

Alex Felix dos Santos

YouTube, crianças e consumo:

A construção de novas subjetividades da infância

Monografia apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência final para a obtenção do título de ESPECIALISTA em Semiótica Psicanalítica – Clínica da Cultura, sob a orientação da Dra. Fani Hisgail.

São Paulo

2019

RESUMO

Esta pesquisa analisa o consumo e a produção de conteúdo por crianças no YouTube como forma de construção de novas subjetividades da infância. Com base em conceitos de semiótica e psicanálise, a investigação situa a infância na história, analisa o fenômeno dos vídeos no YouTube e reflete sobre as possibilidades de desenvolvimento subjetivo das crianças neste cenário. Para isso, realiza a análise semiótica de dois vídeos produzidos por crianças e que possuem uma grande audiência na plataforma. Um dos vídeos segue uma linha narrativa ficcional e o outro, uma linha chamada *unboxing*, que consiste na abertura de um pacote de brinquedo. Por fim, com base em conceitos psicanalíticos, é realizada uma análise sobre o lugar da infância em uma sociedade permeada pelo consumo e pelo espetáculo.

Palavras-chave: infância, consumo infantil, unboxing, Youtube, subjetividades da infância

ABSTRACT

This research analyze the consumption and production of content made by children at Youtube, in a way of constructing new subjectivities of childhood. Based on concepts of semiotic and psychoanalysis, this investigation places the childhood in history, analyze the YouTube videos phenomenon and reflects about the possibility of subjective development of children in this scenery. To arrive over there, realizes a semiotic analysis of two videos produced by children that counts with huge audience in the referred platform. One of the videos follows a fictional narrative and the other a line named unboxing, that consists in opening of a toy's package. To conclude based on psychoanalytic concepts, it produces an analysis about the childhood in a society marked by consumption and spectacle.

Keywords: childhood, childish consumption, unboxing, Youtube, childhood's subjectivities

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”	37
Imagem 2 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”	38
Imagem 3 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”	40
Imagem 4 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”	42
Imagem 5 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”	43
Imagem 6 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”	46
Imagem 7 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”	49
Imagem 8 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”	50
Imagem 9 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”	51
Imagem 10 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”	53
Imagem 11 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”	54
Imagem 12 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”	55

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. O SUJEITO DA INFÂNCIA: HISTÓRIA E DESENVOLVIMENTO	10
1.1. O significante moderno da infância: panorama histórico	10
1.2. Crianças no Brasil: uma história de trabalho	15
1.3. Crianças, infância e sociedade	20
1.4. Considerações sobre a subjetividade infantil	24
1.5. Crianças e infâncias de hoje	28
2. O FENÔMENO DOS YOUTUBERS MIRINS E OS SIGNOS DO CONSUMO ...	33
2.1. O Youtube e as crianças	33
2.2. Narrativas do consumo e da infância	35
2.3. Clubinho da Laura: consumo e narrativas ficcionais	36
2.3.1. Aspectos referenciais	36
2.3.1.1. A que o vídeo se refere?	37
2.3.1.2. Como podemos observar os referentes nos vídeos?	37
2.3.2. Aspectos da significação	41
2.3.2.1. Aspecto icônico	41
2.3.2.2. Aspecto indicial	43
2.3.2.3. Aspecto simbólico	44
2.3.3. Aspectos da interpretação	45
2.3.3.1. Interpretante imediato	45
2.3.3.2. Interpretante dinâmico	45
2.3.3.3. Interpretante final	47
2.4. Julia silva: unboxing e a nova face do consumo	47
2.4.1. Aspectos referenciais	48
2.4.1.1. A que o vídeo se refere?	48
2.4.1.2. Como podemos observar os referentes no vídeo?	48
2.4.2. Aspectos da significação	52

2.4.2.1.	Aspecto icônico	52
2.4.2.2.	Aspecto indicial	53
2.4.2.3.	Aspecto simbólico	54
2.4.3.	Aspectos da interpretação	56
2.4.3.1.	Interpretante imediato	56
2.4.3.2.	Interpretante dinâmico	56
2.4.3.3.	Interpretante final	57
3.	SINTOMAS DA INFÂNCIA: DO ESPETÁCULO AO GOZO	58
3.1.	Crianças, gozo e consumo	60
3.2.	Infância do espetáculo	64
3.3.	Crianças em uma cultura do narcisismo	69
	CONCLUSÃO	72
	REFERÊNCIAS	74

INTRODUÇÃO

*As coisas que não têm nome são as mais
pronunciadas por crianças.*

Manoel de Barros

Desde que surgiu, em meados de 2005, o YouTube se transformou em um verdadeiro fenômeno de audiência na internet. A possibilidade de assistir a vídeos a todo momento aliada à melhoria na velocidade de conexão das redes chamou a atenção de todos.

A televisão, já consolidada como uma das principais mídias de todos os tempos, viu uma competição à altura. Mas o YouTube tem um diferencial: o usuário por passa a ser produtor de conteúdo também. A esse indivíduo, deu-se o nome de YouTuber.

Com o passar do tempo e o aumento da popularidade da plataforma, os YouTubers foram alçados à categoria de celebridades. Os mais vistos começaram a ganhar grandes quantidades de dinheiro, a representar marcas famosas e a habitar o imaginário dos usuários da rede, em um movimento semelhante ao que já havia sido feito por artistas e esportistas.

Os números impressionam: segundo a própria plataforma¹, há 1,9 bilhão de usuários do YouTube. De acordo com a Revista Galileu², o tempo de uso da plataforma por usuário cresceu de 8,1 horas semanais em 2015 para cerca de 19 horas em 2018.

É inegável que a presença da plataforma como mídia extremamente popular é um sintoma de uma sociedade permeada de imagens, que valoriza o espetáculo e consumo, e que se vê impelida por um imediatismo crônico.

¹ Dados acessados em 16 de julho de 2019, disponíveis em <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>>.

² Dados acessados em 16 de julho de 2019, disponíveis em <<https://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/09/tempo-assistindo-videos-no-youtube-cresce-135-em-4-anos.html>>.

As crianças não estão à margem deste processo. Muito pelo contrário: elas se transformaram em protagonistas no crescimento do YouTube, seja como produtoras ou como consumidoras de conteúdo.

Canais protagonizados por crianças e com conteúdo destinado a elas alcançam números estratosféricos. São milhões de seguidores e de visualizações que se transformam em receitas ainda mais milionárias.

Há, portanto, uma geração de crianças que nasceram na era do YouTube (a partir de 2005) e que têm a plataforma como uma mídia atuante em seu dia a dia – muitas vezes, mais atuante que a própria televisão.

Não é difícil encontrar pais que deixam seus filhos pequenos na companhia de dispositivos móveis – celulares e tablets –, assistindo interminavelmente a vídeos no YouTube.

As crianças produtoras de conteúdo chegaram facilmente à categoria de celebridade. É o caso das duas meninas que esta pesquisa estuda: Laura e Julia. Ambas possuem milhões de seguidores (que geram milhões de visualizações em seus vídeos) e são abordadas constantemente por marcas que deixam seus “presentes” para as meninas. Elas, então, não hesitam em gravar vídeos mostrando os brinquedos recebidos.

Dessa realidade emergem outras oportunidades: viagens, produtos com os nomes delas e famílias que passam a se sustentar das receitas produzidas por essa complexa rede.

Do outro lado, os milhões de seguidores assistem aos vídeos de uma forma hipnótica, reproduzindo gestos e falas e, acima de tudo, querendo os mesmos brinquedos que deixam a vida das pequenas YouTubers tão colorida e feliz.

Mas como esse cenário influencia o desenvolvimento subjetivo das crianças nativas da era do YouTube? Para buscar a compreensão desse fenômeno, esta pesquisa trilha uma jornada pela infância, pelas subjetividades e pelos vídeos.

No primeiro capítulo, é abordado um panorama da história da infância e das crianças, conceitos que nem sempre caminharam juntos. Este caminho vai da ideia de um sentimento de infância, criada por Phillipe Ariès, à história das crianças

trabalhadoras brasileiras, chegando ao lugar contemporâneo da infância e às formas de desenvolvimento da subjetividade nestes pequenos sujeitos.

Já no segundo capítulo, é realizada uma análise do fenômeno, ou seja, da presença das crianças como produtoras e consumidoras de conteúdo no YouTube. Para isso, é realizada a análise semiótica de dois vídeos bastante populares na plataforma. O primeiro, com o título “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”, é do canal “Clubinho da Laura”, segue uma linha narrativa ficcional e mostra as desavenças da protagonista e de sua mãe, que querem os mesmos objetos. O segundo, chamado “Hairdorables! Abrindo bonecas surpresa (super novidade)”, pertence ao canal “Julia Silva” e segue uma outra linha, denominada “unboxing”, na qual a menina passa o vídeo abrindo o pacote de um brinquedo e mostrando cada detalhe deste processo.

No terceiro capítulo, após a análise realizada, é aberto um espaço para discussão sobre o sintoma em si, ou seja, sobre os impactos desses vídeos na construção da subjetividade das crianças na atualidade.

Após este percurso, é possível estabelecer uma relação entre o desenvolvimento subjetivo das crianças, o consumo, o gozo e os conceitos de sociedade do espetáculo e sociedade do narcisismo.

Por onde anda o sujeito da infância? Em quais mídias ele opera? Como ele se constrói, enquanto sujeito, pelo olhar do “outro” encarnado nos vídeos do YouTube?

Mais do que simples fenômenos midiáticos, há uma mal-estar da infância.

1. O SUJEITO DA INFÂNCIA: HISTÓRIA E DESENVOLVIMENTO

1.1. O significativo moderno da infância: panorama histórico

Analisar as possibilidades de formação das subjetividades da infância em uma realidade complexa, onde as fronteiras entre o público e o privado são pouco visíveis, exige um olhar atento para a história da infância – ou, como explica Philippe Ariès, para o surgimento de um “sentimento de infância”, um panorama de como a sociedade passou a pensar e a sentir a criança como agente protagonista e inexorável da construção social, diferenciando-a do adulto.

Esta diferenciação é a base de como nos relacionamos com a infância hoje. Segundo o historiador, o sentimento de infância “corresponde à consciência da particularidade infantil, essa particularidade que distingue essencialmente a criança do adulto, mesmo jovem” (ARIÈS, 1978, p. 10).

O que parece óbvio aos olhos da contemporaneidade ocidental não o foi no decorrer da história. Ariès (1978, p. 50) explica que, “até por volta do século XII, a arte medieval desconhecia a infância ou não tentava representá-la. É difícil crer que essa ausência se devesse à incompetência ou à falta de habilidade. É mais provável que não houvesse lugar para a infância nesse mundo”.

Portanto, uma perspectiva histórica da infância traz consigo uma constatação: a criança viveu séculos no anonimato. Não uma ausência do cuidado do adulto para com ela, mas uma espécie de diluição em meio ao mundo adulto, que fazia deste pequeno indivíduo um ser próximo da invisibilidade social.

A tese de Ariès, tida como vanguardista, trouxe consigo uma série de críticas por parte da comunidade de historiadores. O teor destas críticas está no fato de que, para outros pesquisadores, a ideia de infância esteve presente em momentos históricos anteriores à modernidade.

Braga (2015, p. 22) explica que, para uma outra linha de pensamento, não se trata de uma não-existência de um sentimento da infância: “sociedades do passado poderiam não ter o nosso conceito de infância. Estas sociedades não ‘falharam’ em pensar as crianças diferentes dos adultos; elas simplesmente pensavam a diferença de maneiras diferentes das que utilizamos hoje”.

Diante destas diferentes linhas de pensamento, é possível observar que existe um ponto de intersecção: a ideia de que um entendimento ou sentimento de infância surgiu a partir da diferenciação entre a criança e o adulto.

Para analisar isso, Ariès toma como ponto referencial a arte, que até a Idade Média não se preocupava em representar a criança com suas especificidades estéticas.

Suas pesquisas mostram que, até o século XII, não se representava o corpo infantil nas obras de arte. O que se via eram miniaturas de adultos. O formato do corpo, a musculatura e os detalhes remetiam a adultos em proporções menores.

Logo, o homem deste período não se detém à imagem da criança, que para ele não possui a devida substancialidade para isso. Ele encara esta etapa da vida como uma transição que não merece a devida importância, já que será ultrapassada rapidamente.

Aliás, esta noção de tempo precisa também ser contextualizada. Afinal, a base para este entendimento está na realidade da Europa Medieval, que além de uma baixíssima expectativa de vida, apresentava altas taxas de mortalidade infantil.

Os cuidados com a criança perfaziam o período de sete anos, ou seja, após esta idade os pequeninos poderiam ser inseridos no “mundo adulto”, seja pelo trabalho, pela convivência ou pela sexualidade.

Segundo Manuel Pinto (1997, p. 35), os dogmas católicos têm grande influência nesta ideia, pois os sete anos era uma “altura em que a Igreja, desde o 4º Concílio de Latrão, em 1215, considerava atingido ‘algum uso da razão’ e autorizava, por isso, a confissão e comunhão”.

Desde muito pequena, a criança já convivia com os adultos e seu *modus operandi*. Portanto, não havia espaço para a construção de uma subjetividade própria da infância. Este lugar, como supracitado, permanecia de alguma forma intacto até os sete anos de idade, quando se operava uma verdadeira mudança simbólica nos diversos aspectos que tangenciavam a vida da criança.

Kuhmann Jr. (2005, p. 240) explica que as transformações eram diversas neste período e muitas atribuíam a este indivíduo novos significantes. Trocavam-se “os trajes, diferenciavam-se os gêneros, atribuíam-se responsabilidades”. Este panorama

mostra um conceito específico de infância, tida como uma espécie de transição, um período pelo qual todos deveriam passar, mas que não trazia em si grande importância.

Convém dizer que passar deste período não constituía tarefa simples, afinal, as taxas de mortalidade eram altas, o que poderia também explicar uma visão da criança como um ser de alguma forma inferior por não conseguir manter a própria vida sem a tutela de um adulto.

No entanto, como relatado acima, para diversos pesquisadores, a concepção de infância já existia neste e em outros períodos da história, anteriores à modernidade, mas de forma diferenciada. “Todas as sociedades, portanto, podem ter tido um conceito de infância, ou seja, a consciência da particularidade destes indivíduos distintos de adultos, entretanto as concepções de infância podem ter variado enormemente entre culturas” (BRAGA, 2015, p. 22).

Mas como esta percepção da infância se transformou na concepção conhecida hoje?

Para Ariès, alguns fatores explicam esta transformação, entre eles a mudança na forma de se constituir família e o surgimento das escolas como espaço prioritário da educação.

O desenvolvimento das cidades e as transformações sociais iniciadas nos séculos XVI e XVII exigiram que as famílias se reorganizassem, passando a não mais atuar de forma ampla (levando em consideração a linhagem, como era de costume na Idade Média), e sim formando núcleos menores, de âmbito privado e totalmente responsável pelo cuidado dos seus. Até porque as cidades se desenvolveram, exigindo uma nova forma de organização nos novos modelos de casas, por exemplo.

Portanto, a “família deixou de ser apenas uma instituição do direito privado para a transmissão dos bens e do nome e assumiu uma função moral e espiritual, passando a formar os corpos e as almas” (ARIÈS, 1978, p. 277).

Isso só pode acontecer em um contexto de surgimento da privacidade da família, ou seja, os pequenos núcleos familiares passaram a operar em um regime de privacidade, com total decisão sobre as formas de cuidado e educação das crianças.

Neste contexto, surge uma nova variante: a escola. O surgimento de uma burguesia fez com que as famílias nucleares comesçassem a delegar a responsabilidade de educar os filhos aos educadores. A criança passa, então, a transitar entre a família e a escola.

Anteriormente, os pequenos indivíduos eram instruídos no convívio com os adultos, que os ensinavam o que precisavam saber para garantir a sobrevivência. Nesta nova realidade, a "aprendizagem foi substituída pela escola, uma escola transformada, instrumento de disciplina severa, protegida pela justiça e pela política. O extraordinário desenvolvimento da escola no século XVII foi uma consequência dessa preocupação nova dos pais com a educação das crianças" (ARIÈS, 1978, p. 277).

