

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALFENAS

CIÊNCIAS SOCIAIS

ARACHELIS GASPAR

**GLOBALIZAÇÃO E SUBJETIVAÇÃO DA IDENTIDADE DA
CRIANÇA NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA**

ALFENAS

2018

ARACHELIS GASPAR

**GLOBALIZAÇÃO E SUBJETIVAÇÃO DA IDENTIDADE DA
CRIANÇA NA SOCIEDADE PÓS-MODERNA**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado como parte dos requisitos para
obtenção do título de Bacharel em Ciências
Sociais pelo Instituto de Ciências Humanas
e Letras da Universidade Federal de
Alfenas, sob a orientação do Prof. Dr.
Marcelo Rodrigues Conceição.

Alfenas, MG

2018

Dedico este trabalho, à minha família, principalmente minha mãe que muito me ajudou nestes anos todos, incentivando meus estudos.

"Na minha vida não vale tanto o que temos, nem importa o que somos. Vale o que realizamos com aquilo que possuímos e, acima de tudo, importa o que fazemos de nós."

Rui Copche Borzani

RESUMO

O presente trabalho apresenta questões da globalização, do consumismo e análise sobre seus impactos na formação da subjetivação do indivíduo social diante da produção cultural vigente e das relações sociais que adultos e crianças estabelecem com a mídia e com o consumo na sociedade globalizada. Entende-se que a infância é reflexo de uma construção histórica que apresentou diversas características, em diferentes contextos, até chegar ao presente momento. Atualmente a infância é considerada como estrutura geracional, percebendo como agente em potencial, intelectual, emocional e social. A análise empreendida neste trabalho discute sobre a formação subjetiva das crianças e como a mídia trabalha com elas. As interpretações dos produtos culturais contemporâneos direcionados ao público infantil configuram-se em uma forma de resistência das crianças à tentativa de massificação e homogeneização promovida pelo processo de globalização. Como método de trabalho realizou-se uma análise reflexiva sobre os determinantes da indústria cultural na formação da criança. Para isso, discutiu-se o conceito da infância como consumidora em potencial dos bens. As crianças apresentam comportamentos influenciados pela mídia e exercem forte influência sobre os produtos consumidos.

Palavras-chaves: Cultura de Consumo, Cultura Midiática, Sujeito Contemporâneo, Subjetividades, Sociologia da Infância.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	2
1 – METODOLOGIA	6
2 – GLOBALIZAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE VALORES SOCIOCULTURAIS	8
3 – A IDENTIDADE E O SUJEITO	14
3.1 – CRIANÇA COMO SUJEITO ATIVO	15
CONSIDERAÇÕES FINAIS	21
REFERÊNCIAS	23

INTRODUÇÃO

Devido a Revolução Industrial, as ideias de eficiência, superação e progresso, fizeram com que o capitalismo assumisse a força de um sistema econômico, de produção e consumo, que vem se expandindo em larga escala. Essa revolução tinha como objetivo a facilidade e o rendimento do trabalho humano, ao buscar essa, houve um aumento no desenvolvimento e no investimento tecnológico o que levou ao que pode ser chamada hoje de Revolução da Informática, essa por sua vez aspira a redução das forças de trabalho do homem, por meio de tecnologias.

Juntamente com essa revolução ocorreram outros processos como a globalização, o aumento da produção de mercadorias, a circulação e o acesso facilitado às informações e a expansão de aspectos culturais. Tais processos favoreceram as transformações ocorridas no mundo. Dentre essas transformações notam-se a quebra das barreiras legítimas nacionais, havendo impacto direto nas migrações, nos grupos políticos internacionais, na economia, no processo comum de produção, a intensificação da circulação das informações e de valores culturais e a expansão do consumismo mundial.

Segundo Postman (1999, p.109), após a invenção do telégrafo por Morse, a informação passou a ter um caráter anônimo, descontextualizado, tornando as diferenças entre culturas irrelevantes.

O telégrafo criou um público e um mercado [não só] para a notícia fragmentada, descontínua e essencialmente irrelevante, que até hoje é a principal mercadoria da indústria da notícia”. O telégrafo foi o precursor das mudanças que o seguiram: prensa rotativa, fotografia, telefone, cinema, rádio, TV (e, mais recentemente, a Internet), tornando impossível o controle da informação, modificado em sua forma, havendo hoje uma preponderância de imagens. (POSTMAN, 1999, p. 109)

Tais mudanças trouxeram consequências para a infância, retirando da família e da escola o controle da informação, alterando o tipo de acesso das crianças e dos adolescentes à informação. A imagem da televisão, por exemplo, está disponível a todos, independentemente da classe ou idade.

Ao longo da história da humanidade os meios de comunicação sempre estiveram presentes e no decorrer do tempo foram aos poucos sendo substituídos por novos meios tecnológicos de comunicação

Assim a mídia entra no mundo contemporâneo, como um instrumento da indústria cultural, como meio transformador da organização da vida cotidiana, alterando e interferindo diretamente ou indiretamente nas relações intersubjetivas. Essa indústria vai modificar desde as relações de produção e consumo até as relações sociais, criando uma cultura racionalizada, onde seus aspectos culturais são transmitidos, de acordo com o que é viável a essa indústria e ao sistema capitalista, a todas as classes sociais, visando à homogeneização dos diferentes grupos sociais.

É pensando nessas interferências nas relações sociais que coloco as questões: como essa indústria vai trabalhar com a criança e como a criança recebe esses valores criados por essa indústria e faz usos dos significados em seu cotidiano? E é a partir dessas indagações que proponho a discussão sobre como a globalização e a mídia podem influenciar no processo de subjetivação e internalização da criança.

O avanço tecnológico possibilitou a criação de vários ambientes em que os homens passaram a considerar e perceber os cenários ao seu redor, como citado por McLuhan (1964, p. 12).

[...] os homens nunca têm consciência das normas básicas seus sistemas ambientais ou de suas culturas. Hoje, as tecnologias e seus ambientes conseqüentemente se sucedem com tal rapidez que um ambiente nos prepara para o próximo. As tecnologias começam a desempenhar a função de arte, tornando-nos conscientes das conseqüências psíquicas e sociais da tecnologia.

A arte apontada será posta como um bem de consumo e não um meio de percepção. Assim como Leenhardt (1997) coloca ao falar da “morte da literatura”, em que esta teria sido eliminada pela cultura de massa, pela televisão e pelo cinema, com o surgimento da concorrência através de um universo ficcional instantâneo decorrente dessas novas tecnologias.

