

MENINAS-MULHERES, CRIANÇAS-ADULTAS: adultização e padrões de beleza de crianças no Instagram

Gláucia Helena Araújo Russo¹

Andreyna Ferreira Maia²

Éllen Beatriz Morais Pinto³

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar a relação existente entre os padrões de beleza femininos e a exposição da imagem de meninas influenciadoras no Instagram. Para tanto, recorreremos ao uso de pesquisa documental e de imagem, de cunho qualitativo, desenvolvida a partir da análise de vídeos e fotografias publicados no Instagram de duas irmãs, com idade de cinco e seis anos, no período de 2021 a 2022. O perfil foi escolhido por ser protagonizado por duas meninas e contar com um número expressivo de seguidores(as). A partir das análises realizadas, foi possível perceber que o perfil, embora protagonizado por crianças desenvolve conteúdo para o mundo adulto, para tanto, as meninas se vestem e comportam como adultas, há também um forte apelo a sensualidade. Diante disso, esses processos acabam por roubar sua infância e violar seus direitos.

Palavras-Chave: Infância. Beleza. Adultização. Mídias Sociais.

ABSTRACT

The objective of this article is to analyze the relationship between the female beauty standards and the exposure of the image of female influencers on Instagram. For this, we use documentary research and images, of a qualitative quality, developed from the analysis of videos and photographs published on two sisters' Instagram, with five and 6 years old, accounts from 2021 to 2022. The profile was chosen for being carried out by two men and having an expressive number of followers, from the analyzes carried out, it was possible to perceive that the profile, although starring children, develops content for the adult world, therefore, the girls dress and behave like adults, there's also a strong appeal to sensuality. In front of this, these processes end up robbing them of their childhood and violating their rights.

Key-words: Childhood. Beauty. Adultization. Social media.

¹ Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Serviço Social e Direitos Sociais e professora adjunto da Faculdade de Serviço Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Mestre e Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Endereço eletrônico: glauciarusso@uern.br.

² Estudante do curso de graduação em Serviço Social, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Bolsista CNP do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica. Endereço eletrônico: andreynaferreira@alu.uern.br.

³ Estudante do curso de graduação em Serviço Social, da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Voluntária do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica. Endereço eletrônico: ellenbeatriz@alu.uern.br.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com pesquisa realizada pelo site Opinion Box atualmente o Brasil é o segundo país em número de usuários(as) do Instagram. A rede social possui mais de 2 bilhões de usuários(as) ativos(as) no mundo e segue crescendo. Somente no Brasil, são aproximadamente 99 milhões de pessoas usando o aplicativo todos os dias, mais de uma vez. (D'ANGELO, 2023). Portanto, podemos afirmar que dentre as redes sociais, o Instagram tem se consolidado, conquistando um número crescente de usuários(as). Outra tendência do Instagram é o crescimento de perfis de crianças e adolescentes, conforme podemos ver na pesquisa Cetic.br:

A TIC Kids Online Brasil indica que 93% dos brasileiros com idades entre 9 e 17 anos são usuários de Internet, o que corresponde a 22,3 milhões de crianças e adolescentes conectados. O crescimento em relação a 2019 (quando o percentual era de 89%) foi impulsionado principalmente pelo aumento na proporção de usuários na região Nordeste (de 79% para 92%) e nas áreas rurais (de 75% para 90%). [...]. Entre as plataformas utilizadas, a proporção de usuários de Internet de 9 a 17 anos que têm perfil no Instagram avançou de 45% em 2018 para 62% em 2021, uma elevação de 17 pontos percentuais [...]. (CETIC.BR, 2022, s.p.).

Parece haver nas redes sociais uma presença maior de meninas, ainda que monitoradas pelos(as) pais e/ou responsáveis, muitas vezes, essa presença está ligada a processos de adultização e exposição precoce. Segundo Muller e Schmidt (2018, p. 107),

De qualquer modo, as redes sociais estão permeadas por corpos femininos – e não apenas de mulheres, mas de meninas. Meninas que se apresentam em poses e roupas, que recebem comentários e cujas imagens são consumidas e compartilhadas por *qualquer um* que tenha o acesso. (Grifos das autoras).

