

Princesas Precoces – Uma Visão Sobre Consumo e Vaidade na Pré-Adolescência¹

Amanda Neuman Monte Rocha NASCIMENTO²

Jaqueline Neves MOREIRA³

Universidade Tiradentes, Aracaju, SE

Resumo

Ao observar a precocidade no comportamento das meninas da modernidade, surgiu o desejo de abordar as razões que movem, cada vez mais cedo, tais meninas a se tornarem adeptas do consumo e da vaidade. ‘Princesas precoces’, assim são definidas as pequenas mulheres que permeiam a fase dos oito aos doze anos de idade em um mundo repleto de itens que antes eram parte apenas da vida de gente grande. A fim de entrar nesse universo, quatro meninas contam suas próprias histórias, mostrando a visão que têm sobre um mundo que há pouco tempo não fazia parte da vida delas. Suas mães assumem o papel de referencial, responsáveis pela formação das pequenas. No geral, percebe-se que a precocidade está intimamente relacionada ao ambiente onde vivem, seja por causa de mães vaidosas em excesso, ou pelo relacionamento restrito com adultos.

Palavras-chave: Consumo, vaidade, pré-adolescência.

1. Introdução

Há tempos surgiu a reflexão sobre a forma com que a vaidade interfere no modo como o ser humano avalia, mesmo que inconscientemente, as pessoas e as funções que elas ocupam na sociedade. Em tempos de exibicionismo, ambiente natural da atualidade, são consideradas importantes aquelas pessoas que conseguem se destacar e, de alguma forma, chamar a atenção dos outros indivíduos para si. Se destacar, neste caso, se torna um prazer supervalorizado, associando-se até à fonte de felicidade de muitos.

É neste ponto que entra o consumo e a vaidade na vida do ser humano, visto que a boa aparência sempre está relacionada ao que a massa considera como algo de sucesso. Consumir facilita a boa apresentação, e é neste cenário que o mercado da moda e dos produtos de beleza, mais especificamente, tem crescido de forma avassaladora a

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista e estudante de graduação no Curso de Design de Moda da Universidade Tiradentes. Email: amanda_neuman@hotmail.com

³ Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Federal de Sergipe; Professora do curso de Comunicação da Universidade Tiradentes. Email: jaquelineves@gmail.com

fim de, dia após dia, descobrir e lançar novidades que permitam que o indivíduo se destaque no meio em que vive.

Este artigo propõe, para discutir tal questão, focar em assuntos que permeiam a formação da personalidade pré-adolescente e chegam à consolidação do comportamento das meninas enquanto consumidoras. A principal pesquisa para este fim conta com a participação de quatro meninas de seis, nove, dez e doze anos de idade. Todas elas residem na cidade de Aracaju, Sergipe, e já assumem uma postura que leva em consideração os cuidados com a aparência. Além delas, suas mães contam experiências vividas no relacionamento com cada uma.

Desta forma, este trabalho visa mostrar os fatores que influenciam meninas que vivem a fase entre oito e doze anos de idade a, precocemente, se encaixarem em um mundo cercado pela vaidade e pelo consumo.

2. A Pré-Adolescência e Suas Mudanças

A adolescência se constitui como um momento crucial para a formação do ser humano. No entanto, a passagem da infância até esta nova fase, a pré-adolescência, período vivido entre oito e doze anos de idade, traz uma série de significados particulares.

Definindo a adolescência muito claramente, Erikson (1968) acredita que esta fase corresponde ao momento em que a pessoa adquire um sentido de identidade pessoal durante o intervalo de tempo que marca o fim da infância e antecede o início da idade adulta. Porém, o autor afirma que tal aquisição não acontece facilmente.