Ao se referir à cultura de massa decorrente de uma indústria cultural, surgem duas vertentes, uma onde essa indústria é vista como uma “ barbárie cultural”, capaz de produzir ou acelerar a degradação do homem” (COELHO, 1980 p.14), como um Estado fascista, com bases no totalitarismo moderno promovendo a alienação dos homens e

fazendo com que estes ao negligenciar o pensamento individual, estão favorecendo e alimentando o sistema em que estão envolvidos.

A outra vertente aponta essa indústria cultural como um processo de democratização da cultura, uma função integradora.

Essa função central seria a mesma de toda produção cultural: a revelação, para o homem, das significações suas e do mundo que o cerca (com a diferença de que essa revelação se faria agora mais depressa e para maior número de pessoas, dada a tecnologia utilizada) (COELHO, 1980, p. 14).

Nesse caso essa indústria cultural entraria como um processo ou um instrumento no combate a alienação e na “distribuição” de aspectos culturais.

Posto essa oposição de teorias, podemos investigar como a mídia participa da formação da vida social e cultural de todos os indivíduos. Assim como Silverstone aponta,

É no mundo mundano que a mídia opera de maneira mais significativa. Ela filtra e molda as realidades cotidianas por meio de suas representações singulares e múltiplas, fornecendo critérios, referências para a condução da vida diária, para a produção e manutenção do senso comum (SILVERSTONE, 2002, p. 20).

Valores, atitudes, gostos e as culturas de classe e étnicas são reflexões e constituições da experiência que servem como definições de identidade para situar os indivíduos no mundo. Dessa maneira a criança já nasce inserida em uma cultura, em um contexto social no qual irá constituir sua identidade, seus valores e sua forma de receber, interpretar e resignar o mundo. Assim as expectativas sobre a criança já crescem a partir do momento em que é gerada e essas expectativas ultrapassam a esfera familiar no momento em que assume um lugar de destaque na sociedade de consumo, diz Souza (2005, p. 84) “[...] a criança é levada ao status de cliente, isto é, um sujeito que compra, gasta, consome e, sobretudo é muito exigente”.

A criança apresenta-se inserida na lógica da indústria cultural, onde a cultura em que é introduzida e transformada em um bem de consumo. Um produto, ao entrar em contato com essa lógica do consumo em seu cotidiano passa a construir sua identidade consumidora, suas relações sociais e garantindo a sua inserção dentro de um grupo.

A infância não se oferece mais como categoria que proporciona felicidade e inocência (Sarlo, 1997). A infância muda sua posição, sai da passividade, para atividade, passa a exigir da sociedade o que antes ela era apenas um estágio pré adulto.

Portanto, é no cotidiano na sua amplitude o local onde as mais variadas formas de trocas e produções culturais ocorrem. Desde os contatos diretos ou indiretos nas culturas de pares até na esfera global das relações de troca e consumo na cultura internacional popular. Assim vemos que na cultura contemporânea, todas as formas de relação são e podem ser mediadas por instrumentos midiáticos com capacidade de socialização, inserção e subjetivação.

Considerando os pressupostos apresentados até o momento, o trabalho está organizado em mais três partes. Na primeira apresenta os caminhos teórico-metodológicos utilizados na investigação, situando a metodologia da pesquisa e contextualizando-a. Nessa fase os dados coletados em artigos e teses ajudaram na compreensão do modo como a mídia está presente no cotidiano das crianças e da relação de pares entre elas. Na segunda parte se faz uma discussão articulando aspectos da globalização e a cultura da mídia, abordando as transformações ocorridas nas sociedades no contexto pós-moderno e os fenômenos de interferência na constituição do sujeito contemporâneo. Indicando os instrumentos midiáticos como “mediadores” de socialização com funções pedagógicas assim como outras instituições tradicionais de ensino. Na última seção se destaca a subjetividade do sujeito contemporâneo. A relação indivíduo-sociedade e a sua constituição, considerando que a identidade é concebida por meio de uma construção contínua, segmentada e que ocorre na troca de relação entre o indivíduo e a cultura. Ainda nessa seção a pesquisa se desdobra e foca na categoria geracional da infância, o enfoque central. Nesse momento fora necessário contextualizar a nova sociologia e a sua contribuição para a pesquisa, enfatizando a criança como um indivíduo ativo na sociedade, que constrói e modifica a sua subjetividade nas relações de pares e demonstrando como a sociedade capitalista e a cultura da mídia conseguem trabalhar com esse público alvo que demanda cada vez mais produtos especializados para essa categoria geracional.

1. METODOLOGIA

A princípio com uma inquietação particular, vejo cada dia mais presente nas relações sociais o consumo, muitas vezes abusivos e desnecessários, de bens comerciáveis capazes de conectar as pessoas pelo simples fato de possuir tais objetos. As questões norteadoras sobre como a indústria cultural trabalha na disseminação de valores e modos de agir no cotidiano a fim de garantir a comercialização desses produtos, foram o que me proporcionaram algumas hipóteses sobre o consumo assumir um caráter não só de mantenedor da economia, mas um mecanismo capaz de gerar uma internalização nos sujeitos nas categorias estruturais da sociedade.

A mídia aqui abordada como um veículo transmissor de informações, que muitas das vezes visto com um caráter pedagógico, pois, utiliza de sua abrangência para levar às mais diferentes localidades, modos, costumes e valores que serão diferentemente internalizados pelos espectadores.

Nesse ponto, houve a necessidade de centralizar a análise em um grupo específico dentro da sociedade, optando pelo grupo infantil, necessitou-se novamente um entendimento e uma contextualização da criança na atualidade, uma localização dessa categoria e como os indivíduos, no caso as crianças, passam a ser inseridos na dinâmica social, por meio das socializações vivenciadas. Foram imprescindíveis as teorias para compreender as dinâmicas ocorridas na sociedade e assim contextualizar a investigação.

Para elaborar a análise e inserir o modo de pesquisa utilizado, a expressão de Minayo (1992) exemplifica a forma da sociologia compreensiva.

Os autores que seguem tal corrente (Sociologia Compreensiva) não se preocupam em quantificar, mas sim em compreender e explicar a dinâmica das relações sociais que, por sua vez, são depositárias de crenças, valores, atitudes e hábitos. Trabalham com a vivência, com a experiência, com a cotidianidade e também com a compreensão das estruturas e instituições como resultados da ação humana objetivada. Ou seja, desse ponto de vista, a linguagem, as práticas e as coisas são inseparáveis (MINAYO, 1992, p. 24).

