



Perspectivas acerca do consumo, gênero e infância.¹

Desireè Ribas FUMAGALLI²

Juliana PETERMANN³

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo elucidar três conceitos e colocá-los em tensionamento: consumo, gênero e infância. Constituindo-se, assim, em uma construção teórica e conceitual, com caráter introdutório. Os conceitos serão pautados mediante um levantamento teórico do consumo, a partir de Néstor García Canclini, Zygmunt Bauman, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard e Jésus Martín-Barbero; de gênero, a partir de Joan Scott, Judith Butler, Pierre Bourdieu e Guacira Lopes de Louro; e dos processos de socialização na infância, com o auxílio da psicologia do desenvolvimento, a partir de Jean Piaget, Lev Vygotsky e Henri Wallon. O intuito é abarcar cada eixo teórico aqui em questão, a fim de compreender os conceitos por diferentes perspectivas e promover o diálogo entre autoras e autores.

PALAVRAS-CHAVE: Consumo; gênero; infância; processos de socialização.

1. INTRODUÇÃO

O presente artigo tem o objetivo de esclarecer os conceitos: consumo, gênero e infância e colocá-los em tensionamento. Para tal, será feito um levantamento teórico a partir de diversos autores e autoras no intuito de abarcar cada eixo e compreender os conceitos por vieses diferentes, promovendo o diálogo entre eles. Dessa forma, esse estudo consiste em uma construção teórica com caráter introdutório para posteriormente responder um problema norteador de maior abrangência: Como se dá a atuação do consumo, especialmente midiático, aliado ao processo de socialização, pelo viés da psicologia do desenvolvimento, na configuração das concepções de gênero na infância?⁴

O consumo será compreendido, a partir da relação com a cultura, em suas esferas midiática e material, a partir de Néstor García Canclini, Zygmunt Bauman, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard e Jésus Martín-Barbero. Os autores contribuirão no entendimento do consumo para além da apropriação e do uso dos produtos ou da mídia, mas perante suas múltiplas significações, e influências na vida dos sujeitos.

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 4 a 6 de junho de 2015.

² Acadêmica do 7º semestre do curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da UFSM. Bolsista do Programa de Educação Tutorial - PET Comunicação Social – UFSM, e-mail: desireeribas@gmail.com.

³ Orientadora do Trabalho. Tutora do Programa de Educação Tutorial - PET Comunicação Social - UFSM. Professora Adjunta do Departamento de Ciências da Comunicação da UFSM, e-mail: jupetermann@yahoo.com.br.

⁴ O problema norteador pertence ao trabalho de conclusão de curso da acadêmica Desireè Ribas Fumagalli.



O conceito de gênero será elucidado através de Joan Scott, Judith Butler, Pierre Bourdieu e Guacira Lopes de Louro, para que possa ser compreendido, também a partir de sua relação com a cultura. Ainda, buscaremos abarcar conceitos inerentes ao gênero a fim de compreender suas implicações sociais, como sexo biológico, identidade sexual, identidade de gênero, estereótipos sexuais e sexismo.

Os processos de socialização presentes na infância serão pautados, principalmente, a partir da psicologia do desenvolvimento, através de Jean Piaget, Lev Vygotsky e Henri Wallon. A teoria abordada pelos três autores trata dos processos de desenvolvimento do sujeito, levando em consideração suas trocas com o meio.

Após o levantamento teórico, cada eixo será interpretado a partir das características levantadas por cada autor ou autora, para que, no final do estudo seja possível interligar essas três áreas do conhecimento.

2. CONSUMO

2. 1. Mídia e Cultura

Torna-se importante estudar a mídia não só pela sua onipresença na vida diária dos indivíduos. Transcendendo essa função, de acordo com Silverstone, a mídia deve ser estudada “como algo que contribui para nossa variável capacidade de compreender o mundo, de produzir e partilhar seus significados.” (2002, p. 13). Portanto, ao estudar a mídia, entendemos que ela é formada por um cruzamento de discursos dotados de certos posicionamentos, que condicionam comportamentos e papéis sociais.

