

**Apresentação****Cultura, consumo e experiências infantojuvenis  
na América Latina****Cultura, consumo y experiencias de niños y  
jóvenes en América Latina***Camila Serafim Daminelli<sup>1</sup>**M. Paula Bontempo<sup>2</sup>*

---

<sup>1</sup> Universidade do Extremo Sul Catarinense (Brasil), GT História da Infância e da Juventude – Anpuh, Red de Historia de las Infancias en América Latina – Rehial, [camis.hst@gmail.com](mailto:camis.hst@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidad Nacional Arturo Jauretche (Argentina), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas – Conicet, Red de Historia de las Infancias en América Latina – Rehial, [paubontempo@yahoo.com.ar](mailto:paubontempo@yahoo.com.ar)

No tempo presente, o consumo forma parte incontestável da vida cotidiana das crianças, adolescentes e jovens latino-americanos. Os processos de aburguesamento e modernização capitalista, à moda europeia e incipientemente na América do Norte, vinham se intensificando desde o final do século XIX nas grandes cidades do subcontinente, como São Paulo, Buenos Aires e Santiago, consolidando um modelo industrial-urbano e uma nova sociedade de classes com o advento da chamada Terceira Revolução Industrial. Neste contexto, da mesma forma que para os adultos, a oferta de produtos e serviços se multiplicou, mas também se especializou. Ao mesmo tempo, a escola começou a demandar materiais específicos aos alunos, como livros e materiais escolares, e constituiu-se a partir de então, também como mercado<sup>i</sup>.

Assim, já entrado o século XX, foi se conformando um mundo material e simbólico para as infâncias, o qual poderia ser acessado através do mercado. Neste contexto foram surgindo as vestimentas, os brinquedos, as revistas, os livros e os filmes destinados às crianças, ao mesmo tempo em que as publicidades de guloseimas e chocolates iam sendo dirigidas especialmente a esse público. Celebrações como o Natal começaram a formar parte daquilo que se identificaria com o universo infantil. Sem dúvida, estes produtos e serviços somaram outra face às hierarquias existentes de classe, raça e gênero que, obviamente, interagem com a do consumo<sup>ii</sup>.

Entendido de maneira ampla, o consumo não significa apenas adquirir ou comprar produtos e serviços, mas também intercambiar, reutilizar e ressignificar produtos e artefatos culturais<sup>iii</sup>. Dar a eles um sentido compartilhado com seus grupos de referência e afeto. Crianças, jovens e adultos consomem imagens, ideias e produtos culturais que muitas vezes reproduzem estereótipos e tensionam lugares e pertencimentos, mas que também podem gerar laços de sociabilidade e identificações que transcendem diferentes fronteiras. Este pode ser o caso da

icônica boneca *Barbie*. Sem desconhecer que a boneca porta estereótipos de classe, gênero e raça, muitas meninas encontraram – através do entorno a este brincar – amigas com as quais compartilhar diversos interesses e produzir sociabilidades. Se é certo que muitas meninas seguiam as prescrições que apareciam nos manuais de comportamento, que poderia ser, por exemplo, a *Revista Barbie*, outras criavam jogos com suas regras particulares.

No entanto, diversos estudos e intelectuais chamaram a atenção para os perigos que este processo aportou para as vivências infantis e juvenis, das quais emergiu, por exemplo, a “criança consumista”. Para a sociedade estadunidense, Postman identifica uma desvalorização da infância, fruto do processo de inserção precoce das crianças no universo do consumo e que desencadearia no desaparecimento desta fase da vida<sup>iv</sup>. Também neste sentido, as apostas *online* têm chamado atenção dada a quantidade significativa de adolescentes que ingressam nas plataformas para se divertir ou simplesmente para ganhar dinheiro. A disponibilidade de recursos através de bilheterias virtuais – que facilitam não apenas a transação, mas também o empréstimo de dinheiro – e a publicidade das apostas através do patrocínio de equipes de futebol e influencers nas redes sociais supõem novos desafios para as famílias, professores, Estado e sociedade em geral, que devem enfrentar entretenimentos que podem gerar vícios.