A pesquisa se fundamenta em um referencial bibliográfico, entretanto foi necessária a coleta de dados de artigos e teses para a elaboração da etapa que corresponde ao problema sugerido para a investigação, que seria o modo como a mídia interfere a criança na relação de consumo. A forma abordada então parte de uma

pesquisa qualitativa que foi inserida para orientar as diferentes informações coletadas durante o processo de investigação.

Partindo para a fase da análise de dados, disse, Minayo (1992) necessário essa etapa por três finalidades.

[...] estabelecer uma compreensão dos dados coletados, confirmar ou não os pressupostos da pesquisa e/ou responder as questões formuladas, e ampliar o conhecimento sobre o assunto pesquisado, articulando-o ao contexto cultural da qual faz parte. Essas finalidades são complementares, em termos de pesquisa social (MINAYO, 1992 p. 69).

Toda pesquisa inicia-se por um problema, uma dúvida, um questionamento. A presente não poderia escapar da lógica, assim como não escapou de desafios encontrados e obstáculos que levou a algumas reordenações.

Buscou-se pela visão da criança vista como um ser dotado de capacidades, direitos e vontades própria, reagia de diferentes formas ao que lhe era apresentado. Nessa seleção o conhecimento sobre a cultura de pares e a capacidade de reinterpretar feita pela criança foi essencial, pois os trabalhos apresentaram diversos modos de colocação sobre o assunto em pauta.

A globalização infantil assume um papel pedagógico nos dias de hoje, levando cargas de informações por diferentes meios de comunicação, tirando da família e das instituições de ensino o papel de transmissor de conhecimento, e influenciando no cotidiano das crianças. Nessa questão relacionada com a mídia apareceram questões sobre publicidade voltada ao menor, e o controle de tais propagandas direcionadas a esse público, levantando questões sobre o abuso de uso de imagens para influenciar o menor e o papel atuante da mídia como instituição pedagógica na transmissão de valores culturais e estímulos comportamentais subjetivos.

2. GLOBALIZAÇÃO E DISSEMINAÇÃO DE VALORES SOCIOCULTURAIS

Essa cultura denominada como cultura industrializada, tem como consequência a produção de produtos e serviço, com a finalidade de serem trocados por moeda; deturpação e degradação da cultura popular; simplificação de produtos, de modo que estes levem o consumidor a assumir uma postura passiva; e passa a assumir uma postura de guia, onde passa a direcionar o consumidor de acordo com as normas vigentes.

[...] a cultura de massa aliena, forçando o indivíduo a perder ou a não formar uma imagem de si mesmo diante da sociedade, uma das primeiras funções por ela exercida seria a narcotizante, obtida através da ênfase ao divertimento em seus produtos. Procurando a diversão, a indústria cultural estaria mascarando realidades intoleráveis e fornecendo ocasiões de fuga da realidade (COELHO, 1980, p. 12).

Por outro lado, essa cultura industrializada é defendida como um processo de democratização da cultura, onde essa passa a estar ao alcance de todos e age como um mecanismo de contra alienação, dando maior “autonomia” para que o indivíduo adote valores e consuma o que desejar, para que assim escolha algo para satisfazer suas necessidades e se sentir integrado ao grupo.

A crítica à indústria cultural nas sociedades dotadas do sistema capitalista está na individualização e na autonomia do homem que se dá pela crescente divisão do trabalho social e pela produção de massa, causando uma nova forma de domínio sobre o homem.

No pensamento especializado do sistema espetacular opera-se uma nova divisão das tarefas na medida em que o próprio aperfeiçoamento deste sistema situa os novos problemas: por um lado, a crítica espetacular do espetáculo é empreendida pela sociologia moderna, que estuda a separação com o auxílio de seus instrumentos conceituais e materiais da separação; por outro lado, a apologia do espetáculo constitui-se em pensamento do não-pensamento, em esquecimento registrado da prática histórica, nas diversas disciplinas onde se enraíza o estruturalismo. Porém, o falso desespero da crítica não dialética e o falso otimismo da pura publicidade do sistema são idênticos enquanto pensamento submisso (DEBORD, 2003 p. 149).

O homem pós-moderno nessas “sociedades espetáculo” assume um papel de espectador, nessas condições da vida social, o indivíduo não vive os acontecimentos de maneira concreta, pois a realidade se torna algo construído, algo consumível que será distribuído por todas as esferas da sociedade. O consumidor pode desenvolver uma “patologia”, quando a sua necessidade de consumir se torna algo anormal, levando-o ao que pode ser chamado de consumismo. Nesses casos o indivíduo desenvolve uma patologia que pode ser chamada de consumismo compulsivo, onde o indivíduo procura sua realização pessoal por meio de um consumo exagerado de bens e serviços produzidos por uma indústria cultural, em que esta utiliza a mídia para disseminar seus valores e papéis sociais criados para toda a sociedade, tornando cada vez mais os indivíduos vítimas desses mecanismos de transmissão. Embora nem sempre o indivíduo tenha consciência de sua patologia, ele está sempre infeliz e ao comprar tudo o que vê ou deseja, a sua vontade de consumir em vez de diminuir aumentará cada vez mais, pois sua satisfação pessoal será transferida para a necessidade de se adquirir um outro produto. Essa patologia pode se agravar quando o indivíduo se vê sem recursos para adquirir ou alguém ou algo o impede, levando-o a um estado de depressão. De acordo com Debord (2003) o reconhecimento e o consumo aparecem nesses casos como a “pseudo-resposta a uma comunicação sem resposta” (DEBORD, 2003 p. 164), é uma necessidade de imitação que “compensa o sentimento torturante de estar à margem da existência. ”. Uma relação do mundo pós-moderno das relações fragmentadas e líquidas causadas pela disseminação das mais variadas culturas e valores sociais.

A sociedade enquanto conjunto de interações impessoais, distantes, portanto dos laços solidários imanentes à vida comunal. Na comunidade, os vínculos pessoais prevalecem e o ato de rememoração reforça a vivência compartilhada por todos. A sociedade-nação quebra esta relação de proximidade entre as pessoas. Os cidadãos participam de uma consciência coletiva, mas já não se situam mais no nível das trocas restritas a um grupo autônomo e de tamanho reduzido. Por isso a memória nacional ¹é um universo simbólico de “segunda ordem”, isto é, engloba uma variedade de universos simbólicos (ORTIZ, 1994, p. 137).