Nessa perspectiva, ligamos a mídia à cultura, com o pensamento de Kellner (2001, p. 82) que elucida a cultura da mídia, como uma cultura de “representações que ajudam a constituir a visão de mundo do indivíduo, o senso de identidade e sexo, consumando estilos e modos de vida, bem como pensamentos e ações sociopolíticas.” Para a compreensão do pensamento de Kellner, necessitamos verificar a noção de cultura proposta por Canclini (1997), sua concepção⁵ faz referência a produção de fenômenos que contribuem na compreensão, reprodução ou transformação do sistema social, mediante a representação ou reelaboração simbólica das estruturas materiais.

Buscamos essas concepções para que fosse possível esclarecer a relação entre mídia e cultura como duas estruturas interrelacionadas que compõem a estrutura social.

⁵ Tradução da autora a partir do trecho original: “Quando nos referimos a cultura, estamos hablando de la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social.” (CANCLINI, 1997, p. 60)



Assim sendo, também cabe considerar que “a cultura da mídia [...] ajuda a estabelecer a hegemonia de determinados grupos e projetos sociais” (KELLNER, 2001, p. 81), na medida em que prioriza determinados discursos em detrimento de outros, o que alimenta o desenvolvimento de estereótipos de gênero, classe, raça e outros tantos.

Após observarmos a relação entre cultura e mídia, nota-se que, ao consumo cabe o papel de completar e concretizar esse ciclo, uma vez que, é através dessa prática que se afirmam os papéis sociais no contexto de cada indivíduo. Percebendo a função do consumo na sociedade e sua ligação com a cultura e com a mídia, adentraremos a partir desse momento, em uma explanação de definições do conceito, para compreendê-lo a partir de diferentes perspectivas, utilizando como aporte teórico, os estudos de cinco autores: Néstor García Canclini, Zygmunt Bauman, Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard e Jesús Martín-Barbero pautando tanto o consumo material quanto o consumo midiático.

2.2 Consumo material

O consumo movimentava a relação existente entre mídia, cultura e ideologia. Nessa perspectiva, Canclini (1995) aponta a ligação do consumo com a formação da cidadania, o autor esclarece que, a partir da compreensão do consumo como alvo de pensamento, escolha e reelaboração do sentido social, podemos entendê-lo como mais do que mera aquisição de bens, mas uma possível nova maneira de construir e reafirmar a cidadania. Portanto, Canclini propõe a definição de consumo como

o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos. Esta caracterização ajuda a enxergar os atos pelos quais consumimos como algo mais do que simples exercícios de gostos, caprichos e compras irrefletidas, segundo os julgamentos moralistas, ou atitudes individuais, tal como costumam ser explorados pelas pesquisas de mercado. (Ibid. p. 53)

Aprofundando sua definição torna-se necessário apontar seis características do consumo que contribuem para sua apreensão. A *racionalidade econômica*, vinculada ao capital, ao financeiro; a *racionalidade sócio-política interativa*, ou seja, as necessidades e demandas dos consumidores; a *racionalidade estética e simbólica*, o consumo com função de distinção; a *racionalidade integrativa e comunicativa*, o consumo como elemento socializador e integrador de classes; a *racionalidade do desejo*; e a *racionalidade cultural ou ritual*, através dos significados sociais e do coletivo. (Ibid.).



Os aspectos do consumo elucidados por Canclini evidenciam o quanto o conceito é amplo e passível de diferentes compreensões, que se complementam e geram novas perspectivas e estudos. Destacamos que esse ponto de vista não é restrito ao consumo material, mas propõe uma abordagem cultural do consumo, na qual ele se vincula à cidadania.

Bauman (2008) aponta uma transição da sociedade de produtores, cujo foco era o trabalho, para uma sociedade de consumidores, com foco no consumo, essa mudança compreende uma reestruturação das relações humanas, em que “novas necessidades exigem novas mercadorias, que por sua vez exigem novas necessidades e desejos” (Ibid. p. 45). Assim, a sociedade de consumidores é caracterizada pelo consumismo instantâneo, pela obsolescência embutida e pelo descarte e substituição dos produtos. “Consumir, portanto, significa investir na afiliação social de si próprio, o que, numa sociedade de consumidores, traduz-se em “vendabilidade” (Ibid. p. 75). Segundo o autor

o consumo é um investimento em tudo que serve para o “valor social” e a auto-estima do indivíduo. O objetivo crucial, talvez decisivo, do consumo na sociedade de consumidores [...] não é a satisfação de necessidades desejos, e vontades, mas a comodificação ou recomodificação do consumidor: elevar a condição dos consumidores à mercadorias vendáveis. [...] os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros autênticos dessa sociedade. (BAUMAN, 2008, p. 76)

Ou seja, na sociedade de consumidores, a comodificação dos sujeitos é o que garante sua inserção social.

