** - *Tu utilizas tudo isso?*  
**Vênus10** - *De vez em quando não. Uso mais MSN... e Orkut... e Facebook.*

Destaco na fala de Vênus10 os meios virtuais de comunicação mencionados: e-mail (Hotmail e Gmail), comunicador instantâneo (MSN) e redes sociais (Facebook e Orkut). Alternativas de comunicação pelas quais os jovens descobrem novas maneiras de “sociabilizar e se produzir como sujeitos infantis hoje” (DORNELLES, 2008, p.86). Acredito que a proposta de comunicação/interação entre os jogadores do *Club Penguin* é uma das principais estratégias pedagógicas interpelatórias do jogo. Convivência e interação com outras crianças da mesma idade, que se identificam em suas vontades e preferências, além da curiosidade e o mistério em saber quem está do outro lado da tela são exploradas. Conhecer e “adicionar” amigos foram propostas bastante mencionadas pelas crianças para explicar o funcionamento do jogo, como nas respostas destacadas:

**Jhenidragon (9 anos)** – *Pelo que sei, a gente conversa, pode fazer amigos virtuais. É isso que eu faço também, né. Eu já fiz 10 amigos.*

**Omalino (9 anos)** – *Com bastante pinguins, do mundo inteiro. Os pinguins andam por uma ilha, se comunicam falando lá. Tipo o gibi da Mônica, quando tu fala uma coisa, aparece um balãozinho de fala, de letra.*

**Mumia22 (8 anos)** – *Tu pode se encontrar, tu pode ter amigos. Eu tenho até o meu primo como amigo e ele mora lá em Santa Catarina. Dá para falar também, dá para mandar recados.*



#### 4.3 “NINGUÉM FALA PALAVRÃO”: MODOS DE ENDEREÇAMENTO

O *Club Penguin* se vale de muitas estratégias de endereçamento e, não só às crianças, mas também às famílias. Trabalho aqui com a ideia de modos de endereçamento apresentada por Elizabeth Ellsworth (2001, p.24) quanto à “necessidade de endereçar qualquer comunicação, texto ou ação para alguém”. A mesma está atrelada às noções de interpelação e posição de sujeito (SILVA, 2000).

Modo de endereçamento é um conceito abordado nos estudos sobre cinema, no qual os estudiosos investigam este “invisível processo que parece ‘convocar’ o espectador a uma posição a partir da qual ele deve ler o filme [jogo]” (ELLSWORTH, 2001, p.17). A autora também aponta o filme como algo produzido para alguém, que visa determinado público. Neste caso, estendo a ideia para o jogo e apresento apenas um dos exemplos que localizei no ambiente virtual e que coincidiu com as falas das crianças.

Destaco o apelo à segurança, endereçado à família das crianças, pois o mesmo é bastante marcado no site e envolve o primeiro passo para o ingresso no jogo. Por se direcionar aos menores de idade, na realização do cadastro (obrigatório para acessar o jogo) é solicitado o endereço eletrônico dos pais ou responsáveis do novo usuário para confirmar a inscrição no ambiente. O pai ou responsável recebe uma mensagem explicando sinteticamente do que se trata o *Club Penguin* e ao confirmar o cadastro da criança, gerencia a sua conta, podendo optar entre o modo de bate-papo seguro ou modo de bate-papo super seguro (o jogador utiliza somente mensagens predefinidas pelo *Club Penguin* para se comunicar com outros jogadores). No entanto desconheço como funciona o controle desta confirmação, já que é possível fornecer um endereço de e-mail qualquer. Minha dúvida é reforçada ao ouvir uma das crianças afirmar que colocou o próprio e-mail para ativar o seu cadastro:

**Cristiane** - *Tua mãe conhece o jogo?*

**Gurifem (9 anos)** - *Minha mãe não dá bola. Tinha que colocar o e-mail dos pais e eu não coloquei. Coloquei o meu.*

Além das configurações de bate-papo, os pais podem limitar o tempo de uso que os filhos permanecem online, definindo o horário de jogo ou o tempo de uso

diário. Também há controle de nomes de usuários (pinguins) inapropriados; filtro no chat no modo seguro, no qual os participantes escrevem as próprias mensagens, para bloquear o envio de números de telefone e endereços de e-mail, por exemplo; moderadores online e “agentes secretos<sup>21</sup>” para controlar e reportar comportamentos inadequados. Participantes que agem de forma inadequada são punidos com um banimento do jogo por vinte e quatro horas ou até permanentemente, dependendo do ocorrido.

Há, inclusive, uma seção específica chamada “Pais e responsáveis” logo na página inicial do ambiente. A mesma divide-se em novas seções:

- Visão Geral: apresenta diversas perguntas e respostas esclarecendo o funcionamento e os objetivos do *Club Penguin*;
- Segurança: explica as medidas de segurança do ambiente, principalmente em relação ao bate-papo, ferramenta pela qual os jogadores podem se comunicar;
- Cidadania Global: descreve projetos sociais apoiados pelos organizadores do ambiente no mundo inteiro. Referente ao Brasil, são apontadas ações em prol da preservação da floresta Amazônica;
- Gerenciar contas: possibilidade de criar uma conta de responsável para administrar a conta da criança, membro do jogo;
- Reconhecimento: Expõe premiações e selos recebidos, por exemplo, o prêmio Webby<sup>22</sup> 2009, além de depoimentos positivos de familiares de jogadores.

Todas estas alternativas de controle e explicações para a família são estratégias pensadas para, primeiro, interpelar os responsáveis dos jogadores. Sabedores de que hoje, em meio à cyberinfância, muitas mães e pais controlam o acesso dos filhos/as na internet, os responsáveis pela criação do ambiente priorizam conquistar a confiança dos adultos, antes mesmo de investir nas crianças. Mostram que o jogo é sério, educativo, vencedor de prêmios de qualidade na internet e, ainda, comprometido com causas sociais. As “boas ações” garantem o ar de seriedade ao “parquinho”. Visam à identificação de pais, mães e responsáveis com todas estas qualidades do jogo. O link “Cidadania Global/Projetos” mostra o quanto os responsáveis pelo jogo estão conectados e atualizados com os assuntos

<sup>21</sup> Função oferecida a jogadores veteranos. Há outras profissões que podem ser assumidas no jogo como “ninja” e “guia de turismo”.

<sup>22</sup> Conforme consta no site do *Club Penguin*, este é o principal prêmio internacional para excelência na Internet. O mesmo é apresentado pela Academia Internacional de Artes e Ciências Digitais e, frequentemente, recebe mais de 10 mil concorrentes, de mais de 60 países do mundo todo.

contemporâneos. Possuem projetos espalhados por todo o mundo, falam em cidadania e diferença, interpelando pais e filhos. Sobre o Brasil argumentam:

*Durante a Coins for Change, vocês mostraram que querem fazer a sua parte por um mundo melhor protegendo o meio ambiente. Graças a vocês, foi possível treinar membros da comunidade para preservar a Floresta Amazônica para as futuras gerações. Sua doação também está ajudando uma casa de apoio a crianças abandonadas ou vítimas de abuso. Além disso, mais de 80 crianças carentes estão explorando seu amor pela música através de uma orquestra infantil que havia sido cancelada por falta de recursos.*

A questão da segurança, sobretudo, é muito enfatizada pelo site. Destaco um trecho da seção “Visão Geral” que, nitidamente, reforça o caráter seguro do ambiente para o acesso das crianças.