Além das questões familiares, alguns historiadores apontam as transformações econômicas como um fator de extrema importância para que se estabelecesse esta nova forma de aprendizagem.

É preciso delimitar que, a partir do século XV, é iniciado um esboço do capitalismo. Há uma valorização do capital e a burguesia precisa se esforçar para manter as riquezas adquiridas. Este seria um fator de atenção para que pais se esforçassem na preparação dos filhos para o que enfrentariam adiante.

Para Braga (2015, p. 24),

"a vida adulta teria se tornado mais complexa para aqueles envolvidos diretamente com comércio ou em profissões associadas, tais como o direito, com trabalho consumindo mais tempo e mais habilidades sendo necessárias. Assim, seria de se esperar por parte destes estratos um controle mais estreito sobre as próximas gerações, para treiná-las nos hábitos da disciplina do trabalho de forma que as riquezas tão cuidadosamente adquiridas não evaporassem com casamentos descuidados e vida desperdiçada. "

Isso explicaria a escolha pela escola como espaço de formação e preparação dos pequenos indivíduos.

É preciso enfatizar que as instituições educacionais deste período, controladas pela Igreja, traziam grande severidade e aspectos morais rígidos e pautavam o ensino segundo os dogmas do catolicismo.

Assim, podemos observar que o fato de as crianças passarem a habitar os espaços da família e da escola fez com que, de alguma forma, elas fossem retiradas do convívio do mundo adulto. Essa ruptura foi responsável por um entendimento de que este período da vida precisava ser preservado para garantir a formação adequada dos pequenos.

Por outro lado, nas classes mais pobres, o trabalho continuou sendo o caminho de retirada desta criança de um momento de infância para introduzi-la em um lugar de convívio com os adultos.

Com o decorrer do desenvolvimento das cidades, aprimoraram-se os serviços de saneamento, ao passo que a medicina se desenvolveu. Desta forma, houve também uma diminuição das taxas de mortalidade, o que auxiliou, sem dúvidas, no estabelecimento desta percepção moderna de infância.

Portanto, fatores econômicos e culturais teriam sido os responsáveis pela criação da concepção moderna de infância, pautada na diferenciação entre crianças e adultos, na necessidade de uma educação específica, na proteção e no cuidado com a saúde.

Este modelo se estabelece entre os séculos XVII e XIX. Confirmado por Peter Stearns em sua obra "A Infância" (2006), este modelo moderno se pautou na escolaridade, na redução abrupta das taxas de natalidade (já que a família nuclear não conseguia manter uma grande quantidade de filhos) e na redução das taxas de mortalidade devido ao desenvolvimento da medicina e de políticas de saneamento.

Ao longo deste período, que vai do século XV ao XIX, diversas transformações sociais, econômicas e culturais permitiram que a infância passasse de um lugar de pouca importância e baixo investimento para um local de destaque social. Afinal, passou-se a atribuir à infância o significado do futuro. E, para isso, ela precisaria ser protegida, a fim de chegar ao mundo adulto.

Para isso, a ideia de infância – ou sentimento de infância – precisou romper com práticas medievais e se estabelecer no cerne da família moderna.

O fortalecimento desta percepção moderna de infância se configurou em um "sintoma de uma profunda convulsão das crenças e das estruturas de pensamento,

como o indício de uma mutação sem precedentes da atitude ocidental com relação à vida e ao corpo" (GÉLIS, 2009, p. 328).

Foi um processo longo, repleto de nuances e que teve configuração própria no Brasil.

1.2. Crianças no Brasil: uma história de trabalho

Falar da história de formação do Brasil inclui abordar a presença das crianças durante todo este processo. Alguns historiadores alertam para a pouca quantidade de evidências e de relatos sobre a vida dos pequenos nos diversos momentos históricos, principalmente no início da colonização.

Porém, as crianças fazem parte desta história. Até porque, ao se iniciar um processo de colonização, era necessário que uma população se estabelecesse neste território e o ocupasse por meio do trabalho, da exploração e da formação de núcleos familiares.

Segundo Azevedo e Sarat (2015, p. 20), "estudar as infâncias do Brasil é remontar um aspecto complexo da história do país, permeado mais pela ausência de referências sobre as crianças do que da presença, principalmente antes e durante o período colonial."

As primeiras análises necessárias são em relação às duas populações de crianças que remontam ao início desta história. A primeira é formada pelas crianças nativas, vindas das diversas populações indígenas que habitavam o território onde hoje é o Brasil. De etnias variadas e com aspectos culturais bastante amplos, essas crianças tiveram suas vidas transformadas a partir da chegada do colonizador português, que trouxe consigo a tarefa de introduzi-las na cultura e na religião europeias.

A segunda população é a de crianças europeias vindas para o Brasil no período das grandes navegações, entre os séculos XV e XVI.

A trajetória destes pequenos navegantes não foi nada fácil. Nas longas viagens, eles sofriam todo tipo de violência, não tinham uma alimentação adequada, necessitavam trabalhar para sobreviver e estavam à mercê de todo tipo de doença.

Os grumetes e pajens, funções que essas crianças tomavam para subir a bordo das naus, sofriam com abusos sexuais dos marinheiros. "A presença de mulheres era rara, e muitas vezes, proibida a bordo, e o próprio ambiente das naus acaba por propiciar atos de sodomia que eram tolerados até pela Inquisição" (RAMOS *in* PRIORE, 2018, p. 20).

A vinda para a nova colônia significava a possibilidade de iniciar uma nova vida mais próspera, já que a mortalidade infantil em Portugal, neste período, era muito alta. Ramos (2018, p. 22) explica que, "além de as crianças serem consideradas como pouco mais que animais, a alta taxa de mortalidade em Portugal fazia com que a chance de morrer vítima da inanição ou de alguma doença em terra fosse quase igual, quando não maior do que a de perecer a bordo das embarcações".

Um aspecto importante a se destacar é que grumetes eram recrutados em famílias pobres, trabalhavam como adultos nas embarcações e tinham condições de vida bastante complicadas, com pouca ou nenhuma comida, além de estarem expostos a diversas doenças.

Em consequência disso, grande parte das crianças não resistia às viagens, que duravam meses, e acabava morrendo durante o caminho.

Neste ponto, já é possível perceber que a chegada da criança portuguesa ao Brasil esteve intimamente ligada ao trabalho e à violência. Como explica Ramos (2018, p. 49):

"Se por um lado foram poucas as crianças embarcadas nas naus quinhentistas rumo ao Brasil, por outro lado, a mão de obra infantil, em substituição à adulta, tornou-se indispensável à epopeia marítima. Neste sentido, seriam os grumetes e pajens considerados crianças ou eram vistos como adultos em corpos infantis? Ao que parece, embarcavam em Lisboa crianças que no decorrer de sua primeira viagem, antes de chegar ao Brasil, tornavam-se adultos, calejados pela dor e pelo sofrimento."

Ao chegar à Colônia, o colonizador, como citado acima, encontrava as crianças nativas. É importante destacar que este encontro resultou em um longo e violento processo de transformação cultural por meio de ações como a catequização.

A vinda de padres jesuítas foi essencial para apaziguar a relação entre nativos e portugueses através da busca por enquadrá-los nas práticas culturais e religiosas

dos europeus. Eles logo entenderam que as crianças aprendiam rapidamente e atuavam como replicadoras dos conhecimentos trazidos pelos religiosos.

Portanto, a ideia de educação foi essencial para a colonização do Brasil, seja para abrir o espaço necessário para a exploração ou para estabelecer as bases da colonização.

Na Europa, iniciava-se o entendimento da importância de se separar adultos e crianças, além de promover a educação dos pequenos como meio de prepará-los para a vida adulta. Portanto, "a educação das crianças nativas era um dos instrumentos de civilização, influenciando nas organizações comunitárias, nas relações de poder entre adultos e crianças e no processo de construção das infâncias brasileiras" (AZEVEDO e SARAT, 2015, p. 22).

Em um momento onde Igreja e Estado atuavam conjuntamente, a ação não consistia apenas no ensino do dogma da fé católica, mas também na mudança de costumes e cultura que aproximasse os indígenas dos europeus, seguindo práticas consideradas aceitáveis pelo colonizador.

Portanto, este era o objetivo dos jesuítas: utilizar a educação como forma de catequização dos indígenas e de formação de um povo dócil à exploração portuguesa. Assim, a "importância que desde cedo assumiu o ensino dos meninos ensejou a organização de uma estrutura que permitisse viabilizar o aprendizado e, consequentemente, a catequese das crianças indígenas e dos filhos de portugueses" (CHAMBOULEYRON in PRIORE, 2018, p. 72).

Então, surgiram na colônia as primeiras escolas. Tratava-se de instituições que, assim como na Europa, entendiam que a criança devia ser separada do adulto em seu período de formação, pois, neste período, "na mentalidade coletiva, a infância era, então, um tempo sem maior personalidade, um momento de transição e, por que não dizer, uma esperança" (PRIORE, 2018, p. 84).

Com o tempo, estes espaços passaram a se dedicar às crianças de uma elite em formação na colônia, que eram os únicos beneficiados pelas possibilidades de educação formal, aumentando ainda mais a desigualdade entre ricos e pobres durante o período histórico. Este, aliás, foi um fator crescente na história colonial brasileira, e

as crianças sentiram isso inclusive na própria saúde, que se tornava mais frágil à medida que a criança era mais pobre.

Priore (2018, p. 88) explica que a "criança era a vítima preferida das crises frumentárias, das tensões sociais, das epidemias. As diferenças sociais acentuavam as distinções entre ricos e pobres; os últimos, sem dúvida, mais vulneráveis e adoentados."

Neste processo, crianças pobres sofriam todo tipo de violência e eram acometidas por doenças das mais diversas. Já as ricas tinham acesso a melhores condições sanitárias, o que lhes provia uma maior sobrevida.

Durante o período colonial, a criança ainda foi responsável por diversas atividades que a aproximavam mais do mundo adulto e menos da ludicidade e do ócio.

As próprias metodologias utilizadas nas escolas tinham a função de garantir a formação de um indivíduo apto a atuar no mundo adulto. E, como mostra Priore (2018, p. 104)., este panorama é acompanhado pela medicina:

"Pouco a pouco, a educação e a medicina vão burilando as crianças do Brasil colonial. Mais do que lutar pela sua sobrevivência, tarefa que educadores e médicos compartilhavam com os pais, procurava-se adestrar a criança, preparando-a para assumir responsabilidades. Uma certa consciência sobre a importância deste preparo vai tomando forma, no decorrer do século XVIII, na vida social."

Este cenário da infância na vida colonial brasileira não podia estar completo sem citar a presença das crianças negras escravas, uma terceira população, que sofria com as amarguras do trabalho, da violência e de todo tipo de castigo. Elas já chegavam ao Brasil em navios negreiros, trazidas em condições sub-humanas – isso quando conseguiam chegar. Logo, a mortalidade em alto-mar era muito grande.

Além disso, por não conseguirem realizar trabalhos mais pesados, as crianças negras não eram muito valorizadas no mercado de escravos. Ao chegar por aqui, elas logo aprendiam que, "no Brasil, o ingresso no mundo dos adultos se dava por outras passagens: em vez de rituais que exaltavam a fertilidade e a procriação, o paulatino adestramento no mundo do trabalho e da obediência ao senhor" (GÓES e FLORENTINO in PRIORE, 2018, p. 178).

Portanto, o trabalho e a servidão foram as bases de formação das crianças escravas, que além de precisarem produzir, muitas vezes, tanto quanto os adultos, ainda sofriam abusos e humilhações de grande violência. Como aparece em diversos relatos, elas eram tratadas como verdadeiros animais. "Houve crianças escravas que, sob a ordem de meninos livres, puderam-se de quatro e se fizeram de bestas" (GÓES e FLORENTINO in PRIORE, 2018, p. 186).

Mesmo após a abolição da escravidão no Brasil, já no final do século XIX, a ligação da criança pobre com o trabalho não se dissipou. Muito pelo contrário: ela se intensificou, afinal, o país iniciava seu processo de industrialização e, com isso, precisava de operários para as fábricas que passaram a surgir nas zonas urbanas, ainda em desenvolvimento.

A ideia de infância que passa, pouco a pouco, a incorporar o significante da proteção, tem também seu conceito ligado a uma necessidade de produção. É preciso entender que há um contexto de fortalecimento do sistema capitalista, que tem o lucro como objetivo maior.

Principalmente na cidade de São Paulo, a indústria em formação via nas crianças e adolescentes uma mão-de-obra menos qualificada e, portanto, mais barata.

A prática, então, se tornou comum no meio empresarial brasileiro. Como aponta Moura (2018, p. 264):

"Alimentos e bebidas, tecidos e chapéus, cigarros e charutos, vidros e metais, tijolos e móveis, entre uma série de outros produtos fabricados então em São Paulo, passavam por mãos pequeninas, trazendo na sua esteira a indiferença às particularidades e às necessidades da infância e adolescência."

A situação de trabalho destas crianças era terrível, com jornadas que chegavam a 12 ou 14 horas em locais insalubres e, portanto, sem acesso à educação. Além disso, são inúmeros os relatos de acidentes de trabalho envolvendo crianças e adolescentes, pois não existia nenhuma preocupação com a segurança e a saúde destes pequenos trabalhadores.

Outro ponto importante é em relação ao salário, que, como citado acima, era inferior ao dos adultos. Desta forma, as indústrias tinham menores gastos ao custo do trabalho excessivo dos menores.

Há relatos de crianças de 9 e 10 anos empregadas nas indústrias, bem como há relatos de empresários que investiam na compra de maquinário em tamanho reduzido para facilitar a produção dos pequenos operários.

Esta situação é um indicador das péssimas condições de trabalho de toda a classe operária neste momento histórico.

Como explica Moura (2018, p. 273), "no decorrer das primeiras décadas republicanas, o trabalho do menor permaneceu como importante elemento de contenção dos custos de produção, acentuando ainda mais a já significativa espoliação dos trabalhadores nos estabelecimentos industriais [...]".

No decorrer do século XX, o trabalho infantil permeou a vida de crianças e adolescentes, seja no ambiente rural, no trabalho escravo em carvoarias, nos faróis das grandes cidades ou cuidando dos irmãos menores para que os pais trabalhassem.

Portanto, a história da infância no Brasil sempre esteve relacionada ao trabalho e, no decorrer desta pesquisa, será possível perceber que a internet e o entretenimento reinventaram esta relação, aproximando a criança da produção de capital.

1.3. Crianças, infância e sociedade

Após este breve histórico sobre a perpetuação da ideia de infância nas sociedades ocidentais, é importante delimitar sobre qual infância estamos falando. Afinal, é claro que não existe uma única representação da forma de ser criança, pois, mesmo diante de importantes críticas, pode-se perceber que nem sempre crianças e infância caminharam juntas, da forma como acontece hoje. Pode ser, ainda, que este caminhar não seja o mesmo para crianças de distintas posições sociais.

Logo, a própria ideia de infância tem seu caráter intimamente ligado à organização cultural e social de um determinado período histórico que carrega consigo sintomas bastante emblemáticos.

É importante entender que os processos de socialização são extremamente importantes na percepção da infância e de seu lugar na trama social.

Para Belloni (2009, p. VIII), a “infância é uma categoria ao mesmo tempo social e sociológica, noção construída para dar conta do fenômeno social, tanto de nível das representações sociais, quanto no âmbito das ciências humanas.”

Portanto, não é possível ignorar a existência de um fenômeno social capaz de falar sobre a presença cada vez mais atuante das crianças na construção do tecido social.

O tempo, então, passa a ser um fator de importância considerável neste processo. Afinal, a sociedade é construída e transformada em uma linha temporal e nas relações. O processo histórico é desenvolvido neste tempo e perpassa a própria existência do indivíduo, ou seja, ele recebe o que antecede e o que está em construção na sociedade onde está inserido.

Belloni (2009, p. 69) ainda explica que:

“A socialização é um conjunto de processos pelos quais o indivíduo é construído (segundo a visão de sociedade que se tem, pode-se dizer: formado, modelado, condicionado ou fabricado) pela sociedade global e local, processos durante os quais o indivíduo adquire (incorpora, integra, interioriza, apropria-se de) modos de pensar, fazer e de ser socialmente situados.”