O consumo como um fato inerente à sociedade e esta por sua é composta por várias categorias sociais que dependem dessas padronizações de consumo e memórias para se manterem e organizarem. A categoria social da infância não foge à regra, posto

¹ Por memória nacional, Ortiz, ira dizer que neste caso o grupo já não é mais restrito, “[...] pois a nação se define pela sua capacidade de transcender a diversidade da população que a constitui” (ORTIZ, 1994, p.137).

que as crianças em diversas sociedades e diversos tempos tiveram seus padrões de consumo de acordo com a necessidade existente, auxiliando para a socialização e inserção da criança no grupo.

Entretanto como já foi abordado anteriormente, a criança toma em seu processo de inserção na sociedade por diversos aspectos e assim passa a construir sua imagem de mundo, por meio de reinterpretações feitas a partir de informações consumidas e memórias recebidas pelas mesmas.

O ato de consumir, possuir, acumular, tornou-se uma das principais referências da sociedade moderna, a cura para a infelicidade momentânea. E essa “solução” se intensificou nas sociedades modernas principalmente com o aumento das mídias e publicidades destinadas a venda de imagens, valores, costumes, enfim, bens de consumo.

Uma maneira de se compreender a relação entre memória e consumo é sublinhar o vínculo econômico que os aproxima. [...]. O design os logotipos de cada produto, teriam a função de fixar sua marca na memória dos clientes potenciais (ORTIZ,1994, p. 144).

Nas sociedades modernas, outra transformação ocorrida, referente as memórias, foi que com os diversos processos sofridos com a globalização, as nações além de construir e manter suas memórias nacionais, com os processos globais, tais nações acabaram por “incluir” ou adequar, a uma memória popular global, esta por sua vez criada por aspectos mais generalizados e símbolos, que com a ajuda de processos políticos, culturais e econômicos, se espalhou pelo globo e penetrou no cotidiano dos indivíduos por diferentes meios.

A imagem seria vendida enquanto mercadoria, a cada vez que fosse contemplada. Indelévelmente ela se incrustada na mente dos homens. A interpretação contém muito de verdade, mas não deixa de ser parcial, pois padece, a meu ver, de um certo economicismo crônico. A cada imagem corresponderia uma empresa, cujo produto estaria a disposição no mercado (ORTIZ,1994, p. 144).

E acrescenta que a memória internacional-popular vai além dessas características, “ela traduz o imaginário das sociedades globalizadas” (Ortiz,1994, p.144), mesmo tendo imagens que são criadas e produzidas pelas indústrias, elas vão além da “intenção inicial do simples ato promocional” (ORTIZ, 1994) elas vão demonstrar e colocar uma dinâmica mais ampla, no qual apresentará uma ética específica; valores e hábitos; e conceitos de espaço e de tempo que serão compartilhados por um grupo de indivíduos inseridos nesse contexto.

Os instrumentos midiáticos, as próprias mídias e as grandes corporações ou indústrias, aparecem como um “mediador” de socialização, que terá como função pedagógica, assim como as instituições de ensino e demais meios de socialização, a construção de uma cultura.

Mídia e empresas são agentes preferenciais na sua constituição; elas fornecem aos homens referências culturais para suas identidades. A solidariedade solitária do consumo pode assim integrar o imaginário coletivo mundial, ordenando os indivíduos e os modos de vida de acordo com uma nova pertinência social (ORTIZ, 1994, p. 145).

É necessário ressaltar que as metamorfoses do processo de trabalho assumiram um caráter de produção em escala e de padronização em determinado momento. Entretanto sabendo que o sistema capitalista no geral é dinâmico e sempre ocasiona uma evolução da sociedade, chegamos a um período de intensa produção de bens de consumo, elevadas trocas de informações, um aumento do “encurtamento” do tempo e do espaço e uma nova organização cultural.

[...] Produção em série, homogeneização. O acelerado ritmo do trabalho e a curta durabilidade do produto acompanham o sinal dos tempos. Inventar-se o tempo de vida útil, medida de tempo que se estende ao próprio homem. Curta vida útil. Estende-la significaria o envelhecimento da sua própria lógica da superação, da eterna busca do novo, da promessa de felicidade transformada em objeto de consumo (PEREIRA, 2005 p. 100).

Com essa intensificação da produção, levou ao que se pode considerar a base da cultura de consumo, onde os homens foram obrigados a se adaptarem a um novo referencial cultural, posto que, o novo modelo de vida contemporânea gerou uma dinamização do cotidiano, transformando-o em um “caleidoscópio de apelos, exigências e possibilidades.” (PEREIRA, 2005). Levando o indivíduo a “dividir-se” em variados papéis sociais e pseudo escolhas, tendo assim um mundo do consumo como uma promessa de um local, onde todos possuem direitos e ser diferente é ser igual.

Essa nova cultura aposta na manutenção da sociedade por meio da personalização do indivíduo e na produção padronizada aos grupos, ou seja, o sistema irá produzir uma indústria da diferença.

[...] Nesse sentido, a singularidade, que só pode ocorrer na relação concreta e conflitual com os outros e com o mundo, é renegada em favor de uma “personalização”, que nada mais é do que a adoção de um entre vários modelos propostos pelo sistema. O processo de personalização é, portanto, a tentativa de se restituir como signo a natureza da diferença, depois de sua anulação na realidade. Isto significa que, estrategicamente, o sistema promove uma espécie de

“mito da diferença” e, desta forma, camufla a hierarquização engendrada pela diferença personalizante. É sobre a perda da diferença que se funda o culto da diferença e, de acordo com esta lógica, apenas as diferenças marginais são permitidas (PEREIRA, 2005 p. 101).

Por diferenças marginais, entende-se que são aqueles aspectos culturais alternativos, independentes desse sistema de produção da cultura de consumo, ou seja, aspectos culturais tradicionais que perpetuam ao longo dos tempos, mantendo sua originalidade e nacionalidade. Ortiz (1994) irá citar que a Terra sendo um conjunto de civilizações espalhadas pelo globo, delimitam cada espaço de acordo com valores particulares e uma mentalidade coletiva modal, pois cada civilização é a continuidade no tempo durável, ou seja, cada civilização possui a sua cultura, e cada cultura mantém em seu íntimo um “núcleo específico” que se conserva intacto até os dias atuais. “O mundo seria um mosaico, composto por elementos interligados, mas independentes uns dos outros” (ORTIZ,1994, p. 17.).