Os jovens devem se tornar pessoas totais por seu próprio esforço, e isto durante um estágio de desenvolvimento caracterizado por uma diversidade de mudanças no crescimento físico, maturação genital e consciência social. Eu denominei sentido de identidade interior a totalidade a ser alcançada neste estágio. A fim de experimentar a totalidade, o jovem deve sentir uma continuidade progressiva entre aquilo que ele vem sendo durante os longos anos da infância e o que promete converter-se num futuro antecipado; entre aquilo que ele se concebe ser e o que percebe que os outros veem nele e esperam dele. (ERIKSON, 1968, p. 88)

De acordo com o autor norte-americano, as dificuldades de adaptação surgem, também, quando a ex-criança se dá conta das cobranças que podem e devem surgir

durante a nova etapa. Levando em conta as questões individuais que regem o desenvolvimento da maturidade juvenil, Erikson (1968) afirma que este é o momento onde começa a surgir o medo de não corresponder às expectativas das pessoas ao redor.

Individualmente falando, a identidade inclui a soma de todas as sucessivas identificações daqueles primeiros anos quando a criança queria ser, e era frequentemente forçada a tornar-se aquilo que as pessoas de quem dependia queriam que ela fosse. A identidade é um produto único, que encontra agora uma crise a ser resolvida apenas através de novas identificações com os companheiros de mesma idade e com as figuras dos líderes, fora da família. (ERIKSON, 1968, p. 89)

Tais afirmações ressaltam a ideia de que é durante este período de transição que o pré-adolescente integra, de alguma maneira, o que ele aprendeu sobre si mesmo durante a infância. Neste período, talvez ele tenha dominado ou adquirido novos talentos, novas habilidades, e começado a desenvolver certos traços que, definitivamente, começarão a compor sua personalidade.

Erikson (1968) acredita que este pequeno intervalo entre a infância e a adolescência é o tempo necessário para que a pessoa decida se tais características (talentos, habilidades e traços) farão mesmo parte dos instrumentos a serem usados na idade adulta. Além disso, vale salientar que a identidade assumida nessa fase sempre será única. Isto porque em cada caso são levadas em conta questões pessoais que dizem respeito às oportunidades que cada indivíduo teve para desenvolver suas habilidades, às experiências emocionais pelas quais passou, ao tipo de criação recebida pelos pais, e até ao ambiente onde foi criado.

O filho inteligente de um banqueiro ou professor pode ter um maior número de oportunidades (e comodidades) para engajar-se numa busca romântica de si mesmo do que o filho pobre e menos talentoso de um trabalhador sem especialização. Do mesmo modo, uma criança que cresceu num rígido sistema de castas na Índia, muito provavelmente adquirirá uma percepção de si mesma, durante a pré-adolescência, bastante diferente de um jovem americano. (GALLATIN, 1978, p.27)

Se o crescimento físico, a maturação sexual e o desenvolvimento afetivo e intelectual são geradores de conflitos psicológicos, a inserção social não se realiza sem que algumas complicações aconteçam na cabeça dos pré-adolescentes.

A questão de se dirigir ao futuro traz à tona o medo do desconhecido e os temores diante daquilo que, em muitos casos, por bastante tempo se ansiou. Porém, quando não há um modelo, se a pessoa não tem a opção de trilhar as pegadas de seus

antecessores, encontra-se o que muito se vê hoje: o desconhecido atrai pela aventura, mas assusta pela insegurança.

São estes fatores que contribuem para delinear o caráter de quem deseja adquirir a liberdade de um adulto o mais cedo possível, mas experimenta, por vezes, a angústia das responsabilidades, mesmo que pequenas, que antes não lhe eram bem definidas.

Nesta fase, o indivíduo se depara com a situação de não ser criança, não ser adolescente, mas também não ser adulto. O que torna as coisas ora simples, ora complicadas. “Com efeito, o adolescente está em conflito: conflito entre o estatuto de criança e o de adulto. Adulto que deseja tornar-se, criança que quer permanecer e que se ambiciona abandonar.” (DECONCHY, 1976, p.261)

O sentido de desenvolver a personalidade abrange, porém, três dimensões, denominadas por Erikson (1968) como: biológica, social e individual.