***Por que o Club Penguin foi criado?***

*Porque queríamos construir um “parquinho virtual” conduzido por um compromisso tão sério com a segurança que ficaríamos à vontade para deixar nossos próprios filhos e netos visitarem.*

***Cristiane - Tu jogas quanto tempo por dia?***

***Liliope (8 anos) - Uma hora. É o máximo. Eu posso escolher esse tempo ou menos. Eu sempre escolho esse tempo. Menos só quando tá na última hora de rua, porque depois que é de noite eu não posso mais ir.***

Percebo que a segurança prometida é uma forte estratégia para capturar os familiares dos jogadores e a fala de Liliope esclarece porque esta é uma eficiente forma de interpelação. A preocupação com a segurança das crianças que antes era voltada, maiormente, para os perigos da rua, hoje também está presente dentro de casa, nos perigos online. Embora a internet favoreça novas formas de conhecimento, seus recursos avançados de comunicação e informação também apresentam riscos para quem a utiliza. As crianças compõem um dos públicos-alvo dos crimes cometidos via internet. Além do acesso ao conteúdo inadequado, as mesmas podem se deparar, por exemplo, com o aliciamento online<sup>23</sup>, a pornografia infantil e o cyberbullying<sup>24</sup> (CYNTHIA DÁVILA, 2009). Os riscos virtuais são bastante debatidos e é possível encontrar vários artigos online com opiniões de psicólogos e

<sup>23</sup> Pessoas mal intencionadas, que após conquistar a confiança das crianças, começam a solicitar informações pessoais, como telefones, endereços e fotos. Podendo até marcar encontros presenciais ou fazer com que as crianças tirem a roupa em frente a webcam.

<sup>24</sup> Envio de mensagens com ofensas e/ou humilhações, por tecnologias digitais como sites de relacionamento, endereços eletrônicos ou ainda por telefones celulares.

autoridades sobre o assunto. Na maioria dos casos, é recomendado, por exemplo, o controle de horas que as crianças permanecem conectadas, o aconselhamento das crianças para que não passem informações pessoais na rede, além do acompanhamento do adulto ao conteúdo acessado pelos filhos/as. Conhecedores desta realidade – na qual a segurança virtual torna-se fundamental – os responsáveis pelo jogo enfatizam todas as medidas de segurança citadas anteriormente. Várias crianças afirmaram nas entrevistas que os pais consideram o *Club Penguin* “legal”, pois é um jogo apropriado para crianças.

**Cristiane** - *O que os teus pais acham sobre o jogo?*

**Anelisabete (9 anos)** - *Acham legal. Acham interativo e é de criança. Ninguém fala palavrão.*

A fala de Anelisabete retoma a questão do bate-papo seguro, no qual existem filtros para que os participantes não falem palavras inapropriadas e punição para quem age de maneira errada. A preocupação dos pais em relação ao material acessado pelos filhos ser apropriado retoma a apreensão dos adultos com o fácil e rápido acesso a informações que as crianças têm atualmente, abordada neste trabalho. Acrescento a este fator, os novos ritmos familiares, como o amplo tempo gasto com o trabalho por parte dos pais, para que ambientes virtuais seguros e apropriados para os menores se tornem essenciais. Algumas das crianças entrevistadas permanecem durante um longo período do dia sem nenhum acompanhamento adulto. Nestes casos, o uso do computador foi apontado como principal atividade realizada.

**Cristiane** – *Tu entras no Club Penguin todos os dias?*

**Mumia22 (8 anos)** - *Sim. É que eu tenho um bistrô e não tem mais nada para fazer, só o computador.*

Mumia22 contou-me que passa as tardes no restaurante da família e mexer no computador é sua única possibilidade. Os pais se ocupam com os serviços do bistrô e não conseguem acompanhá-lo durante o horário de trabalho. Estes pais e, muitos outros, certamente se identificam com os objetivos de criação do jogo, comparando-o com um parquinho seguro, como argumentam os organizadores do ambiente. O *Club Penguin* visa também, com esta estratégia, a um público de pais ou responsáveis que não consegue acompanhar os filhos conforme gostaria e

necessita de algo seguro que prenda a atenção das crianças. As descrições e depoimentos que o site apresenta reforçam que o *Club Penguin*, embora seja uma comunidade aberta, protege as crianças de todos os males da internet. Fazendo com que os pais se sintam interpelados pela ideia de segurança do jogo.

A preocupação com a segurança virtual não é privilégio apenas das famílias das crianças, mas dos adultos em geral. Caroline do Amaral, Patrícia Behar e Dornelles (2011, p.9) indicam que, em seus estudos em cursos de extensão sobre o uso de artefatos tecnológicos digitais<sup>25</sup>, os perigos que a internet pode apresentar aos seus usuários é uma grande preocupação. Um dos principais motivos apresentados para as professoras participarem dos cursos de extensão foi a necessidade de maior conhecimento sobre navegação segura de crianças na internet. Isto reforça o quão visado e fundamental é a segurança virtual hoje. Aproximo ao contexto das crianças pesquisadas, que utilizam semanalmente os computadores na escola. Durante a hora do recreio, os alunos podem ficar na sala de aula utilizando o computador. Muitas aproveitam para acessar o *Club Penguin*. Percebo que semelhante à maioria dos responsáveis pelos jogadores, professores parecem confiar numa experiência interativa e divertida para crianças.

#### 4.4 “SER ASSINANTE É DEMAIS!”: CONSUMINDO ROUPAS E IDENTIDADES

A inscrição no jogo é gratuita, mas há também a modalidade de assinante que permite o acesso ou a aquisição de diversos recursos a mais do que são disponibilizados aos usuários que não são assinantes. Por exemplo, os assinantes têm o acesso priorizado: podem comprar em diversos catálogos itens como roupas, perucas e artigos esportivos para os seus pinguins; adquirir iglus maiores, decorá-los e permitir que os mesmos sejam visitados por outros pinguins através do mapa da ilha; adotar maior número de Puffles; participar de locais exclusivos em festas; além de ter acesso a mais jogos e ferramentas nos mesmos. Há três formas de assinatura: mensal, semestral e anual. Assim que encerra o prazo de uma assinatura, os itens disponíveis vão para um estoque e somente são devolvidos com

---

<sup>25</sup> Tecnologias digitais, como computador, internet e seus conteúdos.

a renovação do assinante. Os responsáveis pelo site alegam que as assinaturas possibilitam a manutenção de um ambiente seguro, sem anúncios publicitários.

A questão da assinatura é muito forte entre a turma entrevistada. Apareceu nas respostas de alguns alunos já na primeira pergunta sobre o funcionamento do jogo. Além disso, as diferenças de possibilidades entre assinantes e não assinantes foi muito marcada, como nas falas a seguir:

**Cristiane** - Como funciona este jogo?

**Greg 2900 (8 anos)** - Tu é um pinguim que pode ficar andando, comprar um monte de coisa quando tu é assinante e fica tri legal.