Assim no processo chamado de globalização teria “teoricamente” a intenção de algo global, uma ideia de “aldeia global”, na qual a cultura seria padronizada a todo o planeta. Entretanto é sabido também que com a grande diversidade cultural que encontramos espalhadas pelo globo, seria inviável e impossível fazer com que todos os grupos sociais seguissem uma só cultura.

O mundo dificilmente poderia ser entendido como uma aldeia global, e mesmo sabendo que o peso das novas tecnologias é considerável na rearticulação da ordem social, não se pode esquecer que as técnicas se inserem sempre nas condições objetivas da história. Entre os homens que se comunicam nesta aldeia existem tensões, interesses e disputas que os afastam de qualquer ideal comum, construídos apenas pela razão preguiçosa (ORTIZ,1994, p. 15).

Portanto o caráter da globalização seriam os hábitos, costumes, itens do cotidiano, inseridos na dinâmica social que passam despercebidos no dia a dia. São conjuntos de valores que se estendem a uma pluralidade de grupos sociais. Entretanto assumindo a classificação feita por Ortiz em sua tese, esses conjuntos de valores culturais passam por um processo de “mundialização” que para ele é.

[...] um fenômeno social total que permeia o conjunto das manifestações culturais. Para existir, ele deve se localizar, enraizar-se nas práticas cotidianas dos homens, sem o que seria uma expressão abstrata das relações sociais. Com a emergência de uma sociedade globalizada, a totalidade cultural remodela, portanto, sem a necessidade de raciocinarmos em termos sistêmicos, a situação na qual se encontravam as múltiplas particularidades (ORTIZ,1994, p. 31).

Incluindo nessa multiplicidade a categoria geracional da infância, que trará nesse novo contexto um conjunto de atividades voltadas a elas, principalmente na situação de consumo, posto que essas já nascem inseridas em uma sociedade que enxerga o menor com um potencial elevado de consumidor. Por isso vão trabalhar de maneira que atuam em diversos aspectos na formação desse consumidor mirim, que terá voz e autonomia de escolha, dentro do “leque variado de opções” criado para atender essa demanda infantil.

Juntamente com essa produção voltada a esse público, as empresas, as grandes corporações mundiais e as indústrias vão utilizar de suas abrangências para criar e determinar mecanismo de proliferação dessa produção específica. E é nesse contexto que as publicidades, as mídias entram com “força total” para disseminar esses produtos que trarão consigo não só um objeto, um material, mas todo um conteúdo simbólico, repleto de significados e valores.

Para isso é necessário ressaltar o papel central e constitutivo empregado a cultura contemporânea nos aspectos da vida social, em que o que importa é o presente, sem previsões para traçar metas futuras e onde comportamentos e valores mudam rapidamente. Características como descontinuidade, instantâneo, descartável e transitório, são marcantes nessa modernidade e na formação do sujeito pós-moderno. Isso por que o indivíduo se torna cada vez mais “livre” dentre as opções que o mercado lhe oferece ao consumo, lhe possibilitando a condição de incerteza, substituição e desistência. A globalização e a pós-modernidade trouxe para o sujeito o pluralismo a heterogeneidade, novas identidades, trouxe mudanças estruturais e conseqüentemente mudanças na constituição das subjetividades dos sujeitos.

3. A IDENTIDADE E O SUJEITO

O presente trabalho busca entender a formação da subjetividade e internalização da criança no mundo globalizado. Sabe-se que a reinterpretação e a ressignificação realizadas nas culturas de pares são fatores primordiais na constituição desses sujeitos. É constatado também que a identidade é concebida como uma construção contínua, fragmentada e que acontece na troca da relação entre indivíduo e cultura. O problema aqui encontrado é que com as instituições tradicionais (familiares e escolares) enfraquecidas com os avanços dessa modernidade líquida, a mídia se fortaleceu e apareceu como parâmetros de identificação capazes de fornecer elementos de construção de identidade.

Os indivíduos contemporâneos estão sob a forte influência da economia neoliberal que tem a mídia como aliada, a qual estimula comportamentos subjetivos à sua manutenção e cria novas necessidades baseadas no consumo. A massificação e o excesso de informações - características da cultura contemporânea - vem interferindo na capacidade de discernimento dos indivíduos, levando-os a caminhar da individualidade para o individualismo, do ser sujeito para o ser consumidor. (CAMURRA, 2010, p.34).

A mídia, na atual realidade aparece não somente como um veículo transmissor de informação, mas com um caráter pedagógico e de controle social, de modo que dissemina valores, modos de agir, pensar e se relacionar.

No nosso tempo é notável a mídia com um discurso aberto e dominante na difusão de estilos e modelos de condutas, valores e modos de vida. A mídia impressa, digital e televisiva são os meios por onde muitos indivíduos “recolhem” esses estilos e se apropriam de imagens nas quais estão diretamente ligadas aos repertórios identitários, momentâneos ou as tendências da sociedade. A esses repertórios identitários podemos compreender que o sujeito pós-moderno em sua essência, não se caracteriza mais com uma identidade fixa e estável, porém móvel e podendo assumir diferentes características identitárias e resignificadas em diferentes momentos. Permanecendo em constante construção e mudança.

Nessa perspectiva de identidades múltiplas e ressignificações, é preciso ressaltar que as discussões realizadas até então nos levam a pensar nas mudanças ocorridas também na categoria geracional da infância, que sofrera alteração no modo em que é vista frente a sociedade e passou a ser estudada e aceita de modo mais visível, ganhando maior credibilidade e compreensão no seu desenvolvimento. O que será tratado adiante.

3.1. CRIANÇA COMO SUJEITO ATIVO

A nova sociologia², ou sociologia da infância faz uma crítica à sociologia clássica ou tradicional quando levada em conta a criança. Ela apresenta a criança como um sujeito ativo dentro da sociedade, alguém que demanda algumas exigências para a sociedade, como profissionais adultos que trabalham para e/ou com as crianças, produtos e serviços voltados aos menores, e direitos e deveres reservados a essa categoria geracional. Essa nova visão traz a infância como uma categoria estrutural na sociedade, com condições sociais apresentadas por diversos aspectos e características, sejam elas homogêneas ou heterogêneas.