De acordo com os autores(as), a exposição precoce da imagem de meninas no Instagram, parece reforçar os padrões de beleza hegemônicos na sociedade, pois assim como as mulheres adultas nesse espaço, em sua maioria, reforçam uma estereotipização da feminilidade, as meninas, ao adentrarem no mundo digital, também passam reproduzir esse modelo na frente às câmeras. De acordo com Siqueira (2019, p. 38):

[...] compreendemos que os meios de comunicação podem ter um significativo papel em naturalizar estereótipos de papel de gênero e contribuir com o imaginário do que é ser mulher. A literatura sobre os estereótipos de

gênero feminino na mídia brasileira mostra que, diante de diversos tipos de material midiático e periodicidades distintas, os estereótipos femininos mais recorrentes foram aqueles que ligam a imagem da mulher preocupada com a aparência estética de beleza e como objeto de desejo sexual do homem. (p. 38).

No caso específico do Instagram tais conteúdos são reproduzidos por meio de poses e situações da vida adulta encenadas por meninas, com a prevalência do enfoque à cultura da beleza, associada a corpos magros, cabelos lisos e claros, pele branca, uso de maquiagens, acessórios e a reprodução de falas e comportamentos adultos.

Diante disso, o presente artigo tem por objetivo analisar a relação existente entre os padrões de beleza femininos e a exposição da imagem de meninas influenciadoras no Instagram, buscando compreender de que modo conteúdos adultizados postados no perfil de duas irmãs, com 5 e 6 anos no momento da pesquisa, reforçam modelos de beleza hegemônicos em nossa sociedade, bem como contribuem para sua sexualização.

Para tanto, recorreremos ao uso de pesquisa documental e de imagem, de cunho qualitativo, desenvolvida a partir da análise de vídeos e fotografias publicados no Instagram. O perfil foi escolhido por ser protagonizado por duas meninas, contar com um número expressivo de seguidores(as), cerca de um milhão e quatrocentos mil, sendo alimentado diariamente por sua mãe e uma agência de publicidade chamada Mesa42. Ademais, embora seja protagonizado por crianças, é voltado para o público adulto e nele são produzidas e postadas fotos e vídeos das meninas imersas em situações típicas do imaginário social da vida adulta.

Mesmo cientes de estarmos tratando de um perfil público, optamos em razão de conduta ética por não mencionar seu nome, nem especificar o seu perfil, assim como, quando utilizamos fotos colocamos tarjas em seus olhos, a fim de dificultar o reconhecimento e preservar sua identidade.

2 MENINAS DO INSTAGRAM: BELEZA E ADULTIZAÇÃO EM FOCO

O Brasil, desde a sua formação, se constituiu com base em uma forte herança da cultura patriarcal, presença marcante das desigualdades de gênero², raça/etnia e

² De acordo com Safiotti (2004, p. 58), o gênero pode ser: "Entendido como imagens que as sociedades constroem do masculino e do feminino, não pode haver uma só sociedade sem gênero. A eles

classe social. Tudo isso precisa ser considerando no contexto da sociabilidade capitalista, na qual a classe dominante explora incessantemente a classe trabalhadora, em busca de lucro e capital.

Historicamente, a sociedade atribuiu comportamentos e características para homens e mulheres, e criou mecanismos para que eles/elas os assumissem como inatos. Essas construções sociais e históricas levaram à determinação de papéis femininos e masculinos, reforçando a separação e as diferenças de gênero, que, sob a égide do patriarcado, foram transformadas em desigualdades. Assim, dos homens se exige uma postura firme, força, determinação, enquanto às mulheres se confere a noção de sexo frágil, sensibilidade, delicadeza, dentre outras coisas. Safiotti (2004) respondendo à pergunta: por que patriarcado? sintetiza e sistematiza seus principais elementos:

1 – não se trata de uma relação privada, mas civil; 2 – dá direitos sexuais aos homens sobre as mulheres, praticamente sem restrições. [...]; 3 – configura um tipo hierárquico de relação que invade todos os espaços da sociedade; 4 – tem uma base material; 5 – corporifica-se; 6 – representa uma estrutura de poder baseada tanto na ideologia quanto na violência. (SAFIOTTI, 2004, p. 57-58).

