



INFLUÊNCIA DA MÍDIA E DAS NOVAS TECNOLOGIAS SOBRE A PRÁTICA DE ATIVIDADES NO MOMENTO DE LAZER NA CULTURA DE JOVENS ESTUDANTES DO ENSINO SUPERIOR NO MUNICÍPIO DE JUAZEIRO DO NORTE - CE

Pergentina Parente Jardim; José de Caldas Simões Neto; Lucielton Mascarenhas Martins; Maria Leciana da Silva – Francisco Marcelo Catunda de Oliveira

Centro Universitário Dr. Leão Sampaio - pergentina@leaosampaio.edu.br - josecaldas@leaosampaio.edu.br - lucielton@leaosampaio.edu.br - lecyanabandeira@gmail.com - franciscomarcelo@leaosampaio.edu.br

Resumo:

Com a crescente expansão das novas tecnologias, da virtualização do espaço e da midiaticização da sociedade, é incorporada na cultura das juventudes várias mutações, inclusive nas formas de prática do lazer pelos jovens. As atividades de lazer passaram a ser cada vez mais interpeladas pelas mídias e novas tecnologias, usando e apropriando-se na sua prática. Na busca de identificar e compreender quais atividades de lazer são praticadas pelos jovens estudantes no cotidiano da atual sociedade, o principal foco desse estudo é analisar a influência da mídia e das novas tecnologias na prática de atividades no momento de lazer na cultura dos jovens estudantes do ensino superior. A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo descritivo, de campo com corte transversal e foco quantitativo. A poluição foi composta pelos estudos do curso de Licenciatura em Educação Física de uma instituição de ensino superior privado do município de Juazeiro do Norte – Ce. E sua amostra composta pelos acadêmicos do 1º semestre do curso, matriculados na disciplina de Esporte, Lazer e Sociedade no período letivo 2016.1, com total de 75 acadêmicos, sendo 51 do sexo masculino e 24 do sexo feminino e faixa etária média de 23 anos. Foi utilizado um questionário adaptado de Miranda, Souza Filho e Santiago (2014) sobre a relação do lazer e mídia no cotidiano dos acadêmicos, aplicados pelo professor da disciplina como diagnósticos e coleta de informações para as discussões e debates sobre o tema em sala de aula. Os dados foram analisados e tabulados no programa Excel 2010, por distribuição de frequência e comparados entre os sexos. Foi possível perceber após análise dos resultados que navegar na internet está como primeira opção unânime entre os sexos, 66,7% para o sexo masculino e 58,3% para o sexo feminino e com 64% no geral dos estudantes como opção de lazer no tempo em que não estão trabalhando ou estudando. Como segunda opção para o sexo masculino está a Prática Esportes 56,9% e em terceira opção Assistir TV com 47,1%. Para o sexo feminino como segunda opção está Descansar com 54,2% e a terceira aparecem com mesma porcentagem Namorar, Assistir TV e Ouvir ou Tocar Músicas com 50%. Quando questionados sobre o que eles fazem na internet 82,4% para o sexo masculino e 100% para o sexo feminino responderam utilizam para comunicar-se com outras pessoas nas redes sociais. A população tão influenciada pela mídia atualmente, fica cega diante de outras atividades que não são necessários um grande gasto financeiro, como caminhar no parque com a família e bichos de estimação, onde podemos manter o contato com a natureza local e manter laços afetivos com seus familiares, e estão realizando atividade para o individualismo e relações virtuais. Assim podemos perceber a grande influencias dos meios de comunicação em massa, vêm mostrando a pratica no tempo livre das pessoas ligadas a atividades de onde predomina a utilização das mídias e tecnológicas.

Palavras-chave: Lazer; Mídia; Cultura; Sociedade; Ensino Superior.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho surgiu na disciplina de Esporte, Lazer e Sociedade do Curso de Licenciatura em Educação Física do

Centro Universitário Dr. Leão Sampaio, como uma inquietação a respeito das influências das mídias e novas tecnologias sobre a prática de atividades no momento de lazer. Na busca de



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

compreender essa relação das práticas de lazer na cultura da atual sociedade, numa perspectiva da sociologia dialética da vida cotidiana, busca-se nesse sentido responder a seguinte prerrogativa: quais atividades de lazer são praticadas pelos jovens estudantes no cotidiano da atual sociedade? Como discussão inicial do estudo, acreditamos no grande poder que a mídia e das novas tecnologias têm na interferência das atividades de lazer nas massas, e sua influência em transformar o lazer em mercadoria e passividade.