Na tradicional sociologia, a criança não apresentava um caráter de ser social pleno, isso porque a infância estava diretamente ligada à subalternidade do mundo adulto, e o mundo infantil era visto de maneira de “vir a ser”, um momento de transição de um estágio primário para o estágio adulto. Corsaro (2011) diz que as crianças foram marginalizadas pela sociologia devido a sua posição de subordinação nas sociedades e nas teorias de infância e de socialização.

Vista como um objeto de estudo, pela visão adultocêntrica, a criança era estudada por meio dos processos de socialização ou de desviância/anomia causada pela “falta” de socialização. São várias as teorias tradicionais de socialização, onde as crianças se adaptam e internalizam as normas de conduta e a sociedade: “[...] a criança é vista como alguém apartada da sociedade, que deve ser moldada e guiada por forças externas a fim de se tornar um membro totalmente funcional” (CORSARO, 2011 p. 19).

Adotando o modelo de socialização determinista, a criança é apropriada pela sociedade, nela o menor tem um papel totalmente passivo e com um potencial de contribuinte para a manutenção da sociedade. Por apropriação, Corsaro (2011) diz que a criança será tomada pela sociedade onde será treinada para inserir-se como “um membro competente e contribuinte”. Dentro desse modelo determinista, apareceram duas teorias auxiliares onde uma sendo a funcionalista, dizia que a criança deveria internalizar tais condutas, e essa internalização era dada pela educação oferecida pelos pais e estratégias de formação. Tal socialização era posta visando o futuro para atender

²A nova Sociologia ou sociologia da infância faz referência ao conjunto de trabalhos que passaram a conceituar as crianças como indivíduos ativos na sociedade, ou seja, atores sociais, e a caracterizarem a infância como uma instituição ou um dado permanente da estrutura social. Esses trabalhos começaram a partir de 1970 e foram se concretizando e codificando ao longo dos anos até 1990 e difundir o que conhecemos hoje por nova sociologia ou sociologia da infância.

os requisitos do funcionamento social e as demandas da sociedade. Nessa visão, o menor era tido também como uma “ameaça” a sociedade.

O ingresso da criança nesse sistema é problemático porque, embora tenha potencial para ser útil ao seu funcionamento contínuo, ela também é uma ameaça até que seja socializada (CORSARO, 2011 p. 20).

Outra auxiliar do determinismo é o modelo de reprodução, onde estudos afirmam que a internalização dessas normas de conduta social e funcional da sociedade levam a um mecanismo de controle social, no qual a reprodução da mesma gera manutenção das desigualdades de classe.

Esses modelos reprodutivistas, como são conhecidos, são centrados nas vantagens usufruídas por aqueles com maior acesso aos recursos culturais (CORSARO, 2011 p. 21).

Visto essas duas auxiliares, podemos dizer que ambas desprezaram a importância de que as crianças não se limitam em apenas internalizar a sociedade, mas também podem contribuir para mudanças na sociedade.

Há uma modificação na compreensão da criança e da infância. A criança passa a ser vista como ator social, um agente ativo, que ganha certa autonomia e assume a postura de produtora da sua cultura, abandona o estado de criança passiva e reprodutora para ser ativa e reproduzir uma cultura interpretada.

A nova sociologia critica a visão sociológica, biológica e psicológica na compreensão da infância. A infância assume nessa nova sociologia a posição de categoria social, nela as crianças vão participar da cultura adulta e vão reproduzir interpretativamente e criar suas próprias culturas de pares favorecendo dessa maneira a sua socialização na sociedade a partir das suas relações.

Por categoria social, sendo essa geracional, Sarmiento (2009) colocará que a infância independe dos sujeitos estudados que a integram, ou seja, a infância ocupa uma posição estrutural que será condicionada ou guiada pelas relações com as demais categorias geracionais.

Nesse domínio, os trabalhos tentam esclarecer a posição da infância como grupo social e a posição desse grupo nos diversos contextos da vida cotidiana e nas estruturas de poder político e econômico. Para um número crescente de sociólogos, as crianças constituem um segmento da sociedade. As crianças deixam irremediavelmente, quando crescem, esse espaço da sociedade, mas outras crianças vêm ocupá-lo, permanecendo sempre o segmento. Há sem dúvida, confrontações com outros grupos de idade, assim como há confrontações de valores, crenças, práticas de interações entre os segmentos (MONTANDON, 2001 p. 15).

A posição de dependência da categoria infância em relação à categoria adulta se dá por meio da necessidade de bens indispensáveis a sobrevivência que as crianças precisam.

A existência de um grupo que é socialmente subalterno devido a sua condição etária é, por consequência, essencial a definição da infância. Existe infância na medida em que historicamente a categoria etária foi constituída como diferença e que essa diferença é geradora de desigualdade (SARMENTO, 2005, p. 22).

Sarmiento (2005) acrescenta que as crianças nos seus primeiros anos, “são incapazes de sobreviver sozinhas”, e cabe aos adultos a “obrigação tendencial e progressivamente regulada de proteção jurídica e de defesa ante a vulnerabilidade constitutiva”.

Essa perspectiva estrutural baseia-se em três pressupostos centrais, onde a infância assume uma forma estrutural, sendo essa permanente na sociedade independente de seus integrantes; é exposta as mesmas forças sociais que as demais categorias, ou seja, as crianças assim como os adultos participam da sociedade como agentes ativos em atividades organizadas e são afetadas pelos eventos e transformações sociais; e por fim as crianças constroem a infância e a sociedade, sendo essa construção a resultante de ações coletivas entre as próprias crianças e com os adultos.

O reconhecimento da infância como forma estrutural, sendo essa mais uma construção social da sociedade moderna, tem as crianças como um “instrumento” de reprodução da infância e manutenção da sociedade, por meio de suas formas de negociação com os adultos e sua produção criativa de cultura de pares entre os seus. Essa nova maneira de interpretar a infância como um fenômeno social tem como base a modificação da “noção tradicional da socialização pela reprodução interpretativa” (CORSARO, 2011).

Juntamente com essa sociologia da infância, surge uma nova compreensão do conceito de socialização da criança e nos conceitos reprodução e produção de cultura. Nessa nova compreensão a participação é crescente em sua cultura, começando pela família e ampliando para outros contextos onde a criança cria suas culturas de pares.

