

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.

“EU TENHO BRINQUEDO ATÉ O TETO DO MEU QUARTO”: CONVERSANDO SOBRE CONSUMO COM CRIANÇAS DA EDUCAÇÃO INFANTIL

OLIVEIRA, Juliana Silveira
ESLABÃO, Aline de Freitas
ESPERANÇA, Joice Araújo
juh_silveira_oliveira@msn.com

Evento: Congresso de Iniciação Científica
Área do conhecimento: Ciências Humanas/Educação

Palavras-chave: Infâncias, Consumo, Educação Infantil

1 INTRODUÇÃO

Conceber a infância como uma construção social, cultural e histórica (BUCKINGHAM, 2007), implica considerar que essa categoria está constantemente transformando-se. Diante dessa constatação, torna-se relevante refletir acerca das condições históricas, sociais e culturais que vem constituindo as formas de ser e viver dessa categoria na atualidade.

Partindo dessas compreensões, esse trabalho busca investigar as práticas de consumo materiais e simbólicas compartilhadas por um grupo de crianças da Educação Infantil no espaço da escola, problematizando a imbricação entre a cultura do consumo e as configurações de infância que se delineiam no cenário contemporâneo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O sociólogo Zygmunt Bauman (2008) ressalta que, nas sociedades atuais, o consumo alcançou um papel chave, isto é, ocorreu um deslocamento de ênfase: da esfera do trabalho e da produção para o consumo. Por esse motivo o autor denomina a sociedade atual como sociedade de consumo ou de consumidores (BAUMAN, 2008), e sustenta que esse arranjo social vem afetando diretamente na constituição das identidades e subjetividades dos sujeitos.

Nessa organização societária, pautada pelo consumo, todos são e devem ser consumidores por vocação (BAUMAN, 2008), inclusive as crianças. Dessa forma, desde muito pequenas, as crianças já são posicionadas como consumidoras e treinadas para seguir os preceitos dessa cultura consumista que forja gostos, preferências, desejos, condutas, modos de ser e experienciar as infâncias na contemporaneidade (COSTA, 2009).

3 MATERIAIS E MÉTODOS (ou PROCEDIMENTO METODOLÓGICO)

A investigação realizada configura-se como um estudo de cunho qualitativo. Participaram da pesquisa 12 crianças, na faixa etária entre 5 e 6 anos de idade, de uma escola pública do município de Rio Grande/RS. Para a produção do material empírico da pesquisa, foram utilizados os seguintes instrumentos: observações, anotações no diário de campo, gravador e registros fotográficos. Para conversar com as crianças acerca da temática consumo, recorreremos, ainda, a outras estratégias

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.

que suscitassem o diálogo, como situações-problemas envolvendo decisões de compras.

No processo de análise, no primeiro momento, procuramos identificar as principais recorrências nas narrativas das crianças. Após esse movimento, buscamos tecer interlocuções entre as falas das crianças e as ferramentas conceituais que possibilitam compreender a sociedade de consumidores e as relações sociais que nela se estabelecem, constituindo os modos de ser e viver das infâncias.

4 RESULTADOS e DISCUSSÃO

A análise do material empírico permitiu atentar, dentre outros aspectos, para as condutas consumistas assumidas pelos sujeitos infantis, os quais desde muito cedo adotam um estilo de vida que valoriza o excesso de bens de consumo. O trabalho também revela a grande importância atribuída pelas crianças à aquisição e, principalmente, a exibição de determinados equipamentos tecnológicos no espaço escolar, como por exemplo, aparelhos celulares e *tablets*.

Além disso, a pesquisa ainda aponta o desejo das crianças em ostentar algumas marcas e personagens midiáticos, os quais lhes conferem visibilidade e reconhecimento nas relações sociais vivenciadas na escola. Assim, essas evidências permitem constatar que uma infinidade de artefatos passam a invadir o território escolar, sendo exibidos e mediando as relações estabelecidas entre as crianças neste contexto.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das análises desenvolvidas é possível compreender que as práticas de consumo assumem um papel extremamente relevante no cotidiano das crianças, e isso vem alterando profundamente as formas de convívio humano. Nesta perspectiva, as constatações apontadas no trabalho mostram que as possibilidades de ser criança e de vivenciar as relações sociais que se estabelecem no espaço da escola vem sendo transformadas pela cultura do consumo.

Por fim, essas análises incitam reflexões acerca dos efeitos da cultura consumista na constituição das infâncias contemporâneas, e também, sobre as diferentes configurações de infâncias presentes no cotidiano e nas instituições educativas. Dessa maneira, ressaltamos a necessidade de (re)pensarmos a educação das crianças e a formação de professores na atualidade.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio De Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

BUCKINGHAM, D. **Crescer na era das mídias eletrônicas**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

COSTA, Marisa Vorraber. Educar-se na sociedade de consumidores. In: COSTA, Marisa Vorraber (Org.). **A educação na cultura da mídia e do consumo**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2009.