Logo, é possível concluir que a infância possui seu lugar social determinado pelas formas como o tecido social foi estabelecido, levando-se em conta a importância das crianças nos diferentes períodos históricos.

Esse pequeno indivíduo está inserido em um grupo social e por ele é influenciado e exerce influência. Afinal, não se trata de um ser inerte e passivo em sua totalidade. A criança atua, constrói e transforma a sociedade na qual vive e da qual herda uma tradição de fazeres.

Elas, então, “constroem processos de subjetivação no quadro da construção simbólica de seus modos de vida, estabelecendo com os adultos interações que as levam a reproduzir as culturas sociais e recriá-las nas interações dos pares” (SARMENTO e GOUVEA, 2008, p. 18).

Mas, para além das relações sociais em si, há algo de uma atuação singular?

Sem dúvida, esta capacidade de atuar de forma singular, estabelecendo sua forma única de manter as relações com os pares e consigo mesmo, vem de uma

construção individual, própria. Nesse ponto, as descobertas da Psicanálise transformam decisivamente o entendimento da infância, não apenas como uma etapa de desenvolvimento, mas como uma forma singular de ser no mundo, de estabelecer o “eu” e a formação subjetiva.

Um olhar para a infância por meio da Psicanálise promove uma capacidade de apurar a história do indivíduo e todas as representações que ele é capaz de produzir no seu existir. É o desvendar de um universo simbólico da infância, que, através da linguagem, existe socialmente.

Toda esta capacidade é encarnada por uma descoberta definitiva – a sexualidade infantil. E não apenas isso. Corso (2013, p. 105) explica que:

“a descoberta da importância da infância decorre da existência não só de uma sexualidade infantil, mas de um sujeito sexualmente desejante na infância. Assim, a psicanálise passa a se conectar com a história do sujeito, de um ser que desde muito cedo escreve suas páginas com seus desejos, proibidos e realizados, admitidos e recalcados. A infância recebe em seus braços tudo aquilo de que se lhe considerava ainda imune, acrescido do problema de que estas vivências são compreendidas como formadoras, constituintes. Isto obviamente faz da infância objeto de atenções teóricas e preocupações pedagógicas.”

Portanto, não apenas a criança herda passivamente o que a socialização é capaz de oferecer, mas se inscreve e é inscrita em uma história que a forma e na qual ela age de maneira bastante atuante. Esse indivíduo deseja, e isso o molda como sujeito.

Todo este processo também se faz em um lugar decisivo: a família, esta trama que exerce funções decisivas tanto na formação do sujeito quanto no próprio entendimento que a sociedade tem da infância e da criança. Isso porque a formação da criança é altamente influenciada pela sua história social, algo que a precede. “Antes mesmo de nascer, a criança já está inserida num determinado grupo social, cuja manifestação mais próxima é a família” (BELLONI, 2009, p. 68).

Em algum grau, a Psicanálise parece concordar com esta questão da sociologia, principalmente ao entendermos que o sujeito tem como base o inconsciente, esta cena inacessível e formadora do ser.

E este inconsciente “é extratemporal, ou seja, é perpétuo no tempo histórico. Silencioso aqui, ele reaparece ali e não define nunca. É só tentar fazê-lo calar-se para que ele reviva prontamente, voltando a desabrochar em novas manifestações.” (NASIO, 1999, p. 41)

Portanto, mesmo com diferentes ideias de tempo e de sujeito, tem-se algo em comum: ele é inscrito por uma historicidade e pelas relações com o outro.

A infância se transforma, então, em uma espécie de nó simbólico articulado, formado a partir do desenvolvimento da criança enquanto sujeito desejante e dos sintomas dos nossos tempos, que surgem pela existência desses indivíduos e de sua importância social.

Esse todo articulado, repleto de camadas e de fatores, forma a própria ideia de infância, protagonizada por crianças e pelo olhar do outro sobre elas.

Diante destas possibilidades tanto sociológicas quanto psicanalíticas da infância, uma ideia é bastante importante para essa pesquisa: a existência de um sujeito dotado de subjetividade e que engendra sua própria história, mas sempre em relação com a cultura na qual está inserido.

Não se trata apenas de uma determinação social ou de uma singularidade aprisionada em si mesma. Trata-se de um processo que inclui a formação de um sujeito desejante e ativo socialmente em relação aos sintomas culturais e sociais de um determinado período histórico.

Esta ligação coloca o homem inscrito em suas diversas manifestações, como ensina Lacan, do real, do simbólico e do imaginário. Todas articuladas na criação de um sujeito, inserido na linguagem, no discurso, e que é tocado pelo real, como bem explica Lajonquière (2006, p. 91):

“Dessa forma, a humanidade é instituída senão pela via dos artefatos sociais discursivos. Ela resulta de marcas práticas discursivas sobre a indeterminação de base da *cria sapiens*, em que a marcação, por excelência, é a sujeição da carne a uma genealogia e, dessa forma, um antídoto contra nosso extravio no turbilhão dos devires temporais. No entanto, a humanidade nunca é exaustiva, uma vez que a instauração em si dos sentidos possíveis produz, também, um avesso de sombra. O homem instituído em situação social não se esgota na figura visível do discurso, na série das representações; há sempre um a mais, um resto a que chamamos: real. Assim, o homem é descentrado por esse efeito excedente produzido pelo próprio

processo instituinte, o que nos permite, portanto, falar em termos de ‘um sujeito cindido do desejo’.”

Toda essa ideia permite pensar, também, no outro, naquele que encarna o real do sujeito, e que por isso transforma a sua subjetividade e cria uma certa instância: o infantil. Essa instância perpassa a idade cronológica e se inscreve no sujeito enquanto realidade presente.

Portanto, adultos exercem um papel essencial na percepção social da infância, pois trazem consigo a própria “infância do sujeito” quando olham para a criança e o seu infantil.

Historicamente, é possível perceber que a infância é o que o adulto a faz ser, ou seja, a ideia de infância para a criança está impelida das percepções do adulto do que deveria ser, ou ainda, da sua busca imaginária pelo objeto perdido. A infância da criança poderia, assim, ser o reflexo do infantil no sujeito.

Dessa forma, “as definições adultas da infância são simultaneamente repressivas e produtivas. Elas são concebidas para proteger e ao mesmo tempo controlar as crianças – ou seja, para confiná-las a arenas e comportamentos sociais que não se mostrem como ameaça aos adultos [...]” (BUCKINGHAN, 2007, p. 27).

A infância, então, surge pelo olhar do outro, que age decisivamente na vida da criança, e em seu desenvolvimento como sujeito. Esse desenvolvimento traz consigo uma marca essencial: a subjetividade.

1.4. Considerações sobre a subjetividade infantil

Há diversas possibilidades de entendimento para o que significa a subjetividade humana. Bem, independentemente destas possibilidades, há um consenso: o humano “é” porque traz consigo a capacidade subjetiva de viver.

Neste ínterim, podemos partir da ideia de Jobim e Souza (2008, p. 38), que determina que a “subjetividade de um indivíduo diz respeito menos à identidade e mais à singularidade, isto é, à possibilidade de viver a existência de forma única, no entrecruzamento de diversos vetores de subjetivação”.

Portanto, a subjetividade humana está relacionada a uma relação do sujeito com o mundo por meio de uma construção única, individual e que, sem dúvida, se faz também na relação com o outro.

Ao pensar a criança, então, é fundamental retomar a importância do contato com aqueles que estão na função do cuidado deste pequeno sujeito para entender sua formação subjetiva. Afinal, é por meio deste processo que a criança, criativamente, é inserida na linguagem e estabelece, de forma singular, a sua relação com o tecido social.

“Se o Outro tem um papel fundante é porque é quem cria as condições nas quais a experiência se apresenta – incluindo a apresentação do objeto – mas o registro corre por conta da criança e de suas possibilidades” (CORIAT, 1999, p. 22).

A formação subjetiva da criança é esse jogo que ela estabelece criativamente e singularmente com o Outro na busca por ser um sujeito desejante.

A Psicanálise ajuda a entender que esse processo só se faz possível em sua dinâmica total, pela presença das figuras materna e paterna. Seja em suas funções já estabelecidas, como a inserção na linguagem, o investimento libidinal ou a quebra narcísica, seja na própria presença.

Este ponto tem um caráter bastante importante para essa pesquisa, pois virá a ser uma questão a ser revisitada no tocante à relação entre infância e presença digital. Qual a importância da presença física dos pais no desenvolvimento subjetivo das crianças?

Para essa resposta, é possível recorrer a Vilhena *et. al.* (2017, p. 341), quando enfatizam que existe:

“uma importância do acolhimento, dos cuidados e do olhar nos primórdios da vida, condições essenciais para a capacidade do sujeito de inserir-se mais tarde, positivamente, na vida social em seus múltiplos aspectos: compartilhamento de experiências, reconhecimento e respeito pelo outro, senso de justiça, contribuições para a cultura etc.”

Este acolhimento, este olhar, permitem que a criança se encontre em uma corporalidade, experimente e forme seu contorno, seu “eu” enquanto sujeito. E isso se dá por meio do contato entre pais – ou quem exerce essa função – e filho. Sendo

que este contato precisa vir acompanhado de uma adaptação, como diz claramente Mello, Féres-Carneiro e Magalhães (2015, p. 270):

“É importante salientar que a adaptação se desdobra na série de cuidados disponibilizados pelos adultos primordiais, considerando o próprio ato físico de segurar e manusear o recém-nascido. Expressa-se, ainda, na atmosfera do ambiente, envolvendo diferentes aspectos, tais como temperatura, luz, som, mímica, postura e ritmo, comportando, também, a maneira como o bebê é visto. É indispensável, portanto, que os pais se ajustem ao filho, aproximando-se do seu mundo interno e engajando-se na tarefa de partilhar o seu estado de ser.”

Portanto, pelo olhar do Outro encarnado nos pais, a criança se percebe enquanto sujeito desejante e constrói a sua relação singular com o mundo, a subjetividade. É por esse olhar que ela encontra o seu lugar na sociedade e busca, de forma criativa, transformá-lo.

Em contraponto, porém com alguma complementariedade, alguns autores entendem que essa subjetividade, em algum grau, se estabeleça no seio da sociedade por meio dos processos de socialização e subjetivação. Logo, isso só é possível pela inserção da criança em um universo discursivo que a inscreve de signos, engendrando significantes dos mais diversos.

Nesse ponto, o lugar da família se expande para outras instituições e instâncias sociais, como a escola e, mais recentemente, a mídia, que se configuram em outras vozes deste Outro. À criança, é oferecido um olhar ativo, que atua decisivamente no processo de construção de seu caráter subjetivo.

Trata-se, por isso, de um processo infindável, no qual novos significantes surgem e tornam a subjetividade cada vez mais complexa, uma cadeia infinita de signos.

Este ponto tem sua convergência com a singularidade do sujeito, mas também com o caráter extratemporal do inconsciente que o forma. Afinal, este processo infindável traz consigo toda a história de inserção da criança na vida social e traz o lado infantil do sujeito, que retorna sempre em busca de uma completitude imaginária, mas que também se abre para uma atuação autêntica no mundo, como explicam Vilhena, Bittencourt, Novaes e Rosa (2017, p. 344):

“O que é vital no caminho em direção à maturidade e à independência que, na verdade, nunca são alcançadas em sua totalidade, não é, portanto, uma continuação da fantasia de onipotência característica dos primórdios da vida, que desconhece limites, mas uma continuação da capacidade de ser autêntico, capaz de conferir um sentido à vida.”

A ideia de que a maturidade total não existe traz consigo as marcas do infantil no sujeito, que o acompanham por toda a vida. Além disso, influi fortemente na percepção que cria da vida da criança e do formato que ela necessita ter.

Neste ponto, é necessário lembrar que a construção de um lugar histórico para as crianças, denominado infância, se dá a partir de uma separação imaginária de mundos: o das crianças de um lado e o dos adultos de outro.

Porém, percebe-se que esta separação não é possível, a não ser em um registro realmente imaginário, no qual se supõe classificar o adulto como detentor de um saber e a criança como aquela que ainda não o possui.

Essa possibilidade, como falado anteriormente, acaba por não se confirmar, pois a criança, ainda em formação da subjetividade, está em constante relação com o tecido social, transformando-o. “Mesmo com toda ênfase pós-romântica na sabedoria e na compreensão inatas das crianças, elas são definidas principalmente em termos do que não são e do que não conseguem fazer.” (BUCKINGHAM, 2007, p. 29)

E neste processo de exclusão, a sexualidade infantil é renegada. Afinal, ao pequeno sujeito não cabe a função de “exercer sua sexualidade”. Porém, a Psicanálise ajudou o mundo a entender que a criança é chamada a viver a sexualidade, pois ela é constitutiva do ser.

Com isso, é possível entender que a formação subjetiva da criança passa a conferir a ela algo extremamente importante: exercer a sexualidade que a constitui, sem mesmo poder fazê-lo.

A criatividade, a imaginação, o brincar... Tudo isso opera na criança para que ela viva seu processo de desenvolvimento, para que ela desabroche enquanto ser desejante. A subjetividade torna possível que o desejo se instale neste pequeno sujeito, como bem explica Jerusalinsky (2004, p. 43):

“A criança retoma o objeto da realidade unicamente para pôr ‘em jogo’ sua própria realidade fantasmática. Barreira tênue esta, a que separa fantasia e realidade no brincar infantil; o que é justificável em função de que a criança participa, com seu fantasma, do mundo que o adulto lhe antecipa na estrutura desde bem cedo: desde o próprio instante de seu nascimento. A criança é posicionada na sexuação no discurso de seus pais muito antes de que possa captar a diferença entre os sexos. É por isso que se “comporta como um menininho”, que “já é um rapazinho” ou “é toda uma mocinha” quando ainda usa fraldas.”

Contudo, é sempre importante pensar que a constituição subjetiva da criança permite que ela se forme enquanto sujeito desejante, participante do mundo, ator social. E, para isso, o contato, a presença dos pais, o cuidado e o acolhimento se fazem extremamente importantes.

Mas será que esses itens se sustentam em uma realidade atual, onde a vida digital e a ausência parental se fazem presentes na vida das crianças?

1.5. Crianças e infâncias de hoje

Antes de qualquer explicação, é importante delimitar aqui de qual infância vamos tratar. Afinal, como já mencionado anteriormente, as infâncias são múltiplas e a sociedade as toca de diferentes maneiras.

Nesta pesquisa, vamos falar basicamente de uma parcela das crianças que têm acesso ao mundo digital, independentemente de seus escalonamentos sociais. Uma infância permeada pela tecnologia e pela internet. Uma infância que tem seus pais ausentes, desbravando o “mercado” para inserir e sustentar a família em uma organização hipercapitalista.

Já se sabe que muitas crianças são excluídas desta realidade no Brasil por não terem condições econômicas de se inserirem em um mundo digital, nem de adquirirem a tecnologia que se materializa em bens comercializáveis. Essa parcela tem suas condições básicas de vida e dignidade abaladas pela miséria e pela exclusão.

A outra parcela é inserida em uma realidade de formação subjetiva, que, mesmo múltipla, traz alguns pontos de intersecção: uma vida que existe totalmente no registro digital, de famílias que se organizam para manter esse status e de um desenvolvimento subjetivo que traz as marcas dos sintomas culturais dos nossos tempos.

Mas o que isso provoca na sociedade contemporânea, que implica fortemente na formação do sujeito? Para Belloni (2009, p. 69), a sociedade das novas gerações é caracterizada:

- i) “Pela confusão entre a vida privada e a pública;
- ii) Pela obnulação das fronteiras entre o mundo adulto e o mundo infantil;
- iii) Por uma maior reflexividade;
- iv) E por um fosso tecnológico entre as gerações que subverte a relação tradicional entre o adulto que sabe e a criança que não sabe.”

Diante destas afirmações podemos retomar alguns pontos importantes já mencionados anteriormente.

O primeiro diz respeito à ideia de público e privado em nossa sociedade.