Por socialização da criança, entende-se como o ato de inserir a criança na sociedade. Antes essa inserção ocorria por meio de duas maneiras, uma dada pelos pais, no âmbito familiar; e a outra pelas escolas ou instituições sociais, por meio da escolarização. Essa forma de transmissão de conhecimento tinha a criança como uma

“tabula rasa” passível de modelamento e reproduzida da cultura dada, no caso a cultura adulta, ocasionando o ocultamento ou invisibilidade da criança.

Com a nova sociologia, essa socialização acontece de maneiras variadas, ela observa a criança como um agente ativo na sociedade com capacidade de interpretação e possível modificação da cultura. Deste modo é fundamental as atividades coletivas e conjuntas entre as crianças, onde elas irão negociar compartilhar e criar cultura entre si e com os adultos. As expressões ou as comunicações das crianças vão além da fala oral, elas estão presentes de várias maneiras, desde gestos, expressões corporais e faciais, e em outros modos de linguagens que para serem interpretadas requerem um grau de compreensão. Ouvi-las requer um trabalho que leva em considerações as suas características homogêneas e heterogêneas, o contexto em que estão inseridas e o modo de linguagem e percepção de mundo que apresentam. Essa nova sociologia, está diretamente ligada ao modo como as vozes das crianças serão captadas, por isso, não há uma metodologia fixa ou específica para trabalhar com as crianças.

Estudos de campo realizados em diversos lugares e de diversos temas mostram a criança como agentes produtores de cultura. Essa produção de cultura pode ser notada no texto de Florestan Fernandes (2004) onde assume a cultura como base social e diferencia a cultura infantil do folclore infantil. Essa distinção é dada por ele, quando se fala de cultura, como sendo algo mais abrangente que apresenta elementos complexos de natureza não folclórica e sendo mais inclusiva. Essa cultura infantil é caracterizada por ele como algo quase que exclusivo dos imaturos e caracterizado por uma natureza lúdica. Dessa maneira os grupos sociais assim formados independem do indivíduo, a sua continuidade continuará existindo independente dos membros e seus elementos característicos continuarão presentes podendo sofrer modificações. Esses elementos folclóricos são adquiridos pelas crianças por meio dos adultos e são transportados durante tempos para seus colegas imaturos e modificados de acordo com a época em que se encontram, ou seja, são elementos da cultura adulta, incorporados na cultura infantil por meio de processos de aceitação e nela se mantém com o tempo.

Do mesmo modo, a criança funde os tempos presente, passado e futuro, numa recursividade temporal e numa reiteração de oportunidades que é muito própria da sua capacidade de transposição no espaço-tempo e de fusão do real com o imaginário (SARMENTO, 2005, p. 375).

Mesmo que se modifiquem com o tempo a função social dessas composições ou elementos é conservada, assim como os valores sociais e tradicionais.

Entretanto as crianças também são capazes de criar seus elementos culturais, mas assim como toda criação ela leva tempo para ser institucionalizada. As crianças abstraem e de maneira genérica realizam suas funções de maneira que preservem o conteúdo social que está implícito nas relações entre os indivíduos. A criança é capaz de despersonalizar o personagem, apresentando somente as características do papel social que aparece na brincadeira, ou seja, ao brincar de papai e mamãe, ela irá apresentar as características do papel social que o homem e a mulher apresentam ao ser pai e mãe, não vão imitar os próprios pais na hora de brincar. Sarmiento (2005) afirmará que para as crianças o jogo simbólico ou o objeto de referência não perderá a sua identidade própria, e que essa alteração da lógica formal coexiste na organização do discurso da cultura infantil, possibilitando que a criança percorra pelo mundo do real e do mundo imaginário e assim vá construindo e percebendo as contradições e possibilidades existentes.

Corsaro (2011) em seu texto “Sociologia da Infância”, assim como Fernandes (2004) e outros, afirmam que o universo da cultura infantil é sempre mediado por adultos, tanto nas primeiras experiências de interação ou nos aspectos materiais e simbólicos produzidos por adultos para as crianças. Entretanto afirma que a criança irá internalizar certos valores culturais e irá reproduzir de maneira interpretada aos seus pares, possibilitando a ampliação e modificação desses conhecimentos.

Estas atividades e formas culturais não nascem espontaneamente; elas constituem-se no mútuo reflexo das produções culturais dos adultos para as crianças e das produções culturais geradas pelas crianças nas suas interações. Não são, portanto, redutíveis aos produtos da indústria para a infância e aos seus valores e processos, ou aos elementos integrantes das culturas escolares. São ações, significações e artefatos produzidos pelas crianças que estão profundamente enraizados na sociedade e nos modos de administração simbólica da infância (de que o mercado e a escola são integrantes centrais, a par das políticas para a infância) (SARMENTO, 2005, p. 373).

Essa construção de significados pela criança pode ser dada por elementos da cultura adulta reinterpretada ou pela troca de elementos adquiridos pelas interações de pares. Assim, podemos dizer que essa construção de significados pertence a uma cultura de pares formada pelas crianças. Uma cultura infantil que proporcionará a iniciação ou a introdução do menor na vida social da sociedade, essa introdução é dada por meio de interações cotidianas com os seus, seja por meio de brincadeiras, trabalhos ou reprodução interpretada da cultura adulta. Esse universo particular da cultura infantil é

visto como um estágio de iniciação ou antecipação da vida adulta, preparando assim a criança para a vida adulta em sociedade.

A nova sociologia ou da infância, auxiliou na compreensão de como a criança nas suas relações de pares consegue ressignificar e internalizar toda a carga de informação que a mesma recebe incluindo os referenciais recebidos da mídia, posto que é notável o quanto os menores estão expostos a essa cultura midiática que a sociedade lhes impõe.

Sabendo que a criança, hoje, como agentes ativos que demandam dessa sociedade produtos e serviços especializados a ela, e a mídia, por sua vez, sabendo também do seu potencial de influência, utiliza de referenciais culturais identitários, para a formação de sujeitos pós-modernos, nas suas formas de pensar, agir e estar no mundo, criando e disseminando produtos e serviços especializados, com características encantadoras e descartáveis para as crianças.