A primeira, chamada de dimensão biológica, seria caracterizada pelo pensamento de que o desenvolvimento humano ocorre numa sequência mais ou menos previsível, e que esta é, em parte, governada por algum tipo de mecanismo maturacional. Ou seja, Erikson (1968) acredita que tudo o que cresce tem um plano básico, e é a partir deste que se erguem as partes ou peças componentes, chegando até o momento que todas, juntas, formem um todo em funcionamento.

Já a segunda dimensão, denominada social, acrescenta à ideia anterior o fato de que o desenvolvimento físico não ocorre no vácuo. Na verdade, a realidade de que as pessoas nascem em uma condição de total dependência faz pensar que, a partir daí, já são estabelecidas relações sociais.

A presença de um bebê exerce um domínio persistente e sistemático sobre as vidas exteriores e interiores de todos os membros de uma casa. É tão válido dizer que os bebês controlam e criam suas famílias como o inverso. Uma família só pode educar um bebê à medida que é educada por ele. Seu crescimento consiste numa série de desafios àqueles que servem às suas potencialidades de interação social recentemente desenvolvidas. (ERIKSON, 1968, p. 96)

No caso dos bebês, o autor ainda destaca que, da mesma forma que os responsáveis precisam aprender coisas a respeito de suas necessidades e hábitos, o novo membro da família também precisa se adaptar a seus novos hábitos. Em suma, esta dimensão social envolve todos os tipos de acomodações mútuas.

No que se refere à terceira dimensão proposta por Erickson (1968), a dimensão individual constata que a despeito das duas dimensões anteriores, duas pessoas nunca desenvolvem personalidades idênticas. Isto porque cada indivíduo descobre e percebe o mundo ao seu redor de uma forma particular e, mesmo que as experiências vividas sejam semelhantes, as pessoas nunca integram tais experiências da mesma maneira.

Se estes três sistemas – biológico, social e individual – coordenam-se adequadamente, o resultado será um pessoa que poderia ser denominada sadia, uma pessoa que domina ativamente seu ambiente, mostra uma certa unidade da personalidade e é capaz de perceber corretamente o mundo e a si mesma. (GALLATIN, 1978, p. 186)

Junto a essa individualidade, é possível acreditar que cada pessoa desenvolve uma necessidade de se sentir especial e única dentro do seu próprio grupo. Na pré-adolescência, contudo, esta característica se manifesta de forma aparente, o que Erikson (1968) considera como o desejo de construir uma identidade que lhe confira tal postura especial e diferente diante dos outros membros de sua tribo.

Ao enxergar-se como igual, a ponto de pertencer a um grupo, e único, a ponto de se destacar e ser especial diante dos outros membros, o pré-adolescente encara outra questão decisiva na formação de sua personalidade: a autoestima.

A autoestima é definida por Gallatin (1978) como o resultado da percepção da criança de que as habilidades e traços que ela domina conferem-lhe um status capaz de proporcionar as bases para um firme sentido de identidade. Dessa forma, o querer ser ou parecer aquilo que não é acaba entrando em questão e, na maioria das vezes, acarretando uma série de consequências à construção desta personalidade não completada.

3. Consumo e Vaidade na Pré-Adolescência

No período que permeia a infância e a adolescência, as pré-adolescentes, em especial, agem mais como adultas (no que se trata do modo de raciocinar e do desejo de independência), parecem-se mais com adultas que com as meninas menores (são maiores que as outras crianças e estão mais próximas da maturidade sexual), mas na maioria dos aspectos, fica claro que elas não são adultas. Isto porque, logicamente, são mais impulsivas e menos consistentes.

Ao entrar na adolescência, a jovem adquire uma capacidade de compreender ideias que ultrapassam as imagens concretas, a exemplo dos relacionamentos e da visão sobre si mesmas. Explícita ou implicitamente, são muitos os adultos adeptos do pensamento de que os pré-adolescentes já são capazes de realizações intelectuais e vivências emocionais mais complexas que as crianças mais novas.

No entanto, até que ponto elas poderiam, as pré-adolescentes, encarar a independência que já é propriedade dos mais velhos?

