

O que se diz e o que se mostra: Consumismo e adultização das infâncias através das mídias

Felipe Jesus dos Santos¹

Saulo Machado Cunha²

Cláudio Ribeiro Santana Queiroz³

Silvana Maria Grisi Sarno⁴

RESUMO

Autores no campo da comunicação, da psicologia e da área de humanas em geral, vêm discutindo o lugar das mídias como uma importante instância socializadora, portadoras de novas propriedades e dinâmicas de pertencimento social. Partindo da premissa de que a criança não é uma categoria natural, mas afetada pelas complexas transformações do mundo, o presente artigo, produzido a partir dos estudos vinculados à linha de pesquisa Publicidade Infantil: ideologia, discurso e representação da infância, tem por objetivo discutir os efeitos produzidos no comportamento de consumo e na vivência da infância, a partir da interação das crianças com as mídias digitais na contemporaneidade. Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica na literatura e nos portais Scielo, Google Acadêmico e na Plataforma de Periódicos de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) de artigos sobre o tema. Serviram de embasamento os estudos de autores da Psicologia do Desenvolvimento, Sociologia da Infância e Comunicação Social.

Palavras-chave: Infância. Mídia. Consumo. Adultização.

1 INTRODUÇÃO

No campo científico, a Psicologia se afirmou historicamente como espaço privilegiado de produção de conhecimento sobre o processo de desenvolvimento infantil. Os primeiros estudos sobre o tema datam do final do século XIX, com Stanley Hall, nos Estados Unidos. Mas foi o estudo sobre a Epistemologia Genética, desenvolvido por Piaget (1964) sob a influência intelectual de Baldwin (1915), que se

¹ Graduando em Psicologia pela Universidade Católica do Salvador (UCSAL), felipejesus.santos@ucsal.edu.br.

² Graduando em Psicologia pela Universidade Católica do Salvador (UCSAL), saulo.cunha@ucsal.edu.br.

³ Mestre em Estudo de Linguagens (PPGEL/UNEB). Docente da Universidade Católica do Salvador (UCSAL), claudio.queiroz@pro.ucsal.br.

⁴ Doutoranda do curso de Psicologia da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Mestre em Educação pela UFBA. Docente da Universidade Católica do Salvador (UCSAL). silvana.sarno@pro.ucsal.br

firmou como um primeiro campo de investigação sobre a infância, de significativa contribuição para a construção de referenciais teórico-metodológicos sobre o tema. Interessado na compreensão da gênese da construção do conhecimento, Piaget parte de uma visão evolucionista do desenvolvimento humano organizada em estágios cada vez mais complexos, valorizando a capacidade de raciocínio para resolver problemas. Essa perspectiva de entendimento do processo do desenvolvimento em etapas evolutivas, ao mesmo tempo em que mantém a infância como uma preparação para a vida adulta possibilita o reconhecimento da criança como sujeito do conhecimento. Esse reconhecimento é central para a compreensão de um sujeito que, longe de ser um adulto em miniatura, se organiza de forma distinta da do adulto e se expressa em suas produções simbólicas e particulares.

A partir dos anos 1980/1990, com ênfase na mediação cultural e na dimensão temporal, a perspectiva da Psicologia Cultural Semiótica proposta por Jan Valsiner, (2012, 2014) surge da interseção da psicologia do desenvolvimento e social. Para Valsiner é pela mediação do outro que o sujeito apropria-se dos objetos culturais e assume um plano de ações baseado em meios de produção historicamente transmitidos, socialmente criados e generalizados. Essa mediação não é apenas uma influência, mas uma construção de ciclos de relação entre a pessoa e o outro, através do que cria significados, projeções, empatias e ações em direção ao outro que voltam, definindo uma interdependência do outro social. A questão da significação adquire, então, lugar de destaque nas suas indagações e investigações, e o signo passava a ocupar um lugar central nas suas elaborações teóricas.

