



A (IN)FLUÊNCIA CAUSADA PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: EROTIZAÇÃO INFANTIL

SANTOS, Mariana¹; Linck, Ieda Márcia Donati².

Resumo: Este texto mostra os resultados do Projeto de Leitura e Escrita, desenvolvido na Unicruz, o qual teve por objetivo refletir sobre as consequências causadas pela implícita, desenfreada e crescente erotização infantil nos meios de comunicação. Tem como base científica dez artigos que conceituam a visão da infância contemporânea, discutem o poder da mídia e como os conteúdos apresentados por ela influenciam no modo de ser, pensar e agir das crianças e adultos. As concepções de infância são influenciadas e constituídas pela cultura, pela vida familiar, pela escola e processos históricos. Ainda se tem uma visão ingênua e pura da criança, sendo ela preservada de algumas informações do meio adulto para manter-se autêntica e que com o passar dos anos construa suas preferências e personalidade. Após a descoberta de crianças como consumidores em potencial, em torno dos anos 50, e com o surgimento de novas tecnologias, diversos produtos foram desenvolvidos especialmente para os pequenos (roupas e calçados, jogos, brinquedos, programas de televisão...) e a infância passou a ser vista como um objeto a ser apreciado e desejado. Dessa forma, surgiu uma espécie de erotização da imagem infantil mostrada pela mídia. Para Souza (2005), “A criança é transformada pela mídia no modelo ideal de consumidor. Se, por um lado, ela não é considerada socialmente como um ser completo, por outro, na perspectiva de sua inserção na cultura, ela é plena para o exercício de consumo”. Uma das formas utilizadas para influenciar as crianças a escolherem determinado produto é o uso de propagandas. Nelas estão presentes meninos e meninas de pouca idade em um cenário bastante colorido e lúdico para chamar a atenção dos consumidores que estão em frente à tela, mas o conteúdo de algumas dessas propagandas possui sentidos diversos e “perversos” e, muitas vezes, a criança presente na cena é mostrada em uma pose sensual ou em um contexto de sedução. Freud (1996) cita que é sabido que a criança traz consigo, desde seu nascimento, o instinto e as atividades sexuais, mas elas começam a aparecer mais explicitamente após passarem por diversas etapas de evolução até a chegada da vida adulta. Antes disso, é apenas um instinto, que pode e deve ser preservado e educado. A mídia, ao utilizar-se de conteúdos com viés de sedução, acaba, por sua vez, erotizando a criança precocemente, porque além de banalizar o sexo, faz com que os pequenos tenham um conceito distorcido a respeito da realidade, pois, muitos deles têm acesso facilitado ao conteúdo adulto e crescem acreditando que o que é transmitido pela televisão ou internet, se aplica também a vida e ao senso comum. A criança precisa ser respeitada, cujas fases da vida não podem ser antecipadas nem abolidas. Ela tem o direito de ser criança, de pensar e agir como tal. Para que essa visão sensualizada da criança seja desconstruída é necessário o alerta sobre a erotização precoce por meio de campanhas que construam espaços de discussão e conscientização dos adultos. Dessa forma, eles tornar-se-ão fiscais do conteúdo acessado por seus filhos nas mídias e sobre qual ótica a criança está sendo descrita por ela.

Palavras-Chave: Erotização Infantil. Meios de comunicação. Criança. Consumo.

¹ Acadêmica do terceiro período do Curso de Jornalismo da UNICRUZ. E-mail: marianadaluzsantos13@outlook.com

² Professora da UNICRUZ. Doutora em Linguística UFSM/UA-Portugal. Mestre em Educação-Uninorte. Mestre em Linguística na UPF. Coordenadora Proenem. Membro do GPJUR e GEL Unicruz. E-mail: imdlinck@gmail.com