Historicamente, a ideia de infância – sociológica – se constrói na esfera privada da família e da escola. Este olhar sobre o infantil é, então, extrapolado pela Psicanálise, que mostra uma infância que perpassa a vida do sujeito de forma extratemporal. Porém, o cuidado paternal é necessário para que o desenvolvimento psíquico aconteça no ambiente privado.

Contudo, o mundo das novas tecnologias e da internet coloca a todos na esfera pública das redes sociais, do compartilhamento de informações, de uma vida que pode ser pública para qualquer um. Isso obviamente não passa incólume na constituição da criança, um ser que nasce em um mundo totalmente público.

Outro ponto importante a destacar é o que a autora chama de “obnulação das fronteiras entre o mundo adulto e o infantil”. Como já abordado anteriormente, essa divisão só seria possível em um registro imaginário, afinal, o “infantil” perpassa o aspecto cronológico e se faz presente também no adulto.

Mas será que não existe uma certa adultização precoce da criança e de uma infantilização exagerada do adulto? Isso pode fazer bastante sentido em uma sociedade hipercapitalista, na qual o indivíduo precisa produzir cada vez mais cedo. Trata-se de fazer a roda do capital girar e, para isso, parece que a idade cronológica já não é um impedimento.

Além disso, a tecnologia exige um saber que se faz nativo na criança que nasce neste contexto, diferentemente do que acontece com o adulto, que necessita ser inserido, que necessita aprender. Então, a lógica de detenção do saber se inverte e muda a relação entre as diferentes gerações, criando inclusive um abismo entre o infantil do sujeito e a realidade da infância. O que o adulto resgata da própria infância passa a não corresponder à real infância contemporânea.

Contudo, nesta busca por entender a infância e criar as possibilidades de desenvolvimento para as crianças, as famílias se organizam em torno deste pequeno sujeito. Toda a dinâmica dos núcleos familiares se volta para o bem-estar do infante. Os pais trabalham o quanto podem para oferecer melhores condições aos filhos, à custa de sua própria presença e da relação com a família.

A criança passa a dominar as relações familiares e a ser o alvo do total investimento libidinal destes pais. O processo de adaptação da família para receber a criança se transforma em uma hiperadaptação. Sobre isso, Paixão e Rocha (2016, p. 381) afirmam:

“Nesse novo regime, as crianças, mais do que ajustadas ao meio, estariam superinvestidas de autoridade e assumindo um lugar de destaque nas famílias. Hoje é possível encontrarmos crianças que se transformaram em verdadeiros imperadores de suas casas, ditando regras de funcionamento e demonstrando uma postura contundente na busca pela realização máxima de todos os seus desejos.”

Talvez já não haja espaço na família para inserir no pequeno sujeito as faltas tão necessárias para se engendrar o desejo que move a vida. Um indivíduo que tem todos os seus desejos realizados, que não é barrado em algum grau, se fará frágil em relação ao real que o toca e o tocará pela vida.

Em uma sociedade que exige características adultas das crianças desde muito cedo, este caminho vem acompanhado de uma demanda pesada por um alto rendimento. As desigualdades aumentam entre os que podem se preparar para essa demanda (com aulas diversas, esportes e outras práticas) e aqueles que nem acesso a uma boa educação têm.

Em ambos os casos, mas de formas diferentes, uma demanda de vida adulta chega bastante cedo, modificando o desenvolvimento das subjetividades e da própria

relação com família, que encarna o Outro, mas encaminha a falta da criança para o social. E ela é obrigada a dar conta.

Por outro lado, existe uma situação de aprisionamento desta criança, que já não sai de casa, que não tem a presença constante dos pais em uma relação de qualidade e que atua fortemente no ambiente virtual. Há, então, uma nova subjetividade, como explica Miranda *in* Souza (2005, p. 42):

“É uma nova produção de subjetividade que emerge, produção para além das instituições de confinamento, que transcende os muros e que se coloca na TV, no microcomputador, onde já é possível estruturar a vida, ‘conhecer’ o mundo virtual sem sair de casa, visto que o ‘real’, com a violência das grandes cidades, tornou-se cada vez mais perigoso.”

É possível concluir que existe uma problemática de atuação das mídias na formação subjetiva das crianças. Os diversos meios atuam de forma decisiva neste processo, também encarnando esse Outro e povoando a criança de imagens que passam a influenciar sua formação enquanto sujeito.

Portanto, essa complexa relação de alguém a quem a falta não atinge e que é povoada por imagens midiáticas traz o imperativo do gozo como fator presente. É como dizer “goze sem limites”! Quase como um hedonismo contemporâneo.

Bem, essa situação não é isenta de consequências. Afinal, o verso pode ser o da frustração, o da fragilidade quando o real toca e quando não é possível exercer esse gozo. Isso ainda é agravado por um sistema que exige uma alta performance desses pequenos indivíduos, seja no ambiente escolar, que exige níveis cada vez mais altos de apreensão (quando se tem acesso a ele) ou no próprio universo simbólico, onde é preciso ter cada vez mais bens, saber mais, se divertir mais e assim por diante para se estabelecer enquanto sujeito.

Então, temos um cenário que traz sujeito e sociedade repletos de incertezas, no qual não há garantias, onde é preciso flutuar em um mar de possibilidades, sem ao menos ter condições de saber para onde se está indo. Para Belloni (2009, p. 59), esta situação é produtora de alienações:

Se considerarmos que a modernidade se caracteriza pelo movimento (desenvolvimento), pela incerteza e, nesta fase avançada, por uma reflexividade específica, em grande parte alimentada pelas mídias de

massa e elaborada com base na ideia de “risco”, então devemos admitir, num esforço de reflexão dialética, que a modernidade avançada, globalizada e tecnificada é cheia de alienações novas.

Enfim, há uma nova subjetividade, pois há novos sujeitos permeados pelo olhar do Outro que se encarnam nos pais e nas mídias, ambos com grande influência no processo de formação. Uma criança que já não existe apenas no privado, mas que abre seu núcleo familiar e sua escola ao público por meio da internet. Uma subjetividade que é construída aos olhos de todos.

Essa pesquisa analisará a presença das crianças no YouTube como produtoras de conteúdo em vídeos de unboxing. Por que compartilhar estes conteúdos na internet? Por que abrir pacotes em frente às câmeras? Quais as possíveis consequências disso? Por onde anda essa nova infância?

2. O FENÔMENO: YOUTUBERS MIRINS E O SIGNO DO CONSUMO

2.1. O YouTube e as crianças

“Olá, amores! No vídeo de hoje...”. Essa saudação é repetida à exaustão por diversos produtores de conteúdo no YouTube, a maior plataforma de vídeos da internet atualmente.

Como foi trabalhado no capítulo anterior, a infância contemporânea, com suas culturas e formas diversas de organização da vida da criança, assume novos contornos que podem transformar significativamente o desenvolvimento subjetivo dos pequenos, seja porque eles assumem novos lugares na sociedade ou porque suas vidas acontecem em esferas completamente distintas das que abrigaram outras gerações.

A internet – uma dessas esferas – atua decisivamente na formação das crianças de hoje. Afinal, é no contato direto com a rede que a infância de muitas crianças acontece. Segundo a pesquisa TIC Kids Online Brasil, realizada anualmente pelo Cetic.br, um Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação vinculado à Unesco, em 2017, 85% das crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos acessam a internet.

Portanto, há uma população considerável de brasileiros em formação nos espaços online. É por isso que se justifica o estudo da produção de conteúdo no YouTube como fator de influência na formação subjetiva das crianças. Afinal, elas não produzem apenas na escola, mas trazem seus conteúdos para a rede. Esses materiais estão repletos dos signos da infância vivida por elas e dos Outros que agem sobre esses pequenos indivíduos. Assim, elas se encarnam também no Outro de uma grande população de crianças.

É possível perceber que existe uma parcela significativa de crianças que não possui esse acesso, fato que configura uma problemática social vinculada à desigualdade socioeconômica. Dentro das configurações sociais atuais, é um fato preocupante, pois traz consigo a provável dificuldade de acesso à escola, a baixa qualidade da educação em áreas afastadas dos grandes centros e o abismo formativo entre as diferentes camadas sociais no Brasil.

Porém, este é um assunto que merece que uma pesquisa aprofundada e transdisciplinar. Este trabalho se ocupará da população que já possui o acesso e que atua nas plataformas digitais. A pesquisa supracitada da TIC Kids informa que, desta população, 88% acessa a internet todos ou quase todos os dias. Logo, é possível entender que há uma frequência alta de acesso, ou seja, as crianças ficam conectadas durante longos períodos. E mais: 77% delas assiste a vídeos, sendo esta uma das principais formas de interação entre crianças e a rede.

Há, portanto, uma problemática bastante clara: as crianças têm acessado a internet por longos períodos e essa interação acontece por meio de produtos audiovisuais. Sendo o YouTube o maior depositário destes materiais, é possível concluir que as crianças atuam nesta plataforma com bastante intensidade.

O poder destas transformações é tal que é possível ter uma ideia pela idade da plataforma: 14 anos. Logo, apenas crianças nascidas a partir de 2005 são verdadeiramente nativas do YouTube. Porém, as transformações já podem ser sentidas no dia a dia da infância dos nossos tempos.

No decorrer do tempo, de meros espectadores, as crianças passaram a produzir conteúdo para a plataforma. A este produtor de conteúdo se dá o nome de YouTuber. Quando este indivíduo é uma criança, chama-se popularmente de YouTuber Mirim.

Portanto, há claramente dois polos de atuação da criança na plataforma: como expectador e como produtor de conteúdo. E esse conteúdo tem um público considerável. Segundo Corrêa (2017, p. 43), no Brasil, “até outubro de 2015, os vídeos assistidos por crianças na plataforma representavam, somados, um total de 20 bilhões de visualizações; em 2016, esse total representava 52 bilhões de visualizações.”

Como forma de entender como as crianças atuam no YouTube e na construção de uma subjetividade da infância, nua e pública na internet, a pesquisa analisará dois vídeos criados por YouTubers mirins e que trazem signos desta infância em construção, em modulação. Uma infância inserida em uma sociedade hipercapitalista, que está em processo de entendimento sobre os atuais significados das relações humanas na atualidade. Trata-se de um processo de modulação em vigência e que traz suas consequências.

Como as crianças produzem conteúdo? Sobre o que falam? Como se comunicam? Quais signos utilizam? Quais significantes evocam?

2.2. Narrativas do consumo e da infância

Para iniciar a análise, esta pesquisa selecionou dois diferentes vídeos em canais do YouTube que seguissem os seguintes critérios:

- Canais que produzem conteúdo que tenha crianças como público-alvo;
- Os conteúdos devem ser protagonizados por crianças;
- Canais que atingiram grande popularidade na plataforma e que, por isso, são seguidos por uma quantidade significativa de usuários;
- Vídeos que tivessem diferentes abordagens narrativas, mas que trouxessem a criança e o consumo como pilares; e
- Vídeos publicados em 2019, para conferir o caráter de atualidade quanto a formato e discurso.

Os dois formatos narrativos escolhidos por essa pesquisa foram:

- A narrativa ficcional, onde o YouTuber interpreta uma pequena história que o traz como protagonista; e
- O unboxing, onde o YouTuber abre um brinquedo e, mostrando as funcionalidades, as características e sua opinião sobre o que está vendo.

Estes formatos foram escolhidos pela popularidade que exercem sobre as crianças de todo o mundo. É preciso citar que, segundo matéria da BBC³, o YouTuber – entre adultos e crianças – que mais ganhou dinheiro em 2018 foi um menino estadunidense de 8 anos chamado Ryan. Seus ganhos com vídeos nos quais abre brinquedos e os mostra aos seus seguidores faturaram cerca de 22 milhões de dólares no período de 1 ano.

Portanto, estamos falando de um nicho de atuação no qual as crianças representam cifras gigantescas, o que não passa despercebido pelo mercado, que encontra aí uma oportunidade de gerar capital. Nossos entendimentos, então,

³ Matéria acessada em 18 de junho de 2019 e disponibilizada em <<https://www.bbc.com/portuguese/salasocial-46435004>>.

poderão tentar responder: gerar capital a custo de quê? Qual o impacto para as crianças nesse processo?

Para isso, na análise a seguir, será utilizado o método descrito e esmiuçado por Lucia Santaella em seu livro “Semiótica aplicada” (2005).

2.3. Clubinho da Laura: consumo e narrativas ficcionais

O Clubinho da Laura é um canal no YouTube protagonizado por Laura, uma menina de 5 anos de idade que publica diferentes vídeos, narrando histórias, cantando e mostrando suas brincadeiras. Sempre acompanhada dos pais, que também se transformam em personagens do canal, os vídeos de Laura tem um alcance gigantesco.

Em 19 de junho de 2019⁴, o canal registrava 7.197.155 de inscritos e 1.433.501.150 visualizações em seus 655 vídeos publicados, estando, portanto, na lista dos canais mais acessados do YouTube Brasil.

O vídeo que será analisado é intitulado “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”⁵ e tem a duração de 4 minutos e 20 segundos. Ele foi publicado pelo canal no dia 29 de maio de 2019 e contava com 52.529.811 visualizações no dia 19 de junho de 2019.

2.3.1. Aspectos referenciais

Em sua obra, Santaella (2005, p. 117) explica do que se trata a face referencial de um signo: “A face da referência diz respeito à relação do signo com aquilo que ele representa. Essa relação tem dois aspectos: a) o aspecto do referente que se traduz na questão: Qual o referente do signo? A que o signo se refere? e b) o aspecto que diz respeito ao modo como o referente está presente no signo.”

Portanto, é a partir daí que a leitura do vídeo mencionado será realizada.

⁴ Dados obtidos no site Social Blade, em 19 de junho de 2019, disponível em <<https://socialblade.com/youtube/user/jessicajulioebaby>>.

⁵ Vídeo disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=yXGcNdBt6ng&t=72s>>.

2.3.1.1. A que o vídeo se refere?

O vídeo narra algumas desavenças entre Laura e sua mãe. A menina está vestida como uma princesa (Branca de Neve) e a mãe quer o mesmo vestido. Elas então, discutem de quem é o vestido, porém sem argumentos, apenas repetindo inúmeras vezes a frase: é meu! O pai precisa intervir e resolver. Sua solução é costurar um vestido para a mãe. Essa situação se repete com os sapatos, a tiara, a maquiagem e o unicórnio de brinquedo.



Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido

52.529.811 visualizações

👍 208 MIL 💬 87 MIL ➦ COMPARTILHAR ➦ SALVAR ...

Imagem 1 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”.

Portanto, o vídeo basicamente narra a disputa entre Laura e a mãe sobre quem é dona de cada objeto, sendo que as duas desejam o mesmo: se transformar em “princesa”. Cabe ao pai barrar a disputa e dividir os elementos entre elas para que ambas se tornem as “princesas” que tanto querem.

A narrativa é bastante simples, com frases curtas e pouco texto para facilitar o entendimento do público: crianças em torno dos 5 anos de idade, como a própria Laura.

2.3.1.2. Como podemos observar os referentes nos vídeos?

Para que seja possível entender esses próximos aspectos referenciais, será necessário recorrer mais uma vez a Santaella (2005, p. 118) quando ela explica que os referentes estão presentes nas produções audiovisuais de três modos diferentes: o modo qualitativo, o modo existencial e o modo genérico.

O vídeo apresenta algumas características que podem ser enquadradas no modo qualitativo. A primeira delas são as cores, sempre muito vivas, em que dois tons aparecem em muitas tomadas: o amarelo, que remete ao vestido da princesa e que chama bastante a atenção das crianças por sua vivacidade; e o rosa, presente nos acessórios e no cenário, que tem um apelo bastante forte com as pequenas meninas que, assim como Laura, poderiam se interessar por se transformarem em princesas.

As tomadas variam entre os planos mais fechados quando se deseja mostrar o conflito entre as duas e quando o pai está pensando em uma solução; e planos abertos quando o problema é solucionado.



Imagem 2 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”.

Também são utilizados recursos gráficos em pós-produção, como estrelas, ícones de lâmpada representando uma ideia e outros recursos, como manchas, por exemplo, que conferem movimento ou impacto a algumas cenas.

Estes recursos tornam as tomadas mais lúdicas, aproximando um vídeo com recursos de animação de que as crianças tanto gostam.

