

VII Encontro Nacional de Estudos do Consumo
III Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
I Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo

Mercados Contestados – As novas fronteiras da moral, da ética, da religião e da lei

24, 25 e 26 de setembro de 2014

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (Puc-Rio)

**O Brincar Transformado em Mercadoria:
Reflexões Sobre a Infância Pós-Moderna**

Suzana Valente Battistella Lima¹

Resumo

O brincar é atividade inerente à infância. Há registros de que o brincar faz parte da história da humanidade há mais de 2.400 anos. Ao longo dos séculos os tipos de brinquedos e jogos variaram, mas foi com a Revolução Industrial que o brincar sofreu significativas alterações: a vida urbana tirou as crianças da natureza e elas começaram a ser privadas de espaços para atividades ao ar livre; a mercantilização extensiva fez com que os brinquedos passassem a ser uma mercadoria oferecida ao público infantil. O brincar deixou de ser uma atividade livre para ser controlado por adultos através da elaboração das regras e funções. O objetivo deste artigo é fazer uma reflexão sobre a infância pós-moderna e sobre os elementos que possibilitam que o brincar se transforme em mercadoria: a falta de espaço disponível; o desaparecimento dos jogos da infância; a cultura infantil propagada pelos adultos; o brincar supervisionado; os pais que “enfrentam” uma infância pós-moderna. Podemos identificar que o brincar foi transformado em mercadoria ao observarmos que a infância contemporânea conta com espaços ou serviços que têm o objetivo de “integrar pais e filhos, que podem brincar juntos”, que oferecem “oficinas do Brincar”, onde “a atividade especializada é a brincadeira”, “o ofício é só brincar e mais nada!”. As festas infantis também foram adaptadas: o que antes era um momento de reunião e de brincadeiras criadas e negociadas entre as próprias crianças tornou-se hoje um evento com entretenimento garantido proporcionado por adultos. Assim o brincar passa a ser uma experiência contratada. É importante refletir se, assim como o brinquedo se tornou uma mercadoria que é comprada com naturalidade, tirando das crianças a criatividade e o prazer de inventá-los, o brincar poderá seguir a mesma tendência e passará a ser uma experiência comprada com naturalidade, tirando das crianças a espontaneidade e a autonomia de criar.

Palavras-chave: Infância; Brincar; Mercadoria.

¹ Bolsista do CNPQ.

Mestranda em Administração de Empresas da EAESP-FGV.

E-mail: suzanavbattistella@hotmail.com.

1 - Introdução

O brincar é atividade inerente à infância. Há registros de que o brincar faz parte da história da humanidade há mais de 2.400 anos (FROST, 2009). Grande parte do desenvolvimento da personalidade da criança e das habilidades que serão importantes para ela na idade adulta se dá através do brincar: é através das brincadeiras com os colegas que as crianças aprendem a socializar, a negociar e a se frustrar; aprendem a abrir mão dos seus desejos para priorizar o de outros; aprendem a impor sua opinião e aceitar a dos colegas. Através da brincadeira a criança desenvolve sua coordenação motora, aprende a ser criativa e a resolver problemas, testa os seus limites e aprende a ser cautelosa (FROST, 2009; ALTMAN, 1999).

O brincar da infância na pós-modernidade sofreu significativas alterações, pois a infância pós-moderna é muito diferente das “infâncias” que já fizeram parte da história da humanidade. As crianças pós modernas já não representam apenas a inocência e a felicidade, mas têm uma visão adulta do mundo em função da abundância de informações disponíveis e da cultura infantil comercial em que estão inseridas (STEINBERG; KINCHELOE, 2001). Além de ser uma infância consumidora, sua cultura deixou de ser passada de criança para criança (STEINBERG; KINCHELOE, 2001), pois as brincadeiras que antes eram aprendidas nas ruas com os amigos mais velhos praticamente deixaram de existir (POSTMAN, 1994), e sua cultura passou a ser feita por adultos que as direcionam às crianças.

Assim o brincar passou a ser mais uma mercadoria a ser consumida, uma prestação de serviços feita pelos adultos que atende às necessidades da infância pós-moderna e de seus pais. Uma breve pesquisa feita pela internet é capaz de trazer vários exemplos de profissionais e instituições que vendem o brincar como uma mercadoria.