É nesse alargamento do conceito de consumo que propomos como desafio pensar as experiências infantojuvenis em diálogo com o conceito de cultura. Em contextos profundamente desiguais como os vividos pelas crianças e jovens latino-americanos, como pensar suas experiências no universo do consumo, em interlocução com a cultura, sem perder do horizonte a garantia de direitos, para diferentes infâncias? Em que medida a América Latina, dada sua diversidade cultural, fornece um lócus onde as infâncias e as juventudes podem construir práticas de consumo que orientem sua identidade nas relações familiares e no

jogo político? Que processos de subjetivação são colocados em prática a partir das infâncias e juventudes como sujeitos de direitos, transversalizados pela cultura do consumo?

O primeiro conjunto de textos do dossiê *Cultura, Consumo e Experiências infantojuvenis* se insere no campo de reflexão dos brinquedos, do consumo e da publicidade para crianças e jovens. O texto de abertura do dossiê, *Amigas por correspondência: el correo de lectoras de la revista Barbie*, analisa as dinâmicas e os anseios do correio pré-adolescente que teve lugar entre leitoras da *Revista Barbie*, na Argentina, e seus significados. M. Paula Bontempo discute como as fãs da boneca, e da revista em especial, utilizaram o seu correio para difundir afinidades próprias de sua idade e construir sociabilidades.

A seguir, o texto de autoria de Mariana Ceci, *Notas sobre a oferta de bonecas e seu consumo por crianças*, discute a subjetividade do corpo infantil construída a partir das bonecas. Em suas notas de pesquisa, reflete sobre a erotização do corpo mulheril, naturalizado na boneca como artefato cultural, e que se expressa e reproduz no brincar das crianças.

O último texto deste conjunto de discussões, de autoria de Ingrid Schumann Seabra Martins, analisa a interlocução entre as infâncias enquanto consumidoras e a publicidade, no Brasil. Em *Publicidad e infancia en Brasil: los debates entre los principales actores a partir de la normativa*, a autora demonstra uma teia de relações tensas entre as agências regulatórias, as organizações da sociedade civil e os anunciantes, que emerge nos anos 2000 com a proibição de publicidade direta às crianças em território nacional.

Uma segunda sessão de textos aborda em perspectiva cultural as experiências infantojuvenis pautadas por marcadores sociais da diferença. Em *“Dia das Crianças para quem”? Comemoração do dia 12 de outubro de 1968 no jornal O Estado (Florianópolis/SC)*, Beatriz Bauer historiciza a celebração que

emerge com caráter político, nos anos 1920, e que se transformou em uma data de cunho comercial. Analisa, ainda, a celebração do Dia da Criança de 1968 no jornal *O Estado*, de Florianópolis, apontando especificidades em relação a um tipo de infância que se queria hegemônica, com forte caráter classista.

A seguir, a narrativa histórica de Anderson Rafael Lima da Silva e Humberto da Silva Miranda, intitulada *Do doce da cana-de-açúcar à amargura da exploração de crianças e adolescentes no mundo do trabalho adulto (Usina Bom Jesus – Pernambuco – 1990)*, analisa o cotidiano e as realidades sociais e educacionais de meninos e meninas cujo testemunho foi produzido por investigações que agora os autores analisam em perspectiva histórica. À revelia da lei, a narrativa aponta para Brasis onde as crianças têm seus direitos violados.

As culturas e o protagonismo juvenil são temas refletidos pelo próximo conjunto de textos. Da carta de *Alagoa Grande às formas da cultura política: notas sobre a participação de jovens na cena pública (PB – Brasil, 1987-2014)*, de autoria de José dos Santos Costa Júnior, aborda o seminário paraibano *Fala Juventude!*, ocorrido em 2014, na perspectiva da análise do discurso. A narrativa mobiliza o conceito de cultura política para uma análise do protagonismo, da participação e da representatividade de juventudes plurais no referido movimento estudantil.

A narrativa histórica *Estigma e Preconceito na epidemia de AIDS: um estudo de caso da “Gangue da AIDS” em Florianópolis, 1987*, tem autoria de Natan de Oliveira Rezende e coautoria de Camila Serafim Daminelli e Ismael Gonçalves Alves. A partir da análise do caso de uma “gang” juvenil, o texto reflete sobre como as mídias periódicas brasileiras produziram desinformação e preconceito sobre o HIV/AIDS, construindo um estigma sob determinados sujeitos e condutas.