Um dos fatores que mais tem desencadeado discussões a respeito do comportamento da pré-adolescente dos dias atuais é a precoce experiência com o consumo. Isto porque se tem notado que, cada vez mais cedo, os indivíduos despertam o desejo pelo ter, muitas vezes em detrimento do ser.

Já passou o tempo em que consumir correspondia a suprir necessidades básicas para a sobrevivência humana. De acordo com Slater (2002), a cultura do consumo, ao longo dos anos, assumiu duas posições contraditórias, mas relacionadas entre si. Por um lado, segundo ele, a cultura do consumo parece surgir da produção do espetáculo público, onde tudo é exibição.

[...] o surgimento dos shoppings, das galerias, das lojas de departamentos, de exposições internacionais, dos museus de novas formas de entretenimento. As cidades, as lojas de departamentos e, em particular, as exposições internacionais contêm significados coletivos muito importantes enquanto símbolos tanto de civilização científica quanto de grandeza nacional. (SLATER, 2002, p. 24)

Por outro lado, o autor destaca o fato de o consumo ser arrancado da mão da burguesia. Isto quando se leva em consideração o surgimento das facilidades de compra. O consumo, antes, era sinônimo de luxo, mas hoje, segundo Slater (2002), é transformado numa cultura respeitável com a luta para retirá-lo do poder da aristocracia. Porém, o caso do consumo como marca da vida pré-adolescente pode ser encarado como uma junção dos fatores anteriores, isto é: o desejo de exibição associado às facilidades de compra.

A atração pelo espetáculo surge, segundo Léger (1977), quando o indivíduo passa a querer consumir por vaidade, para mostrar aos outros membros do grupo o artigo ou objeto que lhe faz ser algo que os outros não são. A autora acredita que este comportamento deve-se, também, à rapidez dos progressos técnicos e científicos, capaz de fazer uma criança saber, por vezes, mais que os adultos. Ou seja, a ingenuidade ou o

desapego às coisas materiais têm se tornado fatores cada vez mais raros na nova identidade da pré-adolescente moderna.

As crianças recebem as mesmas informações que os pais, leem os mesmos jornais e mais, recebem na escola, no liceu, na universidade, noções desconhecidas dos seus progenitores. A introdução das matemáticas modernas, por si só, permite-nos dizer que nenhum adulto conhece do mundo em que vive, o que sabem as crianças que nasceram no decurso dos últimos vinte anos. (LÉGER, 1977, p. 122)

Tal precocidade no comportamento enquanto consumidoras faz as pré-adolescentes questionarem até o que seria o seu próprio eu. Isto porque no passado a referência estava no comportamento dos pais que, com as rápidas mudanças do mundo contemporâneo, acabam desconhecendo a situação que os pré-adolescentes vivem hoje.

De certa forma, não encontrar na família as referências necessárias ao seu desenvolvimento como ser humano, leva os pré-adolescentes a buscarem na coletividade as semelhanças que, aos seus olhos, são exemplares.

O ser humano moderno encontra-se envolvido na massa da coletividade, e este indivíduo de massa, segundo Léger (1977) é aquele que se conforma com o que esperam dele, é o homem socializado, o homem consciente e desejoso de estima, de aprovação dos seus pares, e na fase que encaminha o indivíduo da infância à adolescência não é diferente.

Os benefícios proporcionados pelo consumo e pela vaidade podem ser vistos como fortes aliados na hora da socialização. A autora defende a ideia de que os pré-adolescentes se movem à vontade no mundo, mas reagem inconscientemente, à desaprovação, caso ela aconteça. O fato de consumir, mesmo que por vaidade, portanto, associa-se à certeza de que tendo poderão ser o que os outros desejam. Ou seja, consumir passa a ser, na visão pré-adolescente, uma atividade significativa.