As mais variadas formas de mídia ampliam-se a cada dia mais seus elementos e capacidade de disseminação de informações, conteúdos e (re)produzir conhecimentos, sem que necessariamente sejam preciso uma reflexão sobre os mesmos e os valores pela mídia divulgados nas redes. Nessas rápidas transformações em que as novas tecnologias produzem e permitem o acesso os conteúdos fora do tempo de trabalho – tempo livre, o ser humano poderia dispor deste tempo para outras atividades.

O lazer assim ganharia mais espaço na vida e cotidiano das pessoas. Para Hack *et al.* (2005, p. 02) o lazer por muitos “só é entendido como tempo oposto ao tempo de trabalho ainda que esta oposição seja compensatória/funcionalista”. Juntamente em que a complexidade para este entendimento

na sociedade diminui, crescem uma geração ligada as atividades de lazer com gastos e equipamentos eletrônicos envolvidos em sua prática.

A mídia tem uma enorme capacidade para a mercadorização em diversos setores na cultura de um povo. O lazer é um desses setores, o qual o produto dele é vendável e conformado aos olhos do homem como um consumo, manipulado de tal forma que o tempo livre das pessoas que a sua prática gera lucros para as grandes empresas que vendem nas entrelinhas das práticas nas atividades de lazer.

O lazer enquanto mercadoria é produzido pela necessidade do mercado e não das pessoas, daí a possibilidade de consumidores passivos, desumanizados e subordinados a um efeito cíclico da Indústria Cultural com sua promessa de felicidade (HACK *et al.*, 2005, p. 02).

Pensar e refletir sobre a relação entre mídia e o lazer, pela perspectiva da cultura dos jovens estudantes, pode nos revelar um diagnóstico para a construção de uma rede social, não as redes sociais virtuais conhecidas atualmente, mas uma rede de pensamento e reflexão de valores e comportamentos a serem adotados em uma sociedade para construir qualitativamente sobre o consumo e a ideia de lazer produzida e disseminada pela indústria da cultura nas atuais mídias. Neste sentido, as manifestações do lazer enquanto fenômeno social tem, a



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

cada dia, maior incidência no modo de vida das pessoas e na conformação de novos grupos sociais.

Dumazedier (1976) e Camargo (2003) identificaram e classificaram os tipos de lazer e a sua disponibilidade para todos, pois os vários tipos de lazer para nós eram tão desconhecidos que quando nos deparamos com um leque de possibilidades para praticarmos o lazer em nossas casas, ruas, parques, em fim em qualquer parte da nossa cidade, ficamos tristes por que essas formas de lazer que então tão próximos de nossa realidade não são divulgadas e reconhecidas.

Os gregos foram os primeiros a reconhecerem o tempo social chamado *scholé*, ou seja, um tempo em que se trabalhasse pouco e utilizasse todo o tempo livre para dedicar-se ao culto do corpo e do espírito. O termo *scholé* significava, simultaneamente, lazer e educação de si mesmo. Essa compreensão de lazer estava desvinculada da estrutura econômica que a sustentava, pois a sociedade grega não estava tecnologicamente preparada para liberar o trabalho escravo e dos imigrantes, apenas os cidadãos livres poderiam usufruir deste tempo.

Uma definição clássica acerca do lazer é a de Dumazedier (1976) o tempo de lazer como produto de duas revoluções modernas; de uma revolução técnico científica que permitiu ao trabalhador produzir mais com

menor tempo de trabalho, e de uma revolução ética estética que colocou os valores do lazer como nova referência para o cotidiano e mesmo para as instituições de base da sociedade.

O lazer é composto de um conjunto de atividades desenvolvidas pelos indivíduos seja para o descanso, seja para o divertimento, seja para o seu desenvolvimento pessoal e social, após cumpridas suas obrigações profissionais, familiares e sociais podendo se entregar de livre vontade e de forma desinteressada (DUMAZEDIER, 1976 p. 19).