Levando em consideração que o brincar é uma prática que parece coexistir com a humanidade e tem uma relevância fundamental para o desenvolvimento do indivíduo, este artigo procura refletir sobre a infância na pós-modernidade e sobre as circunstâncias que fazem com que o brincar se transforme em uma mercadoria.

Este artigo possui a seguinte estrutura: é iniciado com um breve histórico sobre a infância e o brincar na humanidade e mais especificamente no Brasil; relata-se como o brincar passou a ser supervisionado quando descobriu-se sua importância para o desenvolvimento dos indivíduos; traz a descrição de algumas características da infância pós-moderna e finalmente traz exemplos encontrados em *sites* e folhetos de profissionais e instituições que têm o brincar como mercadoria.

2 - A infância e o brincar através dos tempos

Há registros de que o brincar faz parte da infância desde a Grécia Antiga, quando Platão dividiu o desenvolvimento da criança em estágios e afirmou que o período compreendido entre os 3 e os 6 anos de idade deve ser dedicado às brincadeiras e a aos contos de fadas (FROST, 2009). Foram os gregos quem inventaram a ideia de escola, mas com a queda do império romano e a chegada da idade média a escola e a

educação desapareceram. Já durante a Idade Média as crianças eram uma miniatura dos adultos, não havendo distinção entre um e outro, sendo que as crianças trabalhavam e participavam de jogos comuns aos adultos (POSTMAN, 1994). Frost (2009) acredita que naquela época as crianças já possuíam seus próprios brinquedos, jogos e literatura. Os tipos de brinquedos e jogos variavam de acordo com a idade da criança, refletiam as profissões, crenças e a tecnologia disponível, mas a natureza do brincar mantém-se a mesma através dos séculos (FROST, 2009, p.16).

Foi apenas na metade do século XV, com a invenção da imprensa, que houve novamente um fator que diferenciava os adultos das crianças: o acesso à literatura e ao conhecimento por ela gerado. Postman (1994) afirma que a diferenciação entre o mundo adulto e o da criança se dá devido à lacuna de conhecimento que existe entre os dois. Os adultos podiam ler e ampliar seus conhecimentos, as crianças tinham acesso apenas àquilo que os adultos lhes permitiam. O homem alfabetizado e instruído foi criado e assim houve uma distância da infância. Antes disso todos, adultos e crianças, viviam em um mundo com os mesmos conhecimentos e as mesmas informações. Com a necessidade de transformar as crianças em adultos a civilização Europeia reinventou a escola e com isso a necessidade da infância. A infância passou a ser uma época em que não se compartilhava a mesma linguagem, os mesmos gostos nem a mesma vida social dos adultos. A tarefa do adulto era preparar a criança para o mundo adulto (POSTMAN, 1994).

Durante o século XVII John Locke afirma que a brincadeira deve ser usada para estimular as crianças a aprender e já naquela época ressaltava que as crianças de classes sociais mais abastadas que tinham muitos brinquedos cresceriam acostumadas à abundância e nunca estariam satisfeitas, portanto elas mesmas deveriam fabricar seus próprios brinquedos a partir da natureza ou de objetos disponíveis em casa. Locke influenciou Jean-Jacques Rousseau, que através de sua obra *Emile* escrita no século XVIII, afirma que o centro da educação da criança envolve a família, e que a brincadeira é o trabalho da criança (FROST, 2009).

Com a Revolução Industrial o brincar sofre significativas alterações e a mercantilização extensiva o inclui na lógica consumista (HOMEM, 2014). As crianças começaram a ser privadas de espaços para atividades ao ar livre e das brincadeiras em contato com a natureza. Os brinquedos passaram a ser uma mercadoria oferecida ao público infantil e deixaram de ser criados por elas mesmas. Surgiram então os acampamentos organizados que proporcionavam atividades como pescar, nadar, fazer fogueiras e contar histórias. E nas cidades surgiam os centros onde as brincadeiras manuais na areia e no jardim foram substituídas por atividades como dança, festas, programas musicais ou contação de histórias (POSTMAN, 1994).