Os cortes e tomadas são relativamente lentos para que as crianças consigam acompanhar a narrativa e perceber os elementos presentes no cenário.

Outro ponto bastante importante é o tom de voz utilizado pelos adultos que aparecem no vídeo: é um tom infantilizado, que se aproxima da pequena Laura e das crianças, público-alvo do canal. Esse recurso tem o objetivo de aproximar adultos e crianças.

Além disso, os brinquedos que formam o cenário trazem um ar lúdico e acessam diretamente as crianças, principalmente por um certo monocromatismo presente. O cenário é quase que inteiramente rosa, e já é possível ver isso na primeira tomada, o que, de certa forma, fideliza o público e faz com que o vídeo seja assistido até o fim. Portanto, dentro de uma narrativa bastante infantil, existem elementos pensados para prender a atenção das crianças durante todo o vídeo.

Já o modo existencial diz respeito aos sin-signos, que, como explica Santaella (2005, p. 120), são “qualquer coisa ou evento que é um signo”.

Neste ponto, existe algo que precisa ser delimitado de forma bastante enfática: os brinquedos. Eles permeiam todo o vídeo e, além de tornarem o ambiente mais lúdico e palatável para uma criança, eles têm o objetivo claro de mostrar a existência de um produto e de sua marca. É o caso do frame a seguir, onde, ao encontrarem as maquiagens, as personagens se deparam com uma mesa estrategicamente organizada para que as marcas fiquem em evidências, assim como os objetos.

Além disso, há, no campo existencial, um conflito entre a filha e sua mãe, que se aproxima da menina em sua forma de se vestir e de falar, e em seus desejos. Este conflito é o signo que dá o tom a todo o vídeo. Porém, há um objetivo bastante claro: fazer com que os brinquedos sejam vistos, assim como as marcas.



Imagem 3 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”.

Já com relação ao modo genérico, é preciso entender que “as coisas existentes acomodam-se em espécies de coisas, em tipos, classes de coisas” (SANTAELLA, 2005, p. 121).

Portanto, há aqui uma série de legi-signos que compõem o vídeo em questão. O primeiro deles é talvez o gênero no qual vídeo se enquadra e, neste ponto, há uma problemática.

A princípio, é possível pensar que se trata unicamente de um vídeo-narrativa. Afinal, há uma história sendo contada, com recursos narrativos típicos deste gênero. Porém, o apelo aos brinquedos e à marca se faz tão presente que os aspectos publicitários se tornam facilmente identificáveis na produção.

Logo, há um entendimento desta pesquisa, que se trata de um vídeo misto que traz os gêneros narrativo e publicitário. Este ponto é bastante importante, inclusive por questões legais, já que a resolução número 163, de 13 de março de 2014⁶, regulamenta a publicidade infantil e a proíbe em diversos casos.

⁶ Acessado em 19 de junho de 2019 e disponível em <http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=4&data=04/04/2014>

Não seria essa uma forma de transgredir uma questão legal? Ou ainda: essas formas de vídeo não deveriam ser regulamentadas também?

Portanto, o entendimento sobre o gênero do vídeo traz implicações bastante sérias para a legitimidade da mensagem pretendida por ele.

Outro signo do modo genérico presente é o discurso empregado que segue a seguinte linha: repetição e simplificação. Frases curtas como “é meu”, proferidas pela mãe e pela criança, e “parou”, proferida pelo pai, são repetidas incessantes vezes durante a narrativa e fecham ciclos: o da roupa, o do sapato, o da tiara e o da maquiagem. Esse formato é bastante fácil de ser assimilado e provoca na criança a curiosidade em saber qual será o próximo elemento. Assim, a audiência permanece até o término do vídeo. Tudo isso é embalado por um tom de voz bastante infantil e próximo ao das crianças, com o objetivo de provocar uma identificação.

Também são utilizadas expressões soltas, como “uau”, ligadas a gestos e expressões de surpresa, dúvida e encantamento. É preciso lembrar que o público de crianças como Laura, com idade em torno dos 5 anos, ainda possui um vocabulário limitado. Assim, estes recursos auxiliam no entendimento da narrativa.

2.3.2. Aspectos da significação

A partir dos referenciais expostos, é preciso analisar os processos de significação possíveis neste vídeo. Sobre isso, Santaella (2005, p. 124) explica que os modos expostos anteriormente “vão determinar os aspectos através dos quais o signo pode significar seus objetos ou referentes, a saber, o aspecto icônico, o indicial e o simbólico”.

2.3.2.1. Aspecto icônico

A cor rosa, presente em todo o vídeo, é um ícone bastante óbvio de como meninas são educadas em uma sociedade patriarcal. Esta cor se transformou em ícone da feminilidade e das formas de ser mulher. A essa cor podemos atribuir características consideradas “femininas”, como a delicadeza, a suavidade e a elegância. Não obstante, as personagens querem ser princesas e brigam por isso.

Os cortes de câmera também se atentam ao movimento entre planos fechados e abertos para criar uma certa tensão na criança. O que será que vai acontecer? Qual a solução encontrada pelo pai? Ao final destas sentenças de imagens, após a solução ser revelada, o plano fechado mostra a surpresa e o contentamento das personagens. Elas ficam maravilhadas por possuírem algo e por estarem mais próximas de serem princesas.

Os aspectos de câmera também são bastante importantes no momento de mostrar os produtos:



Imagem 4 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”.

Tomadas como a apresentada na imagem acima trazem cores e a proximidade necessária para que a criança perceba a sensação de manipular os objetos. Essa sensação é essencial para despertar o desejo de tê-los. Além disso, a embalagem fica bastante em evidência. Não seria essa a melhor forma de identificar o respectivo produto em uma loja de brinquedos?

Não obstante, há uma forte relação entre a sonoridade e as imagens, que auxilia na construção da narrativa. Os sons de tensão quando o pai se aproxima para resolver o desentendimento entre as duas personagens cria a percepção de autoridade, de lei – a lei do pai, que barra a relação conflituosa entre uma mãe infantilizada e uma criança adultizada.

Um take muito importante talvez seja o plano fechado na menina Laura após ela conseguir todos os elementos (vestido, sapato, tiara, maquiagem e esmalte para as unhas). Trata-se da imagem a seguir:



Imagem 5 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”.

Laura já é uma princesa: ela conseguiu tudo o que queria. Ela mostra a felicidade de ter dado o último passo necessário: pintar as unhas. E elas ficaram bonitas, como as da mãe. Talvez aqui haja um ícone do processo de crescimento desta criança adultizada, que na princesa se faz uma pequena adulta. Ela pinta as unhas de rosa, cor do feminino, da mulher. E fica feliz por isso.

Laura passa uma mensagem clara: vocês, meninas, precisam crescer, precisam se transformar em princesas, precisam ter os produtos que eu tenho, precisam ser como eu.

2.3.2.2. Aspecto indicial

O aspecto indicial está ligado ao existente, aos sin-signos, que estão bastante presentes nos vídeos em geral e nesse, especificamente. Afinal, a trama gira em torno de objetos e personagens.

De um lado, temos três personagens: criança, mulher e homem. Filha, mãe e pai. Entre eles, há um conflito por objetos de desejo: o vestido, o sapato, a tiara, a maquiagem e o brinquedo.

Esse pequeno resumo do enredo já permite algumas conclusões: há uma reedição da novela familiar, na qual a relação entre mãe e filha acontece por meio do investimento libidinal, da construção do desejo e da inserção desse desejo na linguagem. A presença do pai instaura a barragem, a lei.

Os objetos de desejo, o “querer possuir”, permeiam estas relações. Não seria essa uma alegoria dos tempos em curso? O consumo permeia as relações, dita as regras da sociedade e constrói indivíduos dóceis às suas mensagens. Vale um conflito familiar em nome de possuir algo como um vestido, por exemplo.

A presença massiva de brinquedos nos cenários também é um aspecto indicial de uma forma de ser criança e da necessidade de se ter cada vez mais brinquedos para chegar a um suposto lugar de felicidade. A casa é toda de brinquedo. Os móveis são de brinquedo. Logo, há uma existência do sujeito em um mundo composto desses objetos.

2.3.2.3. Aspecto simbólico

Neste ponto, há algo muito importante: o discurso verbal, ou seja, as falas e os textos utilizados para construir a narrativa.

Como citado, as frases curtas são repetidas continuamente durante a trama. Por exemplo, nos momentos de conflito entre as personagens, há uma repetição da frase “é meu!”. Elas reclamam a posse de um objeto, assim como reclamam a legitimidade de ser uma princesa, de ser alguém reconhecido, de ser mulher.

Além do caráter de individualismo presente nesta frase, há a questão do conflito que o objeto provoca em ambas. Uma relação mãe e filha permeada por um bem de consumo é, por essência, de ordem individual, onde cada uma só deseja possuir e nada mais.

Portanto, mesmo diante de uma mensagem que termina com uma suposta lição de que é preciso dividir, em nenhum momento há um significante de que não é preciso

consumir. Pelo contrário: o valor presente no vídeo é o do consumo. Laurinha e a mãe querem o mesmo vestido, os mesmos sapatos, as mesmas tiaras, as mesmas maquiagens. Então, é preciso lutar para tê-los. E ter é um valor inabalável. Não há outra alternativa

2.3.3. Aspectos da interpretação

Aqui está, talvez, um dos pontos mais importantes para essa pesquisa desta análise: os efeitos possíveis destes signos nas mentes de quem se coloca em contato com eles. Santaella (2005, p. 129) explica que são três os interpretantes possíveis: “o imediato (primeiridade), o dinâmico (secundidade) e o final (terceiridade).”

2.3.3.1. Interpretante imediato

Há aqui um potencial interpretativo. Portanto, é possível pensar que há um público para esse vídeo, que deseja viver situações similares à retratada, ou seja, ter o vestido, ser uma princesa, ser feliz.

O potencial interpretativo imediato deste vídeo está em provocar essa primeira identificação com a criança que o assiste. Além disso, os aspectos de cores iniciais, extremamente vivas e lúdicas, já trazem uma identificação imediata com a criança.

2.3.3.2. Interpretante dinâmico

Neste ponto, temos possibilidades de três diferentes interpretantes segundo seus aspectos:

- **Efeito emotivo:** o vídeo traz em si certa tensão e ampla ludicidade. Portanto, essa dinâmica evoca diferentes sentimentos em quem assiste. Seja a curiosidade ou a captura pela identificação emocional. A raiva, a tristeza e a alegria estão presentes, sempre relacionadas ao fato de ter ou não o objeto em questão. As pequenas interjeições, como “uau” ou “hummm”, provocam essas emoções que a criança já sentiu em outros momentos da vida. Contudo, existe uma relação bastante clara que o vídeo provoca: não se ter um dos objetos traz tristeza e raiva nos personagens, que só encontram a alegria ao recebê-los. Nem sempre a criança pode ter tudo o que deseja. Não seria, então, uma forma

de provocá-la a sempre buscar ter tudo o que deseja? São as emoções permeadas pelo consumo, um consumo que vem do desejo de só sentir coisas boas, de obter um gozo infinito. É preciso não esquecer dos recursos estéticos capazes de provocar isso. A tomada parte do olhar do pai ao dar para a filha o objeto desejado. Ao recebê-lo, ela esboça surpresa e alegria. Ao mesmo tempo, a marca fica bastante exposta para que a criança identifique aquilo que traz essas emoções tão nobres.



Imagem 6 – Frame do vídeo “Laurinha e mamãe querem o mesmo vestido”.

- **Energia da ação:** o vídeo deixa claros os valores do consumo e da propriedade, associados a determinados objetos e marcas. O público, formado por crianças, pode entender que é preciso lutar para ter o que se deseja e que é preciso ter tudo o que se deseja. A busca por esses objetos pode ser uma ação clara e contínua. “Quero ter o mesmo vestido, a mesma maquiagem e os mesmos brinquedos da Laura?” “Eu já sei até quais são”. A criança não apenas deseja, mas buscará obtê-los. Afinal, ela sabe do que se trata e quais são as marcas.
- **Conhecimento:** aqui, se retoma a questão das marcas e do consumo. Como ter os mesmos objetos da Laura? Sabendo quais são esses objetos, como são suas embalagens? Quais cores possuem? Todos esses signos ficam bastante

claros no vídeo e trazem à criança o conhecimento necessário para, inclusive, saber como pedir os produtos aos pais.

2.3.3.3. Interpretante final

Não há como não pensar aqui no consumo. Afinal, é em torno disso que os conflitos do vídeo acontecem. Toda a novela familiar se baseia no ter, no ser princesa, no ser nobre, no consumir para ser. A presença da lei – o pai – não impede o consumo. Pelo contrário: ele facilita a obtenção do que se deseja. Ele não engendra a falta, mas o gozo, a felicidade total por conseguir se transformar naquilo que se deseja.

2.4. Julia Silva: *unboxing* e a nova face do consumo

Julia Silva é uma *YouTuber* bastante conhecida no universo de crianças que produzem conteúdo para a plataforma. Seu canal já é popular, o que a rendeu à menina uma grande fama entre faixas etárias infantis.

Julia tem 13 anos e seu primeiro vídeo foi criado no YouTube quando ela tinha 6 anos de idade. Portanto, já são 7 anos ininterruptos produzindo conteúdos para a plataforma.

Os números do canal da menina são bastante expressivos: em seus 1.200 vídeos, ela atingiu mais de 950 milhões de visualizações, com uma comunidade de quase 4.500.000 seguidores⁷.

Os primeiros vídeos da menina eram pequenas narrativas que ela criava com as próprias bonecas. No decorrer do tempo, os conteúdos se transformaram até chegarem no formato que possuem hoje: *vlogs* (vídeos onde ela mostra sua vida no dia a dia) e *unboxing* (vídeos em que ela abre pacotes de brinquedos supostamente recebidos de presente).

⁷ Dados acessados em 30 de junho de 2019 e disponíveis em <https://socialblade.com/youtube/user/paulaloma29>.

Essa pesquisa focará em um vídeo deste último formato porque se trata de algo que interessa a esse trabalho: as reinvenções do discurso publicitário com o intuito de formar pequenos consumidores.

Com tamanho alcance, Julia se transformou em alvo constante de marcas destinadas ao público infantil. Ele recebe diversos brinquedos e tem os próprios produtos licenciados, como livros, artigos de papelaria (mochilas, cadernos etc.) e brinquedos.

O vídeo escolhido para análise será o intitulado “Hairdorables - abrindo bonecas surpresa (super novidade)”⁸. Ele foi publicado no dia 26 de dezembro de 2018 e conta atualmente com 1.454.030 visualizações.

2.4.1. Aspectos referenciais

2.4.1.1. A que o vídeo se refere?

Julia conta que recebeu uma caixa enorme de uma marca de bonecas chamadas “Hairdorables”. Ela, então, começa um processo minucioso e lento de abrir a caixa, contando cada detalhe do que encontra e mostrando as cores, as funcionalidades, os textos e os brinquedos que estão na caixa.

Durante o vídeo, Julia fala das suas impressões sobre o que encontra na caixa e expressa claramente seus gostos.

Não há uma narrativa ficcional estabelecida, mas existe um discurso bem estruturado para que o público conheça cada detalhe dos produtos.

2.4.1.2. Como podemos observar os referentes no vídeo?

Do ponto de vista qualitativo, a produção traz diversos elementos que se conectam fortemente com o universo lúdico infantil. Em primeiro lugar, a predominância da cor

⁸ Vídeo acessado em 25 de junho de 2019 e disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Ms7XBo-hrgA>>.

rosa, socialmente atribuída a aspectos da feminilidade. Ela está presente no cenário, na caixa e na própria roupa da menina.

É preciso destacar, também, que a mesa e as paredes são brancas, em contraste com o colorido da caixa, dos elementos e da roupa de Julia. Assim, não há conflito visual e o vídeo enfatiza o que quer dizer: olhe para a Julia e para a caixa.



Imagem 7 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”

Além disso, as formas arredondadas e elementos como quadros, flores e representações de animais também se conectam com o público rapidamente.