Ainda abordando a esfera social, Bourdieu (2007) desenvolveu seus estudos com base em conceitos como estrutura social e relações de classes ou grupos de status, assim sendo, a noção de consumo proposta pelo autor está diretamente ligada a esses fatores, e deve ser compreendida levando em consideração essas relações na estrutura social.

As diferenças propriamente econômicas são duplicadas pelas distinções simbólicas na maneira de usufruir estes bens, ou melhor, através do consumo, e mais, através do consumo simbólico (ou ostentatório) que transmuta os bens em signos, as diferenças de fato em distinções significantes, ou, para falar como os linguistas, em “valores”, privilegiando a maneira, a forma da ação ou do objeto em detrimento de sua função. (BOURDIEU, 2007, p. 16)

Bourdieu, em sua compreensão de consumo, elucidava seu caráter simbólico, o qual cumpre o papel de distinção, transformando os bens materiais, em signos. Com o



pensamento do autor, finalizamos a explanação dos conceitos e definições que tangem a esfera do consumo material, dando assim, espaço ao consumo midiático.

2.3 Consumo midiático

Baudrillard (2008) propõe sua concepção de consumo a partir da noção de uma sociedade de consumo. O autor observa que “as comunicações de massa não nos oferecem a realidade, mas a vertigem da realidade [...]. Vivemos desta maneira ao abrigo dos signos e na recusa do real.” (BAUDRILLARD, 2008, p. 25). Entende-se, dessa forma, que, as mensagens consumidas, compostas por signos, compõem uma representação da realidade, e, é através dessa representação que se afirmam estilos de vida. “Todo o discurso sobre as necessidades assenta numa antropologia ingênua: a da produção natural para a felicidade. [...], a felicidade constitui a referência absoluta da sociedade de consumo, revelando-se como o equivalente autêntico da “salvação”. (Ibid. p. 49)

Através da significação proposta por Baudrillard ligamos o consumo material ao consumo midiático, na medida em que se evidencia que ambos são regidos por uma lógica de manipulação dos signos, que traduzem o consumo em felicidade, ou na busca pela mesma. O autor acredita que o consumo cumpre o papel de assegurar a ordenação dos signos e a integração do grupo, constituindo, dessa forma, uma moral (sistema de valores ideológicos) e um sistema de comunicação ou estrutura de permuta. (Ibid.). Ou seja, o consumo atua na integração dos indivíduos na sociedade a partir da divulgação de signos e valores.

Martín-Barbero (apud JACKS, ESCOSTEGUY, 2005) aborda especificamente o consumo midiático, e, em sua teoria discorre acerca do uso social dos meios. O autor pauta a comunicação entendendo o receptor como produtor de sentidos e o cotidiano como principal espaço de pesquisa. Dessa forma, ele propõe ver a comunicação a partir da cultura, sendo primordial a consideração do contexto na análise.

A recepção é compreendida considerando três tipos de mediações: a sociabilidade, a ritualidade e a tecnicidade. Quando falamos em mediações, entendemos que elas “estruturam, organizam e reorganizam a percepção da realidade em que está inserido o receptor” (Ibid. p. 67). A sociabilidade diz respeito à interação social, a apropriação cotidiana da existência; a ritualidade trata da repetição e operacionalidade na busca do sentido; e a tecnicidade é a dimensão constitutiva da comunicação, que transforma as práticas sociais em novas formas de sociabilidade.



Com a concepção de Martín-Barbero, conclui-se a explanação de conceitos e perspectivas acerca do consumo. A fim de melhor interpretar essas explanações e considerar seus aspectos principais construímos uma tabela que simplifica o que foi abordado até o momento.

Autor	Ordem de consumo	Definição de consumo
Canclini	Material	Consumo ligado a cultura e definido através de seis características ou racionalidades: econômica, sócio-política interativa; estética e simbólica; integrativa e comunicativa; desejo; cultural ou ritual.
Bauman	Material	Consumo com o papel de transformação dos consumidores em mercadoria, para que se tornem membros autênticos da sociedade de consumidores.
Bourdieu	Material	Consumo como distinção e afirmação de classe.
Baudrillard	Midiático e material	Consumo composto por signos que direcionam a busca pela felicidade.
Martín-Barbero	Midiático	Consumo como uso social dos meios, e receptor como produtor de sentidos.