O período entre 1850 e 1950 foram os melhores anos da infância (POSTMAN, 1994; STEINBERG; KINCHELOE, 2001). Na América houve um grande trabalho para colocar as crianças nas escolas. Foram feitas roupas próprias para elas, móveis, jogos, literatura e seu próprio mundo social. As crianças passaram a ser consideradas diferentes dos adultos perante a lei. Este foi o período em que surgiu o estereótipo da família moderna, em que os pais desenvolveram mecanismos de cuidado, carinho, empatia e

responsabilidade pelas suas crianças. A infância é considerada um período de crescimento e a informação que chega a ela é controlada pelos adultos de tal modo que ela receba apenas o que seja adequado ao seu desenvolvimento psicológico (POSTMAN, 1994).

3 - A infância e o brincar no Brasil

Ao pensarmos o brincar no Brasil temos, em primeiro lugar, as crianças indígenas que brincavam em contato com a natureza e fabricavam seus próprios brinquedos. Faziam apitos com as folhas das árvores, construíam figuras de folhas ou o que sua imaginação permitisse. Faziam a peteca com uma base de palha recheada de areia na qual colocavam algumas penas. Tinham também jogos coletivos, imitando os animais ou imaginando um casamento (ALTMAN, 1999). Com a vinda das crianças portuguesas novas brincadeiras são introduzidas. A vinda dos escravos também traz mudanças, as crianças brancas passam a ser criadas pelas amas de leite e o menino branco recebe como companheiro de brincadeiras um menino negro e um curumim indígena. Independente da influência, as crianças viviam nos campos e os seus brinquedos continuavam a ser formados por elementos da natureza que são apropriados e transformados em brinquedos.

Com a vinda dos imigrantes muitas brincadeiras foram incorporadas ao dia a dia das crianças, como as cantigas de roda e as adivinhas. Os jogos coletivos se multiplicam e atravessam gerações. As crianças passam pela negociação da escolha dos times, ou decidem escolher pela sorte através do “Uni duni tê, salamê mingüê, um sorvete colorê, o escolhido foi você!”. Brincam de cabra-cega com algumas variações de região para região do Brasil, pois elas têm o poder de criar novas regras aceitas por todos, às vezes de forma árdua e com alguns choros, mas geralmente de forma democrática (ALTMAN, 1999).

No fim do século XIX pequenas indústrias se estabelecem no Brasil e o “objeto-brinquedo-mercadoria” passa a fazer parte do universo infantil (ALTMAN, 1999). Surgem os carrinhos de madeira, os trenzinhos de metal, as bonecas sofisticadas. Passam a ser objetos de desejo que estimulam a ideia de posse e dificultam o prazer de inventar (ALTMAN 1999). Mas a criança não deixa de ser criança pois nas ruas continuam as brincadeiras com a bola de gude, como o passa-anel, esconde-esconde, estátua, amarelinha... a rua ainda é das crianças. Quando chegam os veículos elas passam a brincar no quintal, na vila, no pátio da escola. Mais tarde a tela da TV e o monitor do computador passam a fazer parte do mundo infantil (ALTMAN, 1999).

4 - De um brincar livre para um brincar supervisionado

No final do século XIX já encontramos o termo *playground* (parquinho de diversão), utilizado para designar um lugar desenvolvido por adultos especificamente com o objetivo de criar um ambiente onde as crianças pudessem brincar. Naquela época os parquinhos não eram equipados com brinquedos manufaturados, eram apenas lugares estabelecidos para as crianças entre a natureza e os jardins (FROST, 2009). Os primeiros eram formados por jardins e areia, e as crianças eram supervisionadas pelos vizinhos, podendo brincar livre e espontaneamente sem a interferência de adultos. Quando os psicólogos e educadores passaram a estudar a importância da brincadeira no desenvolvimento social e psicológico das crianças, passou-se a ser dada mais

importância aos brinquedos que faziam parte dos parquinhos (FROST, 2009). O brincar deixou de ser uma atividade livre das crianças e passou a ser controlada através de elaboração das regras, funções e equipamentos. O surgimento de estruturas padrão levou à institucionalização dos parques e a recreação passou a ser organizada. Nos Estados Unidos o movimento cresceu por volta de 1900, quando comunidades e governo passaram a proporcionar entretenimento organizado. Centenas de brincadores profissionais (*play leaders*) foram treinados, para organizar e supervisionar as brincadeiras das crianças. O movimento saiu de uma brincadeira livre para uma brincadeira direcionada, e com isso a busca de técnicas para controlar, padronizar e institucionalizar o brincar (FROST, 2009).