A ressignificação e subjetivação do indivíduo na sociedade contemporânea se dá de maneira frágil e rápida, com a criança a mídia trabalha de modo mais pedagógico, pois existem inúmeros “espetáculos” educativos, que tomam para si toda a atenção do menor na intenção de educá-los e ensiná-los de maneira atrativa, animada e encantadora, com músicas e personagens que tem a função de agradar e vender um produto e conquistar um consumidor em potencial. Porém é necessário ressaltar que a criança tem a capacidade de pensar e reinterpretar, não sendo totalmente passiva a essa mídia e possuindo a capacidade lúdica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho buscou explicitar a constituição da subjetivação do sujeito contemporâneo no contexto da sociedade global midiática, mais especificamente a criança, posto que essa categoria, ganhou visibilidade nos últimos tempos, após ter conquistado seu espaço na sociedade, adquirindo direitos e sendo produtora de sua própria cultura. Conjunto de sujeitos que compartilham algumas características comuns, novos aspectos subjetivos da contemporaneidade podem surgir, assim como uma especificidade que caracteriza este grupo, as crianças também transformam o seu mundo enquanto o vivem, ao fazerem isso, podem colaborar para uma mudança cultural ou influenciar alguma mudança.

As subjetividades são influenciadas pelas constantes mudanças das condições históricas e sociais que cercam o sujeito, e como as mudanças da sociedade influenciam diretamente nessa subjetividade, estando diretamente ligadas a cultura da mídia o sujeito pós-moderno sofre as investidas do meio midiático.

Com essas mudanças no mundo pós-moderno a cultura do consumo e a mídia tem se tornado uma instituição significativa e até mesmo, determinante em alguns casos, nos processos de formação das identidades. A mídia atua com mais eficiência na função de produtora e disseminadora de cultura, através dos significados e das representações que ela transmite insistentemente pela sua presença no cotidiano de todos, constitui-se como lugar decisivo no processo de produção de identidades, expondo modos de vida, valores e ideias. Concordamos, portanto, que a cultura da mídia oferece material suficiente para criar fantasias e sonho, modelando pensamentos e comportamentos.

São esses materiais que possibilitam que nesse mundo novo, das múltiplas possibilidades, o sujeito crie e recrie identidades de acordo com os ambientes em que se encontra e com os indivíduos que o cerca. As crianças não nascem com as identidades formadas, elas adquirem e vão internalizando ao longo da vida, transformando e reorganizando todo o conteúdo simbólico que recebem. Conteúdo esse que antes era transmitido principalmente pelas instituições da família e da escola, mas que com o avanço tecnológico ao alcance de todos, possibilitou que as barreiras antes existentes fossem quebradas, deixando o que era longe mais próximo, o lento mais rápido, trazendo aspectos culturais distintos para a realidade vivida, “abrindo as portas” para que o mundo entrasse e deixasse um pedacinho de cada região marcada na formação do sujeito contemporâneo.

A partir dessas compreensões o presente trabalho buscou explicitar a formação da subjetivação identidade da criança na sociedade pós-moderna em um contexto contemporâneo da sociedade global, midiática e consumista.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo. Ed. Paz e Terra, 2002.
- BARROS, Manoel de. *Globalização: as consequências humanas*. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro. Ed. Jorge Zahar, 1997.
- CANCLINI, Néstor García. *A globalização imaginada*. Tradução de Sérgio Molina. São Paulo: Iluminuras, 2003.
- CANDAU, Vera Maria. Sociedade multicultural e educação: tensões e desafios. In: CANDAU, Vera Maria (org.). *Cultura(s) e educação: entre o crítico e o pós-crítico*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005, p. 13-37.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. Ed. brasiliense, versão digital. 1980.
- CORSARO, William A. *Ação coletiva e agência nas culturas de pares infantis*. 2003 (texto digitado).
- COSTA, Marisa Vorraber. Quem são? Que querem? Que fazer com elas? Eis que chegam às nossas escolas as crianças e jovens do século XXI. *ANAIS VI Colóquio sobre Questões Curriculares e II Colóquio Luso-Brasileiro sobre Questões Curriculares*. Rio de Janeiro, 16 a 19 de agosto de 2004. (mimeo.)
- LEENHARDT, Jacques. *Teoria da comunicação e teoria da recepção*. Porto Alegre, n.8. dez. de 1997.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo, Ed. Cultrix.
- MINAYO, M. C. S. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. In: . (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 1992. p. 9-29.
- MONTANDON, Cléopatre. Sociologia da infância: balanço dos trabalhos em língua inglesa. *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo, Fundação Carlos Chagas, nº 112, pp. 33-60, mar., 2001.
- ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994
- PEREIRA, Rita Marisa Ribes; CERDEIRA, Adriana; ANDREIUOLO, Beatriz; SOUSA, Solange Jobim e. Ladrões de sonhos e sabonetes – sobre os modos de subjetivação da infância na cultura do consumo. IN: SOUZA, Solange Jobim e (org). *Subjetividade em questão: a infância como crítica da cultura*. Rio de Janeiro, 7 Letras, 2000.
- POSTMAN, N. *O desaparecimento da infância*. Graphia: Rio de Janeiro, 1999.

ROSSI, Vera Lúcia Sabongi de. Desafio à escola pública: tomar em suas mãos seu próprio destino. *Cadernos CEDES* - Políticas públicas e educação, ano XXI, nº. 55 - Campinas/SP: CEDES, 2001.

SANTOS NETO, Elydio; ALVES, Maria Leila e SILVA, Marta Regina Paulo. *Impactos da globalização nas escolas de educação infantil e primeiras séries do ensino fundamental: as opiniões dos educadores. Relatório Final. Globalização e Educação - K10*, São Bernardo do Campo/SP: UMESP, 2007.

SARMENTO, Manuel Jacinto. A globalização e a infância: impactos na condição social e na escolaridade. In: GARCIA, Regina Leite; FILHO, Aristeo Leite (Orgs.). *Em defesa da Educação Infantil*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001, p. 13 27.

SILVERSTONE, Roger. *Por que estudar mídia?*, São Paulo. Ed. Loyola, 2002

STEINBERG, Shirley R. Kindercultura: a construção da infância pelas grandes corporações. In: SILVA, Luiz Heron; AZEVEDO, José Clóvis de; SANTOS, Edmilson Santos dos (Orgs.). *Identidade social e a construção do conhecimento*. Porto Alegre: Ed. Secretaria Municipal de Educação, p. 98-145, 1997.

SOUZA, Solange Jobim; PEREIRA, Rita Marisa Ribes. Infância, conhecimento e contemporaneidade. *Anais 20ª Reunião Anual da Anped*, Caxambu MG, 1997.

SOUZA, Solange Jobim e (org.) *Subjetividade em questão: a infância como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2005