Tabela 1. Autores e suas respectivas abordagens teóricas acerca do consumo.

Fonte: A própria autora.

Analisando as concepções apresentadas podemos considerar que todos os autores abordam o consumo com um viés simbólico em diferentes condições.

Abarcando brevemente algumas similaridades presentes, podemos considerar que Baudrillard e Bauman discorrem sobre uma sociedade de consumo, ou sociedade de consumidores, traduzidas como a sociedade atual em que o consumo desempenha um papel central no contexto social, a noção de uma sociedade direcionada pelo consumo evidencia a ligação do consumo com a cultura como propõe Canclini em sua concepção. Já as propostas de Baudrillard e de Bourdieu assimilam-se a segunda racionalidade proposta por Canclini, a racionalidade estética e simbólica, movida pela significação que gera o processo de distinção social.

A conclusão final que os autores nos possibilitaram compreender é o quanto o consumo está diretamente ligado à cultura e ao contexto social do sujeito, seja condicionando comportamentos, produzindo sentidos ou reafirmando posições de classe. Assim, a partir desse momento, entendemos o consumo como um fator cultural que atua na configuração de concepções dos sujeitos. Portanto, entendendo que a mídia



e o consumo configuram comportamentos e concepções, objetivamos pautar suas atuações nas concepções de gênero.

3. GÊNERO

A noção de gênero não é uma concepção recente, no entanto, a forma como é abordada atualmente se difere dos modelos primordiais, uma vez que, o conceito surgiu ligado às correntes feministas e à militância. Portanto, o caminho percorrido iniciou-se empiricamente, para, posteriormente, ser considerado alvo de uma preocupação teórica. As autoras e autor que auxiliarão na compreensão do conceito são Joan Scott, Guacira Lopes de Louro, Judith Butler e Pierre Bourdieu.

Entendendo que o conceito de gênero surgiu ligado às correntes feministas e, somente depois de alguns anos foi abordado como uma categoria teórica de análise, na atualidade, esse conceito ainda é um pouco volátil em algumas áreas do conhecimento e, frequentemente, associado às mulheres. De qualquer forma, devemos entender que, “a história do pensamento feminista é uma história de recusa da construção hierárquica da relação entre masculino e feminino; nos seus contextos específicos é uma tentativa de reverter ou deslocar seus funcionamentos.” (SCOTT, 1989, p. 19).

Ainda que abordados brevemente, os apontamentos históricos foram aqui destacados, tendo em vista que todas as autoras e autor levaram em consideração as questões históricas na elaboração de seus estudos e concepções, pois, é a partir delas que se pode pensar o conceito e reestruturá-lo nas condições de cada época. Scott (1989) propõe uma definição de gênero muito detalhada que contém duas partes:

O núcleo essencial da definição baseia-se na conexão integral entre duas proposições: *o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos*, e *o gênero é uma forma primeira de significar as relações de poder*. (Ibid. p. 21)

A primeira proposição, *o gênero como elemento constitutivo das relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos*, envolve quatro elementos relacionados entre si: a) os símbolos culturais que geram representações múltiplas e por vezes contraditórias; b) os conceitos normativos que limitam as possibilidades metafóricas; c) a fixidade, ou seja, a insistência na representação binária dos gêneros; d) a identidade subjetiva, as diferenças sexuais entre os corpos, para testemunhar as relações e fenômenos sociais que não dizem respeito à sexualidade. (Ibid.)



A segunda proposição trata o gênero como *forma primeira de significar as relações de poder*, nesse aspecto o gênero exerce sua função de legitimação perante a teoria política, na medida em que justifica ou critica as relações entre governantes e governados. (Ibid.)

a ênfase colocada sobre o gênero não é explícita, mas constitui, no entanto, uma dimensão decisiva da organização, da igualdade e desigualdade. As estruturas hierárquicas baseiam-se em compreensões generalizadas da relação pretensamente natural entre o masculino e o feminino. A articulação do conceito de classe no século XIX baseava-se no gênero. (Ibid. p. 26)

Em síntese, para Scott (Ibid. p. 23) o gênero permeia e influencia as relações, sendo “um meio de decodificar o sentido e de compreender as relações complexas entre diversas formas de interação humana.”