Esta pesquisa tem sua importância por possibilitar um estudo acerca da influência da mídia e das novas tecnologias no processo de compreensão das práticas de lazer e da transformação dessas atividades como mercadoria, identificando os vários tipos de lazer existentes e abordando quais as formas de lazer que a mídia divulga. Desse modo, tem-se como objetivo primordial deste estudo analisar a influência da mídia e das novas tecnologias na prática de atividades no momento de lazer na cultura dos jovens estudantes do ensino superior.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Segundo uma das definições do dicionário Aurélio (1998), lazer é “tempo que se pode livremente dispor, uma vez cumpridos os afazeres habituais”. Lazer identifica-se por atividades realizadas no tempo livre



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

disponível depois de cumprida suas obrigações diárias, sociais, familiares, do trabalho e religiosa. Utilizando esse tempo livre para praticar uma atividade que seja de escolha pessoal, de gratuidade, prazerosa e de liberação (CAMARGO, 2003).

As atividades lúdicas não só engloba o esporte e a recreação, mas outros tipos de lazer classificados pelo sociólogo Dumazedier (1976) em físico, artístico, manual, intelectual, social e turístico.

As atividades físicas seria a prática de caminhada, dança, rapel, ciclismo, natação, esporte, ginástica com o objetivo de exercitar-se fisicamente de colocar-se em forma. As atividades manuais do lazer: são atividades ligadas à manipulação e transformação da natureza: bordar, crochê, pinturas, plantar mudas, ir ao campo colher frutas, manter contato com a fauna e flora. As atividades artísticas são ligadas às artes: cinema, teatro, literatura, artes plásticas, opera. As intelectuais seria a literatura, a prática de ler seja obras de seu interesse ou para seu maior conhecimento sobre outros assuntos. As atividades sociais são praticadas em grupos, onde exprimem o interesse no contato com as pessoas, visitar e encontros onde o importante é o contato entre pessoas. Atividades turísticas do lazer, mudança de paisagem, ritmo e estilo de vidas diferentes do habitual,

praia, montanhas, acampamentos, lugares históricos.

Segundo Dumazedier (1976, p. 34) o lazer identifica-se então por:

[...] um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda para desenvolver sua formação desinteressada, sua participação social voluntária, ou sua livre capacidade criadora, após livrar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

O lazer pode ser praticado por qualquer faixa etária, classe social e em qualquer lugar. Mas o lazer atualmente é visto como atividade onde precisamos de dinheiro para praticá-lo. Na visão do sociólogo Marcelino (2006) existe atualmente duas correntes antagônicas que orientam a vivência do lazer. A primeira corrente enxerga o lazer como mercadoria, um entretenimento a ser consumido e que tem como finalidade contribuir para que as pessoas suportem as frustrações e as insatisfações crescentes geradas pelo tipo de vida que levam na sociedade. A segunda corrente concebe o lazer como prático social, historicamente gerado e que pode, na sua vivência, questionar os valores dominantes no nosso modelo de sociedade.

O lazer como mercadoria, proposto pela primeira corrente, é oferecido de maneira bastante sedutora pela mídia, pelas pessoas e por diversas instâncias sociais e nos induz ao



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

modismo, à padronização, ao consumismo e, em muitos casos, à agressividade. Esta visão do lazer torna o homem em um ser individual, agindo de muitas vezes de forma “cruel”, exemplo de podemos citar o caso do índio incendiado por jovens de Brasília que resolveram “brincar” de queimar o índio que dormia num banco de ponto de ônibus, ou o jovem que adorava jogos de videogame e resolveu ir até um shopping center “jogar” de matar pessoas.

A sociedade deve preocupar-se em educar as crianças e os jovens para o lazer deste cedo, despertando a beleza do brincar, de usufruir das atividades lúdicas, experimentar aventuras mais sem riscos e perigos utilizando os diversos tipos de lazer já citados.

A maioria da população utiliza o espaço de suas casas para a prática do lazer, reduzindo-se a televisão. Essa prática tende a ser escolhida por diversos fatores como a violência, falta de segurança, condições financeiras, jornada dupla de trabalho que além das atividades profissionais temos o papel de cuidar de casa, as pessoas que trabalham nos fins de semana ou aqueles que não trabalham acabam em restringir suas programações em atividades domésticas.

Relativamente acredita-se que assistir TV é uma construtiva atividade de lazer, porém é mais uma maneira da indústria cultural impor a cultura de massa e formular o novo Homem: trabalhador,

consumidor e com ausência de tempo livre em prol ao lazer (ÂNGELO, 2007, p.05).