Em seu livro *“The Disappearance of Childhood”*, Postman (1994) questiona o modo como a infância está sendo vivida na sociedade norte-americana, o que também é verdadeiro no Brasil. Postman (1994) observa que as crianças estão cada vez mais parecidas aos adultos, seja no modo de se vestir ou no modo de se comportar. Este padrão chega a refletir até mesmo no aumento da criminalidade entre as crianças e pré-adolescentes. Ele afirma que os jogos e as brincadeiras estão desaparecendo. A ideia de um brincar livre, sem a necessidade de equipamentos, instrutores ou espectadores é praticamente extinta. Ele utiliza o exemplo do futebol nos Estados Unidos, que antes eram jogados pelo simples prazer do jogar, depois passou a ser profissionalizado: existem times, instrutores e torcida, o que faz com que o jogo deixe de ser uma simples brincadeira e passe a ser até mesmo uma questão de reputação para a criança. O brincar passou por um ciclo que saiu do brincar livre e espontâneo em ambientes naturais para um brincar direcionado com brinquedos manufaturados, supervisão adulta e tecnologia.

5 - A criança da pós-modernidade: excesso de informação e falta de autonomia

Para entender como o mercado encontrou espaço para vender a brincadeira como uma mercadoria, precisamos analisar as características da infância contemporânea. A criança da pós-modernidade é muito diferente da criança moderna, época em que a infância era protegida das informações e representava a felicidade e a inocência. A criança da infância pós-moderna é experiente, esperta, com atitude, o que é um contraste com as crianças dos anos 1940 e 1950 que tinham uma visão muito mais inocente do mundo (STEINBERG; KINCHELOE, 2001). A criança contemporânea voltou a ser vista como um adulto em miniatura (SANTOS; GROSSI, 2007) e a ter uma visão adulta do mundo como um resultado da abundância de informações que recebe. A infância como um tempo de aprendizado e desenvolvimento já não existe numa hiper-realidade saturada (STEINBERG; KINCHELOE, 2001), pois as crianças já viram de tudo. A educação das crianças já não é mais resultado do seu universo particular: sua família e seus grupos de convivência, é resultado também das ações externas exercidas pelas mídias (KOSLOWSKI, 2009). “O mundo mudou, as crianças mudaram, os espaços se modificaram, e aquelas crianças que tempos atrás eram vistas como coadjuvantes no processo de socialização, hoje são os atores principais. “Adultos em miniaturas”, assim, Áries definia as crianças, e porque não chamá-los, hoje também? Eles estão a todo o momento, mesmo com

05 anos de idade, demonstrando o que querem, como agir, vestir, falar, exigindo de nós adultos respostas que muitas vezes não podemos ou não sabemos dar” (KOSLOWSKI, 2009, p. 17).

Steinberg e Kincheloe (2001) nos dão uma visão da infância pós-moderna:

“Esta nova realidade brinda os adultos (pais e professores em particular) com um problema complexo que poderia ser chamado “O dilema da infância pós-moderna”. O acesso das crianças contemporâneas à cultura infantil comercial e à cultura popular não apenas as motivou a se tornarem consumidoras hedonistas mas também minou-lhes a inocência, o *status* resguardado das atribuições da existência adulta que as crianças vinham experimentando desde o advento da era da infância protegida na década de 1850. (...) A autoridade do adulto sobre a criança, sem dúvida, foi quebrada (...). O acesso infantil ao mundo adulto através da hiper-realidade da mídia eletrônica subverteu a consciência das crianças contemporâneas, que se transformaram em seres dependentes e incompetentes. (...) As crianças pós-modernas não estão acostumadas a pensar e agir como criancinhas que precisam da permissão do adulto para tal. (...) A realidade que fica é que os adultos perderam a autoridade que tinham antes por saberem coisas que as crianças, propositalmente protegidas, não sabiam. ” (STEINBERG; KINCHELOE, 2001, pp. 33-34).