Louro, assim como Scott, compreende o gênero para além do caráter biológico, mas algo determinado socialmente, no entanto, ressalta que “o gênero se constitui com ou sobre corpos sexuados, [assim,] não é negada a biologia, mas enfatizada, deliberadamente, a construção social e histórica produzida sobre as características biológicas.” (LOURO, 2008, p. 22). A autora evidencia que o conceito deve ser compreendido de forma contextualizada e cada vez mais plural, considerando homens e mulheres,

acentuando que os projetos e as representações sobre mulheres e homens são diversos [...] as concepções de gênero diferem não apenas entre as sociedades ou momentos históricos, mas no interior de uma dada sociedade, ao se considerar os diversos grupos (étnicos, religiosos, raciais, de classe) que a constituem. (Ibid. p. 23)

Ainda é enfatizada pela autora, a pretensão de compreender o gênero como constituinte da identidade dos sujeitos. Esse aspecto será abarcado posteriormente quando tratarmos especificamente sobre identidade de gênero.

Butler (2007) também entende o gênero como uma construção social, mas sua principal contribuição se encontra no que tange ao entendimento do sexo biológico. A autora problematiza a concepção do sexo biológico e lança seu olhar para compreendê-lo como uma construção cultural, assim como o gênero, e não uma estrutura apresentada isenta de questionamentos.

En algunos estudios, La afirmación de que género está construido sugiere cierto determinismo de significados de género inscritos en cuerpos anatómicamente

diferenciados, y se cree que esos cuerpos son receptores pasivos de una ley cultural inevitable. Cuando la “cultura” pertinente que “construye” el género se entiende en función de dicha ley o conjunto de leyes, entonces parece que el género es tan preciso y fijo como lo era bajo La afirmación de que “biología es destino”. En tal caso, la cultura, y no la biología, se convierte en destino.⁶ (Ibid. p. 57)

Já Bourdieu (2012) não apresenta em sua obra uma noção clara de gênero, no entanto, a ausência de um conceito elaborado pelo autor não torna seus apontamentos e problematizações menos importantes. Assim como as demais autoras, Bourdieu aponta a existência de uma diferença socialmente construída entre os gêneros e como possível justificativa para tal construção está a diferença biológica entre os sexos, o masculino e o feminino e a diferença anatômica dos órgãos sexuais.

O autor partilha de uma ideia semelhante a de Butler (2007) a de que “a definição social dos órgãos sexuais, longe de ser um simples registro de propriedades naturais, diretamente expostas a percepção, é produto de uma construção efetuada à custa de uma série de escolhas orientadas”. (Ibid. p. 23)

Com a concepção de Bourdieu, finaliza-se a exposição dos conceitos de gênero, e, novamente, para simplificar as interpretações, propomos a tabela a seguir. Destacamos que tais tabelas não tem a intenção de configurarem-se como reducionistas de pensamentos e de pensadores tão complexos, mas sim de organizar de forma mais sintética conceitos de modo que, futuramente, estes possam assumir a posição de categorias de análise em nossa pesquisa futura.

Autor(a)	Definição de gênero
Scott	Elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, e uma forma primeira de significar as relações de poder.
Louro	Modo como as características sexuais são compreendidas ou representadas no âmbito das relações sociais, que devem ser entendidas considerando homens e mulheres.
Butler	Gênero e sexo biológico como estruturas definidas culturalmente
Bourdieu	Pautado a partir de uma construção social dos corpos e afirmado pelas relações de poder.

Tabela 2. Autoras e autor, e suas respectivas abordagens teóricas acerca do gênero.

Fonte: A própria autora.

⁶ Em alguns estudos, a alegação de que o gênero é construído sugere um certo determinismo de significados de gênero inscritos em corpos anatomicamente diferenciados, e acredita-se que estes organismos são receptores passivos de uma lei cultural inevitável. Quando a "cultura" relevante que "constrói" o gênero é entendido em termos de tal lei ou conjunto de leis, então parece que o gênero é tão preciso e fixo, uma vez que estava sob a afirmação de que "biologia é destino." Neste caso, a cultura, não biologia, torna-se destino. (BUTLER, 2007, p. 57, tradução da autora)



A maior similaridade presente nos conceitos expostos está na compreensão do gênero como uma construção sócio-cultural, o que permite a relação entre consumo e gênero. Já entendemos que o consumo configura comportamentos, agora, fica evidente a influência do consumo nos comportamentos de gênero. Nessa perspectiva, ressalta-se, de acordo com Baudrillard, que as representações na mídia são inspiradas na realidade. No que diz respeito ao gênero, grande parte das representações ainda segue um modelo vinculado ao sexo biológico, o que alimenta determinados estereótipos sexuais presentes na mídia. Para facilitar a compreensão desses conceitos, eles serão apresentados brevemente a seguir.