Na sociedade contemporânea, são evidentes as marcas dessa cultura machista e patriarcal, pois desde o nascimento as crianças são educadas conforme as normas e construções sociais que definem formas de ser, brinquedos, brincadeiras, comportamentos, atividades, roupas, entre outros, de meninos e menina. Em geral, a sociedade, a escola, a família e outras instituições sociais, por meio da violência ou da ideologia, conforme aponta a autora, reforçam os comportamentos socialmente aceitos para cada gênero.

Sob essa perspectiva, as concepções de gênero foram responsáveis, ao longo da história, pela formação e perpetuação dos chamados padrões de beleza, pois de acordo com o período sócio-histórico e com a cultura da época, eram identificados os modelos de beleza considerados ideais, com mais enfoque para o gênero feminino. Segundo Amaral (2011),

[...] O mito da beleza esteve presente em diversos momentos históricos e contextos sociais, a diferença é que a mulher moderna tem a obrigação de ser bela, de cuidar do corpo, de se submeter às mais variadas técnicas corporais para manter-se jovem e saudável. Se até então manter-se bela é

corresponde uma certa divisão social do trabalho, conhecida como divisão sexual do trabalho, na medida em que ela se faz obedecendo ao critério do sexo”.

uma preocupação, gradativamente tornou-se um dever e uma forma de opressão cultural. (p. 121-122).

Cada época construiu seus ideais de beleza, estes, por sua vez, se expressam de diferentes formas e, na contemporaneidade, assumem um caráter de imposição às mulheres, sendo considerado pela autora, e também por Wolf (1992), como uma nova forma de opressão das mulheres. Para além da beleza, as relações de poder existentes entre homens e mulheres ditam comportamentos, formas de vestir e o modo como o seu corpo e sexualidade devem ser vistos e vividos.

Com a crescente informatização e a popularização dos meios de comunicação, em especial das mídias e redes sociais, estas, ao lado de outros dispositivos da sociedade, se constituem como mecanismos ideológicos para reprodução de um padrão de beleza hegemônico, cujos preceitos ditam modelos para o belo e o feio. Aquelas(es) que não se encaixam dentro do padrão são, na maioria das vezes, excluídos(as) e desvalorizados(as), passando a ser vítimas de preconceito e discriminação.

Considerando que os padrões de beleza estão se modificando, pois se relacionam a elementos, culturais, históricos, sociais, ecológicos, biológicos e econômicos, vários deles coexistem em um mesmo tempo e espaço. Nesse sentido, podemos questionar: atualmente qual o modelo de beleza presente em nossa sociedade?

Pelo dito anteriormente, seria ingênuo acreditarmos em um único ideal de beleza para as mulheres, mas, a nosso ver, mas, de maneira geral, em nossa sociedade, de acordo com nossa leitura da realidade, a beleza está relacionada a: 1 – juventude; 2 – uso de tecnologias; 3 – consumo; 4 – fabricação do corpo; 5 – raça/etnia; 6 – classe social. Portanto, espera-se que a mulher seja: jovem (o que pode ser conseguido por meio de cremes, cirurgias, procedimentos estéticos); magra e com corpo definido (as dietas e academias colaboram para isso); branca e loura (não à toa, as mulheres pintam constantemente seus cabelos e as mulheres negras são percebidas a partir de estereótipos sexuais); de classe média alta ou alta (se a mulher tem dinheiro, não apenas é considerada mais bonita pela sociedade, ela também pode comprar a aparência e o corpo desejado). Ademais, os padrões de beleza tendem a tratar a mulher como objeto de desejo e prazer masculino, retratando corpos femininos de maneira erotizada e sexualizada, objetificando-a e reduzindo-a a uma posição de subalternidade.

