

# “ADULTIZAÇÃO” DA INFÂNCIA: OBRIGAÇÃO X ESCOLHA

Nalim Moura Santos<sup>1</sup>

<sup>1</sup>aluna da licenciatura em Pedagogia /UFRB

liim\_moura@hotmail.com

## RESUMO

Este trabalho tem por objetivo retratar a “adultização” da infância, situações em que as crianças estão sendo vistas como pequenos adultos; seja pelas responsabilidades que assumem ou simplesmente pelo jeito de vestir e agir em determinadas ocasiões. É muito importante lembrar que essa situação não é uma novidade, já que na Idade Média as crianças também eram vistas dessa forma. Vestiam-se como adultos e detinham algumas responsabilidades por terem que viver já na perspectiva de um adulto. Porém, o que está acontecendo atualmente e causando muita repercussão, seja pelos seus pontos positivos ou negativos, é que, antes, se considerava que as crianças deveriam ser preparadas para viverem já como adultos, ao passo que hoje, apesar de se compreender que criança tem que viver como criança, com o movimento capitalista moderno, projeta-se sobre a criança aspectos consumistas da vida adulta que interferem de uma maneira problemática no desenvolvimento infantil. Sob influência de Grant McCracken, pude perceber que mesmo com a construção de leis que asseguram os direitos da infância à criança, ela está sendo reportada a uma condição antiga, que faz com que essa fase de brincadeiras e aprendizagem seja ultrapassada por uma que traz além de responsabilidades; disputas de posições, concursos de beleza, de propaganda e marketing; e o desejo do consumo que vem sendo implantado pela mídia a todo instante, fazendo com que o processo de “adultização” deixe de ser uma obrigação e passe a ser uma escolha, influenciada, mas, ainda assim uma escolha.

**PALAVRAS-CHAVE:** “Adultização”; Infância; Obrigação; Escolha.

## ABSTRACT

This work aims to portray the childhood “adultization”, situations in which children are seen as small adults; is they assume the responsibilities or simply the way you dress and act in certain occasions is very important to remember that this situation is not new, since the Middle Ages children were also seen in this way. They dressed as adults and held some responsibility for having to live longer in the perspective of an adult. However, what is currently happening and causing much impact, either by their positive or negative points, that is, before it was considered that children should be prepared to live longer as adults, whereas today, although it is understood that the child has to live like a child, with the modern capitalist movement, is projected on the child consumerist aspects of adult life that interfere in a problematic way in children’s development. Under the influence of Grant McCracken, I realized that even with the construction of laws that ensure children's rights to the child, it is being reported to a former condition, which makes this phase of play and learning is exceeded by an addition that brings of responsibilities; disputes positions, beauty contests, advertising and marketing; and the

desire of consumption that has been deployed by the media all the time, making the process of "adultization" stop being an obligation and becomes a choice, influenced, but still a choice.

Keywords: “adultization”; childhood; obligation; choice

## INTRODUÇÃO

O referido trabalho tem como tema: “As Culturas Infantis nos Diversos Espaços e na Mídia.” Possuindo como problemática: Será que os indivíduos são coagidos (sentem-se obrigados) a se entregar às situações atuais que caracterizam as crianças como pequenos adultos em uma sociedade tão multifacetada, ou escolhem livremente formar suas crianças nessa perspectiva ou são influenciadas pela mídia?

Dessa forma, despertou-se o interesse ao analisar que hoje, diferente dos tempos da Idade Média, na qual se compreendiam que as crianças deveriam ser preparadas para viverem já como adultos, ao passo que hoje, apesar de se compreender que criança tem que viver como criança, com o movimento capitalista moderno, projeta-se sobre as mesmas aspectos consumistas da vida adulta que interferem de uma maneira problemática no desenvolvimento infantil. Segundo BRUNS (2010), a realidade é que o período da infância está sendo invadido pelos modismos veiculados pela mídia, que vem dificultando, de forma ousada, uma transição saudável entre a infância e a adolescência.