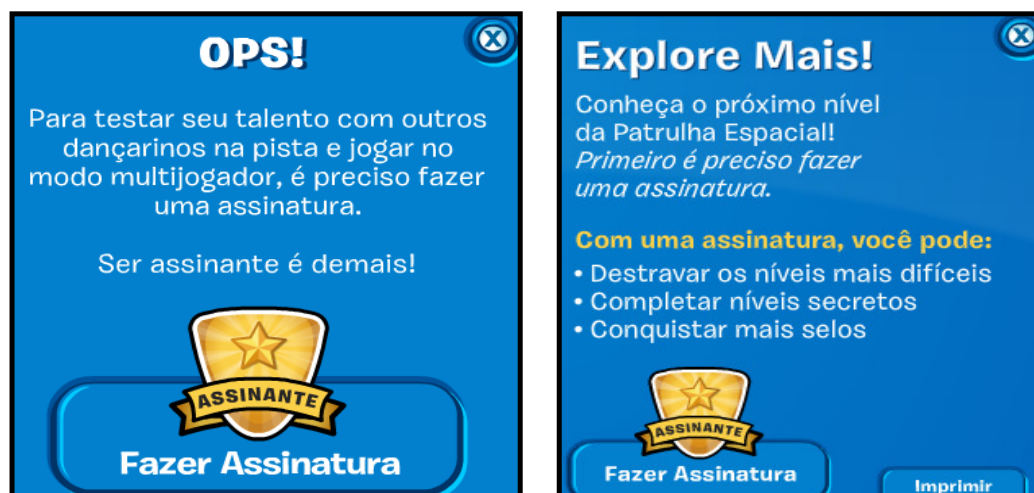
**Cristiane** - Como funciona e o que tu achas deste jogo?

**Bina114 (9 anos)**- É legal. A gente se diverte. [...] Tem festas. Mas quem não tem assinatura não pode fazer um monte de coisas, não pode comprar um monte de coisas. Eu vou pedir para a Priscila, esposa do meu dindo, fazer para mim.

**Cristiane** – Existe algo que poderia ser diferente neste jogo?

**Redurão (8 anos)** - As assinaturas. Tem que pagar. Serve para comprar coisas. Poderia ser quem não é assinante comprar os negócios.

Percebia na turma certa hierarquização entre alunos assinantes e não assinantes, devido aos “poderes de ação” de cada modalidade no jogo. Creio que isto é construído ainda no ambiente virtual. O tempo todo durante o jogo, os usuários esbarram em telas com imagens e textos que fazem questão de lembrá-los que determinadas atividades estão disponíveis apenas para quem possui a assinatura,



**Avisos para usuários não assinantes na interação com jogos.**



### Aviso para usuários não assinantes ao adotar os Puffles (animais de estimação)

Como é possível observar nas imagens, há mensagens sutilmente articuladas no ambiente para enfatizar as limitações dos não assinantes. Na maioria das vezes, o recado é o mesmo: *“Para fazer isto, você precisa de uma assinatura!”* - Não raramente, explicitam ao final do aviso a frase: *“Ser assinante é demais!”* - Observo estas mensagens como exemplos de “códigos culturais que nos constituem e que são constitutivos das identidades culturais, é através deles que olhamos outra pessoa e identificamos nela marcas de diferenças e/ou de semelhanças” (RUTH SABAT, 2003, p.158-159). As diferenças marcadas nas falas das crianças são o reflexo do que o *Club Penguin* comunica a elas. “Eu não posso, porque não sou assinante” expõe uma forma de olhar para si e para o outro, identificando-se ou não a partir da interação com o jogo.

Mensagens claras estão sendo transmitidas a nossas crianças, com a intenção de incutir crenças e estimular ações particulares, as quais coincidem com os melhores interesses daqueles que a produzem. [...] promovem uma “teologia do consumo”, estimulando, assim, a redenção e a felicidade através do ato de consumo (ritual) (STEINBERG,1997, p.114)

O consumo está presente também fora do espaço virtual, em uma linha de produtos da marca *Club Penguin* como brinquedos. Dentre eles, personagens de pelúcia, jogos de tabuleiro e quebra-cabeças; livros; álbum de figuras; vestimentas e jogos para videogame. Estes produtos encontram-se disponíveis em uma loja virtual, além das lojas espalhadas pelo mundo. Esta é uma das formas de rendimento para o *Club Penguin*, visto que a maioria dos usuários não é assinante e aproveita o que a versão gratuita do jogo oferece. Cabe destacar que todos os produtos vendidos estão interligados com o mundo virtual do jogo, pois em cada artigo é encontrado um

código – algumas vezes apresentado em uma moeda de plástico – que destrava itens exclusivos com benefício para os pinguins e o jogo em si. Nas entrevistas ficou claro que a compra dos brinquedos ou acessórios da marca *Club Penguin* se dá, sobretudo, pela conquista do código de destrave de itens. As crianças buscam benefícios a mais para o seu pinguim através dos itens destravados pelos produtos. Esta necessidade de consumo produzida nas crianças revela o “consumo não relacionado apenas com as necessidades básicas do sujeito, mas consumo articulado ao desejo de ter, poder adquirir, fazer”, argumentado por Bauman (apud Andrade, 2002, p.31). Os usuários do jogo acreditam realmente precisar de determinado produto.

**Cristiane** - *O que os códigos liberam?*

**Lilíope** - *Alguns liberam o livro do tesouro. Agora eu to precisando de mais um pinguim de brinquedo para liberar alguma coisa. Eu quero liberar aquele cabelo rosa que o pinguim dela tem.*

Lilíope, em um primeiro momento, não tem certeza do que precisa liberar, só está certo de que precisa destravar algo. Em seguida, afirma que quer liberar o cabelo igual ao “dela” (de uma amiga). O que ilustra o consumo como capacidade de ter e poder adquirir e o que aparece em boa parte da conversa com este aluno. O mais importante para ele não é a sua necessidade ou a de seu pinguim, mas sim a possibilidade de possuir um item semelhante ao de outra criança. A mesma questão aparece na fala de Vênus10, na qual o menino enfatiza ter mais móveis do que outro colega da turma. Ainda, justifica ter pouco dinheiro no jogo por estar sem acesso ao ambiente.

**Cristiane** - *Como é o teu iglu?*

**Vênus10** - *Eu não arrumei. Eu tenho vários móveis, tenho mais que o Mumia22. Eu não to mais acostumado a comprar móveis para o iglu. Eu tenho pouquinho dinheiro. Ele [Mumia22] joga mais do que eu, porque o computador da minha mãe estragou.*

O *Club Penguin* evidencia sua preocupação em estimular o consumo em estratégias como a realização de festas e a disponibilidade de catálogo de compras. Neste ano, acompanhei os acontecimentos da festa Medieval (enquanto professora da turma), da festa Setembrina e da festa de Halloween (já analisando o jogo). Várias crianças entrevistadas citaram as mudanças no ambiente, que ocorrem com a chegada das festas.



