A Música Vai á Escola: A Produção da Comunicação Midiática ao Consumo e a sua Participação na Formação de Subjetividades Infantis.

Bolsista: Joana Pedroso Menegon

Orientador: Maria Inês Gal vez Ruiz Costa

Instituição: Faculdades Integradas São Judas Tadeu

Endereço: Rua Don Diogo de Souza, 100 – CEP: 91350-000 – Bairro Cristo Redentor – Porto Alegre – RS.

Resumo

Este Projeto de Iniciação Científica, vinculado à linha de pesquisa “estudos socioculturais articulados ao consumo”, tem como tema o consumo das músicas nacionais expostas nas novelas de horário nobre de uma determinada emissora de televisão, e sua relação com a educação da infância em idade pré-escolar. Busca-se, através desse estudo, problematizar o conhecimento sobre a música e a sua influência nas escolas de Educação Infantil. Para isso, foram utilizadas como aporte metodológico, bibliografias envolvidas com o campo dos Estudos Culturais de inspiração pós-estruturalista. A partir da compreensão do cruzamento entre cultura musical e cultura do consumo, elementos geradores deste estudo, percebe-se um elevado investimento da música gerada pelos meios televisivos, em que, conjugada à novela, constitui-se o núcleo das facetas da experiência audiovisual atual, compondo a infância. Interessa examinar a utilização dessa lógica, ao ato de produzir o pequeno consumidor e reprodutor de conteúdo distribuído pela mídia. Sendo assim, este estudo tem como objetivo desenvolver uma melhor compreensão entre o consumo midiático, vinculado ao campo da telenovela, destacando sua participação na formação de subjetividades infantis. Com uma vasta oferta de ferramentas úteis, a novela propicia parte de um amplo e eficiente currículo cultural, que gradativamente atinge seu potencial consumidor. A pesquisa visa olhar para o conhecimento a cerca da música reproduzida no espaço escolar, transmitida pela televisão que proporciona prazeres instantâneos, causando iminentes mudanças sociais acerca da infância ou de ser criança. Os resultados parciais da pesquisa incluem o desenvolvimento de um Trabalho de Conclusão de Curso. Para tanto, procura-se, nesse estudo, analisar e desenvolver reflexões a partir de informações passadas nas novelas do horário nobre de televisão, e como tais mensagens são interpretadas e incorporadas pelo sujeito infantil, receptor e consumidor.

Palavras-chave: música; consumo; mídia; educação; infância.