Seguindo essa lógica, com a popularização das mídias e redes sociais, a imagem das mulheres, antes exposta em pinturas, esculturas, fotografias etc., passa a ser vista com frequência em campanhas publicitárias, sites, publicações e páginas famosas, e ganha espaço o mercado de influenciadores(as) digitais, indivíduos que, com base em Almeida (2019), podem ser compreendidos como:

Uma pessoa que, sustentada pela sua popularidade nas redes sociais, qualifica-se enquanto alguém que dita, propositalmente ou não, tendências a serem seguidas e “vende” seu estilo de vida às/aos seus seguidoras/es, sendo assim caracterizada como uma boa parceria profissional para marcas e empresas. (p. 18-19. Grifos da autora).

Outrossim, com a repercussão que as mídias e redes sociais têm conseguido, nos últimos anos vem crescendo de forma expressiva o número de contas de crianças no Instagram. Para Motta e Freire (2023, p. 447), na atualidade, esses sujeitos: “[...] assumem como parte de sua vida cotidiana sua presença nas mídias digitais. Suas experiências em torno das interações midiáticas têm transformado o lugar social assumido por elas, historicamente, na produção de cultura”.

Portanto, as mídias e redes sociais, ao mesmo tempo que possibilitam um lugar para as crianças como sujeito no mundo, pois lhes permite se expressar livremente e se tornar visíveis, é também parte de uma sociedade que mercantiliza discursos, imagens e corpos, os explorando como forma de gerar riquezas. A beleza, por sua vez, é um mercado lucrativo, de acordo com o Olist (2023, s.p.):

A venda de produtos de beleza, perfumaria e higiene movimentam muito dinheiro no Brasil. Para sermos mais exatos, o mercado brasileiro de Beleza e Cuidado Pessoal deve faturar US\$ 26 bilhões até 2023, conforme previsões da Statista. A expectativa é que a categoria de Cosméticos lidere o crescimento, registrando alta de 24% entre 2020 e 2023.

O mercado e dos padrões de beleza mostram sua influência desde a infância, pois as meninas tendem a reproduzir comportamentos e falas que observam no meio no qual estão inseridas, e desde muito cedo, pela própria convivência com outras mulheres, são levadas a buscar os ideais reforçados socialmente. Esse fenômeno se mostrou muito presente no perfil analisado por nós, pois as meninas em quase todas as postagens aparecem com cabelos escovados, unhas pintadas, maquiagem, roupas que não se repetem, mesmo que estejam na praia, além de fazerem poses para ressaltar seus pontos fortes, conforme podemos ver na Figura 1:



Figura 1 – Fotografia postada no Instagram em 11 de fevereiro de 2022

Fonte: Instagram 2022

A inserção das meninas nas redes sociais como influenciadoras digitais mirins, tem ocasionado a preocupação cada vez mais precoce com a aparência, desembocando em processos de adultização e erotização das crianças, embora muitas vezes esses processos passem despercebidos a maioria das pessoas.

No caso do perfil analisado por nós, outro aspecto chama a atenção: os conteúdos, diálogos, danças e encenações realizadas pelas meninas, pois, salvo poucas exceções, os conteúdos analisados por nós, não fazem parte do mundo infantil, posto versarem sobre relacionamentos, rompimentos, contas para pagar, dentre outros. Como é possível perceber na figura 2:



Figura 2 – Fotografia postada no Instagram em 09 de dezembro de 2021

Fonte: Instagram 2021

Assim, a entrada da criança em um contexto adulto acontece de maneira precoce, quando ainda não há condições físicas, psicológicas e mesmo sociais para isso, lhes levando a vivenciar experiências para além do seu desenvolvimento físico e mental.

Concomitantemente, ao performar e proferir mensagens voltadas ao mundo adulto, as influenciadoras mirins aparentam constituir um ser híbrido: criança-adulta. Este hibridismo acena à forma como as crianças eram tratadas na Idade Média, quando compartilhavam um mesmo estilo de vida com adultos, sem distinções entre vestuário, lazer e atividade laboral. (LIMA; FREIRAS; COVALESKY, 2017, s.p.).