O texto de João Pedro Ferreira da Silva, *A escrita de si em tempos de Tiktokzação: uma análise a partir do diário de Larissa Manoela* conecta o campo das culturas juvenis com as subjetividades e os temas sensíveis, objetos de

reflexão deste e dos outros dois textos que seguem e encerram o dossiê. A narrativa investiga a autobiografia de Larissa Manoela, refletindo sobre este produto cultural que as crianças e os adolescentes “consomem” e os elementos que o compõem, a partir de referências evidentes ao discurso neoliberal e à meritocracia.

*“Estou esperando cartas de casa” – relações familiares, infância e subjetividade nas cartas de Serafim Bertaso (1920-1922)* analisa as cartas de um menino de elite do sul do Brasil, cuja infância foi marcada pelo externato e pelas saudades de casa. Isabel Schapuis Wendling, autora do artigo, apresenta com sensibilidade as condições de possibilidade da escrita e os sentimentos do então menino sobre a própria condição, na perspectiva da escrita de si, de Michel Foucault.

O texto de autoria de Vanessa Marques de Oliveira *“E assim como você, as crianças do século XXI também sonham com um futuro melhor”*: ideias históricas dos estudantes em relação à participação de crianças e adolescentes como sujeitos históricos investiga a compreensão das crianças e dos adolescentes em relação à participação dessa população no fazer histórico. O texto aborda, ainda, os elementos próprios das experiências infantojuvenis destacados por estes sujeitos como centrais para uma história das crianças por elas mesmas.

O dossiê encerra com uma resenha do livro *Literatura infantil na América Latina: a infância e a diversidade de imaginários (sociais, raciais e de gênero)*, de autoria de Ezequiel Cabrera. A obra, publicada em 2022, compila textos sobre o tema sob coordenação de Maria Carolina Zapiola e Alejandra Josiowicz, referências no campo das infâncias e juventudes latino-americanas.

A proposta do dossiê, ora apresentado, almejou acolher trabalhos, pesquisas em andamento e ensaios que, ao abordar as culturas e o consumo nas experiências infantojuvenis, permitissem iluminar dimensões vitais das

experiências de meninos e das meninas, adolescentes e jovens, atravessadas por relações intergeracionais e pelos marcadores de classe, de etnia e de gênero.

Os textos aqui reunidos demonstram como o campo da história das infâncias e das juventudes é pujante. Dentre os compromissos desta comunidade historiadora está construir, com as infâncias e juventudes, saberes que dêem conta de compreender as suas culturas e experiências a fim de construir realidades mais seguras, felizes e justas para todos e todas. O debate sobre as infâncias no universo do consumo é urgente no atual momento da sociedade latino-americana, quando novos contextos e movimentos do campo político interpelam o “fracasso” dos direitos das crianças e propõem futuros outros para sujeitos supostamente mais integrados, na chave de um pertencimento patriótico dicotômico entre nós e eles que é incompatível com uma educação em direitos humanos. Há que ficar atentos, em paralelo, à emergência de espaços de protagonismo e participação infantojuvenis no universo do consumo que desafiam, e mesmo confrontam, uma cultura política em cujo horizonte se vislumbrava sua participação cidadã.

Boa leitura!

## Notas

---

<sup>i</sup> CASTRO, César Augusto (Org.). **Cultura material escolar**: a escola e seus artefatos (MA, SP, PR, SC e RS, 1870–1925). São Luis: EDUFMA, Café & Lápis, 2011.

<sup>ii</sup> CASTRO, Lúcia Rabelo de (Org.). **Infância e adolescência na cultura do consumo**. Rio de Janeiro: Nau, 1998.

---

<sup>iii</sup> Ver: MILLER, Daniel. **Ir de compras**: una teoría. México: Siglo Veintiuno, 1999. CAMPBELL, Colin "The sociology of consumption" en Miller, Daniel (ed). **Acknowledging Consumption**: A Review of Studies, Londres-New York: Routledge, 1995.

<sup>iv</sup> POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 2005.

### Referências

CAMPBELL, Colin "The sociology of consumption" en Miller, Daniel (ed). **Acknowledging Consumption**: A Review of Studies, Londres-New York: Routledge, 1995.

CASTRO, Lúcia Rabelo de (Org.). **Infância e adolescência na cultura do consumo**. Rio de Janeiro: Nau, 1998.

MILLER, Daniel. **Ir de compras**: una teoría. México: Siglo Veintiuno, 1999.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Graphia, 2005.