Por essa razão, defendemos o lazer apontado pela segunda corrente na visão do sociólogo Marcelino (1995) que é concebido como uma dimensão humana, cujas características são: a alegria, a diversão, o respeito ao outro, a solidariedade, o prazer e a busca por uma qualidade de vida melhor.

O essencial seria conseguir resgatar as sensibilidades diante as simples atividades de lazer, assistir seu filho jogar bola, apreciar belas paisagens, fazer piquenique. Práticas de lazer que por não requerer expressivos gastos de dinheiro são inexploradas pelo sistema capitalista, porém nem por isso menos compensatória. (ÂNGELO, 2007, p.05).

Assim a mídia torna cada vez mais as pessoas em consumidores, entre um intervalo dos programas, as crianças vêem os brinquedos que devem pedir aos pais no dia das crianças ou no natal. Já os pais assistem inúmeras propagandas onde os estimulam a comprar. Ângelo (2007, p. 05) definiu “a nova sociedade com a ausência de tempo livre e a supervalorização do trabalho que faz as pessoas acreditarem na supremacia do dinheiro como maneira de conquistar a felicidade e a sanidade individual”.

Não estamos tratando apenas da televisão, mas as rádios, revistas, jornais e a internet vivem do que cobram pelos anúncios.



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

Com toda essa carga de consumismo, fica difícil resistir à vontade de comprar. Comprar até mesmo brinquedos ou eletrodomésticos que não se necessita, acabando sendo deixado de lado logo em seguida e dando vontade de compara um novo brinquedo ou objeto desnecessário. Isto é o consumismo, que atinge diretamente as crianças, que quando vêem algum colega com uma bolsa ou sapato novo também quer um, mesmo que não necessite.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa caracteriza-se como descritiva, de campo com corte transversal e foco quantitativo. A poluição do estudo compreendeu os estudos do curso de Licenciatura em Educação Física de uma instituição de ensino superior privada no município de Juazeiro do Norte – Ce. E sua amostra composta pelos acadêmicos do 1º semestre do curso matriculados na disciplina de Esporte, Lazer e Sociedade no período letivo 2016.1, com total de 75 acadêmicos, sendo 51 (68%) do sexo masculino e 24 (32%) do sexo feminino e faixa etária média de 23 anos.

Foi utilizado um questionário adaptado de Miranda, Souza Filho e Santiago (2014) sobre a relação do lazer e mídia no cotidiano dos acadêmicos, aplicados pelo professor da disciplina como diagnósticos e

coleta de informações para as discussões e debates sobre o tema em sala de aula. Os dados foram analisados e tabulados no programa Excel 2010, por distribuição de frequência e comparados entre os sexos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foi possível perceber após análise dos resultados na tabela 01, que navegar na internet está como primeira opção unânime entre os sexos, 66,7% para o sexo masculino e 58,3% para o sexo feminino e com 64% no geral dos estudantes como opção de lazer no tempo em que não estão trabalhando ou estudando. Como segunda opção para o sexo masculino a Prática Esportes 56,9% e em terceiro Assistir TV com 47,1%. Para o sexo feminino como segunda opção Descansar com 54,2% e terceira aparecem com mesma porcentagem Namora, Assistir TV e Ouvir ou Tocar Músicas com 50%.

Quando questionados sobre o que eles fazem na internet 82,4% para o sexo masculino e 100% para o sexo feminino responderam utilizam para comunicar-se com outras pessoas nas redes sociais. Sendo apenas 2,7% não tem acesso à internet em casa ou demais tem acesso em casa, no trabalho e/ou na instituição de ensino.

Os resultados em destaque na cor vermelha são as opções marcadas com maior percentual para cada questionamento.



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

Tabela 01: Relação do Lazer e Mídia entre acadêmicos do 1º Semestre do Curso de Licenciatura em Educação Física.

