

ADULTIZAÇÃO INFANTIL: A PERDA DA INFÂNCIA E SUAS NOVAS CONCEPÇÕES. UMA FÁBRICA DE FAZER NOVAS SUBJETIVIDADES.

GUNIA, Marcia¹ F. Santos; COSTA, Maria² Inês Galvez Ruiz

Palavras chaves: Infância - Adultização - Erotização - Educação - Cultura de Massa

Estudo com vertente Pós-Estruturalista e com aporte no campo dos Estudos Culturais, se propõe a analisar e a problematizar como são reverenciadas as publicidades que ditam padrões de beleza infantil tematizando o universo da criança, construindo e erotizando na contemporaneidade, modos de identidade produzindo mini adultos (as). As análises questionam como se moldam as identidades a partir destes artefatos culturais (imagens da mídia), e, de que forma as pedagogias absorvem e lidam com estes sujeitos infantis, correlacionando o consumo com as relações de poder, condições de pertencimento, adultização, erotização, subjetivação e sensação de felicidade com escalada ao mundo adulto. O objetivo central desta pesquisa é analisar as principais causas e consequências que favorecem a adultização precoce das crianças acerca dos ensinamentos da mídia e redes de socialização, e suas relações com a cultura que produz conteúdo envolvendo o consumo. Para a investigação utilizamos os seguintes objetivos específicos: instigar a sociedade a refletir acerca do problema, a fim de contribuirmos para o resgate de uma possível infância perdida, discutir as principais causas e consequências da influência da mídia nesse processo, analisar criticamente a concepção de criança de direitos nos dias atuais, determinar a importância de a criança diferenciar o mundo real do mundo virtual, para então deste modo, identificar quais fatores favoreceram a adultização da infância. A pretensão problematizadora desse estudo será o de estabelecer relações/articulações entre os processos de subjetivação infantil ante ao que os discursos implícitos produzem modos novos de ser criança/mulher, demonstrando os efeitos das propagandas e produções veiculadas aos meios de comunicação (no caso as redes sociais), e sua relação de moldar modos de ser e conviver na infância de

¹ Graduação em andamento em Pedagogia.
INSTITUICAO EDUCACIONAL SAO JUDAS TADEU, IESJT_PPROV, Brasil.
Bolsista do(a): Faculdade Integradas São Judas Tadeu, SJT, Brasil.

² Possui graduação em Pedagogia pela Faculdade Porto Alegre de Educação Ciências e Letras (1984), com habilitação em Orientação Educacional e mestrado em Educação pela Universidade Luterana do Brasil (2011). Atualmente é membro docente comissão própria de avaliação - FACULDADES INTEGRADAS SÃO JUDAS TADEU, professora - FACULDADES INTEGRADAS SÃO JUDAS TADEU, membro do núcleo docente estruturante - NDE - FACULDADES INTEGRADAS SÃO JUDAS TADEU, professora convidada da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para docência na Pós-Graduação em Orientação Educacional. Desenvolve atividades para implantação planejamento e avaliação da BNCC como forma de assessoria aos professores em formação continuada. Docente da Pós-Graduação - QI Escolas e Faculdades. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Educação Básica, atuando principalmente nos seguintes temas: cotidiano escolar, gestão escolar, formação de professores, publicidade, escola, infância e escola. Possui artigos publicados. Compõe o quadro de professores do ICS. Participou da construção e estruturação do curso de pedagogia EaD ? QI como NDE. Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/0992474749577369> . E-mail: mariaines.costa@terra.com.br

hoje. Na metodologia, buscou-se com este estudo um aprofundamento dos saberes quanto às repercussões da publicidade e propaganda sob a predominância de uma cultura imagética/multimídia. Os caminhos que foram seguidos para a pesquisa estão vinculados a pesquisa bibliográfica, no campo dos Estudos Culturais, com aporte Pós-Estruturalista, de cunho qualitativo, pois ambos trouxeram fundamentos, como conteúdos relacionados ao processo de subjetividade, cultura, estruturação identitária, beleza, artefato cultural e Pedagogias Culturais. Para tanto, utilizou-se autores, tais como: Philippe Ariès, Zygmunt Bauman, Stuart Hall, Postman, Jobim e Souza, Silva, Shirley R. Steinberg e Joe L. Kincheloe, Schor entre outros. Os resultados e conclusões finais desta pesquisa está em construção, a sua previsão do seu término será 2021, onde se evidenciará os resultados das práticas e articulações. Visamos alcançar com essa pesquisa as esferas sociais e educacionais dessas crianças, com intenção de trazer uma maior reflexão acerca dos ensinamentos midiáticos que ainda continuam erotizando meninas, e do consumo disseminado, que insinuam formas de pensar, constroem valores, dispersam atitudes e estabelecem opiniões. Pretende-se mostrar e evidenciar como as relações da mídia se utilizam de estratégias para ensinar modos de ser, estar e conviver.