A inserção de crianças no mundo adulto com o objetivo de atrair likes, curtidas e compartilhamentos para engajamento de seguidores(as), é preocupante, pois, sua exposição tem como objetivo final o lucro, por meio da monetização e busca de patrocínios. Nesse processo, além de adultizadas, elas são objetificadas, tornam-se objeto de consumo, a medida em que sua imagem é oferecida para o deleite de seus seguidores(as).

Em geral, crianças não manifestam interesse por questões adultas, como é o caso da academia e da fotografia, por exemplo, elas são influenciadas, coagidas, ou cooptadas para isso, seja pela busca de aprovação e afeto dos(as) seus familiares, pela troca de favores ou por ameaças físicas ou psicológicas, sutis ou explícitas. Nesses casos, os(as) adultos(as) lhes ensinam o seu lugar e o comportamento que precisam ter.

O pediatra Daniel Becker no canal do Youtube, Criar e Crescer (2019), alerta que as crianças vêm sendo expostas como "cabides de propaganda". Ao interagir com o mundo adulto precocemente a criança começa a manifestar valores e comportamentos que não condizem com sua faixa etária, especialmente crianças que muito cedo tem acesso as plataformas digitais como: Instagram e Tik Tok.

As crianças não se adultizam nas relações que estabelecem entre si. Há sempre, neste processo, um adulto como agente adultizador. A relação entre adultizador e adultizado é mediada por tecnologias, com isso o impacto das NTIC [Novas Tecnologias de Informação e Comunicação] é um processo que se realiza por crianças e adultos. (ALMEIDA NETO, 2007, p. 87).

Os(as) adultos transformam o meio digital em uma ferramenta de sobrevivência ou mesmo status e as crianças, particularmente as menores, se veem enredadas em

uma teia da qual não conseguem sair sozinhas, muitas vezes isso ocorre em detrimento da convivência com outras crianças.

De maneira geral, a promoção da inserção infantil no mundo adulto, colabora não para a maturidade, mas para uma série de comportamentos dificilmente adequados para a infância, dessa forma,

A sexualização precoce é uma manobra externa, que adultiza a criança, e muitas vezes é encabeçada por atores sociais como publicidade infantil, sociedade de consumo ou mesmo por adultos do seu convívio que indiretamente expõem a criança a repetir padrões de comportamento inadequados para sua faixa etária. (BECKER, 2019, Informação verbal).

Em nossa sociedade, o gênero feminino segue sendo o sinônimo de beleza e sensualidade, como já discutido anteriormente, de maneira, que as meninas aprendem logo cedo como comportar-se diante das câmeras para chamar atenção do público, que, por sua vez, corresponde de maneira positiva e natural ao conteúdo exposto. A figura 3 ilustra o modo como as meninas já aceitam de forma espontânea e descontraída estar de frente às câmeras:



Figura 3 – Fotografia postada no Instagram em 29 de maio de 2022

Fonte: Instagram 2022

A sensualidade transmitida nas imagens postadas pelas meninas, está longe de ser uma característica natural do público infantil, e se apresenta por meio de gestos, olhares e expressões corporais utilizadas como forma de prender atenção do público, essas posturas e “caras e bocas” são ensinadas de maneira tênue pelo(a) adulto(a) atrás das câmeras, mas apresentada como um talento, uma invenção da própria criança, que com o tempo acaba por interiorizar esses gestos e modos de ser. Essa interiorização pode ser percebida na irmã mais velha do perfil analisado por nós,

pois em quase todas as fotos e vídeos postados ela faz um gesto com a boca que sensualiza sua expressão.

As meninas são vítimas dessa exposição, pois quando estão posando para as fotos são ensinadas a investir em olhares e poses mais sensuais, perdendo a autenticidade, espontaneidade e criatividade, que as crianças expressam em seu cotidiano.

Além disso, em tais situações de sensualidade correm outros perigos. Essas fotos, podem atrair indivíduos mal-intencionados que se aproveitam das imagens para pornografia e outras práticas que violentam e violam os direitos dessas crianças. Portanto, resguardar seus corpos é garantir-lhes o direito a uma infância segura, de acordo com Becker (2019. Informação verbal): “Cuidar para que a infância seja vivida de forma plena é permitir que as crianças sejam crianças.”