**Cristiane** - *Como funciona este jogo?*

**Lola57176 (8 anos)** - [...] *cada vez vai ter uma festa pra gente ir. Pra ir tem que arranjar tickets, como agora na festa Setembrina. A gente tem que arranjar tickets para trocar por prêmios, roupas, cabelo. As coisas mudam. Quando não tem festa é normal. É a loja dos Puffles, é a pizzaria, é a floresta. Na festa Setembrina já muda, tem balão, tem mais jogos, tu pode fazer mais coisas.*

As comemorações são sempre avisadas com antecedência dentro do jogo, causando grande expectativa nas crianças. Os lugares mudam suas estruturas e cores. Há mais elementos nos cenários, chamando a atenção dos jogadores. As salas oferecem mais jogos. Há distribuição de alguns itens grátis, como planos de fundo. Todos estes benefícios me parecem mostrar aos participantes as vantagens de ter uma assinatura, já que aumentam as possibilidades dentro do jogo. Mesmo favorecendo também os não assinantes, há distinções conforme a modalidade de acesso. O lugar “mais legal” do evento, por exemplo, só é acessado por quem tem assinatura. Durante a festa de Halloween, apenas pinguins com assinatura compravam as divertidas fantasias vendidas nos catálogos<sup>26</sup>.

Tais catálogos de compra estão presentes na maioria dos ambientes do jogo. Podem ser encontrados também no mapa da ilha através do atalho “Lojas”. São classificados em: Jogue melhor (itens para melhorar o desempenho nos jogos); Estilo pinguim (acessórios do vestuário); Pinguim afinado (instrumentos musicais); Figurino (roupas para serem utilizadas nas peças de teatro); Esportes (roupas e artigos esportivos) e Acessórios para os pets. Os catálogos são acessados através de um ícone semelhante a um livro, no canto da tela. Ao clicar no mesmo, ele aumenta, tomando boa parte do espaço central da tela e então é possível folhear páginas com produtos à venda. Cada produto tem o seu valor (em moedas) fixado em uma etiqueta, bastante semelhante aos catálogos de compra reais. Mais uma vez imitando a realidade, o jogo se utiliza da fantasia e do desejo, desta vez movimentando os anseios de consumo das crianças e fazendo com que elas “se convençam de que as coisas mais excitantes na vida são produzidas por nossos amigos das grandes corporações empresariais. A lição da economia é forte quando repetida centenas de vezes” (STEINBERG, 1997, p.103).

---

<sup>26</sup> Todos os itens são para assinantes. Ao tentar efetuar a compra, um aviso é mostrado, semelhante às mensagens dos jogos. Não assinantes somente podem comprar novas cores para o seu pinguim, planos de fundo, cartões postais e bandeiras de países que ficam visíveis no cartão de pinguim.

Percebo que, especialmente, o catálogo “Estilo Pinguim”<sup>27</sup> motiva o desejo de consumir dos jogadores, como se a equipe responsável pelo jogo soubesse dos desejos dos jogadores. Nele encontramos diversas roupas, perucas, chapéus, sapatos, fantasias, além de conjuntos de roupas como “Neve rosa choque”, que estão disponíveis somente aos assinantes.



**Catálogo “Estilo Pinguim” e alguns de seus produtos.**

Steinberg afirma que “em alguma medida, nós somos aquilo que consumimos” (1997, p.109) e que isto contribui para a produção das identidades pessoais. Destaco com este entendimento que o *Club Penguin* vende estilos, não só de se vestir, mas também de ser. Mobiliza vontades de “tornar-se” o que deseja ser, ainda mais se tratando de um jogo manipulado pela adoção de identidades virtuais. Compreendo nesta pesquisa, o consumo

também como forma de produção de significados, possibilitando que identidades e códigos sejam produzidos. Pode-se dizer que, ao consumir produtos, estilos de vida, consumimos determinadas identidades [...] Ao mesmo tempo, as identidades imbricadas no consumo são substituídas e modificadas na mesma velocidade que os objetos a elas associados (MOMO, 2007, p.74).

Além do incentivo ao consumo de bens materiais, o *Club Penguin* mobiliza as ambições de ser e pertencer a certos espaços, como uma questão identitária de grupo. Ser usuária do ambiente virtual era essencial para muitas das crianças

<sup>27</sup> Os catálogos são atualizados constantemente, variando seus produtos.

pesquisadas. Na faixa etária de 7 a 12 anos<sup>28</sup> é característica a disposição da criança em aceitar outros pontos de vista, além do seu. O egocentrismo intelectual e social começa a dar lugar à capacidade de aceitar críticas e avaliar a si (JEAN PIAGET, 1990). Pertencer a um grupo passa a ser interesse fundamental. Tal particularidade desta fase da infância parece ser bastante explorada pelo ambiente virtual. Mostrando que, conhecedores do público ao qual se endereçam, os criadores do jogo investem em suas características e atraem as crianças, com os mais variados recursos, para um mundo virtual coberto de neve. A possibilidade de se relacionar com os amigos e colegas no jogo foi bastante apontada nas entrevistas.

**Cristiane** - *O que tu achas mais legal neste jogo?*

**Fogo8 (9 anos)** - *Ter amigos. Porque se tu não tem amigos, tu estás sozinho. Tu não tem com quem jogar. Com quem conversar. Não te diverte.*

Fogo8 é um dos meninos que apresenta dificuldades em se relacionar com os colegas da turma de crianças pesquisadas. Ele evidenciou, durante a entrevista, participar do jogo, principalmente, para interagir com os colegas de aula e não foi o único a demonstrar isto. A maior parte das crianças conheceu o *Club Penguin* na escola e incentivadas ou influenciadas pelos colegas, criaram os seus pinguins. Muitos, inclusive, verbalizaram, mesmo que sem intenção, que se cadastraram no jogo e o consideram interessante porque os outros também gostam.

**Cristiane** - *Como conhecestes o jogo?*

**Bina114 (9 anos)** - *Conheci porque era um enrolamento lá na sala. **Todo mundo queria jogar, daí eu fiz.** Tenho o pinguim, mas não é assinatura. Só jogo.*

**Cristiane** - *Como seria essa aula com o Club Penguin?*

**Guron (9 anos)** - *Legal. **Porque é um jogo que todo mundo gosta dele, daí é legal.***

Costa sublinha que possuir mercadorias (seja objetos, imagens, condutas, sentimentos ou narrativas) “oferece ao proprietário um sentimento de pertencer que o converte em membro de uma comunidade de significados compartilhados, de uma cultura comum altamente desejável” (2006, p.100). O que vai ao encontro do

<sup>28</sup> Período das operações concretas, conforme classificação de Piaget em relação ao desenvolvimento cognitivo infantil (PIAGET, 1990).

evidenciado nas falas destacadas; uma capacidade para além do ato de comprar bens materiais. Um consumo também para o pertencimento de grupo.