Como argumenta Valsiner (2014), cabe às Ciências do Desenvolvimento estudar o processo de trocas nas relações entre a pessoa e seu meio cultural, em um modelo multidirecional no qual todos os participantes estão transformando ativamente as mensagens em tempo real e o signo, cada vez que é retomado, aparece em um novo ato de semiose. Sendo assim, compreender o desenvolvimento como eminente dialógico, relacional e histórico, implica em considerar os aspectos culturais de mediação que operam ao longo deste processo desenvolvimental. A mudança e o desenvolvimento surgem, então, no espaço de tensões, de fricção entre as significações partilhadas das coisas e o sentido único e sempre por reinventar atribuído pelas pessoas.

A partir desta compreensão e, reconhecendo a relevância do estudo sobre o desenvolvimento da infância dado às particularidades de seu tempo, portanto numa sociedade midiática e globalizada², onde a mídia, principalmente a mídia digital é considerada uma instância socializadora privilegiada e de extremo destaque, o presente texto tem o objetivo de promover uma discussão sobre a infância contemporânea problematizando os processos de construção da infância a partir da interação com as mídias digitais e a publicidade.

2 A PLURALIDADE DA INFÂNCIA

Com a ampliação dos referenciais disciplinares de estudo da infância para além do campo psicológico do desenvolvimento, verifica-se um adensamento da produção de uma História da Infância, de uma Antropologia da Infância e de uma Sociologia da Infância (ARIÈS, 1981; COHN, 2013; CORSARO, 2005), e no campo da Comunicação Social (ESPINOSA, 2016; FERREIRA, 2008, LEMOS, 2005), a valorização das crianças como público consumidor. Tais produções, ao mesmo tempo em que estão ancoradas nos seus respectivos referenciais epistêmicos, contribuem para o estabelecimento de interseções interessantes para a compreensão da infância como uma construção social.

Uma breve retomada dos estudos sobre a história da infância remete necessariamente a Philippe Ariès (1981), pesquisador de referência nesse campo. Seus estudos foram desenvolvidos a partir de uma leitura da iconografia, da era medieval à modernidade, observando as representações da infância na Europa Ocidental, especialmente na França. Segundo o autor, a infância é um produto da vida moderna resultante das modificações na estrutura social. Em sua obra História social da criança e da família, publicada em 1960, Ariès defende a ideia de que o mundo da infância não tinha existência autônoma, que a criança medieval era invisível, já que era inserida na mesma esfera social dos adultos.

Até o século XIX, as crianças eram tratadas como pequenos adultos e é somente a partir da modernidade que surge o “sentimento de infância”, expressão usada pelo autor para designar o reconhecimento da particularidade infantil que

distingue, essencialmente, a criança do adulto. O interesse pela infância propagado pela modernidade inaugura, então, uma preocupação com a criança e sua formação

Foram implementadas leis de proibição ao trabalho infantil, escolarização obrigatória para todos e um sistema judicial reservado à criminalidade juvenil. Esses elementos marcaram um novo olhar sobre as crianças e o modo como se distinguem dos adultos. De uma forma ou de outra, as crianças passam a assumir um lugar e a serem tratadas de acordo com a sua condição.

Postman (2012), um dos críticos sociais importantes da atualidade, em seu livro *O desaparecimento da infância* também discute o surgimento e o desenvolvimento histórico do conceito de infância, especificando como as condições recentes de comunicação vêm interferindo na sua concepção. Para o autor, é a partir da criação da prensa tipográfica e, conseqüentemente, dos livros, que se demarca uma separação entre crianças e adultos. Em um mundo letrado, as crianças precisam aprender a ler para, assim, poderem se transformar em adultos. O processo de letramento, portanto, significa uma etapa de demarcação da distinção entre crianças e adultos e as suas especificidades. Postman (2012) vê como vantagem da imprensa a sua habilidade em preservar os “segredos” adultos daqueles que ainda não foram alfabetizados. Nesse campo de distinção entre o pertencente ao mundo adulto e ao mundo infantil, Postman adverte que a partir do advento da mídia eletrônica televisiva, nos anos 1950, a exposição da criança a esses “segredos” passou a ser total. Segundo o autor, com as imagens da televisão disponíveis para uma parcela da população, independentemente da idade, as diferenças entre crianças e adultos desmoronaram. Seus argumentos apontam para a relevância da passagem do surgimento da prensa tipográfica para o desenvolvimento da mídia eletrônica como transformadora da concepção de infância enquanto estrutura social. Em sua perspectiva, os meios de comunicação afetam diretamente o processo de socialização, assim, se, por um lado, a prensa tipográfica demarca a infância, por outro, a mídia eletrônica a tem feito desaparecer.