3. 1 Sexo biológico, identidade sexual e identidade de gênero

O sexo biológico diz respeito ao órgão sexual feminino ou masculino. A identidade sexual é uma construção que diz respeito a forma como o sujeito vive sua sexualidade, “com parceiros/as do mesmo sexo, do sexo oposto, de ambos os sexos ou sem parceiras/os” (LOURO, 2008, p. 26). Já a identidade de gênero diz respeito a identificação do indivíduo social, cultural e historicamente como femininos ou masculinos o que gera uma divisão entre pessoas *cisgênero* e *transgênero* – ambas independem da identidade sexual – as primeiras se identificam com seu sexo biológico, as segundas se identificam com o outro sexo, que não o que nasceram.

3. 2 Sexismo e estereótipos sexuais

O sexismo, de acordo com Smigay (2002, p. 34) “é uma posição, ou uma postura misógina, de desprezo frente ao sexo oposto [...] está presente intragêneros tanto quanto entre gêneros.” O conceito está ligado aos estereótipos sexuais, que dizem respeito à “concepção dualista – masculino e feminino – em que para cada uma dessas configurações há diferentes papéis estereotipados e estes papéis são influenciados pela família, escola, comunidade em geral, sobretudo na infância.” (REIS, 2008, p. 12). Assim, iremos considerar as concepções de gênero a partir da infância.

4. INFÂNCIA

A noção de infância se constituiu passando por diversos períodos históricos, assim como o gênero. De acordo com Andrade (2010) a primeira noção de infância surgiu ligada a uma perspectiva adultocêntrica, ou seja, as crianças exerciam sua função social na medida em que incorporavam funções desempenhadas por adultos. Com a



ascensão da burguesia, o modelo familiar sofre modificações em sua estrutura, devido necessidade e desejo de privacidade. Nesse momento que se reforça, no contexto familiar, a caracterização de papéis sexuais, “o homem passa a ser visto como provedor, devendo, portanto, fazer parte do mundo público, e a mulher, responsável pela casa e educação dos filhos, fazendo parte do mundo privado.” (Ibid. p. 50).

A criança só adquire seu papel, diferenciando-se do adulto, no capitalismo, quando se compreende sua função socialmente, destacando assim, sua fragilidade e necessidade de dependência de um adulto para sua socialização. Hoje, o Estatuto da Criança e do Adolescente, em seu artigo segundo, considera criança, a pessoa até doze anos de idade incompletos, no entanto, evidenciando a importância dos processos de socialização na vida de cada indivíduo, devemos compreender a infância não somente por seu caráter biológico ou faixa etária, mas como algo resultante das transformações sociais em determinado contexto social, em que se deve considerar o papel da família, da escola, e outras variantes sociais como raça, classe social e gênero. (Ibid.)

4. 1 Processos de socialização

Os processos de socialização são “os laços afetivos que constituem a base de sustentação e que configuram as tarefas e papéis delegados a cada membro” (GOMES apud REIS, 2008, p. 20). Dessa forma, podemos entender que a família, a escola, o contexto cultural e a mídia (essa última já pautada anteriormente) atuam como formadores de opinião, da mesma forma que influenciam “comportamentos e atitudes considerados adequados ao seu papel na sociedade.” (Ibid. p. 20). O desenvolvimento infantil que será abordado no tópico a seguir é considerado perante os processos socializadores, porém, ressaltamos que o processo de formação do indivíduo não ocorre somente na infância, mas sim, ao longo de toda sua vida, no entanto, julgamos importante considerar a infância por acreditar que é uma época passível de novas interpretações em sua relação com o consumo, e de possíveis desmistificações em sua relação com o gênero.