O consumo surge no ambiente virtual, além disso, por outro viés: o de ato político, ao destacar seus projetos sociais realizados no mundo todo. Momo salienta que, antes, organizações preocupadas com questões ambientais, por exemplo, incentivavam o consumo de produtos não prejudiciais à natureza. Hoje, tais organizações interpelam “o consumidor para que ele seja produtivo em seu ato de consumo. O consumo também pode ser entendido como um ato político, na medida em que nossas escolhas podem se comprometer, ou não, com causas sociais” (2007, p.89). É o caso da Disney, pois deste modo, envolve o investimento emocional e financeiro de crianças, jovens e até adultos, tornando a cultura infantil decisivamente mercantilizada (SABAT, 2003). Esta grande corporação – a Walt Disney Company – está presente também em outros artefatos culturais do convívio das crianças pesquisadas. Principalmente em relação à programação televisiva (ver apêndice C).

**Cristiane** - *O que tu assistes na televisão?*

**Jasmini** - *Na verdade eu assisto todos os programas da TV. Eu assisto todos. Assisto a Disney que é no 48. Cartoon que é no 90, o Boomerang que é no 91 e o Disney XD que é no 92.*

Giroux (1995c) enfatiza que a garantia do sucesso e da legitimidade desta companhia também é produzida e assegurada em meio a um aparato de mídia cada vez maior. Apoiado pela tecnologia de efeitos extraordinários de som e imagem, com histórias apresentadas na envolvente embalagem do entretenimento. Fator suficiente para interpelar as crianças tecnológicas de hoje, como as pesquisadas. Destaco isso, pois concordo com o argumento do autor de que a “Disney gera representações que asseguram imagens, identificações e desejos através dos quais os/as espectadores/as produzem a si próprios e suas relações com outras pessoas” (ibid, p.139). *O Club Penguin*, como artefato cultural e pedagógico, está a ensinar uma série de valores ao seu público. Em seu mundo virtual, mistura realidade, fantasia e aventura interpelando as crianças para o consumo e o comércio não só de roupas ou brinquedos, mas também de sentimentos e modos de ser e de pensar.

## 5. “JÁ TÁ DITO!”: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

**Cristiane** - Qual o jogo que tu mais gostas?

**Liliope** - Já tá dito.

**Cristiane** - O que?

**Liliope** - O Club Penguin, que é muito melhor que todos.

**Cristiane** - O que tu gostas neste jogo?

**Liliope** - Primeiro, tem festa todo mês, isso eu amo. Sempre uma festa diferente. Por causa dos jogos. Bom, e também tem que eu vou gostar mais ainda no dia das crianças, eu vou ganhar assinatura.

Início minhas considerações com um trecho da entrevista com Liliope, pois acredito que o menino reforça minha motivação em realizar esta pesquisa. O ambiente virtual *Club Penguin* fascina a turma de crianças entrevistadas. Entrevistar cada uma delas me mostrou o quanto este artefato cultural pode estar presente no cotidiano infantil de um modo geral. O quanto ele interpela e conquista o seu público com as mais variadas estratégias pedagógicas, algumas destas reveladas na fala de Liliope.

Problematizar estas estratégias me fez confirmar que o jogo captura uma infância ágil e tecnológica, nascida em meio aos recursos digitais. Uma das múltiplas infâncias da contemporaneidade podendo ser chamada, no contexto pesquisado, de cyberinfância; constituído por crianças que se encontram na fase da imaginação, do mistério e da fantasia e que ao mesmo tempo preferem o computador, os jogos interativos multiplayer e os meios de comunicação online para realizar este mundo da imaginação. O *Club Penguin* conhece e atrela estas características da infância a sua organização virtual e investe em estratégias interpelatórias apoiadas em recursos tecnológicos de imagem, som e interação. Tais estratégias envolvem a imaginação e a criação de tramas e personagens, que combinam aspectos do mundo infantil e do mundo adulto, possibilitando que as crianças assumam diferentes identidades através de seus pinguins coloridos experienciando situações que no “mundo real” não seriam possíveis.

Destaco ainda as possibilidades de comunicação virtual do jogo. Alternativas que fazem as crianças interagirem com outros jogadores, “conhecer e adicionar” novos amigos virtuais, além de se comunicar por meio do computador. Acredito que todas essas alternativas reforçam a identidade tecnológica infantil, a cyberinfância.

De acordo com Costa, hoje vivemos um período no qual os “novos desenvolvimentos tecnológicos e culturais, muito especialmente a mídia, a computação e a internet, tornaram-se organizadores privilegiados da ação e do significado na vida dos humanos” (2006, p.105). Cada vez mais, as ações cotidianas estão mediadas por ferramentas tecnológicas ao ponto de as crianças preferirem, por exemplo, comunicar-se através dos balões de fala do *Club Penguin*, mesmo estando a poucos metros de distância umas das outras, na mesma sala.

Não encaro como um problema as crianças serem tecnológicas e entenderem, mais do que muitos adultos, sobre ferramentas digitais. Contudo, entendo que isto causa uma grande mudança na realidade infantil e nos tipos de infâncias contemporâneas, que não há como ignorar, seja em casa ou em sala de aula. Como educadora, compreendo que se torna complicado disputar com os recursos empregados pelo jogo aqui analisado. Creio que ao invés de bloquear ou proibir o acesso das crianças deve-se discutir como se organiza o jogo, oferecer em sala de aula elementos semelhantes aos do ambiente, aproveitar, intencionalmente, de personagens e informações para produzir textos e problemas matemáticos. O que realizei, em certa medida, ao final do meu estágio.

Este ambiente interpela, também, uma infância que vive num mundo da insegurança. Hoje pais, mães e responsáveis, para minimizar os perigos da rua, apostam em ambientes virtuais sérios e comprometidos como alternativa de diversão para os filhos, pois temem, também, os riscos causados pela navegação livre e sem orientação na internet. A incerteza de quem ou o que está do outro lado da tela do computador interagindo com as crianças, faz com que os/as responsáveis optem por conteúdos dotados de filtros e moderações na busca de garantir um acesso mais acautelado dos filhos à internet (garantias prometidas pelo *Club Penguin*). O jogo, antes mesmo de interpelar as crianças, interpela as famílias, comunicando os seus objetivos de criar e manter um “parquinho seguro”.

Neste contexto, entendo que o jogo *Club Penguin* é dotado de modos de endereçamento e que estes estão diretamente relacionados aos processos de interpelação dos sujeitos. Estratégias pensadas por uma equipe de pessoas especializadas e preparadas para conhecer as peculiaridades e atender às vontades e preferências de seu público. Responsável por esta equipe, não menos interessada, encontra-se a Walt Disney Company, que mostra o quão poderosa é com a sua ampla presença na vida das crianças pesquisadas. Empresa que sabe

para quem está falando e encontra as melhores maneiras de endereçar os seus produtos, em função de pesquisas de mercado que permitem melhor conhecer seus potenciais consumidores. Nestes produtos, crianças, jovens e adultos investem também emocionalmente e a partir deles vivenciam diferentes formas de consumo.