Com relação a uma sociologia da infância, autores como Corsaro (2005), Qvortrup (2010), Pinto (1997), Sarmiento (1997) e Sirota (2011) vêm tematizando a especificidade da cultura infantil, analisando suas produções simbólicas e estratégias de realização. A crítica que tais estudos oferecem ao entendimento das

crianças como protagonistas silenciosos leva a outra concepção da infância, que considera as crianças não mais como um período transitório e de maturação para a vida adulta, mas como agentes e autores ativos do processo de socialização. Sarmiento e Pinto argumentam que as culturas infantis não são exclusivas do universo simbólico infantil, e sim extremamente permeável e atento à reflexividade social global. Assim, estabelece-se que “a interpretação das culturas infantis não pode ser realizada no vazio social e necessita de se sustentar na análise das condições sociais em que as crianças vivem, interagem e dão sentido ao que fazem” (SIROTA e PINTO, 1997, p. 6). Portanto, para um amplo entendimento da infância é necessário analisar as condições sociais em que as crianças vivem, além das práticas sociais e culturais que têm marcado a sociedade contemporânea.

Considerando os referenciais epistemológicos que tomamos como linha de fundamentação, nossa premissa básica é a de que a criança não é uma categoria natural ou universal, determinada simplesmente pelas condições biológicas, mas que é afetada pelas complexas transformações do mundo ao mesmo tempo em que interfere e afeta a dinâmica social e cultural. A compreensão da pluralidade da infância reside na ideia de pensar as crianças inseridas nos diferentes contextos em que vive, portanto, nas práticas sociais e culturais que têm marcado a sociedade (PEREIRA, 2012).

3 A VIVÊNCIA DA INFÂNCIA NUMA SOCIEDADE DIGITAL

As mídias digitais são reconhecidas como portadoras de novas propriedades e dinâmicas de pertencimento social. Diferentemente das mídias analógicas, que necessitam de uma base material, os dados são convertidos em uma sequência de números ou de dígitos interpretados por um computador. A possibilidade de compartilhamento dos dados em redes de alta velocidade estabelece as condições, ao longo do século XX, para o desenvolvimento de uma teia de conexões que constitui a Internet.

Após a abertura comercial da Internet, ocorrida na década de 1990, alteram-se ainda mais os fluxos de comunicação vigentes, possibilitando a criação de novos formatos e de novas formas de sociabilidade para o ambiente online, como a

intertextualidade, a conectividade e o agenciamento. Nessa perspectiva, a mídia, agora mais especificamente, a digital, se caracteriza como um forte poder de influência social (Castells, 1999). Chamada de quarto poder, ela é capaz de imprimir valores comportamentais, de estilo, de saúde e de consumo, além de exigir novas e significativas habilidades em termos de como localizar, selecionar e avaliar a informação, constituindo, portanto, uma importante influência na construção das significações sobre si e sobre o mundo, e conseqüentemente da concepção de infância na sociedade contemporânea.

A interpretação da qualidade dessa influência para o entendimento das mudanças na construção da infância está agudamente polarizada (BUCKINGHAM, 2007). De um lado, encontram-se as argumentações sobre um desaparecimento da infância, culpabilizando as mídias por estarem permitindo o acesso das crianças a novos e diversos tipos de conteúdos do mundo adulto, independente do acompanhamento dos adultos, diluindo assim, cada vez mais, as fronteiras intergeracionais entre a infância e a idade adulta. Do outro lado, existem aqueles que defendem que o uso da Internet tem liberado a criatividade natural infantil e motivado o desejo de aprender, promovendo a ideia de que as tecnologias digitais estariam dando mais liberdade e poder às crianças (ALMEIDA, DELICADO, ALVES, CARVALHO & CARVALHO, 2015).

Há popularização também no entendimento sobre o incentivo às interações sociais a partir do uso das mídias digitais. Se, por um lado considerarmos que elas permitem inúmeras formas de interferências e interações entre os usuários por serem mais democráticas, diversificadas e participativas, por outro as dificuldades, ainda existentes, de acesso a essas “novas” tecnologias, principalmente nas classes economicamente menos favorecidas, demarcam uma barreira digital entre conectados e desconectados, seja por questões econômicas ou geográficas. (Martino, 2015).

