



Evento	Salão UFRGS 2014: SIC - XXVI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
Ano	2014
Local	Porto Alegre
Título	Desaparecimento da infância: característica da Geração Z ou influência da mídia?
Autor	CAROLINA ARAUJO FORLÉO
Orientador	ROBERTA SARTORI
Instituição	Escola Superior de Propaganda e Marketing

O artigo desenvolvido descreve o fenômeno de desaparecimento da infância, que segundo Postman (1999), refere-se ao comportamento observado em crianças que cada vez mais cedo, agem e pensam como se fossem mais velhos. Elas deixam de brincar com suas bonecas ou seus carrinhos e passam a comprar e consumir como pequenos adultos. Tendo em vista essa definição, o desenvolvimento deste trabalho tem como objetivo investigar se essa conduta constatada atualmente nas crianças é próprio da Geração Z ou se é causado pela presença e influência da mídia.

Atualmente, vive-se um momento definido por Lipovetsky (2004) como hipermodernidade. A utilização do prefixo “hiper” demonstra que nesse período potencializaram-se alguns aspectos da época anterior, entre eles o hiperindividualismo, o hiperconsumo e a hipercirculação de informações. Nesse período de transformações, aparece a Geração Z, a qual já nasceu em uma realidade marcada pela efemeridade das ações e relações. As crianças representantes dessa geração são cercadas por ferramentas, como a internet e os aparelhos tecnológicos, que permitem uma aceleração do seu amadurecimento (Oliveira, 2010). Por outro lado, existe a mídia, que está em contato contínuo com as crianças e se faz presente em todos os momentos, em diferentes formatos (LIPOVETSKY, 2009). O avanço midiático contribuiu para aumentar os modelos comportamentais que as crianças têm para observar e imitar. Eles deixaram de ser apenas pessoas reais e passaram a ser também personagens (SHEIBE, 2009).

É importante realizar essa reflexão, pois na infância o ser humano desenvolve conhecimentos e valores, aprende a se relacionar, entende os limites. Se esse fenômeno for percebido como uma característica natural da nova geração, cabe à sociedade, principalmente aos pais e educadores, aprender a lidar com essa situação e trabalhar da melhor maneira possível para que seja cumprida a formação do indivíduo. Por outro lado, caso o desaparecimento da infância seja decorrente de um comportamento influenciado pela mídia, a sociedade precisa voltar sua atenção para essa questão a fim responsabilizá-la para que seja possível modificar a forma como os meios se comunicam com a criança. A metodologia utilizada foi uma pesquisa bibliográfica e exploratória, a partir da leitura de artigos, livros e reportagens relacionados ao tema.

Ao realizar a pesquisa observou-se que de fato, as crianças estão amadurecendo mais cedo hoje em dia, em função de uma série de fatores que favorecem a aproximação delas ao universo dos adultos, dentre eles estão: o grande acesso a todo o tipo de informação que é oferecido, o consumismo exagerado por parte dos pais e a ausência deles no dia a dia dos filhos, resultando na dificuldade de educar e impor limites. Por outro lado, percebe-se que a mídia também está bastante presente nos hábitos diários dos pequenos, exercendo influência no seu comportamento, acesso a conteúdos e informações que não são infantis, estimulando-as a imitar o que veem nos meios de comunicação. Porém, essa característica não é uma novidade, discussões sobre os seus efeitos e impactos das mídias sobre os pequenos acontecem desde o tempo do cinema (MAZZARELLA, 2009).

No entanto, a mídia não precisa ser encarada como prejudicial às crianças, compete aos pais mostrarem como as crianças podem aproveitar o que ela tem a oferecer. Os educadores, por sua vez, precisam dar suporte aos pais, aprendendo a lidar com essa nova geração e com o avanço midiático, realizando discussões com as crianças sobre aquilo que é visto. Tais mudanças são propostas a fim de beneficiar a formação dos indivíduos, dando subsídios para que os pequenos tenham valores morais para distinguir o que é certo e o que não é, o que pode e o que não pode.