MASCULINO			
Q1 - O que você costuma fazer quando não está estudando ou trabalhando?	Alternativas	N	%
	Assistir TV	24	47,1
	Ouvir ou tocar música	29	56,9
	Navegar na internet	34	66,7
	Descansar	19	37,3
	Namorar	22	43,1
	Passear	14	27,5
	Ler livros, revistas ou quadrinhos	11	21,6
	Praticar esportes	29	56,9
	Ir a festas	8	15,7
	Jogar/brincar	18	35,3
	Cinema ou teatro	11	21,6
	Desenhar / pintar / artesanato	2	3,9
	Outros	8	15,7
	Q2- Você tem acesso à internet?	Alternativas	N
Sim		50	98,0
	Não	1	2,0
Q3- Se você acessa a internet, acessa de:	Alternativas	N	%
	Lan house	4	7,8
	Casa	46	90,2
	Instituição de Ensino	4	7,8
	Trabalho	8	15,7
Q4- Se você usa a Internet, você a utiliza para:	Alternativas	N	%
	Me comunicar com as pessoas	42	82,4
	Baixar músicas, jogos, filmes	30	58,8
	Fazer trabalhos acadêmicos	38	74,5
	Navegar em sites de meu interesse	25	49,0
	Fazer/escrever blogs	1	2,0
	Jogar	14	27,5
	Comprar coisas	10	19,6
	Outra atividade	2	3,9

FEMININO			
Q1 - O que você costuma fazer quando não está estudando ou trabalhando?	Alternativas	N	%
	Assistir TV	12	50,0
	Ouvir ou tocar música	12	50,0
	Navegar na internet	14	58,3
	Descansar	13	54,2
	Namorar	12	50,0
	Passear	6	25,0
	Ler livros, revistas ou quadrinhos	1	4,2
	Praticar esportes	9	37,5
	Ir a festas	6	25,0
	Jogar/brincar	5	20,8
	Cinema ou teatro	3	12,5
	Desenhar / pintar / artesanato	1	4,2
	Outros	4	16,7
	Q2- Você tem acesso à internet?	Alternativas	N
Sim		23	95,8
	Não	1	4,2
Q3- Se você acessa a internet, acessa de:	Alternativas	N	%
	Lan house	1	4,2
	Casa	19	79,2
	Instituição de Ensino	3	12,5
	Trabalho	7	29,2
Q4- Se você usa a Internet, você a utiliza para:	Alternativas	N	%
	Me comunicar com as pessoas	24	100,0
	Baixar músicas, jogos, filmes	14	58,3
	Fazer trabalhos acadêmicos	20	83,3
	Navegar em sites de meu interesse	9	37,5
	Fazer/escrever blogs	1	4,2
	Jogar	3	12,5
	Comprar coisas	2	8,3
	Outra atividade	2	8,3



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

TOTAL GERAL		
Alternativas	N	%
Assistir TV	36	48,0
Ouvir ou tocar música	41	54,7
Navegar na internet	48	64,0
Descansar	32	42,7
Namorar	34	45,3
Passear	20	26,7
Ler livros, revistas ou quadrinhos	12	16,0
Praticar esportes	38	50,7
Ir a festas	14	18,7
Jogar/brincar	23	30,7
Cinema ou teatro	14	18,7
Desenhar / pintar / artesanato	3	4,0
Outros	12	16,0
Alternativas	N	%
Sim	73	97,3
Não	2	2,7
Alternativas	N	%
Lan house	5	6,7
Casa	65	86,7
Instituição de Ensino	7	9,3
Trabalho	15	20,0
Outro local	11	14,7
Alternativas	N	%
Me comunicar com as pessoas	66	88,0
Baixar músicas, jogos, filmes	44	58,7
Fazer trabalhos acadêmicos	58	77,3
Navegar em sites de meu interesse	34	45,3
Fazer/escrever blogs	2	2,7
Jogar	17	22,7
Comprar coisas	12	16,0
Outra atividade	4	5,3

Fonte: Dados da pesquisa, 2016.

Analisando o que os estudantes fazem na internet a opção fazer trabalhos acadêmicos aparece em segunda atividade no geral com 77,3% e em terceiro Baixar músicas, jogos e filmes com 58,7%. Podemos observar também que ir ao cinema ou ao teatro, ler livros, desenhar não é uma opção muito frequente como atividade de lazer para os estudantes. Estes tipos de lazer ficaram como atividades esporádicas em seu cotidiano.

É fácil perceber que os estacionamentos dos shoppings estão lotados aos finais de semana, e que nos espaços mais alternativos como praças e bosques pouca gente se vê. Um sábado típico de várias pessoas que possuem um certo nível social é ir para o shopping comer em algum *fast food* e andar horas e horas pelas lojas vendo vitrines, e ao chegar em casa percebem que o sábado se foi, e que só resta ligar a TV ou conectar-se a internet, ver alguma programação e dormir.