Um aspecto qualitativo importante são os enquadramentos que se alternam entre o plano mais aberto, onde é possível ver a YouTuber, e os mais fechados, que têm o objetivo claro de trazer a atenção do público para a marca e os produtos apresentados.

Estes elementos criam uma dinâmica de constante associação entre a figura da menina e a marca, quase dizendo “você precisa ter essa boneca se quiser ser como eu (famosa, legal, bonita, divertida...)”.



#CONTEÚDO_EDITORIAL #PRESSKIT

HAIRDORABLES! ABRINDO BONECAS SURPRESA (Super Novidade)

1.454.030 visualizações

42 MIL

2,4 MIL

COMPARTILHAR

SALVAR

...

Imagem 8 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”

Além disso, Julia utiliza um tom de voz bastante didático e, de certa forma, infantilizado, com um discurso repleto de expressões exclamativas como “que legal!” ou “como ela é linda!”. Com isso, ela vai atribuindo qualidades ao produto e a si mesma, afinal, sua imagem se relaciona diretamente com a marca.

Já do ponto de vista do modo existencial, existem dois sin-signos bastante importantes: a caixa e a própria menina. Elas ocupam uma boa parcela da tela e se colocam próximas. Portanto, em enquadramentos mais fechados, elas praticamente se confundem, quase em uma simbiose.

O tamanho da caixa, aqui, é bastante relevante, pois ela é grande. Isso provoca a curiosidade na criança. Por conta das suas cores e imagens, ela também cria um universo de possibilidades significantes. A criança se coloca em alerta para saber o que há nessa caixa tão grande.

Ao abrir a caixa, outros elementos são encontrados: bonecas, acessórios para cabelo, adesivos e outros. Portanto, essa enorme caixa tem muitas coisas dentro. É o desejo que não tem fim e que se abre para outros mais.

No modo genérico, há uma série de outros signos. O primeiro está relacionado ao gênero do filme. Pode parecer um vídeo documental, pois Julia conta o que

encontra na caixa realmente. Porém, o foco constante no produto e em suas qualidades abre a possibilidade de classificá-lo como um vídeo publicitário. Afinal, o produto é o alvo do filme, e Julia coloca sua imagem a serviço deste produto.

O título do vídeo é um signo bastante interessante também.



Imagem 9 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”

A palavra "surpresa" já traz o significante do inesperado, do que não se sabe. Portanto, cria uma atmosfera de curiosidade. Associado à expressão "super novidade", o título evoca um significante da exclusividade. Trata-se de um recurso para inserir a falta que engendra o desejo. Se é novidade, você não tem – ou seja, lhe falta e, desejamos sempre o que nos falta.

Além disso, há uma advertência logo acima do título, com as expressões "#conteudo_editorial" e "#presskit". Isso mostra que, na verdade, não se trata de uma menina falando sobre um brinquedo que ganhou, mas de uma YouTuber vendendo um produto. Porém, é possível questionarmos: teria a criança repertório linguístico para entender essas advertências? Muito possivelmente, essa informação essa informação passa despercebida.

2.4.2. Aspectos da significação

2.4.2.1. Aspecto icônico

As cores, já trabalhadas acima, são extremamente icônicas neste vídeo. O rosa predominante é bastante utilizado ao se tratar de assuntos relacionados à feminilidade. O intuito do vídeo é mostrar bonecas, um brinquedo que tem como público principal as meninas. Portanto, o uso da cor rosa já evoca os significantes socialmente atribuídos à feminilidade, como delicadeza e beleza, por exemplo.

É por isso que a própria Julia se veste de rosa, quase que evocando um ideal de mulher. Apesar de ter apenas 13 anos, a menina traz um visual mais adulto. Trata-se, então, de instaurar um lugar imaginário de busca, de algo que não está ainda ao alcance da criança, que é a vida adulta. Aí também se instaura o desejo, a busca pelo objeto imaginário.

Julia, então, transita por esses dois lugares: o de uma criança e o de um adulto. Crescer é um mistério para a criança. Portanto, o significante implícito é o de que, ao possuir a boneca, você pode ser como Júlia: uma pequena adulta famosa, mas ainda repleta de brinquedos.

Alguns enquadramentos são bastante importantes para a valorização do produto como um bem a ser alcançado.

O rosto da menina não aparece neste enquadramento, já que o objetivo é mostrar o produto com mais destaque, porém a mão com as unhas pintadas não deixa que o espectador se esqueça de quem ela é, do seu aspecto adultizado e dos desejos que o produto evoca.

Outro ponto bastante importante dos enquadramentos mais fechados é que eles trazem consigo a sonoridade que a manipulação das embalagens produz, como o da menina abrindo embalagens plásticas.



#CONTEÚDO_EDITORIAL #PRESSKIT

HAIRDORABLES! ABRINDO BONECAS SURPRESA (Super Novidade)

1.454.030 visualizações

42 MIL

2,4 MIL

COMPARTILHAR

SALVAR

...

Imagem 10 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”

O objetivo é aproximar a criança da experiência de abrir o pacote.

2.4.2.2. Aspecto indicial

Como dizemos, a roupa de Julia tem um papel importante nos vídeos por evocar um significante adulto à imagem da menina. Faz-se presente, então, esse objeto desejo para as crianças: o mistério de crescer. Mas não crescer de qualquer forma, e sim, repleto de brinquedos.

As próprias bonecas são índices desse desejo pelo crescer. Elas valorizam o cabelo, as roupas e a maquiagem, bastante típicos de uma mulher adulta.

Todos esses objetos estão dentro de um caixa fechada, o que cria um certo mistério que se alinha à incógnita de ser adulto, como Julia se mostra.

Além das bonecas, as caixas trazem acessórios para cabelos e enfeites para que a menina use. Ou seja, existe uma intenção de aproximar a criança da boneca. É como dizer: se você utiliza esses acessórios e tem essa boneca, você mesma é a boneca, mas não qualquer uma, e sim uma espécie de boneca-adulta. A própria Júlia prova os acessórios, como é possível ver na cena a seguir:



#CONTEÚDO_EDITORIAL #PRESSKIT

HAIRDORABLES! ABRINDO BONECAS SURPRESA (Super Novidade)

1.454.030 visualizações

42 MIL 2,4 MIL COMPARTILHAR SALVAR ...

Imagem 11 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”

Logo, há um esforço do vídeo em evocar esse objeto perdido, essa busca por ser uma mulher adulta, esse espelho da mãe. E não há forma melhor de aproximar a criança da mãe do que dizer a ela o quão legal é ter um filho – uma boneca, no caso – que se torna objeto de desejo.

2.4.2.3. Aspecto simbólico

Aqui, há um signo discursivo bastante importante: a palavra segredo. No topo da caixa, há a inscrição “Top secret”, que significa “muito secreto”. Não é possível ver o que tem dentro da caixa.

O significante do mistério é evocado durante todo o vídeo. No próprio título, há a palavra “surpresa”, que evoca o mesmo significante do desconhecido.

A criança se vê confrontada com uma ideia de algo que não conhece, algo desconhecido da própria vida, inclusive da vida da menina Júlia, que, mesmo criança, traz aspecto adultos, algo também misterioso para os pequenos.



#CONTEÚDO_EDITORIAL #PRESSKIT

HAIRDORABLES! ABRINDO BONECAS SURPRESA (Super Novidade)

1.454.030 visualizações

42 MIL 2,4 MIL COMPARTILHAR SALVAR ...

Imagem 12 – Frame do vídeo “Hairdorables! Abrindo Bonecas Surpresa (Super Novidade)”

Como já citado, o desejo é engendrado pela falta. Portanto, faz bastante sentido apresentar o desconhecido como algo que precisa ser conquistado, seja a boneca ou o status de mulher adulta. Dessa forma, o desejo emerge em busca desses objetos que se mostram conjugados: o brinquedo e a menina.

Logo no início do vídeo, Julia diz: "Olha o que tem aqui. Uma caixa gigante, pra gente, de Hairdorables, e eu estou muito animada para abrir porque eu não sei o que tem dentro. Ela é muito grande mesmo e ela veio pelo correio e chegou aqui em casa, em uma caixa maior ainda..."

Ao mesmo tempo em que o mistério se instaura, ele é reforçado por qualidades, sempre ligadas ao tamanho da caixa (gigante, muito grande mesmo e maior ainda). É como se a menina dissesse que este mistério é muito grande e que isso que será mostrado em breve tem uma grande importância. O desejo de possuir a boneca deve ser imenso, assim como é gigante a vontade de ser uma jovem adulta, de se parecer com a mãe e saciar, imaginariamente, esse desejo.

Este reforço linguístico permanece durante todo o vídeo, como garantia de manter o desejo vivo.

2.4.3. Aspectos da interpretação

2.4.3.1. Interpretante imediato

Neste vídeo há, sem dúvida, um público-alvo bastante definido: crianças, principalmente meninas, que se interessam por bonecas. Este público traz consigo suas características discursivas, que são exploradas durante o vídeo.

As expressões, as cores, as formas e a dinâmicas visam provocar a atenção das crianças, fazendo com que elas assistam ao vídeo até o final, e, em outra instância, adquiram o produto retratado.

Diferentemente do vídeo de Laura, onde essas características estavam um pouco mais implícitas, no de Júlia há uma narrativa clara sobre o produto e suas funcionalidades.

2.4.3.2. Interpretante dinâmico

Aqui há três efeitos possíveis, como mostrado a seguir:

- **Efeito emotivo:** as cores, as formas e o enquadramento são os primeiros a evocar um ambiente lúdico, quase fantasioso, que visa capturar a atenção da criança. A caixa colorida e secreta tem a ideia de aguçar a curiosidade. Afinal, as crianças trazem consigo essa ânsia pelo saber, pelo descobrir. Há um universo de novos signos ao redor da criança e ela forma suas cadeias significantes a todo momento. Portanto, o recurso do mistério provoca esse desejo pelo saber, tão característico. A criança quer descobrir o mundo e ela mesma. Quer direcionar esses sentimentos que a perpassam e aos quais a brincadeira é capaz de dar vazão. À medida que Julia vai abrindo os pacotes, a criança exerce uma liberação do gozo e vive este gozo de saber o que tem dentro do pacote. Afinal, a própria Julia é bastante expressiva quanto ao que encontra, sempre com surpresa e alegria.
- **Energia da ação:** existe um intuito claro de levar a criança à ação da compra. Mas, mais do que isso, o vídeo pretende também inserir essa busca contínua pelo objeto perdido, a falta que engendra o desejo. É como se dissesse que aqui há uma novidade que você precisa conhecer e ter, mas amanhã existirá

outra e depois outra. Dessa forma, a roda do hipercapitalismo gira, inserindo faltas e desejo de compra nestes pequenos sujeitos. Além disso, todo o processo traz um investimento libidinal muito alto. Julia se mostra muito animada e curiosa, até o ponto em que essa energia é liberada e ela descobre o que há na caixa. Por isso, é um processo que proporciona um gozo expressivo na criança que assiste. Não deve ser incomum que ela volte o vídeo ao início e o assista diversas vezes. A mensagem se fixa e o desejo se renova.

- **Conhecimento:** Julia é bastante didática ao mostrar cada item da caixa, das cores e formas da própria embalagem aos acessórios e brinquedos. Cada funcionalidade é esmiuçada e reforçada com expressões de surpresa e alegria. Portanto, só há uma coisa que separa a criança da experiência total: a tangibilidade. Ela não pode tocar aquele brinquedo, mas sabe tudo sobre ele. A experiência não é completa, mas ela deseja esse gozo total. Então, certamente, ela buscará obtê-lo. Comprar a boneca é a única forma de obter a completitude.

2.4.3.3. Interpretante final

São diversas as possibilidades do interpretante final, mas essa pesquisa optará por destacar o gozo como fator determinante do vídeo. É como se a boneca se transformasse no signo do gozo total. Aquele que representa a completitude e que precisa ser buscado a qualquer custo para que o ciclo da experiência se feche. Ou seja, há uma atuação forte do registro imaginário, afinal, esta completitude é impossível, mas o gozo continua a ser buscado.

E mais: trata-se de um gozo pelo consumo, seja do vídeo ou do brinquedo. As visualizações são inúmeras e, possivelmente, a mesma criança assistiu ao vídeo diversas vezes. Caso esta criança consiga obter a boneca, sua experiência ganhará uma camada a mais, mas não será a completitude. Júlia virá com um novo vídeo, com novas caixas e novos brinquedos. E mais uma falta/desejo será instaurado. Logo, o ciclo recomeçará.

3. DO ESPETÁCULO AO GOZO: OS SINTOMAS DA INFÂNCIA

Após a análise dos vídeos, é possível perceber que há não apenas uma criança em constante relação com a internet, mas toda uma ideia de infância sendo construída a partir deste novo lugar de atuação, que, pautado em uma esfera pública, torna a infância em um campo de novas subjetividades.

Para Belloni (2009, p. 32), a “formação das novas gerações, embora seja resultado de processos complexos nos quais crianças e adolescentes têm papel ativo, depende de valores e representações que a sociedade tem da infância e dos ideais de eu que ela constrói”.

Os vídeos trazem uma pista contundente deste ideal de infância pretendido, que nada mais é do que a formação de pequenos indivíduos capazes de manter ativo o funcionamento do hipercapitalismo – ou seja, de produzir e de consumir, de gerar capital e de nunca abandonar o desejo do consumo.

Souza (2005, p. 66) lembra que o “território interno de cada um não é soberano; é com o olhar do outro que nos comunicamos com nosso próprio interior”.

E a psicanálise ajuda sempre a entender isso, principalmente ao se pensar na existência deste Outro (encarnado nos pais, na escola, na internet) que atua na formação do pequeno sujeito para construir as suas bases subjetivas, o seu contorno, o seu ideal de eu.

Por outro lado, existe uma realidade atual na qual a criança permanece mais tempo com a internet do que com a família. Trata-se de uma dinâmica social, onde o trabalho ganha um ar de necessidade absoluta – ou melhor, ganhar cada vez mais dinheiro é a necessidade única. E para quê? Para prover a família de mais bens, para consumir mais, para estar e se fazer notar nesta dinâmica.

A criança é privada do contato com os pais para estar em contato com a internet, que, como foi possível ver nos vídeos, estabelece a sua lógica de infância: sempre ligada ao consumo e a um borrar das fronteiras entre infância e vida adulta.

Sauret (1998, p. 87) diz algo bastante emblemático: “Não há necessidade de família para fazer filhos, mas para fazer sujeitos, sim”.

Com isso, é possível pensar que, mesmo diante da ausência parental, outras instâncias atuarão na formação deste sujeito. Que sejam instâncias do consumo, então. Afinal, é deste sujeito que a sociedade pós-moderna precisa para manter o sistema capitalista ativo.

Mas de qual sujeito se fala aqui? Do sujeito do inconsciente, que “subvertido pela linguagem e capturado na dialética do desejo, é, na verdade, um assujeitado à estrutura do Outro. Assujeitado, mas não escravo, pois que desse Outro ele deve separar-se, parir-se, engendrar-se, criar-se, enfim” (PACHECO, 2012, p. 149).

O Outro que se encarna nos pais está ausente, dedicado ao trabalho. Mas o Outro que se encarna na internet está ali, sempre dizendo ao sujeito: “crie-se!”, mas o faça nos termos colocados por mim.

É claro, o sujeito tem sua singularidade e ela não é suprimida. Mas, enquanto efeito social, é possível analisar esta nova forma de ser sujeito infantil no mundo.

Há, portanto, uma relação bastante reveladora desta “nova infância”. Uma criança vive uma certa ausência parental, mas com uma presença massificada das novas mídias. Os efeitos disso poderiam ser apenas de ordem de substituição. Porém, essa realidade, que ainda está em processo de descoberta, visto que a internet é relativamente nova, mostra que as consequências não são tão simples.

Paixão e Rocha (2016, p. 379) explicam que, “na tentativa de dar conta de uma experiência insuficiente de cuidado, como forma de sobrevivência psíquica, a criança se submete às exigências do meio à custa de sua subjetividade”.

Mas afinal, se os pais buscam sua realização profissional e os vídeos (outra encarnação do Outro) dizem que é preciso gozar dos benefícios do consumo de forma individual e padronizada – ou seja, como aquele indivíduo mostrado pelo vídeo –, onde está a subjetividade? Onde está a singularidade? Suprimi-la é o preço que se paga para sobreviver neste mundo?