A infância pós-moderna vive dentro de casa, principalmente nos grandes centros urbanos. Sua vida passa a ser o mundo virtual, pois o mundo real tornou-se perigoso demais, sendo que o aumento da violência foi um dos fatores que tirou as crianças das ruas (SANTOS; GROSSI, 2007). Outros fatores como a queda do poder aquisitivo e novas situações familiares contribuem para que a criança passe mais tempo dentro de casa e menos tempo nos parques ou brincando nas ruas (SANTOS; GROSSI, 2007). Com tanto tempo em apartamentos cada vez menores os recursos eletrônicos como computadores, videogames e televisão, são amplamente utilizados para que a criança se mantenha ocupada enquanto os pais trabalham, se ocupam dos afazeres domésticos (SANTOS; GROSSI, 2007), ou estão eles mesmos muito ocupados com os seus computadores.

O tempo de convivência entre pais e filhos é cada vez menor pois trabalha-se muito, tanto a mulher quanto o homem ficam bastante tempo fora de casa e a família se reúne cada vez menos (CAMPOS; SOUZA, 2003). O pouco tempo de convivência gerado pelas elevadas jornadas de trabalho dos pais, das inúmeras atividades das crianças e das alterações na estrutura familiar, como os divórcios e novos casamentos, leva à falta de diálogo entre pais e filhos. A falta de diálogo leva à uma queixa comum dos adultos: a dificuldade de relacionamento com as crianças e os adolescentes (CAMPOS; SOUZA, 2003). O conflito que ocorre na maioria das relações pais/filhos é um sinal de alerta, demonstra a falta de conhecimento dos adultos que não entendem suas crianças (STEINBERG; KINCHELOE, 2001).

O modelo moderno de equilíbrio e ordem, em que os pais tinham o conhecimento e autoridade, é substituído por temores dos pais em relação àquilo que os filhos podem se transformar. “Na era atual, a família nuclear é

um terreno repleto de hostilidades, com a criança precoce lutando com seus pais por privilégios de adultos e bens materiais” (STEINBERG; KINCHELOE, 2001, p. 38). A falta de controle e autoridade dos pais sobre os filhos é mencionada por Steinberg e Kincheloe (2001) que afirmam que na década de 1950 começou a se formar uma cultura dos jovens distinta da cultura de seus pais, e os pais começaram a perder a capacidade de moldar a cultura de seus filhos, perdendo o controle sobre eles. A grande diferença da autoridade dos pais sobre os filhos é descrita na dissertação de mestrado de Sirlei Koslowski: “Vivíamos num tempo em que a obediência aos pais se dava por um simples olhar do adulto, ninguém podia sair da escola sem ordem escrita e assinada na caderneta de anotações que era tanto vistoriada pelo pai/mãe como pelo professor. O dever de casa deveria ser feito antes de qualquer outra coisa, seja brincar ou auxiliar os pais nas lidas de casa” (KOSLOWSKI, 2009, p. 25). Os adultos, que antes sabiam muito mais do que as crianças, muitas vezes agora sabem menos pois não dominam todas as mudanças de tecnologia. E quando as crianças sabem mais do que os pais, sua autoridade é diminuída. As crianças têm acesso a temas adultos como casamento, sexo, violência, crime, negócios. Somado à isso o colapso das famílias e os problemas enfrentados pelas mães solteiras (STEINBERG; KINCHELOE, 2001).

Acompanhando este turbilhão que é a infância pós-moderna, temos os pais que perderam a confiança na sua habilidade em criar filhos e acreditam que apenas seu instinto não é suficiente. Assim para formar sua opinião passaram a consultar profissionais que supostamente sabem o que é melhor. Psicólogos, professores ou outros profissionais que representam pontos de vista institucionais passaram a ter importância para o exercício da sua autoridade (POSTMAN, 1994).