Vivemos, portanto o tempo do lazer mercador, em que comprar se iguala à diversão. Esse lazer mercador reflete o individualismo de nossa sociedade, pois se não estamos pensando no que comprar em nosso tempo livre, estamos assistindo algo e/ou conectados na internet. E as atividades ligadas a arte, esporte e educação não são



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

vistos com um opção de lazer na atual cultura de nossa sociedade.

Atividades em que existe pouco envolvimento real com as outras pessoas e que envolve substancialmente o desejo de possuir mais produtos. Um dos principais fatores dessa indústria do lazer foi à ampliação do tempo livre dos trabalhadores e também de seu poder de consumo. Porém esse tempo livre parece cada vez mais ser consumido por outras atividades em que não nos permitimos nem ao menos sentir o gosto dos alimentos, conversas com os amigos ou simplesmente pararmos para refletir.

Parece que todo nosso tempo livre deve ser usado em atividades frenéticas, como se sempre estivéssemos correndo atrás de algo, que nem sabemos bem o que é. Não podemos nos esquecer de nossas necessidades como seres humanos, necessidade de emancipação, de diálogo, de tempo de reflexão para não nos tornarmos apenas máquinas desse sistema econômico em que o ter veja a nossa principal aquisição de felicidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O lazer é um direito de cada cidadão, onde em seu tempo livre pode praticar atividades de livre escolha, prazerosa, libertária, sem fins lucrativos que seja fora das suas obrigações diárias. Hoje existem

vários tipos de lazer, oferecidos para qualquer classe social, faixa etária e em muitos espaços.

Os meios de comunicação televisão, rádio, jornais, revistas e a internet – a mídia – vêm mostrando que a melhor maneira de utilizar o seu tempo livre, horas para praticar de atividades de onde predomina o consumo, ligando essas atividades como prática de lazer; que seria shopping, bares, clubes entre outros.

A população tão influenciada pela mídia fica cega diante de outras atividades que não são necessários um grande gasto financeiro, caminhar no parque com a família e bichos de estimação, onde podemos manter o contato com a natureza local e manter laços afetivos com seus familiares, que passam muito tempo sem vê-los por conta da correia do trabalho diário.

O lazer pode ser considerado como um momento de pura satisfação, onde as pessoas têm a oportunidade de aproveitar todo tempo para descansar, diverti-se, colocar as conversas com os amigos em dia, jogar conversa fora só para passar o tempo ou até mesmo para passar o dia ao lado de sua família.

Não podemos vivenciar qualquer atividade de lazer, mas optar por aquele que promova a convivência, a inclusão, a humanização e que desenvolva intensamente



III CONEDU

CONGRESSO NACIONAL DE
E D U C A Ç Ã O

todas as dimensões humanas, em todas as situações vividas. É imprescindível tornar prioritário, na nossa sociedade, que os seres humanos se eduquem para a vivência de um lazer crítico, lúdico, solidário e que possa, inclusive, influenciar as nossas relações interpessoais e possibilitar contatos sociais, convívio fraterno, criatividade e ludicidade, melhorando dessa forma a nossa existência humana.

REFERÊNCIAS

ÂNGELO, F. D. Consensos do lazer diante um paradigma histórico-cultural. **Revista Urutagua**. Nº 13 Ago. Set. Out. Nov. Maringa, 2007. Disponível em: <http://www.urutagua.uem.br/013/13angelo.htm>

CAMARGO, L. O. L. **O que é lazer**. Brasiliense. São Paulo, 2003.

CARVALHO, A.. ABUJAMRA, A.. **Consumidor e consumismo**. 2ª edição, Lê, Belo Horizonte, 1995.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e Cultura Popular**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1976.

FERREIRA, A. B. H. **Novo Dicionário da Língua Portuguesa**. 2ª edição, Nona Fronteira, São Paulo, 1998

MARCELLINO, N. C. **Estudos do lazer: uma introdução**. 4ª edição, Autores Associados, São Paulo, 2006.

_____, **Lazer e Humanização**. 2ª edição, Papirus, Capinas, 1995.

MIRANDA, L. L.; SOUZA FILHO, J. A.; SANTIAGO, M. V. A relação lazer e mídia

entre adolescentes e jovens de escolas públicas em Fortaleza/CE. **Revista Psicol. Argum**, v. 32, n. 79 Supl 2, p. 29-43, 2014.

REZENDE, A. L. M. REZENDE, N. B. **A Tevê e a criança que te vê**. 2ª edição, Cortez, São Paulo, 1993.