Busca-se compreender que a “adultização” não está acontecendo sem pretextos. Ela tem objetivos, e o principal deles é o consumismo mostrado pela mídia a todo instante, nos convencendo sempre a comprar mais e mais. Nossa sociedade valoriza a beleza, a moda e a fama na maior parte de suas expressões culturais: novelas, filmes, programas de televisão, e é claro, nas propagandas e na moda, instrumentos fundamentais para a construção de um sistema cultural. (MCCRACKEN, 1986). Por causa disso, muitas vezes as pessoas se vêem influenciadas por esse sistema cultural, e nem sempre se consideram capazes de tomar uma decisão livre para desvincular-se dos valores desse sistema ou até mesmo por medo de uma possível exclusão caso consigam desvincular-se.

## METODOLOGIA

O referido trabalho foi feito mediante leituras analíticas do artigo: Cultura e Consumo: Uma Explicação Teórica da Estrutura e do Movimento do Significado Cultural dos Bens de Consumo, escrito por Grant McCracken(2007) e relatos de teóricos, tais como; Maria das Dores Guerreiro(2005), Pedro Abrantes(2005), Maria Alves de Toledo Bruns(2010), Philippe Ariès(1981) e Neil Postman(1999). Além de observações espontâneas feitas ao decorrer do estágio na Educação Infantil, na cidade de Amargosa-Ba, ligadas aos comportamentos e vestimentas das mesmas, e também sobre as aparições de muitas criança, sendo protagonistas, de programas televisivos mostrados na nossa sociedade, em quantidades absurdas e que envolvem diversos temas, sejam eles educativos ou não. O problema é que muitos deles podem ser totalmente influenciadores, se ao analisarmos o seu público alvo, percebermos que as mensagens implícitas não poderão ser discernidas pela criança, tendo em vista que, não alcançam a dimensão do problema.

## ANÁLISE DOS RESULTADOS E DISCUSSÕES

Ultimamente um dos problemas existentes em nossa sociedade e que gira em torno desse processo de “adultização” é quando se passa a perceber que toda essa valorização de beleza e consumo, persuadidos pela mídia, não atinge somente os adultos, nesse caso podendo considerar que seriam eles um dos manipuladores desse processo, entretanto foi observado que as crianças também são afetadas, sendo observado na fala e gestos de inúmeras delas.

“À medida que o acesso à informação e todo um conjunto vasto de recursos se disseminam em escala global e estão disponíveis às populações, permeando e moldando os seus cotidianos.” (GUERREIRO e ABRANTES, 2005, p. 158). Deste modo, ao invés de passarem a sua fase brincando e aprendendo somente coisas que fazem referência às suas idades, aproveitando ao máximo essa fase de transição, a qual deveria ser saudável como foi mencionado por Bruns (2010), mas que foi aligeirada a partir de valores consumistas projetados pelo movimento capitalista em nossa sociedade.

“Em suma, essa perspectiva pode ajudar a demonstrar parte da complexidade do comportamento do consumo de hoje e a revelar em maiores detalhes, o que, exatamente significa ser uma sociedade de consumo.” (MCCRACKEN, 2007, p.100).Portanto, as crianças estão vivendo como os adultos, relembrando, em partes, alguns costumes presentes na Idade Média, os quais as crianças eram educadas e orientadas para agir como meros adultos, a diferença que podemos destacar é que em nossa sociedade o processo de “adultização” infantil está ligado aos consumos excessivos, deixando as crianças vítimas dessa supervalorização da moda, que muitas vezes ainda incentiva a competição.

“Os bens de consumo têm uma significância que vão além de seu caráter utilitário e seu valor comercial” (MCCRACKEN, 2007, p. 100) Foi possível perceber que quanto mais as pessoas têm contato, direto ou indireto, com as novidades impostas pela mídia, mais surge a vontade de possuir o produto que está sendo mostrado, mesmo que não haja nenhuma necessidade, já que muitos desses novos produtos apresentados pela mídia pouco diferem, em se tratandodas funções, dos produtos que já temos em casa. “A criação de um novo produto com um marketing adequado ao público-alvo garante o objetivo mercadológico consumista que é seduzir, persuadir o cliente a adquirir.”(BRUNS, 2014, p.7).