2.1 Meninas ou mulheres? Adultização, beleza e roubo da infância

Ao observar os perfis de meninas no Instagram, notamos que, em sua maioria, estes são protagonizados por meninas brancas, magras, loiras, com olhos claros, esteticamente condizentes com os padrões de beleza da nossa sociedade, como é o caso do perfil analisado por nós. As meninas com esse estereótipo são bem mais "aceitas" pelo público consumidor dos canais.

Modelar para as câmeras exige uma disciplina rígida acerca da alimentação e comportamento, assim, para as influenciadoras digitais mirins isso não poderia ser diferente, já que elas precisam manter uma “boa aparência” diante das câmeras. Foi observado no perfil analisado por nós, que as meninas demonstravam um interesse particular em “parecer bonitas”, no momento de posar para fotos ou gravar vídeos. Além disso, embora os assuntos abordados no canal sejam diversificados, há um maior predomínio de postagens voltadas para a beleza, bem como de vídeos de aspecto motivacional, com frases de efeito e até mesmo teor mais romântico. Portanto, trata-se, a nosso ver, de uma grande maioria de conteúdos adultizados produzidos e compartilhados no Instagram das meninas. Além disso, o público é predominantemente de adultos(as).

Todos os dias, são compartilhados stories que mostram momentos cotidianos das meninas e um pouco da interação entre elas, como o momento de ir para a escola, conversas entre as irmãs, entre outras situações. Essa “rotina” mostrada nas redes sociais embora pareça, nem sempre é real ou ocorre da forma como é mostrada, tendo

em vista que no Instagram, mesmo aquilo que parece fazer parte do dia a dia, esconde cenas roteirizadas da vida cotidiana para gerar engajamento.

Ademais, há uma forte exposição das meninas, e, como dissemos anteriormente, comumente elas aparecem excessivamente produzidas, especialmente por se tratar de crianças: cabelos escovados, maquiagem, roupas adultizadas, poses para fotos que remetem à sensualidade feminina, ou seja, comportamentos que não condizem com a infância. As fotos são escolhidas à dedo, nelas as meninas se vestem como adolescentes, fazem poses sensuais e o famoso “biquinho”, com legendas pensadas especialmente para gerar engajamento e likes, instigando o público a fazer comentários e a compartilhar. São frequentes as legendas que dizem “que nota merece essa Barbie?”, condicionando sua imagem à aprovação ou não do público. Como é o caso da figura 4, em que a irmã mais velha aparece vestida com adereços que relembram a boneca Barbie:



Figura 4 – Fotografia postada no Instagram em 12 de novembro de 2021

Fonte: Instagram 2021

O reforço de padrões de beleza hegemônicos na sociedade, se evidencia nos conteúdos produzidos e mesmo no comportamento das meninas, que agem de forma cada vez mais mecanizada. Assim, além das fotos, são produzidos e compartilhados na rede uma grande quantidade de vídeos, nos quais elas falam frases motivacionais, com discursos de autoajuda, voltados para mulheres adultas, e não meninas de sua idade.

As influenciadoras mirins colocam-se como autoridades, peritas em assuntos dissidentes à infância, ainda que não tenham conhecimento de causa e discernimento esperados para desenvolver conteúdos que envolvam narrativas inspiracionais – a menos que instruídas para tal – haja vista suas idades [...]. (LIMA; FREIRAS: COVALESKY, 2017, s.p.).

Um dos exemplos que demonstra os elementos trazidos pelos(as) autores(as) é um vídeo em que as duas meninas aparecem com expressões tristes e desoladas, encostadas em uma cadeira, com mudanças de luz que remetem a uma boate, com a seguinte mensagem: “Quando você e sua amiga chegam à conclusão que são demais para os feios e de menos para os bonitos”. (Vídeo postado em em 19 de outubro de 2020). A nosso ver, esse vídeo evidencia a adultização precoce a que as meninas estão sujeitas, pois, crianças de 5 e 6 anos tratam de questões da vida adulta, que não deveriam estar presentes na infância. Além disso, o diálogo é permeado por visões estereotipadas de beleza e relacionamentos.