Analisando o ambiente virtual, através do olhar conceitual dos Estudos Culturais, as estratégias de consumo notáveis ultrapassam o estímulo ao consumo de bens materiais. As táticas empregadas tendem a convencer cada um dos usuários da importância e da necessidade dos produtos, incentivando o desejo de ter, ser e pertencer. Neste sentido, preocupam-me os modos como as identidades infantis podem ser negociadas e produzidas dentro dos padrões de consumo do jogo. Acredito que esta questão deve ser ponderada na mesma direção da discussão que Giroux realiza sobre a Disney

sem simplesmente condená-la como uma empresa ideologicamente reacionária, promovendo, de forma mistificadora e sob o disfarce do entretenimento, uma visão conservadora do mundo; mas tampouco devemos simplesmente celebrá-la como fonte de alegria e felicidade para as crianças de todo mundo. A Disney faz ambas as coisas. O lado produtivo da Disney reside em sua capacidade para envolver, em termos pedagógicos extremamente bem-sucedidos, as necessidades e os interesses das crianças (Giroux, 1995a, p.58).

Mais do que simplesmente reprovar as estratégias pedagógicas organizadas/utilizadas por artefatos culturais, como o jogo *Club Penguin*, para interpelar as crianças, é essencial manter um olhar atento para as maneiras como estas estratégias atravessam a constituição da infância. O que busquei ao realizar esta análise cultural, operando, dentre outros conceitos, com identidade. Noto cada vez mais a importância de analisar os diferentes artefatos culturais presentes na vida das crianças e percebo que não poderia ter abordado outro assunto senão este em meu Trabalho de Conclusão do Curso. Novos questionamentos proporcionados por este estudo como quais os efeitos destas estratégias no fazer pedagógico, me fazem ter a certeza de não encerrá-lo por aqui.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Cristiane de Souza. **Diário de Classe**. Mimeo. 2011

AMARAL, Caroline Boher; BEHAR, Patricia Alejandra; DORNELLES, Leni Vieira. Ciberinfância: um desafio para os planejamentos pedagógicos. **RENOTE**. Revista Novas Tecnologias na Educação, v.9, no.1, p. 1-11, 2011.

ANDRADE, Sandra dos Santos. **Uma boa forma de ser feliz**: representações de corpo feminino na revista Boa Forma. 2002. 138f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

ANDRADE, Sandra dos Santos. Mídia impressa e educação de corpos femininos. IN: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). **Corpo Gênero e Sexualidade**: um debate contemporâneo na educação. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p.108-123.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. Estudos culturais: para além das fronteiras disciplinares. In: COSTA, M. V. (Org.) **Estudos culturais em educação**: mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura, cinema... Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 2004. p.13-36.

COSTA, Marisa Cristina Vorraber. Quem são? que querem? que fazer com eles? eis que chegam às nossas escolas as crianças e jovens do século XXI. In: MOREIRA, Antonio Flavio B.; ALVES, Maria Palmira C.; GARCIA, Regina Leite. **Currículo, cotidiano e tecnologias**. Araraquara: Junqueira&Marin, 2006. p. 93-109

CLUB PENGUIN. **Página Principal**. Disponível em:<<http://www.clubpenguin.com/pt/>>. Acesso em: 18 out. 2008.

CLUB PENGUIN WIKI. **Enciclopédia online**. Disponível em:<[http://pt.clubpenguinwiki.info/wiki/P%C3%A1gina\\_principal](http://pt.clubpenguinwiki.info/wiki/P%C3%A1gina_principal)>. Acesso em: 18 out. 2011

DÁVILA, Cynthia. Como proteger as crianças dos perigos da web. **Vila Filhos**. 2009. Disponível em: <[http://vilamulher.terra.com.br/como-protoger-as-criancas-dos-perigos-da-web-8-1-55-240.html?origem=materias\\_relacionadas](http://vilamulher.terra.com.br/como-protoger-as-criancas-dos-perigos-da-web-8-1-55-240.html?origem=materias_relacionadas)>. Acesso em: 28 out. 2011.

DORNELLES, Leni Vieira. **Infâncias que nos escapam**: da criança na rua à criança cyber. 2.ed, Petrópolis, RJ: Vozes. 2008. 109 p.



ELLSWORTH, Elizabeth. Modos de endereçamento: uma coisa de cinema; uma coisa de educação também. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Nunca fomos humanos – nos rastros do sujeito**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. 208 p.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** Trad. Tomaz T. da Silva. 3.ed, Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p.133-165.

FISHER, Rosa Maria Bueno. **Televisão e educação: Fruir e pensar a TV**. Belo horizonte: Autêntica, 2001. 160p.

GIROUX, Henry A. A Disneyzação da cultura infantil. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da Silva; Antonio Flávio Moreira (orgs). **Territórios contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995a. p.49-81

GIROUX, Henry A. Memória e Pedagogia no Maravilhoso Mundo Disney. In: SILVA, Tomaz Tadeu. (Org.). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos Estudos Culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 1995b. p.132-158

GIROUX, Henry A. Praticando os Estudos Culturais na Faculdade de Educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu. (Org.). **Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos Estudos Culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 1995c. p.85-103

HALL, Stuart. **Identidades culturais na pós-modernidade**. Trad. Tomaz T. da Silva; Guacira L. Louro. 2. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1998. 102 p.

KRAMER, Sônia. A infância e sua singularidade. IN: BRASIL. **Ensino Fundamental de Nove Anos** - Orientações para a inclusão da criança de seis anos de idade. Brasília: Ministério da Educação, 2006. p.13- 23.

LEVIN, Esteban. **Rumo a uma infância virtual?** A imagem corporal sem corpo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. 174 p.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (org). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999. p.7-34.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986. 99 p.

MICHAELIS 2000. **Moderno dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Reader's; São Paulo: Melhoramentos. 2000. V.2.

MOMO, Mariangela. **Mídia e consumo na produção de uma infância pós-moderna que vai á Escola**. Porto Alegre: UFRGS, 2007. 366 f. Tese (Doutorado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

MÜHL, Eldon. H. A criança e a educação para a maioridade: considerações a partir de Walter Benjamin. In: DALBOSCO, Cláudio Almir; FLICKINGER, Hans-Georg. (Orgs.). **Educação e maioridade: dimensões da racionalidade pedagógica**. 1 ed. São Paulo: Cortez, 2005. p. 297-327.

NELSON, Cary; TREICHLER, Paula; GRSSBERG, Lawrence. Estudos culturais: uma introdução. IN: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Alienígenas na sala de aula**. Petrópolis, RJ: Vozes. 1995, p.7-38.

OLIVEIRA, Cristiano Lessa de. Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa: tipos, técnicas e características. **Travessias: educação, cultura, linguagem e artes**. v.4, p. 1-16, 2009.

PENGUIN HOUSE. **Club Penguin**. Disponível em:<<http://penguinhouse1.webs.com/clubpenguin.htm>> Acesso em: 18 out. 2011.

PIAGET, Jean. **A formação do símbolo na criança: imitação, jogo e sonho, imagem e representação**. 3. ed. Rio de Janeiro : LTC, 1990. 370 p.

PROVENZO JR., Eugene F. Videogames e a emergência da mídia interativa para as crianças. IN: STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L. **Cultura infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. p.161-178.

SABAT, Ruth. Gênero e sexualidade para consumo. In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). **Corpo Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p.108-123.

SACRISTÁN, José Gimeno. O adulto constrói o aluno. IN:\_\_\_\_\_ **O aluno como invenção**. Porto Alegre: Artmed, 2005. p.11-24.