Não se pode negar que a infância contemporânea é uma infância consumidora. A sociedade de consumo na qual está inserida lhe traz um excesso de ofertas não só de brinquedos, mas de uma gama de produtos em uma quantidade e variedade muito maior do que havia disponível para as gerações anteriores, grande parte deles com seus personagens favoritos estampados nas embalagens. Os personagens mudam, os brinquedos tornam-se descartáveis logo depois de terem sido adquiridos, a tecnologia torna os produtos obsoletos. E como já se sabe que as crianças influenciam as decisões familiares ou até mesmo decidem o que consumir (JOHN, 1999), para o mercado as crianças já atingiram o status de cliente.

Grande parte das crianças de classe média brinca com aparatos tecnológicos, com brinquedos comprados ou com um adulto direcionando a brincadeira. Sem uma estrutura, as crianças ficam entediadas e têm dificuldade de, sozinhas, descobrir o que fazer. É um círculo vicioso: a criança não sabe o que fazer e por isso procura seus brinquedos e jogos prontos (de preferência com alguma tela), e como sempre tem jogos prontos não precisa nunca se preocupar em buscar o que fazer. Assim não aprende a lidar com o tédio e não tem a necessidade de inventar algo para fazer. O fato de ter todas as suas brincadeiras direcionadas por algo ou por alguém resulta em uma mudança explicada por Steinberg e Kincheloe (2001), que afirmam que a cultura infantil pós-moderna não é mais passada de criança para criança, mas sim é uma cultura feita por adultos ou instituições direcionando-a às crianças.

“Considerando-se a importância central da TV na vida dessa geração pós-moderna deixada em casa, o despertar das crianças para o desejo de consumir o que é bom vem a ser o aspecto central da sua realidade viva” (STEINBERG; KINCHELOE, 2001, p. 75). E assim passam a ser crianças que escolhem o que seus pais devem lhes comprar, que têm suas infâncias fabricadas pela linguagem das imagens da televisão, do computador, do celular, construindo seus conceitos e valores mediados pelas máquinas (KOSLOWSKI, 2009). As crianças contemporâneas vivem naturalmente com uma realidade virtual onde “acessar o computador, navegar na internet, é tão comum quanto o virar a página de um livro” (KOSLOWSKI, 2009, p. 20).

A infância pós-moderna vive em um mundo marcado pelo consumo e pela publicidade, onde os teóricos da infância afirmam que são as grandes corporações empresariais que estão transformando um novo modo de ser criança e uma nova identidade infantil (KOSLOWSKI, 2009). Ao tornar-se alvo da indústria e dos apelos da mídia as “nossas crianças são literalmente “atropeladas” em seu brincar.” (KOSLOWSKI, 2009, p. 40).

A infância vive a condição pós-moderna da concentração no presente mais do que no passado ou futuro. Vive uma cultura do presente, em que os esforços existem para encontrar o significado e a substância do presente vivido intensamente aqui e agora, esquecendo-se do passado e da história. Para a modernidade o adiamento da satisfação é uma virtude, para a pós-modernidade deixa de ser uma virtude e passa a ser uma provocação (FIRAH; DHOLAKIA, 2006). Frases como “essas crianças não querem nada com nada”, “não pensam no futuro”, “não são capazes de esperar” descrevem condutas relacionadas à pós-modernidade (MOMO, 2007). O viver o presente para a criança é viver o instantâneo, o imenso e constante fluxo de informações e atividades não permite que aprenda a lidar com o tédio e, portanto, crie suas próprias brincadeiras. Para tanto necessita alguém que as crie por ela. Esta nova maneira de ser das crianças reflete no seu brincar.

Temos então os elementos necessários para que o brincar se transforme em mercadoria: uma infância pós-moderna formada por crianças informadas que já demonstram o que querem (KOSLOWSKI, 2009); que passam muito tempo dentro de casa (SANTOS; GROSSI, 2007); que convivem pouco e dialogam pouco com seus pais; pais que perderam a autoridade e a confiança em sua habilidade em criar filhos (POSTMAN, 1994); uma infância consumidora que recebe uma cultura feita por adultos (STEINBERG; KINCHELOE, 2001) e que não sabe mais como lidar com o tédio. Não é de se estranhar que esta infância consumidora que não tem o hábito de inventar seus brinquedos e suas brincadeiras necessitem de um profissional que as ajudem a brincar.