Em outro vídeo postado no dia 18 de janeiro de 2021, aparece uma das irmãs com uma camisa social feminina branca de botões, com o rosto maquiado e segurando um pincel de maquiagem, pronunciando a seguinte fala (à medida que vai falando a menina faz “caras e bocas”):

- Quem te vê assim, linda, estudada, bem-criada, bem cuidada, cara, porque toda mulher é cara! Roupas é caro, manter cabelo é caro, unha bonita é caro, maquiagem é caro, bem-educada, nem imagina... que já sofreu por uma beleza mediana. Você não merece pouco!

Para além dos padrões e estereótipos veiculados na publicação, chama a atenção a rotulação da mulher, como se ela estivesse à venda: “Toda mulher é cara” ou como se para ela só fosse possível se relacionar com pessoas ricas e bonitas. O vídeo reforça preconceitos e estigmas que costumam ser imputados às mulheres e como forma de tornar isso ainda mais perverso, é protagonizado por duas meninas. Em muitos outros vídeos do canal, as meninas aparecem em frente ao espelho, se maquiando, e refletindo sobre o fato de “sofrer por uma beleza mediana”, retratando o sofrimento amoroso de modo satírico.

Ao analisarmos essas publicações percebemos uma constante objetificação das mulheres, protagonizada por pequenos corpos femininos, esses, por sua vez, são submetidos a processos que violentam seu processo de desenvolvimento físico, psicológico e social, pois as maquiagens são sempre muito pesadas para a idade, com a presença de acessórios usados por mulheres em idade adulta, bem como as

cenar retratadas não dizem respeito a crianças, como as menções à relacionamento, festas etc. Assim, o universo infantil não aparece como referência para as meninas, mas apenas como um pano de fundo, pois permite a venda de sua imagem. São raras as fotos e vídeos que expressam vivências autênticas da infância e mostram as meninas desfrutando de momentos livres e/ou brincadeiras.

Outro ponto merece destaque: o apelo à sensualidade, no canal há várias fotos das meninas na praia, de biquíni, fazendo biquinho ou com poses que levam à sexualização de suas imagens, bem como há o predomínio de acessórios (chapéus, óculos escuros) que dão um ar mais sensual às publicações. Além disso, o uso de músicas adultas também se faz presente contribuindo ainda mais para a adultização das meninas, mesmo que elas não tenham consciência disso.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, podemos afirmar que a presença precoce nas mídias e redes sociais, pode influenciar e contribuir para a adultização de crianças. Ao serem adultizadas as crianças passam a se comportar como adultas, algo corriqueiro nas mídias sociais e que chama a atenção no perfil pesquisado por nós.

O Instagram, em particular, acaba por tornar a criança alvo das projeções dos(as) adultos(as), que a sensualiza, objetifica e reforça comportamentos e visões estereotipadas de mulheres adultas, assim como padrões de beleza hegemônicos na sociedade, tudo isso é feito com vistas a conseguir seguidores(as) e com eles monetizar³ o canal, conseguir patrocinadores(as) e fama.

Diante dessa realidade, a construção de uma infância saudável, com brincadeiras, autenticidade e espontaneidade vai ficando cada vez mais distante, ocorrendo muitas vezes um roubo da infância e a violação dos direitos de crianças nesse espaço. Além disso, os padrões de beleza inalcançáveis para o sexo feminino são também impostos às meninas, que absorvem falas e comportamentos adultizados, externando valores e características adultas, às quais sequer conseguem compreender.

³ De acordo com o site Significados: "Monetizar é transformar algo em dinheiro, é tornar rentável, é tornar lucrativo qualquer bem ou serviço. [...]. Monetizar no mundo digital, é reunir uma série de temas importantes, para oferecer a diversas pessoas interessadas no assunto e transformar todo o trabalho em dinheiro.

