

Alice, a menina que “fala difícil”: infância como forma de consumo

Hugo Alves Oliveira,
Carin Klein
Universidade Luterana do
Brasil

Introdução:

O estudo realiza-se a partir dos campos teóricos dos Estudos Culturais em Educação e dos Estudos da Infância, que se aproximam da vertente pós-estruturalista.

Metodologia ou Material e Métodos:

Para a realização das análises foram selecionados e descritos três vídeos da menina que ficou famosa na web, após sua mãe postar os vídeos dela falando palavras difíceis. Além de alguns comentários dos internautas, veiculados ao longo de 2021.

Referências:

- ARIÈS, Philippe. *História social da criança e da família*. 2a. ed. Rio de Janeiro: LCT, 2016.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2a. ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- MELO, Darcyane Rodrigues de; GUIZZO, Bianca Salazar. Infância *Youtuber*: problematizando representações de crianças inseridas na cultura do sucesso. *Série-Estudos*, Campo Grande, MS, v. 24, n. 50, p. 121-140, jan./abr. 2019.
- MOMO, Mariângela. *Mídia e consumo na produção da infância pós-moderna*. REU, Sorocaba, SP, v. 36, n. 1, p. 67-87, jun. 2010.
- MOMO, Mariângela; COSTA, Marisa Vorraber. *Crianças escolares do século XXI: para se pensar uma infância pós-moderna*. *Cadernos de Pesquisa*, v.40, n.141, p.965-991, set./dez. 2010.

Objetivo:

Este artigo tem como objetivo principal analisar a infância, em meio às relações de consumo, posta em circulação, a partir dos vídeos divulgados da menina Alice, de dois anos, que fala palavras difíceis.

Conclusão:

Analisamos e discutimos sobre as formas de consumo na infância a partir dos campos teóricos dos Estudos Culturais em Educação e dos Estudos da Infância, podemos perceber que o *YouTube* tem sido usado como ferramenta como de marketing e de promoção de celebridades de todas as idades. A menina Alice é apenas uma das milhares de crianças que são filmadas e expostas na plataforma de vídeos e fazem parte da cultura participativa.