Os seres humanos não consomem como os animais porque nossa relação com nossas necessidades e nosso meio ambiente não é instintiva, nem programada, nem limitada à sobrevivência física do indivíduo ou da espécie. Pressupomos, ao contrário, que as pessoas compreendem sua relação com as coisas do mundo – suas necessidades – em termos de projetos e metas, convenções e normas sociais, conceitos implicados em ser humano, ou ser uma sociedade humana. (SLATER, 2002, p. 131)

Slater (2002) argumenta a respeito do consumo como uma cultura, uma expressão cultural. Isto porque, segundo ele, a cultura envolve significado, e o consumo,

por sua vez, também o faz. Desta maneira, todas as formas de consumir tornam-se culturalmente específicas quando as preferências individuais são partilhadas e, conseqüentemente, expostas.

Minha identidade enquanto membro de uma cultura é representada através da estrutura significativa de minhas ações sociais – o fato de que *faço coisas* deste jeito, e não daquele. Não só minha identidade, mas as próprias relações sociais são reproduzidas através de consumo culturalmente específico (e, ao mudar ou rejeitar os códigos de consumo de minha cultura, negocio tanto a identidade quanto aspectos da cultura). (SLATER, 2002, p.132)

Uma pesquisa, realizada em duas escolas de ensino fundamental em Aracaju, estado de Sergipe, com 60 meninas entre oito e 12 anos de idade comprovou a opinião de Slater (2002) quanto às preferências individuais compartilhadas. Em uma pergunta que se referia à primeira atitude da pré-adolescente ao chegar das compras, 57 meninas responderam que a primeira coisa que fazem é mostrar às amigas suas novas aquisições. Apenas três meninas do grupo de entrevistadas afirmaram que provar todas as peças diante do espelho seria a atitude inicial a tomar.

Fatos como este provam que, cada vez mais preocupadas com a aparência, meninas mal saem da infância e já se conectam à nova realidade que encara como benefício o que o consumo e a vaidade, associados, podem trazer. No entanto, o significado que as coisas e a imagem adquirem é apenas um ponto de partida, já que a questão do consumismo precoce virou um fator que necessita de análise social.

Seria esta, portanto, uma questão onde mais importante é considerar as formas pelas quais os significados das coisas fazem parte da constituição das relações sociais e da autoimagem formada na pré-adolescência.

Fica claro, contudo, que a cultura do consumo gira em torno da maneira que o ser humano adota para administrar coletivamente sua relação com a ordem social e as esferas onde os indivíduos definem quem são, o que querem ser e como desejam viver. No entanto, brincar no parque de diversões do consumo, como afirma Slater (2002), pode virar coisa séria; onde os custos psicológicos na formação da identidade pré-adolescente podem ser altos demais. Isto porque, é claro, ainda é muito cedo para ter tanto poder à disposição, e não há suficiência no saber controlar os recursos que podem ajudar a definir e viver a vida que, futuramente, desejarem levar.

4. A Pesquisa ‘Princesas Precoces’

Ao observar, por todos os lados, o número crescente de meninas que mal entraram na adolescência e já se comportam como moças, surgiu a ideia de fazer uma pesquisa sobre o comportamento das *tweens* (junção de *between*, ‘entre’ em inglês, e *teen*) no que se refere ao consumo e à vaidade.

Cada vez mais cedo, meninas são atraídas pelos objetos de desejo expostos nas vitrines dos shoppings, produtos de beleza e tudo aquilo que, direta ou indiretamente, tem alguma influência sobre a imagem que desejam exibir diante das pessoas.

Para tanto, a pesquisa intitulada ‘Princesas Precoces: Uma Visão Sobre Consumo e Vaidade na Pré-Adolescência’ – uma alusão à matéria publicada na revista *Veja* (VEIGA, 2000) – busca mostrar a visão de quatro meninas que, nesse contexto, vivem de forma diferente a realidade consumista do mundo moderno.

A fim de dar uma visão geral sobre o comportamento das pré-adolescentes, foram selecionadas as falas de quatro meninas que passaram a conduzir a descrição da pesquisa que foi dividida em quatro partes, onde cada personagem vira foco em um momento.

A primeira menina, a quem chamaremos de Menina 1, tem apenas dez anos de idade, mas já carrega consigo a certeza de se destacar entre as outras pessoas. Durante toda a sua fala, Menina 1 mostra uma autoestima elevadíssima, além da segurança em cada palavra dita. A menina precoce é adepta da maquiagem, fascinada por roupas e tem obsessão nos cuidados com a pele.