4. 2 Psicologia do desenvolvimento

O levantamento teórico que auxiliará na compreensão do processo de desenvolvimento infantil será feito a partir dos autores Jean Piaget; Lev Vygotsky e Henri Wallon. A psicologia do desenvolvimento, abordada por estes três autores, trata dos processos de desenvolvimento do sujeito levando em consideração suas trocas com



o meio, “as teorias sociointeracionistas concebem, portanto, o desenvolvimento infantil como um processo dinâmico, pois as crianças não são passivas, meras receptoras das informações que estão à sua volta.” (FELIPE, 2001, p. 27)

Wallon (apud FELIPE, 2001) “propôs o estudo integrado do desenvolvimento infantil, contemplando os aspectos da afetividade, da motricidade e da inteligência.” O autor entende que o desenvolvimento da criança depende das experiências oferecidas pelo meio. Estão presentes nesse contexto de desenvolvimento o espaço físico, as pessoas próximas, a linguagem e a cultura. Ainda, para o autor, o desenvolvimento não possui um caráter contínuo, mas é marcado por rupturas, uma vez que, a cada nova etapa pode haver uma total reformulação de etapas anteriores.

Wallon (Ibid.) propõe quatro estágios de desenvolvimento. O primeiro estágio compreende o primeiro ano de vida da criança e é denominado *estágio impulsivo-emocional*, envolve a fase de relações emocionais ente as crianças e o ambiente. O segundo estágio se dá de um a três anos de idade, é o *estágio sensório-motor*, etapa de exploração do mundo físico e de relações cognitivas com o meio, nesse estágio que a criança desenvolve a capacidade de simbolizar. O terceiro estágio é o *personalismo*, dos três aos seis anos, nessa fase predominam as relações afetivas e a construção da consciência de si, por meio das interações sociais. O quarto, dos seis anos até o início da adolescência, por volta dos onze anos de idade, é o *estágio categorial*, no qual a criança direciona seu interesse para o conhecimento e a conquista do mundo exterior.

Vygotsky (Ibid.) destacou as influências socioculturais no desenvolvimento cognitivo da criança. O autor enfatiza o papel da cultura como fornecedora de sistemas simbólicos de representação da realidade, e, é através destes signos que se pode construir uma interpretação do mundo real. Sua perspectiva assemelha-se a concepção de Baudrillard (2008) no que tange as mensagens transmitidas pela mídia, que representam a realidade através de signos. Essa semelhança não se dá arbitrariamente, pelo contrário, é justamente o que evidencia o consumo midiático como um processo de socialização, o que se dá devido a presença da cultura na mídia, aspecto já pautado anteriormente.

A base da teoria proposta por Vygotsky (apud FELIPE, 2001) está na linguagem, uma vez que, essa é responsável pela mediação dos indivíduos com o mundo. O autor pauta dois níveis no desenvolvimento infantil: o *nível de desenvolvimento real*, que se refere ao que a criança já consegue fazer sem o auxílio de outras pessoas. E o *nível de desenvolvimento potencial*, que abarca a capacidade de



desempenhar tarefas com a ajuda de outros. A zona de *desenvolvimento proximal ou potencial* abarca o papel da escola de incentivar as crianças a desenvolverem novas habilidades que ainda não conseguem sozinhas.

Diferente de Vygotsky, Piaget (Ibid.) tinha como objetivo central descobrir como se estruturava o conhecimento. Sua teoria se estabelece na relação da criança com o mundo através da experimentação, isto é, para que o sujeito conheça um objeto, ele precisa estar inserido em um sistema de relações, para que tenha suas propriedades descobertas e possibilite novas relações com outros objetos. O autor encara as crianças como sujeitos ativos da sua aprendizagem e pauta o desenvolvimento através de quatro estágios. O *estágio sensório-motor*, de zero a dois anos, aproximadamente, etapa em que o bebê adquire conhecimento por meio de suas próprias ações, através da exploração sensorial dos objetos. O *estágio pré-operacional*, de dois a seis/sete anos, compreende a fase de construção das capacidades lógico-matemáticas, que envolvem a seriação e classificação de objetos. Na etapa seguinte, o *estágio operacional concreto*, dos sete aos onze anos, a criança já é capaz de relacionar diferentes aspectos e abstrair dados da realidade, ela desenvolve a reversibilidade, ou seja, a capacidade de entender que uma transformação evolui um estado inicial e um estado final e conseqüentemente a capacidade de entender a transformação no seu sentido inverso, a reversão desta. Por fim, no *estágio operacional formal* dos 12 anos em diante, já é adquirida a capacidade de pensar abstratamente criando teorias e noções mundo.

