



POV: SOU CRIANÇA E ENSINO ADULTOS **infâncias performáticas nas redes sociais**

Ana Beatriz Veiga Pinheiro de Mesquita¹

Este trabalho analisa criticamente práticas discursivas de influenciadoras mirins nas plataformas TikTok e Instagram, com foco nos perfis de Valentina Abraham (@valenoliabraham) e Juju Teófilo (@jujuteofilo). Ambas produzem conteúdos voltados para públicos adultos, performando saberes como maquiagem para mulheres maduras e aconselhamentos sobre autoestima e autoamor. A análise parte da observação empírica dessas práticas, articulada aos estudos das infâncias, da cultura digital e às abordagens pós-estruturais de currículo, compreendido aqui como produção de subjetividades e modos de ser no mundo. Segundo Corsaro (2003, apud Fantin; Muller; Miranda, 2016), as crianças não apenas internalizam a cultura adulta, mas a interpretam e a reproduzem de forma ativa. No entanto, essa agência infantil, quando mediada por lógicas mercadológicas, pode ser capturada por dispositivos de adultificação precoce. A presença de Valentina em eventos como a Semana de Moda de Milão e sua inclusão em matérias jornalísticas como “fashionista mirim” exemplificam a comercialização da infância e sua transformação em capital simbólico. Sales e Landim (2014) apontam que o consumo atravessa o brincar, ressignificando a infância como espaço funcional e estético.

A hipótese que emerge da análise é que a produção de conteúdo adulto por crianças é majoritariamente protagonizada por meninas, o que sugere uma centralidade do gênero feminino na construção de infâncias performativas. Essa recorrência pode ser lida como efeito de um currículo que não se limita ao espaço escolar, mas se expande pelas redes sociais como campo de formação humana. As plataformas digitais operam como dispositivos curriculares que organizam saberes, corpos e temporalidades, convocando meninas a ocuparem lugares de autoridade estética e emocional antes mesmo de experienciá-los.

Como contraponto poético à racionalidade que captura essas infâncias, ecoa Manoel de Barros: “O que a gente não inventa é o que nos prende.” A infância, nesse cenário, parece cada vez

¹ Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ); m.veigabeatriz@gmail.com.

menos inventada e mais roteirizada, exigindo da pedagogia uma escuta ética e crítica sobre os modos como as crianças são convocadas a ensinar o que ainda não viveram.

Palavras-chave: infâncias digitais; adultificação; performatividade.

Referências

bibliográficas:

FANTIN, Monica; MULLER, Juliana; MIRANDA, Lyana. Publicidade, consumo e reinterpretações infantis. In: NAGAMINI, Eliana (org.). Processos educativos na interface comunicação e educação. Ilhéus, BA: Editus, 2016. p. 127–137.

SALES, Tânia; LANDIM, Luciana. Brinquedo e consumo: significações e práticas na cultura infantil. Revista Brasileira de Educação, Rio de Janeiro, v. 19, n. 56, p. 105–122, jan./mar. 2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/7YfY3ZJYpYz7gYzFJZfY3ZJ/>. Acesso em: 7 out. 2025.

CORSARO, William A. The sociology of childhood. 2. ed. Thousand Oaks: Pine Forge Press, 2003.

BARROS, Manuel de. O livro das ignoranças. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.

ABRAHAM, Valentina. @valenoliabraham. TikTok. Disponível em: <https://www.tiktok.com/@valenoliabraham>. Acesso em: 7 out. 2025.

TEÓFILO, Juju. @jujuteofilo. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/jujuteofilo>. Acesso em: 7 out. 2025.