Para dar ênfase à ideia de que a família se torna o principal espelho da pré-adolescente, a mãe de Menina 1, a quem chamaremos de Mãe 1, é pedagoga e não se acanha ao afirmar achar adorável o comportamento vaidoso e precoce da filha. Durante seu depoimento, Mãe 1 ainda confessa saber que seu comportamento, também de extrema vaidade, é o principal fator no qual a filha se espelha. “Eu acho que é importante a menina se cuidar e ser vaidosa, isso faz com que ela se sinta mais bonita e também seja bem vista pela sociedade. Ela vê em mim a mulher que ela quer ser um dia”, garante com firmeza a Mãe 1.

A segunda personagem, a quem chamaremos de Menina 2, ainda não entrou na pré-adolescência, só tem seis anos de idade, mas já é prova de que, cada vez mais precocemente, as meninas se interessam pelos cuidados com a beleza e a imagem. A

diferença entre Menina 2 e Menina 1, porém, está na educação recebida em casa. Enquanto Menina 1 tem autonomia quanto às suas escolhas de moda e consumo, Menina 2 é rigidamente controlada pela mãe, adepta do pensamento de que há um tempo certo para cada coisa. “Quando eu saio pra comprar roupas com minha mãe, eu digo o que eu acho bonito e o que eu gosto, mas é ela que decide se compra ou não”, conta Menina 2.

A mãe da menina de seis anos, a autônoma a quem chamaremos de Mãe 2, mostra em suas falas a certeza de que assumir o poder de decisão é o caminho certo a seguir. De acordo com Mãe 2, sua vaidade como mulher adulta não deve ser estendida a ponto de atingir a imagem da filha. “Eu sou mulher, ela ainda é uma menina. A admiração que ela tem por mim como mãe não pode chegar ao ponto de ela querer ser igual a mim. Eu fui criada dessa forma e acredito que foi um excelente caminho. Me inspiro nisso na hora de educar a minha filha”, argumenta Mãe 2.

Assim como Menina 1, a terceira personagem nas histórias de quem já trocou os brinquedos pelos cuidados com a beleza, a quem chamaremos de Menina 3, de nove anos, mostra outra situação encontrada no mundo moderno.

Diferente de Menina 1 – vaidosa e apoiada pela mãe – e Menina 2 – vaidosa, mas regrada em casa –, Menina 3 não tem referências de vaidade feminina em seu lar. Como ela mesma afirma, a vaidade é algo natural. Apesar de saber que a mãe foi uma criança vaidosa, Menina 3 é criada pela avó e não tem muitas regalias na hora do consumo.

A dona de casa, a quem chamaremos de Mãe 3, é a avó materna e responsável por Menina 3 desde que nasceu. Em todos os momentos, a avó frisa a realidade de que a menina não é levada a ter o que não pode. Segundo Mãe 3, a pré-adolescente tem liberdade para se cuidar, se arrumar, mas de acordo com as condições financeiras da casa. O que, segundo ela, nem sempre é uma situação fácil, e priva a neta de possuir muito daquilo que deseja. “Acho até bonito ela gostar de ser tão feminina, mas ela sempre sabe que isso tudo só vai até o que eu puder dar”, enfatiza a avó de Menina 3.

A quarta e última personagem busca retratar outra face de tais situações. Aqui será chamada de Menina 4. Aos 12 anos, ela é vaidosa, tem diversos sonhos de consumo, mas vive uma vida pacífica com tudo isso. “Eu sei que não posso ter tudo e entendo isso. Mas se eu pudesse teria muitos vestidos, muitos sapatos e muitas bolsas, uma de cada cor”, sonha a menina. O fato de ser filha única, porém, faz com que ela se

sinta a princesa da casa, mas para a mãe, a projetista a quem chamaremos de Mãe 4, tal fator não muda nada na educação familiar.