SANTOS, Cláudia Amaral dos. **A invenção da infância generificada: a pedagogia da mídia impressa constituindo as identidades de gênero**. Porto Alegre: UFRGS,

2004. 154 f. Dissertação (Mestrado em Educação) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Teoria cultural e educação**: Um vocabulário crítico. Belo Horizonte: 2000. 128p.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **O Currículo como fetiche**: a poética e a política do texto curricular. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. 120 p.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de identidade**: uma introdução às teorias do currículo. Belo Horizonte: Autêntica, 2007. 156 p.

SILVEIRA, Rosa Maria Hessel. A entrevista na pesquisa em educação – Uma arena de significados. In: COSTA, Marisa Vorraber (Org.) **Caminhos investigativos II**: outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007. p. 117-138.

SOARES, Rosângela de Fátima Rodrigues. Fica Comigo Gay – o que um programa de TV ensina sobre uma sexualidade juvenil? IN: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL, Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). **Corpo Gênero e Sexualidade**: um debate contemporâneo na educação. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p.136-148

STEINBERG, Shirley R. Kindercultura: a construção da infância pelas grandes corporações. IN: SILVA, Luiz Heron da; AZEVEDO, José; SANTOS, Edimilson (Orgs.). **Identidade Social e construção do conhecimento**. Secretaria municipal de Educação Porto Alegre – Prefeitura Municipal de Porto Alegre, 1997. p.98-145.

STEINBERG, Shirley; KINCHELOE, Joe L. Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. IN: \_\_\_\_\_. **Cultura infantil**: a construção corporativa da infância. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004. p.9-52.

WORTMANN, Maria Lúcia Castagna. Análises Culturais – um modo de lidar com histórias que interessam à educação. In: COSTA, Marisa Vorraber (org.). **Caminhos Investigativos II** - Outros Modos de Pensar e Fazer Pesquisa em Educação. 2. ed. Rio de Janeiro (RJ): Lamparina, 2007. v. 1, p. 71-90.

ZAGO, Nadir. A entrevista e seu processo de construção: reflexões com base na experiência prática da pesquisa. IN: ZAGO, Nadir; CARVALHO, Marília Pinto de; VILELA, Rita Amélia Teixeira (Orgs.). **Itinerários de pesquisa**: perspectivas qualitativas em sociologia da educação. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. p.287-308.

## APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

### TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

#### UFRGS/FACED/CURSO DE PEDAGOGIA

#### Pesquisa para trabalho de conclusão de curso

A presente pesquisa está vinculada ao Curso de Pedagogia da Faculdade de Educação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Está sendo elaborada para fins de Trabalho de Conclusão de Curso e tem como objetivo investigar e analisar a interação das crianças com as diferentes mídias. Para isto será realizada uma entrevista individual e conversas em grupo, com alguns alunos da turma [REDACTED]. Seu filho (a) está convidado a participar deste estudo.

Assim, seu consentimento é solicitado para que a pesquisadora responsável pela entrevista, Cristiane de Souza Abreu, aluna do Curso de Pedagogia, possa realizar este trabalho. As técnicas acontecerão na escola, em uma sala e dia a combinar, durante o período de aula, agendadas conforme a rotina da turma e sob autorização da professora [REDACTED]. As mesmas não representam riscos ao participante. Se no decorrer do trabalho a criança não quiser prosseguir, terá plena liberdade de interromper ou abandonar a pesquisa. Os dados e resultados do estudo serão analisados e utilizados APENAS para essa pesquisa. Os nomes dos participantes não serão mencionados no trabalho escrito e na apresentação oral do TCC, nem em possíveis trabalhos escritos e apresentações posteriores ao TCC.

Eu, \_\_\_\_\_ pelo presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, declaro que conheço os objetivos e as finalidades da pesquisa e autorizo meu filho (a) \_\_\_\_\_ a participar da mesma.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do Responsável

\_\_\_\_\_  
Assinatura da aluna-pesquisadora

\_\_\_\_\_  
Assinatura da Professora Orientadora

A aluna-pesquisadora Cristiane é orientada pela Professora Dr<sup>a</sup> Sandra dos Santos Andrade, professora do Departamento de Ensino e Currículo da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (telefone: 33083267).

Desde já agradeço a participação nesta pesquisa.

Porto Alegre, \_\_/\_\_/2011.

## APÊNDICE B – ROTEIRO DE PERGUNTAS DAS ENTREVISTAS

- Qual é o teu nome completo?\*
- Quantos anos tu tens?\*
- Onde tu moras? Mora com quem? Tens irmão?\*
- O que tu gostas de fazer quando está em casa?
- Assiste televisão? O que tu gostas de assistir?
- Tens computador em casa? Conta-me o que costumavas fazer no computador.
- Tu gostas mais de TV, vídeo game ou computador? Por quê?
- Que jogo tu achas mais legal? Por que é legal? Quando um jogo é chato?
- Conhece o jogo *Club Penguin*? Como o conheceste?
- Podes me explicar como este jogo funciona e o que tu achas dele? O que tu mais gostas nele? Por quê?
- Como é o teu pinguim? Como tu montaste?
- Qual é o teu personagem preferido neste jogo? O que tu mais gostas nele? Por quê?
- Qual é o lugar que tu mais gostas do *Club Penguin*?
- Tu achas que esse jogo poderia fazer parte das atividades de aula? Como? Por quê?
- Se tu fosses professor, como daria uma aula usando o jogo? Explica-me o que o professor deveria ensinar numa aula sobre este jogo. Como seria esta aula? O que os alunos aprenderiam?
- Tens algo que poderia ser diferente neste jogo?
- Tu sabes para que servem as assinaturas?
- Tens algum objeto (brinquedo, livro, álbum) do jogo?
- Teus pais conhecem o jogo?

---

\* Perguntas a fim de iniciar o diálogo e contextualizar os lugares de pertencimento das crianças. Os dados de identificação dos alunos não são informados no trabalho.