A tomar como exemplo alguns lançamentos de brinquedos e aparelhos tecnológicos, os quais pouco diferem dos outros já existentes, mas como estão em auge na mídia são lançados, inclusive com preços extremamente absurdos. Deslumbrando a mente das crianças, ao apresentar que o novo é sempre melhor e por consequência “detonando” o bolso dos pais que, muitas vezes, não conseguem infligir controle e dizer não para os seus filhos. Ou pais que por se ausentarem muito na criação dos mesmos, tentam amenizar essa situação agradando-os na compra de presentes por pensarem que essa atitude compensa a sua falta. Muitos indivíduos procuram nos bens uma espécie de significado que ali não existe (MCCRACKEN, 2007, p.110). Estamos em uma sociedade, que, infelizmente não se baseiam no ser, referente às ações e costumes como umas das formas importantes de se viver. Para muitos, o importante é somente ter, fazendo referência à dinheiro, bens de consumo, cargos e etc. Portanto, compete a nós , seres humanos, analisarmos esses conceitos e refletirmos se é isso o que queremos para as nossas vidas ou se existem coisas mais importantes: outros modos de viver?

Dessa forma, entende-se que igualmente aos adultos, as crianças vão criando gosto por essa mania de comprar, de buscar sempre o novo, de vestir coisas novas e até mesmo o gosto pela exposição do corpo, algumas vezes sendo de forma abusiva. Nesta ocasião, estou me referindo às crianças que participam de concursos de beleza e outros tipos de seleções, os quais informam que para as pessoas serem escolhidas precisam e devem estar enquadradas nos requisitos propostos, sem nenhum tipo de exceção, enquanto as que não estão enquadradas são simplesmente “rejeitadas”, podendo já causar traumas na criança, por não compreenderem de maneira clara o porquê daquela situação, cabendo aos pais o dever de mantê-las sempre informadas, mostrando-lhes sempre os pontos positivos e negativos a respeito das realidades destes acontecimentos. Pois, “Um dos fatores que diferenciam a infância da idade adulta é o conhecimento (ARIÈS, 1981; POSTMAN, 1999). E é muito importante que esse acompanhamento aconteça, diante da grande ausência de conhecimentos, por parte dos dois lados, já que existem adultos que também possuem traumas causados por rejeições e não conseguem superá-los.

Em contrapartida, pude perceber em um estágio feito na educação infantil durante a minha graduação, que essa maneira de vestir-se e agir como adultos não está restrita somente a crianças que participam de concursos ou aparecem em programas televisivos,

pois lá, encontrei uma criança que quase não usava o fardamento da escola, e se diferenciava dos outros já que fazia o uso de: boinas, sobretudo, sapatilhas e meias. Elementos de uma caracterização que evidenciam a influência da moda, e observei também como muitas outras crianças, de idades mais avançadas, se relacionavam umas com as outras durante os intervalos; utilizavam de gestos e palavras pornográficas, danças ironizadas e em algumas vezes, faltando com respeito ao próximo, mesmo que sem saber. Voltando a ausência do fardamento, venho afirmar que não cito com o intuito de padronizar o uso de fardas, e coibir a utilização de outras vestimentas, mas, sim, apontar, que situações como essas são fáceis de serem encontradas em diversos contextos, principalmente, em festas infantis.

Poucas ou quase nenhuma são as crianças, neste caso meninas, que vão de vestidinhos. Logo que as mudanças relacionadas as roupas dos garotos não foram tão problematizadas. Hoje em dia, as meninas fazem o uso de shorts, minissaias, macaquinhos, qualquer outra tendência da moda, que não posso negar que muitos são uns charmes, sem esquecer-se dos mini saltos altos, estes sim podem ser considerados prejudiciais, mediante conseqüências que possam afetar a estrutura do corpo humano, quando são usados exageradamente. “O vestuário comunica tanto a presunção da ‘delicadeza’ feminina quanto da ‘força’ masculina, ou tanto da presunção de ‘refinamento’ da classe alta quanto a de ‘vulgaridade’ de outra, mais baixa.” (MCCRACKEN, 2007, p.103) Exclusivamente, classificações voltadas ao sexo feminino, causadoras de preconceitos, “mesmo nesses tempos em que as mulheres conquistam cada vez mais sua independência e espaço no mercado de trabalho, o estereótipo romântico da mulher frágil continua valendo como modelo para a indústria cultural.” (BRUNS, 2014, p.6). Esse é um dos pontos negativos e cruciais desse trabalho, já que foi feito com o objetivo de ressaltar as conseqüências advindas desse consumo excessivo e o porque da escolha, se é que podemos realmente descrever como uma escolha do estilo de vida, diante de inúmeras influencias e problemáticas encontradas em torno do mesmo.