Portanto, é necessário proteger e resguardar a integridade e os direitos dessas crianças, para que não sofram as consequências das sucessivas aproximações com o universo adulto de modo tão precoce, por isso, alertar os(as) sobre os riscos da exposição precoce e da adultização desses sujeitos nas mídias e redes sociais é também uma forma de garantir seus direitos.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Lizandra Tarsilla Gallindo Lira. Vida compartilhada: influencers e seu papel na reestruturação do capitalismo informacional. 2019. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Ciências Sociais). Universidade de Brasília, Brasília, 2019. Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/24018>. Acesso em: 24 de junho de 2023.
- ALMEIDA NETO, Honor. Trabalho Infantil na Terceira Revolução Industrial. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2007.
- AMARAL, Marcela C. M. **O culto ao corpo e estilo de vida entre as mulheres**. 2011. (Tese). Instituto de Ciências Sociais, Universidade de Brasília. Brasília. 2011, 331 f.
- BECKER, Daniel. **Criar e Crescer**. Desenvolvimento da Linguagem. Youtube, 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Hcd-dcEE13Y>. Acesso em: 21 jun. 2023.
- CETIC.BR. TIC Kids Online Brasil 2021: 78% das crianças e adolescentes conectados usam redes sociais. 2022. Disponível em: <https://cetic.br/pt/noticia/tic-kids-online-brasil-2021-78-das-criancas-e-adolescentes-conectados-usam-redes-sociais/>. Acesso em: 22 jun. 2023.
- D'ANGELO, Pedro. Pesquisa sobre o Instagram no Brasil: dados de comportamento dos usuários, hábitos e preferências no uso do Instagram. **Opinion box blog**. 2023. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-instagram/>. Disponível em: 22 jun. 2023.
- LIMA, Antonia Nirvana Gregorio; FREIRAS, Flávia Carvalho de; COVALESKI, Rogério Luiz. Narrativas Terapêuticas e Inspiracionais de Influenciadoras Digitais Mirins: o Instagram de Bettina e Céline. Congresso Internacional de Comunicação e Consumo – COMUNICON. (online), 2017. Disponível em: https://comunicon.espm.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/GT04_LIMA-et-al.pdf. Acesso em: 24 de junho de 2023.
- MOTTA, Flávia Miller Naethe; FREIRE, Iara Maravalha. 'Mano como assim', a produção infantil na era da linguagem midiática: o que dizem as crianças nos aplicativos TikTok e Instagram. **Revista Porto das Letras**, v. 9, n. 1. 2023. p. 438-458. Disponível em:

<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/portodasletras/article/view/15687>.

Acesso em: 22 jun. 2023.

MULLER, Janaina Wazlawick; SCHMIDT, Saraí Patrícia. Pequenas estrelas do Instagram: a erotização de meninas em uma rede social. **Revista Conhecimento Online**, v. 3, p. 101-121, 2018. Disponível em:

<https://doi.org/10.25112/rco.v3i0.1603>. Acesso em: 24 de junho de 2023.

OLIST. Redação. A digitalização do mercado de Beleza e Saúde no Brasil: panorama e tendências. 18 de abril de 2023. Disponível em:

<https://olist.com/blog/pt/como-vender-mais/inteligencia-competitiva/mercado-de-beleza-e-saude/>. Acesso em: 22 jun. 2023.

SAFIOTTI, Heleieth I. B. **Gênero, patriarcado e violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004. (Coleção Brasil Urgente).

SIGNIFICADOS. Significado de Monetizar. Geral. Disponível em:

<https://www.significados.com.br/monetizar/#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20Monetizar%3A,extritamente%20para%20emiss%C3%A3o%20de%20dinheiro>. Acesso em: 22 jun. 2023.

SIQUEIRA, Ranyella Cristina de. **Os estereótipos de papéis de gênero feminino nos retratos das influenciadoras digitais no Instagram e a arte de Cindy Sherman**. 2019. (Dissertação). Pós-Graduação em Educação Sexual. Faculdade de Ciências e Letras. Universidade Estadual Paulista. Araraquara, 2019. 111f.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Tradução de Waldea Barcellos. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.