6 - O brincar como mercadoria

Como podemos observar que o brincar se transforma em mercadoria? Podemos analisar situações pontuais, como as festas infantis. Ao preparar as festas de aniversário das crianças das gerações anteriores, as mães procuravam um lugar com espaço suficiente, preparavam uma mesa para os salgados e outra mesa para o

bolo. As crianças comiam, cantavam parabéns e brincavam livremente inventando algo com o espaço que estava disponível. Já as festas de aniversário das crianças contemporâneas contam com alguém essencial: o animador da festa. Ele é um profissional que irá proporcionar, de acordo com o que está descrito em seus *sites* e folhetos “animação durante toda a festa”, “muitas brincadeiras e gincanas”, “diversão garantida”, “possibilita às crianças vivenciarem atividades lúdicas”, “deixar a sua festa infantil mais divertida”. O que se está vendendo aqui é um momento de brincar que antes era livre e que passou a ser direcionado e supervisionado por profissionais.

Outra situação em que observamos o brincar como uma prestação de serviços são as férias escolares. As gerações anteriores passavam suas férias em atividades livres, de preferência nas ruas de seu bairro inventando brincadeiras. A infância pós-moderna tem suas férias programadas pelos adultos. Um exemplo desta situação é uma reportagem publicada em 2011 no *site* Globo.com explica que os pais “encontraram uma maneira segura para que as crianças se divirtam nas férias. (...) Para entreter a criançada, os moradores gastam R\$ 22 a mais no condomínio para pagar uma empresa especializada em recreação e assessoria esportiva.” E o resultado foi comemorado pelos pais e pelo síndico: “Eu consegui uma integração. A criançada se divertindo, foi bacana mesmo.” Esta reportagem é um exemplo de situação em que as crianças que moram num mesmo condomínio e têm tempo disponível precisaram da orientação de uma empresa especializada para que pudessem ter uma integração e se divertir juntas. Neste caso, qual foi o papel da empresa especializada? Foi apenas o de reunir as crianças e propor brincadeiras.

O São Paulo Convention & Visitors Bureau, “uma entidade sem fins lucrativos, que busca ampliar o volume de negócios e o mercado de consumo na cidade, por meio da atividade turística, apoiando a melhoria dos serviços e atendimento aos visitantes.”, publicou em seu *site*² uma relação de “casas de brincadeiras para crianças em SP”, que são “espaços aconchegantes para que os pequenos brinquem e, ao menos tempo, adquiram conhecimento das mais diversas áreas.” As casas de brincadeiras são espaços destinados às crianças e para ter acesso à elas é necessário pagar um preço determinado. Se há necessidade de se pagar para que a criança possa brincar, o brincar pode ser visto como uma mercadoria.

O brincar livre é visto como uma atividade do passado, conforme a descrição de um espaço para brincar localizado na cidade de São Paulo: “Imagine que você entrou num túnel do tempo, voltou vários anos e saiu numa época mágica onde as crianças corriam no quintal e subiam em árvores, enquanto seus pais jogavam conversa fora esperando um bolinho feito em casa sair do forno.” Esta afirmação descreve uma cena que foi rotina para algumas gerações. Os pais da infância contemporânea que querem desfrutar desta época mágica precisam fechar um pacote ou pagar por hora, assim terão acesso a “Um lugar feito para mães e pais com filhos pequenos, onde toda a família pode brincar, aprender, trocar experiências e fazer novas amizades. Ou simplesmente estar junto.”

² São Paulo Convention & Visitors Bureau, www.visitesaopaulo.com. Acesso em: 14 jul. 2014.

Para atender a necessidade de brincar no dia a dia podemos encontrar espaços ou serviços especializados que oferecem “oficinas do Brincar”; possuem “espaço sem temas definidos, cada aluno pode construir o que quiser”; dá a possibilidade da criança “aprender a interagir em grupo por meio de canções”; “procura integrar pais e filhos, que podem brincar juntos”. Estes espaços ou serviços costumam ser vendidos através de pacotes de horas que podem ser adquiridos esporadicamente ou através de planos mensais, trimestrais, semestrais...