## CONCLUSÃO

Diante disso, esses acontecimentos fazem com que o processo de transição da infância para a vida adulta se torne aligeirado dificultando uma transição saudável citada por Bruns em um de seus trabalhos referentes a este tema. Deixando claro que não são somente “as fracas aspirações escolares, a entrada precoce no mercado de trabalho,” razões citadas por Guerreiro e Abrantes (2005, p.169) que somente transformariam as crianças em pequenos adultos. Levando-se em conta que “Numa sociedade de consumo... Na trajetória normal, o significado cultural se move primeiro do mundo culturalmente constituído para os bens de consumo e desses para o consumidor individual.” (MCCRACKEN, 2007, p. 99) Na verdade as pessoas não se sentem

obrigadas a viverem dominadas pelo mundo culturalmente determinado pelos bens de consumo, mas, também, não necessariamente escolhem participar dele de maneira totalmente livre, pois, ao serem influenciadas por este mundo de consumo, e para não se sentirem excluídas e marginalizadas do mundo culturalmente constituído por estes bens de consumo elas acabam deixando-se levar por ele.

## REFERÊNCIAS

ARIÈS, P. História social da criança e da família. Rio de Janeiro: LTC, 1981.

BRUNS, Maria Alves de Toledo. O que a Psicanálise dos Contos de Fadas Revela Sobre a Sociedade Atual. Revista Tutores/ agosto, setembro de 2014 [Data de consulta: 7/ novembro/ 2014]. Disponível em:<<http://www.mflip.com.br/pub/lamonica/index13/>>

BRUNS, Maria Alves de Toledo. A Mídia e a Adultização Infantil. [Data de consulta: 7/ novembro/2014]. Disponível em:  
<[http://www.sexualidadevida.com.br/artigo\\_a\\_midia\\_e\\_a\\_adultizacao\\_da\\_i.ht](http://www.sexualidadevida.com.br/artigo_a_midia_e_a_adultizacao_da_i.ht)>

CARVALHO, Verônica Esteves. A Presença e a Ausência dos Pais na Vida dos Filhos. [Data de consulta: 7/novembro/2014]. Disponível em:<<http://ninguemcresceozinho.com/2012/09/26/a-presenca-e-a-ausencia-dos-pais-na-vida-dos-filhos/veronicaesteves-de-carvalho>>

GUERREIRO, Maria das Dores; ABRANTES, Pedro. Como tornar-se adulto: processos de transição na modernidade avançada. Revista Brasileira de Ciências Sociais [On-line] 2005, 20 (junho) : [Data de consulta: 8 / novembro/ 2014] Disponível em:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10705808>> ISSN 0102-6909

MCCRACKEN, Grant. Cultura e Consumo: Uma Explicação Teórica da Estrutura e do Movimento do Significado Cultural e dos Bens de Consumo [ Data de consulta: 7/ novembro/2014].Disponível em:<<http://www.spell.org.br/documentos/download/10750>>.

MCCRACKEN, G. Culture and consumption: a theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. Journal of consumer research, Chicago, v. 13, p. 71-84, June 1986.

MELO,Cristiane Silva; IVASHITA, Simone Burioli; RODRIGUES. Resenha: O Desaparecimento da Infância.Revista HISTEDBR On-line, Campinas, n.35, p. 311-316, set.2009 - ISSN: 1676-2584 315 [Data de consulta: 7/novembro/2014]. Disponível em:<[http://www.histedbr.fe.unicamp.br/revista/edicoes/35/res02\\_35.pdf](http://www.histedbr.fe.unicamp.br/revista/edicoes/35/res02_35.pdf) >

NETO, Carla Freitas Silveira; BREI, Vinicius Andrade; PEREIRA, Maria Tereza FLORES. O fim da infância? As ações de marketing e a “adultização” do consumidor infantil. [Data de consulta: 6 / novembro/ 2014] Disponível em:<<http://www.scielo.br/pdf/ram/v11n5/a07v11n5>>

POSTMAN, Neil. O Desaparecimento da Infância. Tradução: Suzana Menescal de A. Carvalho e José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Graphia Editorial, 1999.

POSTMAN, N. O desaparecimento da infância. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.