Maria Rita Kehl (2015, p. 75) é bastante enfática nesta explicação:

o “indivíduo”, como ideal que promove identificações, só se sustenta pelo recalque da dívida simbólica, que produz um “a mais” de alienação. Perdido de suas referências simbólicas, desgarrado da comunidade de seus semelhantes – que se reduziu a uma massa

indiferenciada de pessoas perseguindo, uma a uma, seus “fins privados” – o indivíduo, sob o capitalismo tardio ficou à mercê das imagens que o representam para si mesmo.

Portanto, a formação subjetiva do sujeito parece que se perde em um mar de imagens que falam dele para ele mesmo. Não há espaço para construir singularidade, há apenas a possibilidade de reproduzir as imagens que ele precisa consumir, avidamente, durante a vida. E este processo já se inicia na criança pós-moderna, que consome imagens como nunca na história.

Assim, como a Psicanálise ajuda a entender que nada que ocorre na infância fica na infância, e que existe sempre a instância do infantil no sujeito, o que poderia acontecer é tirar da criança seu caráter infantil e dar ao adulto um “dispositivo infantilizador”, como diz Sandra Corazza (2000, p. 124 apud PACHECO, 2012, p. 88):

“Sujeição como transformação da subjetivação do indivíduo moderno, a qual, aqui, nessa primeira ruptura da infantilidade, consiste na submissão ao Outro pelo controle e pela dependência; sujeição realizada por todos os procedimentos de individualização e de modulação que o poder de infantilizar instaura, atingindo a vida cotidiana e a interioridade daqueles infantis que ele chama ‘seus sujeitos’.”

Após essas considerações, esta pesquisa quer pensar sobre os mecanismos subjetivos que a forte atração da internet traz para a realidade acima citada. Qual a infância presente em nossas crianças? Em quais termos elas se formam?

Para tanto, este trabalho entende que três possíveis infâncias se conjugam, seja para a supressão dos aspectos infantis, seja para a perpetuação dos dispositivos de infantilização: a infância do espetáculo, a infância do desempenho e a infância do consumo.

3.1. Crianças, gozo e consumo

A análise dos vídeos nos permite pensar que a publicidade encontra modulações para se fazer presente na vida das crianças. Afinal, seu formato clássico já não é permitido no Brasil quando o público é infantil. Então, são criadas novas narrativas, novas roupagens para impactar os pequenos sujeitos.

Mas, afinal, onde a criança e o consumo se encontram? Por que a busca por

esse consumo é tão evidente? O que faz com que a criança permaneça um tempo considerável assistindo a vídeos de outras crianças mostrando produtos ou contando histórias que mostram produtos?

Talvez o cerne da questão esteja na ligação entre o gozo e o consumo na sociedade contemporânea.

Durante os primeiros anos de sua vida, a criança passa pelo processo de inserção na linguagem. As palavras suscitam no pequeno os significantes que vão sendo construídos no decorrer do tempo. Ela começa a identificar as palavras e os seus significados. Porém, em algum momento, há um vazio, fruto de uma espécie de desencontro. E falta a essa criança a palavra para preencher esse vazio.

Surge, então, a figura do pai, que traz essa outra palavra, essa lei que supostamente viria a preencher esse vazio. Essa lacuna é chamada pela psicanálise de “desejo do Outro”, pois a criança entende que é o objeto de desejo da mãe, que é quem dirige a ela a linguagem – ou seja, a libido. Logo, a criança cria uma posição fantasmagórica ao se colocar no lugar de objeto do desejo do Outro.

Esse objeto da fantasia, de gozo, será a busca desse sujeito por toda a vida como forma imaginária de preencher as lacunas da linguagem – ou seja, o desejo.

Paul Kardou (2013, p. 4496) explica que é com “esses objetos mais de gozar que os sujeitos irão procurar objetos similares no mundo para se satisfazerem, seja com os *gadgets*, com o trabalho, com a arte e/ou com seus parceiros no amor [...]”.

A criança, no entanto, precisa se separar do Outro para estabelecer a sua relação singular com o mundo, a sua subjetividade. Essa separação pode ser entendida pelo pequeno como violenta, o que gera uma espécie de dívida eterna com o Outro por ter usado de violência para se separar dele. Essa relação se transforma, então, em uma demanda pelo Outro, por acariciá-lo, por ser objeto dele, como uma espécie de compensação pela separação.

Mas essa demanda por uma espécie de completitude, por uma relação harmônica com o outro nunca é atingida. A busca, então, se repete interminavelmente.

Teixeira e Couto (2010, p. 585) explicam bem este processo:

A demanda, para além do objeto em si, é sempre da presença ou da ausência do Outro, o qual é elevado à categoria de detentor da capacidade de suprir as necessidades já transformadas pela linguagem. Todavia, esse Outro não pode fornecer o que o demandante reclama, pois não é detentor da completitude. Como é sempre frustrada, a demanda mantém-se insaciável e se repete.

Neste ponto, o consumo e a publicidade também podem funcionar como representações imaginárias do Outro que ajudam o sujeito a, de alguma forma, pagar essa dívida.

Porém, existem algo bastante importante no caminho: o Real, esse registro que toca a todos e que deixa aquela sensação de impossibilidade, que emerge a angústia no ser.

Mais uma vez, o sujeito está diante de uma possibilidade tentadora: consumir para que o produto preencha as lacunas do desejo e não permita que o Real o toque. Afinal, é isso que a publicidade promete: a felicidade sem fim, o prazer sem limites, o gozo total.

Para muitos, esse objeto de consumo se transforma, então, em um fetiche: a representação do imperativo do gozo.

Para Kehl (2008, p. 29), a “mercadoria que brilha como pura positividade, como máxima expressão de riqueza, é um fetiche em função de sua capacidade de ocultar a miséria, a exploração e a morte investidas em seu corpo. Nas sociedades de consumo, o fetichismo é a normalidade”.

Esse processo se torna normalizado, ou seja, o indivíduo passa a buscar o gozo pelo objeto incessantemente. Afinal, o consumo não consegue aplacar o Real, mas fixa o discurso de que possuir o bem é o único caminho. Isso é fortalecido por pequenos momentos de gozo, que rapidamente se esvaem.

O indivíduo busca mais e mais porque não quer se ver na situação da dívida, da demanda não correspondida, da impossibilidade do Real. Mas essa completitude nunca chega, e então:

[...] o sujeito se perde neste circuito enganoso, queixa-se de seu mal-estar e se aliena de sua verdade: a de que é dividido e limitado. Uma vez alienado, o sujeito aceita os ditames da cultura capitalista, acredita no poder de complementação dos objetos e entra no circuito do

consumo excessivo, que torna a extração de gozo uma prorrogação incessante, indo e voltando em torno de um gozo perdido e ofertado como possível (TEODORO & COUTO, 2010, p. 587).

Diante disso, é possível pensar nas crianças que acompanham os vídeos analisados por essa pesquisa.

É preciso delimitar que, como foi visto na análise, o caráter publicitário se faz extremamente presente nas narrativas. Mas, mais do que isso, há um ideal de consumo, como imperativo do gozo, sendo apregoado em cada vídeo. É importante lembrar que as meninas, Laura e Júlia, só são felizes ao possuírem o brinquedo.

Portanto, desde muito cedo, existe um sujeito que passa a entender que o objeto de consumo pode, por meio do gozo, impedir que o Real o toque.

Além disso, existe uma situação contemporânea de organização das famílias, permeadas pela ausência parental e por nebulosas formas de exercer a parentalidade. Surge, então, uma “dívida das famílias que se representam como desestruturadas em relação à família nuclear do passado, e referidos a esse ideal os pais hoje apresentam dificuldade em sustentar seu lugar de autoridade e responsabilidade diante dos filhos”. (ROSA e LACET, 2012, p. 363).

Dessa forma, é como se a dívida se invertesse. Então, a criança que deveria possuí-la em relação aos pais passa a demandá-la diante de figuras paternas que se sentem endividadas em relação aos filhos.

As autoras explicam, ainda, que o “risco e o erro na criação dos filhos, que seriam inerentes ao exercício da paternidade [...] tentam ser minimizados e evitados e poucos são aqueles que sustentam o ato necessário para inscrever o filho na cultura como sujeito barrado em seu gozo” (ibid, p. 363).

Logo, temos uma cena bastante interessante: uma criança que não é barrada em seu gozo, que é inundada de imagens de produtos e do ideal do consumo como o fator que aplaca o Real e que precisa responder à demanda dos pais como se encarnasse o Outro.

É aí que se estabelece uma relação ávida com o consumo. Afinal, os produtos se apresentam como aqueles que preenchem a falta. As crianças obtêm o que querem e os pais vivem o gozo por meio dos filhos.

Mas quais as consequências disso para as crianças?

Para Kehl (2008, p. 30), essa relação contemporânea com o consumo cria verdadeiros neuróticos servis. "Trata-se da servidão voluntária do neurótico, capaz de fazer qualquer coisa para se colocar a serviço do gozo de um Outro."

Portanto, é como um ciclo inquebrável, no qual as crianças permanecerão consumindo imagens e produtos, buscando o gozo e a completitude por meio de brinquedos e outros produtos, ao mesmo tempo que alimentam o sonho (imaginário) de ser aquele que está do outro lado: o YouTuber, a encarnação do Outro, aquele que tem o saber e os bens.

A criança, então, se vê afogada por imagens e em uma situação de alienação extrema. "A linguagem visual ocupa cada vez mais espaço, em detrimento da riqueza verbal, corporal, gestual e escrita. Há uma sobreposição do gozo da imagem, sobre o gozo corporal, criativo e gestual; a alienação pela imagem leva à reprodução do mesmo" (ROSA e LACET, 2012, p. 363).

Essa busca por estar do outro lado, na função de YouTuber, aliada a uma subjetividade pública e a um consumo desenfreado, está relacionada a uma espécie de infância do espetáculo, como será possível ver a seguir.

3.2. Infância do espetáculo

A ideia de sociedade do espetáculo surge por meio das teorias de Guy Debord, que, ao analisar a sociedade pós-industrial, entende que existe uma nova forma de relação do indivíduo com a organização social. Trata-se de uma forma mediatizada, onde não há muito espaço para singularidades genuínas, apenas para o consumo maciço de imagens. Sendo assim, o próprio indivíduo se faz pela relação que estabelece com essas imagens – ou seja, o que vive passa a ser a reprodução do vivido.

Não se trata, portanto, de um compilado de imagens, mas de todas as relações sociais mediadas por essas imagens.

Ele explica:

Considerado em sua totalidade, o espetáculo é ao mesmo tempo o resultado e o projeto do modo de produção existente. Não é um suplemento do mundo real, uma decoração que lhe é acrescentada. É o âmago do irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares - informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos -, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade (DEBORD, 1997, p. 14).

Portanto, é a própria existência do indivíduo e sua relação com a sociedade que se transformou em espetáculo. E não é difícil identificar este processo. A atuação das redes sociais ou mesmo a relação da criança com a internet já torna possível entender como as imagens mediam as relações.

Ao pensar nos YouTubers mirins e em seu público, não é difícil encontrar crianças que repetem à exaustão frases como "oi, seguidores!" com toda a eloquência que veem na plataforma. E elas não o fazem como uma brincadeira, tão comum às crianças, mas repetem a esmo, em uma mimetização sem fim, quase hipnótica.

Ele explica que, “quando o mundo real se transforma em simples imagens, as simples imagens tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico” (DEBORD, 1997, p. 18).

Essa repetição hipnótica é bastante interessante para os fins de manutenção da ordem capitalista. Afinal, como materializar a imagem a não ser pelo consumo do produto que ela me apresenta?

Isso também pode ser visto nos pedidos constantes que crianças fazem a seus pais: quero ser YouTuber. Nesse pedido, há uma cadeia significativa bastante complexa. Pode ser pela simples vontade de ter o brinquedo que os YouTubers ganham, mas pode ser também pela identificação ao nível de querer se fundir com a imagem. Afinal, o indivíduo do espetáculo só é pela imagem que vê. Ele não se conhece, ele não cria, apenas mimetiza, e precisa de um contorno narcisístico que vêm da própria imagem.

É preciso lembrar que, nesta sociedade, o público e o privado se confundem. Ao mesmo tempo que há um individualismo exacerbado, há uma publicidade exagerada do “eu”.

A ideia de comunidade, por exemplo, já não faz sentido, principalmente ao pensar que as crianças já não podem conviver na coletividade da rua onde moram.

Elas se confinam em condomínios, onde o interesse particular entra em choque com a necessidade do convívio.

Para Belloni, as “sociedades ocidentais contemporâneas levaram o individualismo à sua lógica extrema, atribuindo-lhe uma dimensão inédita na história humana, pondo em perigo, ou pelo menos redimensionando, os vínculos sociais”. (2005, p. 47).

Essa questão também não é difícil de ser visualizada. Basta pensar em quanto tempo a criança permanece dentro de casa, em contato único com a mídia, seja esta a internet ou a televisão.

Esse individualismo faz com que a própria construção subjetiva do sujeito da infância se dê mediada pelas imagens, ou seja, pelo espetáculo. E isso não ocorre sem consequências.

Maria Rita Kehl (2015, p. 75) reflete sobre isso e explica:

"é um momento da sociedade capitalista em que o princípio de diferenciação se dá pela imagem. Ora, a imagem – lembremos o conceito de estágio do espelho, em Lacan – é a forma mais primitiva de identificação, que nos coloca na dependência absoluta do olhar do Outro. [...] Dependemos do espetáculo para confirmar que existimos e para nos orientar em meio a nossos semelhantes, dos quais nos isolamos."

É como se, em meio a um individualismo total, só existisse uma possibilidade para o sujeito e sua subjetividade: o espetáculo. Ele precisa das imagens para se entender, para se construir, para ser. Mesmo que este estado se configure em um eterno mimetismo, que leva todas as ações ao consumo. E é nesse momento que o indivíduo passa a se manter em estado de alienação. Afinal, não há o vivido, mas apenas a representação dele.

Por exemplo: a criança que assiste interminavelmente aos vídeos analisados nesta pesquisa, na verdade, não brinca com aqueles produtos. Ela apenas assiste a uma outra pessoa brincando. Em algum momento, isso pode se transformar na ação do consumo, mas até lá existe apenas a representação do brincar, em um ciclo alienante.

Neste ponto, Debord (1997, p. 24) é enfático em sua explicação:

"A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele."

Como, então, formar a própria subjetividade se, ao invés de viver os próprios desejos, o sujeito vive uma alienação mediada pelas imagens, pelo espetáculo?

Na verdade, o espetáculo leva o indivíduo a não precisar viver a própria subjetividade. A criança não precisa criar, brincar ou demonstrar qualquer outra manifestação da singularidade. Ela precisa apenas se manter conectada ao espetáculo e reproduzir suas imagens.

Além disso, como citado acima, ela vive em um imperativo do individualismo. Portanto, além de não conhecer o próprio desejo, ela não consegue se apoiar nas heranças simbólicas de sua comunidade. Afinal, ela não tem comunidade.

O que resta, então, é consumir imagens. É assistir ao vídeo dos pequenos YouTubers inúmeras vezes e, em algum momento, desejar ser o próprio YouTuber. Quem sabe, assim, ela passa a viver, realmente.

Para esse pequeno sujeito, que só consegue mimetizar o que vê na internet, comprar o brinquedo mostrado pelo YouTuber constitui o único caminho possível para chegar a uma singularidade imaginária. É como se aquele fosse o objeto perdido que ele buscasse incessantemente.

Mas quais seriam as consequências disso?

Em primeira instância, uma dificuldade de criar, de imaginar. Está tudo posto: a imagem, a fantasia, o desejo. Portanto, é como se o espetáculo desacostumasse a criança a imaginar. Ela, então, tem dificuldades de responder criativamente ao mundo. É como uma desarticulação entre o subjetivo e o objetivo. Como ter um problema "objetivo" e não conseguir dar uma resposta criativa a ele.