Uma das casas de brincadeira possui uma chamada que afirma que “a atividade especializada é a brincadeira, um meio de vida, um universo lúdico, um verso latente de versos, onde o ofício é só brincar e mais nada!”. Ora, se a intenção é só brincar e mais nada porque os pais precisam contratar este serviço? Possivelmente porque o brincar já não é mais visto como uma atividade inerente à infância, mas sim como uma mercadoria ou uma experiência a ser consumida.

A brincadeira vendida como uma mercadoria atende a varias demandas da infância pós-moderna. Atende às necessidades das crianças informadas que já demonstram o que querem (KOSLOWSKI, 2009), pois por mais parecidas que estejam aos adultos (POSTMAN, 1994) elas continuam querendo brincar. Atende aos pais que convivem pouco com seus filhos e que perderam autoridade e confiança em sua habilidade em criar filhos (POSTMAN, 1994), pois assim podem delegar as brincadeiras para um profissional. São uma referência para as crianças que passam muito tempo dentro de casa (SANTOS; GROSSI, 2007), e que estão perdendo a autonomia de se integrar com outras crianças. Sobretudo o brincar pode ser uma mercadoria porque a infância consumidora que recebe uma cultura feita por adultos (STEINBERG; KINCHELOE, 2001) está habituada a receber brinquedos e ideias elaboradas pelos adultos, portanto não irá estranhar se suas brincadeiras também o sejam.

7 - À Guisa de Conclusão

As especificidades da infância pós-moderna e as alterações do brincar através dos tempos criaram um ambiente propício para a transformação do brincar em mercadoria. O mercado percebeu esta oportunidade e fez disso uma prestação de serviço: o brincar pode ser uma experiência contratada.

A intenção deste trabalho não é trazer um sentimento de nostalgia, mas sim identificar que na infância pós-moderna o brincar também passou a ser uma prestação de serviços. Talvez por encontrar um mercado receptivo, talvez por necessidade.

A reflexão que os adultos deveriam fazer é: será que, assim como o brinquedo se tornou uma mercadoria que é comprada com naturalidade, tirando das crianças a criatividade para inventá-los, o brincar também seguirá o mesmo caminho e passará a ser uma experiência a ser comprada com naturalidade, tirando das crianças sua espontaneidade?

Referências Bibliográficas

ARIÈS, P. História social da criança e da família. Rio de Janeiro: LTC- Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 1981.

ALTMAN, R. Z. (1999). *Brincando na história*. In: DEL PRIORI, M. (Org.). *História das crianças no Brasil*. São Paulo: CONTEXTO, 2010.

CAMPOS, C. C. G. de; SOUZA, S. J. Mídia, cultura do consumo e constituição da subjetividade na infância. *Psicologia: ciência e profissão*, v. 23, n. 1, p. 12-21, 2003.

CONDOMÍNIO contrata empresa de recreação para férias escolares. Globo.com. 2011. Disponível em? <<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/07/condominio-contrata-empresa-de-recreacao-para-ferias-escolares.html>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

CONHEÇA casas de brincadeiras para crianças em SP. Visite São Paulo. 2014. Disponível em: <<http://visitesaopaulo.com/blog/index.php/2014/04/conheca-casas-de-brincadeiras-para-criancas-em-sp/>>. Acesso em: 14 jul. 2014.

FIRAT, A. F.; DHOLAKIA, N. Theoretical and philosophical implications of postmodern debates: some challenges to modern marketing. *Marketing theory*, v. 6, n. 2, p. 123-162, 2006

FROST, J. L. *A history of children's play and play environments: Toward a contemporary child-saving movement*. New York: ROUTLEDGE, 2010.

HOMEM, M. L. Mundo Barbie. *Edição Especial Mente e Cérebro*. Nº 42, 2014

JOHN, D. R. Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of consumer research*, v. 26, n 3, p. 183-213, 1999.

KOSLOWSKI, S. R. Muito além do jardim da infância: infância, mídia e consumo. 2011. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2011.

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

POSTMAN, N. *The disappearance of childhood*. New York: Vintage Books, 1994.

SANTOS, A. M.; GROSSI, P. K. Infância comprada: hábitos de consumo na sociedade contemporânea. *Textos & Contextos* (Porto Alegre), v. 6, n. 2, p. 443-454, 2007.

STEINBERG, S. R.; KINCHELOE, J. L. *Cultura infantil: a construção corporativa da infância*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.