Na verdade, o que efetivamente tem se demonstrado é que, cada vez mais cedo, as crianças interagem com as ferramentas como jogos eletrônicos, entretenimentos virtuais, redes sociais digitais e a experiência da conectividade (COUTO, 2013). Segundo LEPIKSON (2017) a disseminação das tecnologias digitais no cotidiano tem proporcionado às crianças novos contextos de brincar e se

divertir, tendo um papel cada vez mais significativo nas experiências culturais da infância (BUCKINGHAM, 2007).

4 INFÂNCIA, MÍDIA E RELAÇÕES DE CONSUMO

A presente relação entre infância, mídia e consumo, tem como base o estudo realizado por Buckingham (2006), que teve como objetivo analisar discursos um tanto controversos das mais diversas partes - tanto conservadores quanto progressistas - buscando o entendimento, sem moralismos ou otimismo exacerbados, de uma infância que hoje se entende como atuantes nos mais diversos contextos culturais e sociais.

Em meio às novas formas de configurações familiares, e contextos de maior liberdade de expressão e participação social, é atribuída às crianças um certo tipo de valorização compensatória, no sentido de que, a infância que foi valorizada economicamente por sua força de trabalho no século XIX, hoje é substituída por uma infância com “ênfase no valor psicológico e especialmente emocional, [vinculada] ao seus pais” (BUCKINGHAM, 2006, p.43). Ora, se os pais hoje em dia passam menos tempo com seus filhos, o tempo em que estão com eles se torna tão valioso que este “tempo [...] tornou-se um tipo de mercadoria” (BUCKINGHAM, 2006, p.44). Também segundo este autor, a proporção da renda familiar destinada às crianças aumentou, já que os pais se fazem muito presentes no tempo de lazer das crianças. Logo, “o lazer infantil vinculou-se inexoravelmente à “revolução de consumo”. Sendo que, mais recentemente, o consumidor final são as próprias crianças e não mais os seus pais. Não à toa, o consumo se tornou então um dos símbolos da infância contemporânea. Há algumas décadas, as crianças foram vistas com potencial influenciador extremamente relevante para com o poder de compra dos pais. Hoje, “esta compreensão da criança como vulnerável e carente de proteção cede cada vez mais espaço à visão da criança como consumidora soberana” (BUCKINGHAM, 2006).

O autor também nos chama a atenção para não cairmos no determinismo de fácil achar que tais mídias estão destruindo a infância contemporânea: primeiro porque a maior parte das crianças não têm acesso a tais mídias, e segundo porque

o mercado destinado ao público infantil é muito competitivo e incerto. Também, por outro lado, não nos deixar levar por certo o discurso exacerbadamente otimista, como se a revolução digital somente agregasse na capacidade de aprendizado destas crianças, bem como sua inclusão democrática na sociedade.

Atualmente, as mídias digitais voltadas ao consumo se colocam num papel um tanto quanto secundário; os programas e desenhos animados, como por exemplo a Peppa Pig ou a própria Disney, em si, não vendem nada explicitamente. Porém, a gama de produtos que são fabricados para venda relacionados a tais séries de TV se espalham rapidamente sob as lojas de departamento. Para Buckingham, estas estratégias fazem parte da mudança do texto publicitário no qual, citando Marsha Kinder, chamou de 'intertextualidade transmidiática', movimentada pela lógica lucrativa. Por fim, colocadas as amplas possibilidades do meio tecnológico-social, cabe nos perguntar - e isso nos coloca a frente a um campo extremamente novo - quanto aos universos das redes sociais, como instagram ou youtube, tendem a influenciar a infância contemporânea, bem como suas implicações a um consumo vasto de um mercado que tende a ficar cada vez mais competitivo e segregado.