A tabela a seguir sintetiza as teorias dos três autores.

Autores	Concepções de desenvolvimento infantil
Wallon	Desenvolvimento descontínuo, influenciado pelo meio, espaço físico, pessoas próximas, linguagem e cultura. Quatro estágios de desenvolvimento: impulsivo-emocional, sensório-motor, personalismo e categorial.
Vygotsky	Influência da cultura fornecedora de sistemas simbólicos de representação da realidade. Linguagem como base da teoria composta por dois níveis de desenvolvimento: real e potencial.
Piaget	Base da teoria na busca pela construção do conhecimento com base na experimentação. Quatro estágios de desenvolvimento: sensório-motor, pré-operacional, operacional concreto, operacional formal.

Tabela 3. Autores e suas respectivas abordagens teóricas acerca do desenvolvimento infantil.

Fonte: A própria autora.

A infância foi aqui pautada através da psicologia do desenvolvimento a partir da compreensão de que se o meio influencia no desenvolvimento e formação do papel



social das crianças, a mídia, fazendo parte do meio, também cumpre um papel na formação desses sujeitos. Dessa forma, torna-se necessário repensar perspectivas através da relação entre o consumo, o gênero e a infância.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consumo, gênero e infância, aparentemente áreas tão distantes, se mostraram interrelacionadas não só por serem construções sócio-culturais, mas por interferirem uma na outra, na medida em que se relacionam e se constroem mutuamente. Em síntese, a mídia representa o gênero e a infância, por outro lado, o gênero se constrói também a partir da mídia, do consumo e dos processos de socialização na infância.

A mídia através de seus discursos, de acordo com Kellner (2001), cumpre um papel claro em difundir e legitimar ideologias dominantes, priorizando modelos padrão aceitos pelas classes superiores. Assim, entendemos que a mídia privilegia certos comportamentos tidos como aceitáveis e exclui determinadas realidades.

Portanto, levando em consideração que a mídia cumpre um papel no processo de desenvolvimento infantil e, relacionada ao gênero, alimenta estereótipos sexuais, torna-se importante tensionar essas áreas do conhecimento a partir da infância, principalmente, para compreender como se moldam as concepções de gênero desses sujeitos em desenvolvimento, e qual é o papel do consumo perante essa configuração, pois, é a partir disso que se torna possível pensar novas perspectivas e uma prática comunicacional mais ética que atenda e represente a diversidade em todas as suas nuances.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, L. B. P. **Educação infantil**: discurso, legislação e práticas institucionais. São Paulo: Editora UNESP; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/h8pyf/pdf/andrade-9788579830853-06.pdf>>. Acesso em: 18 abr 2015.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70. 2008.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Tradução Maria Helena Kühner. 11 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.



_____, P. **A economia das trocas simbólicas**. Sérgio Miceli (Org.). São Paulo: Perspectiva, 2007.

BRASIL. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Brasília, 13 de julho de 1990. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm>. Acesso em: 19 abr. 2015.

BUTLER, J. **El gênero en disputa: el feminismo y lasubversión de laidentidad**. Buenos Aires: Paidós, 2007.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

_____. **Ideología cultura y poder**. Buenos Aires, Argentina: Oficina de Publicaciones Del CBC, 1997.

FELIPE, J. O desenvolvimento infantil na perspectiva sociointeracionista: Piaget, Vygotsky, Wallon. In: CRAIDY, M.; KAERCHER, C. E. P. S. (Org.). **Educação infantil: pra que te quero?** Porto Alegre: Artmed, 2001, p. 27 a 36.

JACKS, N.; ESCOSTEGUY, A. C. D. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

KELLNER, D. **A Cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Tradução Ivone Castilho Benedetti. Bauru, SP: EDUSC, 2001.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 10 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

REIS, K. C. F. **Infância, Gênero e Estereótipos Sexuais: análise do relato de mães de crianças de 4 a 6 anos**. 2008. 118 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia do Desenvolvimento e Aprendizagem) – UNESP, Faculdade de Ciências, Bauru, 2008.

SCOTT, J. **Gênero: uma categoria útil para análise histórica**. Tradução Christine Rufino Dabat, Maria Betânia Ávila. New York, Columbia University Press. 1989.

SILVERSTONE, R. **Por que estudar a mídia?** Tradução Milton Camargo Mota. São Paulo: Loyola, 2002.