Isso ocorre porque:

"a sociedade dos indivíduos 'desacostumados à subjetividade' não é a sociedade dos homens capazes de estabelecer entre eles relações

‘objetivas’, ou seja, livres do excedente de alienação que o capitalismo industrial fabrica diariamente. Ao contrário, o que o espetáculo produz é uma versão hiper-subjetiva da vida social, na qual as relações de poder e dominação são todas atravessadas pelo afeto, pelas identificações, por preferências pessoais e simpatias” (KEHL, 2016, p. 77).

A criança quer o brinquedo simplesmente porque quer. Não importa o que é capaz de barrar esse desejo. Ela simplesmente quer, em um ato inteiramente afetivo.

Além disso, a própria relação entre a objetividade e a subjetividade é o que proporciona uma atividade argumentativa – ou seja, a criança perde em repertório por não conseguir se equilibrar entre os diferentes aspectos, entre as diferentes ideias. Só o que interessa são as suas preferências individuais, que, na verdade, são a *mimesis* do que ela recebe pela internet. Afinal, ela efetivamente não brinca, mas assiste ao outro brincando. E o ato de brincar, para Winnicott (1971, p. 80 apud PACHECO, 2015, p. 106), é o único em que o sujeito “pode ser criativo e usar a sua personalidade integral”.

Surge, então, o imperativo do gozo, essa espécie de direito ao gozar sem fim, pois a imagem se instala no lugar do fetiche, que recobre toda a subjetividade deste pequeno sujeito. Ele não conhece o próprio desejo, não tem a oportunidade de viver sua singularidade, não usa a integralidade de sua personalidade.

A criança entra, então, em uma espiral sem fim de contato com a ideia de gozo que os vídeos trazem. Neles, os YouTubers só são felizes quando têm o presente ou vivem o incrível prazer de abrir o pacote. A criança que assiste não o faz objetivamente – ela goza ao ver o gozo do outro, a imagem espetacular. Assim, ela passa a querer viver esses momentos de prazer intenso constantemente, não importando os aspectos do real, como explica Kehl (2016, p. 82):

“O desejo sustenta-se da interdição do gozo. A publicidade, por exemplo, exerce um constante apelo ao gozo que apaga a dimensão do desejo. Ela oferece a positivação das representações recalcadas do desejo, projetadas nas mercadorias e, sobretudo em suas marcas, que são o modo de inclusão de todos os valores de uso na linguagem do espetáculo.”

Portanto, a infância do espetáculo é manifestação de uma subjetividade mediada pelas imagens, não acostumada com a subjetividade, que se faz totalmente pelo outro e que deseja o gozo sem interdição.

3.3. Crianças em uma cultura do narcisismo

Ao desvendar os meandros do desenvolvimento humano, a psicanálise entendeu que o narcisismo é um processo inerente a todo sujeito e está relacionado a uma resposta de sobrevivência diante de uma situação de desamparo. Afinal, ao perceber que já não forma com a mãe um organismo único, a criança é acometida por um desamparo que vê no narcisismo a possibilidade de se manter viva.

Porém, como explica Santi (2005, p. 181):

“O narcisismo faz parte da constituição do eu de todas as pessoas em suas infâncias, mas, como se vê, ele dizia respeito também a um modo de funcionamento patológico que explica as psicoses. Elas se caracterizariam, em termos gerais, por um recolhimento do interesse da pessoa com relação aos objetos externos e um fechamento no mundo interno. Foi do estudo das psicoses que Freud derivou o conceito de narcisismo: toda a energia psíquica estaria voltada ao próprio eu.”

Por meio deste conceito, alguns teóricos falam sobre uma cultura contemporânea narcisista, na qual o indivíduo se volta inteiramente para si, porém em um paradoxo, pois o “eu” se encontra extremamente presente no exterior, na imagem propagada pelo Outro que define o contorno narcísico do eu.

Nesta cultura, o papel da mídia como disseminadora de imagens é extremamente importante. Afinal, o sujeito precisa das imagens do Outro para se definir, como descrito na ideia de sociedade do espetáculo de Debord.

Porém, esse espetáculo das imagens evoca sempre o significante de um “eu” estetizado, moldado pelo imperativo do gozo e, por consequência, descartável.

E a publicidade tem um papel fundamental neste processo. Afinal, nesta cultura, as “individualidades se transformam, pois, tendencialmente, em objetos descartáveis, como qualquer objeto vendido nos supermercados e cantado em prosa e verso pela retórica da publicidade” (BIRMAN, 2001, p. 188).

Mais uma vez surge o imperativo do gozo. É o consumo e a publicidade dizendo ao indivíduo: “você é quando goza e você goza quando consome”.

Porém, como citado em outras partes desta pesquisa, trata-se de algo imaginário, já que essa angústia, por ser não será aplacada pelo consumo e pelo gozo,

será fugaz e passageira. Então, o ciclo recomeça e o indivíduo se mantém preso à roda do consumo.

Diante desta realidade, existe uma cultura do narcisismo que engendra uma insatisfação constante. Uma cultura “na qual a instabilidade de longa data torna-se insuportável e leva à busca de refúgios que possam parecer mais sólidos e seguros” (SANTI, 2005, p. 200).

Nesse ínterim, há uma população de crianças tentando diariamente lidar com as insatisfações e instabilidades de um “eu” em formação, que não encontra substancialidade alguma. Um sujeito que desde muito pequeno se vê nas imagens do Outro e está preso a uma necessidade de gozar pelos vídeos que assiste, por exemplo.

Este fato tem consequências, afinal, as crianças da atualidade vivem sob a égide de uma subjetividade quase que vazia de conteúdo. Uma subjetividade que, ao mesmo tempo que valoriza o individual, o faz por meio de uma estetização do “eu”, das imagens que esse pequeno sujeito precisa consumir indiscriminadamente. Como lidar com as emoções, com as perdas, com a angústia, se você não se conhece e só entende nas imagens que não apresentam quaisquer dessas emoções? A infância vive um mal-estar.

CONCLUSÃO

A ideia de uma infância que precisa produzir para encontrar seu lugar social é sempre revisitada e reformulada na história. E, em tempos de internet e YouTube, isso não é diferente.

Em uma sociedade que traz o consumo como signo inexorável de existência, não há espaço para indivíduos que não produzam ou não consumam. Portanto, o sujeito da infância precisa ser atuante neste processo, fazendo a roda do hipercapitalismo girar.

Com a decisão do Conanda de proibir a publicidade infantil ao surgimento dos vídeos de unboxing, as marcas encontraram formas de impactar a vida dos pequenos com o intuito claro de os colocar como agentes atuantes de uma lógica do consumo.

Além disso, há uma situação recorrente em nossos tempos de ausência parental. Pais precisam se ausentar durante longos períodos para dar conta de seus trabalhos extenuantes e de sua realização profissional. Afinal, este é um imperativo importante em nossos tempos.

O pequeno sujeito precisa do olhar do Outro para se constituir, ou seja, para construir a própria subjetividade, sua relação singular com o mundo. O Outro, comumente encarnado nos pais, passa a se materializar nos vídeos, nas plataformas digitais, nos *gadgets* que perpassam a vida da criança.

Porém, este olhar é representativo de uma lógica do espetáculo e do consumo, onde o sujeito não tem espaço para singularidades ou autoconhecimento. Ele é inundado por imagens que devem ser consumidas a todo custo.

Há, portanto, uma subjetividade construída a partir de uma quantidade gigantesca de imagens que se repetem e que trazem, em si, a ideia de um imperativo do gozo. O ser precisa gozar para se estabelecer enquanto sujeito.

Laura e Julia são representantes definitivas desta lógica social. Elas mostram um mundo de prazer proporcionado por brinquedos das mais variadas formas e cores. E a felicidade só chega a elas quando elas possuem os brinquedos. Trata-se de um mundo secreto, não acessível a todos, mas que deve ser buscado a todo custo.

As crianças-celebridade passam a ser o ideal de infância a ser almejado por toda a população de crianças que as seguem e que desejam estar no lugar destes novos ícones infantis.

Não há vida interessante sem o prazer do consumo, do brinquedo e da diversão. É nesta dinâmica que os pequenos sujeitos precisam construir sua subjetividade.

E como estabelecer uma relação singular com o mundo se, para ser, é preciso consumir de uma determinada forma, seja um brinquedo ou uma imagem?

Na realidade, não resta espaço para uma vida autêntica, para um sujeito que conhece e vive o seu desejo, para indivíduos que vivem as nuances da vida, com a angústia e o gozo equilibrados. Portanto, não há espaço para viver o Real.

Nos próximos anos, será possível entender melhor as consequências desta dinâmica. Porém, já é possível visualizar algumas pistas. Por exemplo: não é difícil encontrar crianças e adolescentes completamente impossibilitados de lidar com as angústias, com as rupturas e com a falta. Ou, ainda, crianças que apresentam dificuldades para imaginar e apresentar soluções criativas diante de diversas situações.

A infância está assolada pela angústia representativa do Real por não ter espaço para nada além do imperativo do gozo, encarnado no consumo e no espetáculo.

Diante disso, é preciso que as instituições que cercam a vida dos pequenos indivíduos – principalmente família e escola – entendam a importância do cuidado, da presença, da vida fora das telas, das brincadeiras entre crianças, da frustração e da imprevisibilidade para a construção subjetiva de sujeitos que sejam capazes de lidar com o Real, com a angústia.

O mal-estar existe e é sintoma de um período no qual construir uma relação singular com o mundo é uma tarefa bastante difícil e permeada de imperativos que angustiam o sujeito.

A infância passa por transformações, e cabe aos adultos não permitir que as crianças a percam. Afinal, crianças e infância precisam caminhar juntas.

REFERÊNCIAS

- ARIÈS, Phillipe (1973). **História social da criança e da família**. Tradução Dora Flaksman. 2. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1981.
- AZEVEDO, Gislaine; SARAT, Magda. História da infância no Brasil: contribuições do processo civilizador. **Educação e Fronteiras**. Dourados. v. 5, n. 13, p. 19-33, jan./abr. 2015.
- BELLONI, Maria Luiza. **O que é sociologia da infância**. Campinas: Autores Associados, 2009.
- BIRMAN, J. Mal-estar na atualidade: a psicanálise e as novas formas de subjetivação. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- BRAGA, Douglas. A infância como objeto da história: um balanço historiográfico. **Revista USP**, v. 10, ano VI, p. 15-40, 2015.
- BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias digitais**. Tradução Gilka Girardello; Isabel Orofino. São Paulo: Edições Loyola, 2007.
- CHAMBOULEYRON, Rafael. Jesuítas e crianças no Brasil quinhentista. In: PRIORE, Mary Del (Org.). **História das crianças no Brasil**. 7.ed. São Paulo: Contexto, 2018.
- CORAZZA, Sandra. **História da infância sem fim**. Ijuí: Unijui. 2000.
- CORIAT, Elsa. De que se trata... Uma criança? **Estilos da clínica**, v.4, n.6, p. 144-155, jul. 1999.
- CORRÊA, Luciana. **Eu tenho “insta”**: infâncias, consumo e redes sociais, os usos e apropriações do aplicativo Instagram por crianças na cidade de São Paulo. ESPM: São Paulo, 2015.
- CORSO, Diana Myriam Litchenstein. A invenção da criança da psicanálise: de Sigmund Freud a Melanie Klein. **Estilos da clínica**, v. 3, n.5, p. 104-114, dez.1998.
- DEBORD, Guy (1992). **A sociedade do espetáculo**. Tradução Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- GÉLIS, Jacques. A individualização da criança. In: ARIÈS, Phillipe et al. (Org.). **História da vida privada 3**: da Renascença ao século das luzes. Tradução Hildegard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- GÓES, José Roberto de; FLORENTINO, Manolo. Crianças escravas, crianças dos escravos. In: PRIORE, Mary Del (Org.). **História das crianças no Brasil**. 7.ed. São Paulo: Contexto, 2018.

KARDOU, Paul. Psicanálise e publicidade: imperativos. In: SANTAELLA, Lucia; HISGAIL, Fani (Org.). **Semiótica Psicanalítica: clínica da cultura**. São Paulo: Iluminuras, 2013.

KEHL, Maria Rita. O espetáculo como meio de subjetivação. **Concinnitas**, v. 01, n.26, p. 71-85, jul. 2015.

_____. Publicidade, perversões, fobias. **Ide Psicanálise e cultura**, v. 31, n. 46, p. 27-32, 2008.

KUHMANN JR. Moysés. Uma história da infância: da idade média à época contemporânea no ocidente. **Cadernos de Pesquisa**, v. 35, n. 125, mai./ago. 2005.

JERUSALINSKY, Alfredo. **Psicanálise e desenvolvimento infantil**: um enfoque transdisciplinar. Tradução Diana Myriam Lichtenstein *et al.* 3. ed. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2004.

LAJONQUIÈRE, Leandro de. A psicanálise e o debate sobre o desaparecimento da infância. **Educação & Realidade**, v.31, n. 1, p. 89-105, jan./jun. 2006.

MELLO, R *et al.* A maturação como defesa: uma reflexão psicanalítica à luz da obra de Ferenczi e Winnicott. **Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental**, v. 18, n. 2, p. 268- 276, 2015.

MIRANDA, Luciana Lobo. Subjetividade: a (des) construção de um conceito. In: SOUZA, Solange Jobim (org). Subjetividade em questão: a infância como crítica da cultura. 2ª edição. Rio de Janeiro: 7letras, 2005, p. 29-46.

MOURA, Esmeralda Blanco B. de. Crianças operárias nas recém-industrializada São Paulo. In: PRIORE, Mary Del (Org.). **História das crianças no Brasil**. 7.ed. São Paulo: Contexto, 2018.

NASIO, Juan-David. **O prazer de ler Freud**. Tradução Lucy Magalhães. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

PACHECO, Ana Laura Prates. **Da fantasia de infância ao infantil na fantasia**: a direção do tratamento na psicanálise com crianças. São Paulo: Annablume, 2012.

PAIXÃO, Rafael; ROCHA, Zeferino. A face e o verso da adaptação na infância. **Estilos da clínica**, v. 21, n. 2, p. 366-389, mai./ago. 2016.

PINTO, Manuel. A infância como construção social. In: PINTO, Manuel; SARMENTO, Manuel Jacinto. **As crianças**: contextos e identidades. Braga: Universidade do Minho, 1997.

PRIORE, Mary Del. O cotidiano da criança livre no Brasil entre a colônia e o império. In: PRIORE, Mary Del (Org.). **História das crianças no Brasil**. 7.ed. São Paulo: Contexto, 2018.

RAMOS, Fábio Pestana. A história trágico-marítima das crianças nas embarcações portuguesas do século XVI. In: PRIORE, Mary Del (Org.). **História das crianças no Brasil**. 7.ed. São Paulo: Contexto, 2018.

ROSA, Miriam Debieux; LACET, Cristine. A criança na contemporaneidade: entre saber e gozo. **Estilos da Clínica**, v. 17, n. 2, p 359-372, jul./dez. 2012.

SANTAELLA, Lucia. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

SANTI, Pedro Luiz Ribeiro de. Consumo e desejo na cultura do narcisismo. **Comunicação, mídia e consumo**, v. 2, n. 5, p. 173-204, nov. 2005.

SARMENTO, M. J.; GOUVEA, M. C. S. (Orgs.). **Estudos da infância**: educação e práticas sociais. Petrópolis: Vozes, 2008.

SAURET, M.J. **O infantil & a estrutura**. São Paulo: Escola Brasileira de Psicanálise, 1998.

SOUZA, Solange Jobim e. **Infância e linguagem**: Bakhtin, Vygotsky e Benjamin. 11.ed. Campinas: Papirus, 2008.

STEARNS. Peter N. **A infância**. Tradução Mirna Pinsky. São Paulo: Contexto, 2006.

TEIXEIRA, Vanessa Leite; COUTO, Luís Flávio Silva. A cultura do consumo: uma leitura psicanalítica lacaniana. **Psicologia em Estudo**, v. 15, n. 3, p. 583-591, jul./set. 2010.

VILHENA, Junia de *et al.* O que se passa na infância não fica na infância: sobre o respeito pelo outro nas relações. **Estilos da clínica**. v. 22, n. 2, p. 339-353, mai./ago. 2017.