5 MÍDIA E ADULTIZAÇÃO INFANTIL

Dentre os aspectos que fomentam a ampla discussão acerca de um suposto desaparecimento da infância, a adultização infantil propagada através das mídias aparece como o centro da problemática, nos mais diversos âmbitos do debate. Segundo Buckingham (2006, p. 8), muito tem se alardeado para uma invasão do deturpado mundo adulto a um suposto éden infantil, onde os desenhos, as brincadeiras e o vestuário das crianças, mostram-se cada vez mais sexualizados e característicos do mundo adulto. Seguindo seu pensamento, de acordo com o autor supracitado, as mídias assumem um papel dúbio nessa discussão, sendo, ao mesmo tempo, acusadas e acusadoras, junto à opinião pública. É nas mídias que surge e se propaga a discussão e o pânico generalizados, acerca do desaparecimento da infância. Ao mesmo tempo, as mídias são também apontadas

como as principais agentes da deturpação infantil, através de publicidade agressiva, sexualização do corpo infantil e incentivo ao consumismo precoce.

Alinhada a visão da mídia como a principal responsável pelo nublar das linhas entre adultos e crianças, Santos (2009, p. 10) responsabiliza a cultura de consumismo pregada pelas mídias como o principal fator para a adultização infantil. Para a autora, as crianças estão sendo atiradas ao que chama de “pressa moderna”, quando expostas constantemente a peças publicitárias que incentivam a erotização precoce, citando como exemplo o corpo excessivamente apelativo das bonecas como a Barbie e a publicidade de acessórios, maquiagem e roupas, mais apropriados a adultos, sendo vendidos para crianças. Ainda segundo Bragg (2011) et al, o compromisso com a agenda consumista e capitalista, tem privado as crianças do seu tempo de lazer. O brincar acaba dando lugar a atividades extraclasse, que visam a aprimoramento desta criança e uma preparação para um mercado de trabalho.

Discute-se ainda a superexposição a que as crianças estão sujeitas, tanto nos meios de comunicação tradicionais, quanto na internet. Para alguns autores, o cerne do problema está na quantidade de conteúdo, muitas vezes sexualizados, violentos e que promovem uma cultura nociva, a que essas crianças são frequentemente expostas, sem nenhum tipo de filtro, antes mesmo de estarem preparadas psicológica e socialmente para isso. (ELKIND, 1981). Nessa mesma linha, Ezzel (2008), enfatiza o acesso fácil e o papel nocivo da pornografia na precoce iniciação sexual infantil e na manutenção de uma cultura misógina. O autor explora ainda a violência explícita nos videogames, citando como exemplo o popular GTA (Grand Theft Auto), um jogo de violência que simula uma vida de crimes, sexo e abuso de drogas.

No entanto, para Buckingham (2006) a situação não é bem assim. Segundo o autor, a discussão acerca do desaparecimento da infância, mesmo dentro da academia, ganhou proporções sensacionalistas, geralmente movidas por valores morais e uma espécie de pânico generalizado, em grande parte fomentado pela mídia, e que não se processa na realidade. O autor, sim, reconhece as problemáticas, porém, em vez de argumentar a favor do desaparecimento da

infância, prefere dizer que o que encaramos, hoje, é uma infância em mutação, sob influência dos elementos da contemporaneidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme as discussões apresentadas, para uma compreensão da complexa relação entre mídias e infância, e todo o fenômeno de mudança operado a partir desta interação alguns pontos se tornam relevantes. A desconstrução da concepção de uma infância natural ou universal, e o entendimento da infância como uma categoria social, portanto, de múltiplas infâncias vivenciadas em diferentes contextos históricos, sociais e econômicos. O reconhecimento das mídias como uma poderosa fonte de influência, operando significativamente na construção da cultura infantil, modificando-a em seus discursos, comportamentos, e tornando o mercado e a publicidade infantil altamente competitivos, complexos e dinâmicos. Importante ressaltar que a cultura, a comunicação e a tecnologia formam uma tríade inseparável e indispensável para o entendimento da experiência humana, o que impõe uma visão não vinculada a qualquer moralismo conservador ou otimismo exacerbados, na relação entre mídias e infância. Acreditando na relevância do estudo sobre o desenvolvimento das crianças e seus processos de construção de significados sobre si e sobre o mundo, reconhecemos a necessidade de novos estudos na área, especialmente pesquisas que busquem compreender melhor as crianças do nosso século e sua interação com as mídias.