**APÊNDICE C - QUADRO SÍNTESE - RESPOSTAS INICIAIS DA ENTREVISTA**

<b>Aluno / idade</b>	<b>Mora com</b>	<b>Computador em casa</b>	<b>O que assiste na TV</b>	<b>Prefere / justificativa</b>	<b>Quando o jogo é legal</b>	<b>Quando o jogo é chato</b>	<b>Joga Club Penguin/ Observações</b>
<b>Poque Poque 02 9 anos</b>	Mãe, pai e duas irmãs	Sim. Jogos de aprender e pesquisas	Desenhos, Disney channel, Disney XD	Computador. Tem muitas coisas para aprender, jogar e ler.	Muitas fases.	Quando tem tempo.	Sim. Viu no site, na escola.
<b>Tomb 11 anos</b>	Mãe, Vó, dindo e bisa	Sim. Pesquisar e jogar	Desenhos	Videogame – Ganhará no dia das crianças	Atirar, matar zumbis.	Os da internet	Não. Conhece pelos colegas.
<b>Babi 9 anos</b>	Mãe, Pai e duas irmãs	Sim. Não usa muito.	Desenhos e seriados. Disney XD	TV – não deixa com dor de cabeça	Carro, vida, roupa, casa montada.	Só de vestir	Sim. Conhece pelos colegas. Fez cadastro na semana da entrevista.
<b>Meg 8 anos</b>	Mãe e pai	Sim. Não usa muito.	Seriados, sessão da tarde e desenhos.	TV – não sabe	Não sabe.	Não sabe.	Não. Não conhece.
<b>Fogo8 9 anos</b>	Mãe e pai	Sim. Jogar <i>Club Penguin</i> e jogos 3D; escrever quando tem tema	Desenhos e Disney XD	Videogame – não tem que instalar jogos e dá para controlar mais.	Monstros	Jogo de menina, de Barbie.	Sim. Conheceu pelos colegas – prefere jogar com outro pinguim. Tem livros.
<b>Vênus10 9 anos</b>	Mãe e irmão	Sim. Jogar <i>Club Penguin</i> e outros jogos; pesquisar para temas	Disney XD	Computador. Dá para entrar em sites e jogos. O videogame fica trancando e a TV é só o videozinho.	Ter brincadeiras. Não ter vidas para perder.	Só andar para um lugar, não poder fazer muita coisa.	Sim. Conheceu com os colegas. Tem livros e bonecos.
<b>Liliope 8 anos</b>	Mãe, padrasto e irmã	Sim. Jogar <i>Club Penguin</i> . E na escola trabalhar	Desenhos	Computador – por causa do CP	Poder mudar coisas em vez de ficar olhando.	Fazer poucas coisas.	Sim. Jogo preferido.
<b>Speed 9 anos</b>	Mãe, Vó e tia	Sim. Jogar	Seriados	Computador. Também dá para ver filmes.	Corrida	Quando tem fases.	Não. Ouviu falar que é muito legal. Não sabe como funciona.
<b>Jhenidragon 9 anos</b>	Mãe e irmã	Sim. Pesquisar o tema; jogar; usar msn e ver vídeos e imagens na	Programas engraçados – seriados e desenhos	TV – repete o programa preferido.	Aventura e bichos.	Quando não consegue jogar.	Sim. Conheceu com os primos.

		internet.					
<b>Guron 9 anos</b>	Mãe e irmã	Sim. Pesquisar; jogar <i>Club Penguin</i> e outros Jogos	Desenhos	Computador. É bem mais legal. Dá pra colocar também o jogo de videogame.	Não sabe.	Não sabe.	Sim. Jogo preferido. Tem álbum e livro.
<b>GuardiãoLuz 9 anos</b>	Mãe e padrasto	Sim. Jogar e pesquisar	Não lembra o nome dos programas.	Videogame – não sabe	Não sabe	Quando não funciona.	Sim. Conheceu com os colegas.
<b>Verclairo 9 anos</b>	Mãe, pai e irmão	Sim. Jogar <i>Club Penguin</i> .	Desenhos engraçados e divertidos	Computador. Dá para jogar	Tem que ter assinatura	Não ter assinatura	Sim. Jogo preferido.
<b>Gurifem 9 anos</b>	Mãe, padrasto e irmão	Sim. Jogar	Desenhos	Computador.	Itens para passar. Coisas para salvar	Não sabe	Sim. Tem 6 pinguins.
<b>Lola57176 8 anos</b>	Mãe, pai e irmão	Sim. Jogar e escrever histórias	Desenhos e novelas.	Computador – pode mexer mais, pesquisar, jogar e nos outros é só botão, só jogar.	Não sabe	Jogos de correr. Tempo limite.	Sim. Conheceu com os colegas e com a prima.
<b>Redurão 8 anos</b>	Mãe, Pai e irmão	Sim. Jogar <i>Club Penguin</i>	Não sabe.	Computador – não sabe	Não sabe.	Não sabe.	Sim. Prefere jogar sozinho.
<b>Power 9 anos</b>	Mãe e irmão	Sim. Não tem internet.	Sessão da tarde e desenhos	Videogame – tem controles.	Movimento	Sem movimento	Não. Conhece pelos colegas. Gostaria de participar das festas.
<b>Omalino 9 anos</b>	Mãe e Pai	Sim. Jogar <i>Club Penguin</i> .	Desenhos e seriados	Videogame – tem jogos muito legais e pode mexer toda hora. O computador descarrega a bateria.	Vários jogadores ao mesmo tempo, tipo Orkut.	Pouco movimento.	Sim. Conheceu com os amigos. Tem livro, álbum completo e três bonecos.
<b>Mumia22 8</b>	Pai, Mãe e irmão	Sim. Jogar <i>Club Penguin</i> e outros jogos. Ver sites que falam sobre o <i>Club Penguin</i>	Disney XD	Computador.	Ação	Jogar só com o mouse.	Sim. Jogo preferido. Tem cartas, bonecos, álbum e livros
	Mãe	Sim. Não usa	TV globinho e	Computador com	Relacionado	Quando é	

<b>Anelisabete 9 anos</b>		muito.	sessão da tarde	internet – para mexer em comunidades (Orkut e outros sites)	à vida real – criação de pessoas, casas.	monótono, como pega-pega.	Sim. Conheceu com os amigos.
<b>Greg2900 8 anos</b>	Mãe	Sim. Jogar <i>Club Penguin</i> .	Desenhos	Videogame - porque tem vários jogos	Ação e aventura	Bonequinhos invencíveis.	Sim. Conheceu com os colegas. Tem dois livros.
<b>Puff 9 anos</b>	Mãe e pai	Sim. Sem internet. Jogar; digitar textos para a mãe	Sessão da tarde e filmes.	TV – não sabe	Todo jogo é legal	Quando tem falta no jogo	Sim. Conheceu com os colegas.
<b>Bina114 9 anos</b>	Vó, vô, tia, dindo, esposa do dindo e dois primos.	Sim. Ver emails e jogar com os primos.	Disney e desenhos	Videogame – é legal, a gente se entrete e eu jogo com os meus primos	Não sabe.	Jogo de luta. Tem que lutar até morrer.	Sim. Conheceu com os colegas.
<b>Sara 8 anos</b>	Mãe, Pai, quatro irmãos e dois cunhados	Sim. Jogar e entrar nos sites da escola.	Seriados, Bom dia e companhia	TV – tem desenhos legais e engraçados	Ter desafios, aprender mais e até aprender coisas malucas.	Jogar um jogo só.	Não. Conhece pelos colegas. Tentou fazer e não conseguiu.
<b>Ninole 9 anos</b>	Mãe e pai	Sim. Pesquisar e jogar	Barbie, Hello kitty, DVDs, Disney e Disney XD e seriados.	Gosta mais de ar livre!	Divertido, aventura.	Só de vestir bonecos e aqueles infantis.	Sim. Conheceu com os colegas.
<b>Jasmine 9 anos</b>	Vó. Um final de semana com o pai e outro com a mãe.	Sim. Internet só no pai. Jogar; escrever textos e pesquisar para os trabalhos.	Seriados, Disney e Disney XD	TV	Diversão e aventura	Demorar para carregar ou quando é sem graça. Quando não tem aventura.	Não. Ouve falar em sala de aula.