Outro elemento de destaque na criação de Menina 4 é o fato de que todas as regalias e presentes estão intimamente ligados aos estudos. Ou seja, se ela se esforça e se sai bem na escola, é recompensada. Caso isso não ocorra, os presentes e compras são imediatamente cortados.

5. Considerações Finais

É sempre fascinante a relação entre mulheres e meninas pré-adolescentes. O aprendizado vem dos dois lados quando, mesmo que sutilmente, as mais velhas desejam ser mais novas, enquanto as crianças desejem crescer e, finalmente, virar gente grande de verdade.

Durante a produção deste trabalho não foi diferente. Entrar em contato com as pequeninas que vivem a saída da infância, fez ver na essência feminina que ainda não perdeu a inocência por completo, é algo realmente belo. Assim como, ouvir as figuras femininas em quem elas se espelham foi esclarecedor para entender o processo de construção de cada personalidade dentro da sociedade.

Observar as ‘princesas precoces’ da atualidade reforçou a certeza de que as escolhas que cada indivíduo faz e as preferências que cada um tem, por mais simples que pareçam, exercem forte influência na personalidade do ser humano hoje. Personalidade esta que naturalmente será moldada no decorrer dos anos e refletirá na sua postura em tempos vindouros.

As *tweens* que se encaixam no perfil exposto neste trabalho podem ser facilmente encontradas no mundo moderno, fato que muito facilitou a escolha das entrevistadas. Tal realidade, porém, precisa ser reavaliada e receber atenção redobrada dos pais, principais responsáveis pela formação da pré-adolescente nessa fase da vida.

Pré-adolescentes não são ‘miniadultos’ e é por esse motivo que a vaidade em excesso faz com as crianças pulem etapas fundamentais ao seu desenvolvimento psíquico e emocional, como correr, brincar com outras crianças, andar de bicicleta, além de comprometer o rendimento escolar. O encurtamento da infância, no entanto, é fruto da modernidade onde, como dito anteriormente, a sociedade valoriza o ter em detrimento do ser.

Prova disso foi uma pesquisa realizada em 2012 pela TNS/InterScience, um instituto de pesquisa atuante em mais de 70 países, a qual apontou que as crianças são responsáveis em até 80% pelas decisões de compra da família. A vaidade e o desejo de consumo na pré-adolescência não são fatores preocupantes, desde que ocorram em proporções moderadas. É o desejo exagerado de se sentir admirado pelos outros que ocasiona problemas.

Por isso, fica o desejo de continuar a estudar temas que envolvam as emoções e comportamentos da pré-adolescência, entendendo, também, de que forma a mídia pode influenciar a vida das meninas que passam por tal fase.

Resta agora a vontade de incentivar educadores a discutirem este assunto, instigando o debate entre pré-adolescentes, professores e pais, em busca de novas conclusões a respeito do consumo e da vaidade na fase que permeia o fim da infância e o início da vida adulta.

Referências

BIGAL, Solange. **Afinal, o que é criação publicitária? O estético na publicidade**. São Paulo: Razão Social. 1993.

ERIKSON, E. H. **Identidade, Juventude e Crise**. Rio de Janeiro: Zahar. 1968.

GALLATIN, Judith. **Adolescência e Individualidade: Uma abordagem conceitual da Psicologia da Adolescência**. São Paulo: Harper & Row do Brasil Ltda. 1978.

LÉGER, Irene. **Os Adolescentes no Mundo Contemporâneo**. São Paulo: Família 2000. 1977.

PINTO, Humberto Sodré. **Revista de Comunica o e Problemas**. São Paulo: Direta. 1965.

SLATER, Don. **Cultura do Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel. 2002.

SILVA, Júlia L cia de Oliveira Albano da. **Rádio: oralidade mediatizada: o spot e os elementos da linguagem radiof nica**. São Paulo: Annablume. 1999.

VEIGA, Aida. Princesas Precoces. **Revista Veja**. São Paulo, n. 1673, nov. 2000. Disponível em: < http://veja.abril.com.br/011100/p_068.html >. Acesso em: 15 jun. 2015.