NOTAS

^[1] Embora as raízes do Construcionismo possam ser encontradas nos debates das escolas de pensamento empirista e racionalista (Gergen, 2009).

^[2] Giddens define a globalização como a “intensificação das relações sociais mundiais que unem localidades distantes de tal modo que os acontecimentos locais são condicionados por eventos que acontecem a muitas milhas de distância e vice-versa”. (1991, p.64).

^[3] Grupos compostos principalmente de jovens nascidos entre a década de 1980 e 2000 que fazem vídeo para o *YouTube*.

^[4] Pessoas que se tornaram conhecidas nas mídias digitais (Martino, 2015).

^[5] Termo usado por O’Reilly para definir o alto grau de interatividade.

^[6] Disponível em <https://www.youtube.com/yt/press/pt-BR/statistics.html>.

^[7] YouTube. Disponível em <http://www.youtube.com>.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, A. et al. Infâncias digitais. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2015.
- ARIÈS, P. História social da criança e da família. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- BRAGG, S.; BUCKINGHAM, D.; RUSSELL, R; WILLET, R. Too much, too soon? Children, 'sexualization' and consumer culture. Sex Education: Sexuality, Society and Learning. London: Investigating young people's sexual cultures. v.11, p. 279-292. 2011.
- BUCKINGHAM, D. As crianças e a mídia: uma abordagem sob a ótica dos Estudos Culturais. Matrizes, São Paulo, v.5, n.2, p. 93-121, jan.-jun. 2012. Disponível em: w.journals.usp.br/matrizes/article/download/38328/41183
- BUCKINGHAM, David. Crescer na Era das Mídias: após a morte da infância. Tradução de Gilka Girardello e Isabel Orofino. Florianópolis: 2006. Título original: After the death of childhood: growing up in the age of electronic media.
- CASTELLS, M. A. A sociedade em rede. São Paulo, SP: Paz e Terra, e.6, vol.1, 1999.
- COUTO, E. A infância e o brincar na cultura digital. Perspectiva, 31(3), p. 897-916, set.- dez. 2013.
- ELKIND, D. The Hurried Child: Growing Up Too Fast Too Soon. Nova Iorque, Nova Iorque: Perseus Publishing, ed.3, 2001.
- EZZELL, M.B. Pornography, Lad Mags, Video Games And Boys: Reviving The Canary In The Cultural Coal Mine. In: OLFMAN, S. (Org). The Sexualization of Childhood. Santa Bárbara, Califórnia: ABC-CLIO, e.1, p. 7- 32. 2009.
- LEPIKSON, BIANCA B. Infância, Tecnologia e Ludicidade: a visão das crianças sobre as apropriações criativas das tecnologias digitais e o estabelecimento de uma cultura lúdica contemporânea. Tese (doutorado) - Universidade Federal da Bahia. Instituto de Psicologia, Salvador, 2017.
- MARTINO, L. M. S. Teoria das mídias digitais: linguagem, ambientes, rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.
- PEREIRA, R. M. R. Um pequeno mundo próprio inserido num mundo maior. In: Pereira, R., & Macedo, N. (org.). Infância em pesquisa. Rio de Janeiro, RJ: Nau, 2012.
- POSTMAN, N. O desaparecimento da infância. Rio de Janeiro: Graphia, 2012.
- SANTOS, V. L. C.; SANTOS, J. E. As redes sociais digitais e sua influência na sociedade e educação contemporâneas. Holos, v.6, p.307-328, 2014. Disponível em: http://www2.ifrn.edu.br/ojs/index.php/HOLOS/article/viewFile/1936/pdf_144
- SANTOS, I. M. A cultura do consumo e a erotização na infância. Revista Extraprensa, 2(2), p.1-20, 2009. Disponível em <http://www.usp.br/celacc/ojs/index.php/extraprensa/article/view/epx4-a2/epx4-a2>. Setzer.
- SIROTA, R. Idas e vindas no caderno de campo: o trabalho do sociólogo em família - a



observação de um rito de socialização da infância. In: Nascimento, A. M. (org). Educação Infantil e Ensino Fundamental: contextos, práticas e pesquisa. Rio de Janeiro: Nau Editora, EDUR, p. 207-238, 2011.

VALSINER, J. Invitation to culture psychology. London, UK: Sage, 2014.