



<https://sites.uft.edu.br/uma/>

## **INTERGERACIONALIDADE E ARTE: educação como resistência ao consumismo infantil na era digital**

Wilson Mota da Rocha Junior<sup>1</sup>  
Rachel Bernardes de Lima<sup>2</sup>  
Neila Osorio Barbosa<sup>3</sup>  
Aurélia Vieira da Silva Sousa<sup>4</sup>

### **RESUMO**

O presente artigo investiga as intersecções entre o consumo infantil exacerbado pelas redes sociais e o potencial emancipador da intergeracionalidade mediada pela arte-educação. Analisa-se o "Projeto Palquinho Dourado 2025" e o espetáculo performático "O Preço de Tudo" como dispositivos que buscam romper a redoma algorítmica através do resgate de saberes ancestrais e do envolvimento comunitário. O trabalho propõe que a vulnerabilidade da criança diante de estratégias de marketing disfarçadas pode ser mitigada pelo fortalecimento de vínculos entre gerações — pais, avós e educadores — na construção de uma consciência crítica. Conclui-se que o diálogo entre o fazer artesanal e o protesto

---

<sup>1</sup> Graduando em Licenciatura em Pedagogia (UFT- TO). [mota.junior@mail.uft.edu.br](mailto:mota.junior@mail.uft.edu.br)

<sup>2</sup> Pós-doutora em Educação pela Universidade Federal do Tocantins (UFT/TO). Doutora em Gerontologia pela Universidade Católica de Brasília (UCB/DF), Mestre em educação também pela UCB/DF, graduada em Pedagogia pela atual Universidade Estadual de Anápolis. Professora da Secretaria Estadual de Educação do Tocantins e da Universidade Estadual do Tocantins (Unitins) e Pesquisadora da Escola de Saúde Pública de Palmas (EESP/Palmas/TO). Lattes:<http://lattes.cnpq.br/5940745882162937>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5142-422>. E-mail: [bernardes.rachel@gmail.com](mailto:bernardes.rachel@gmail.com).

<sup>3</sup> Pós-doutora em Educação pela Universidade Estadual do Paraná (UEPA/PA). Doutora em Ciência do Movimento Humano pela UFSM/RS. Mestre em Educação pela Universidade Estadual de São Paulo (UNESP/SP). Graduada em Serviço Social pela UCDB/MS. Colaboradora honorífica na Universidade Rey Juan Carlos (URJC). Embaixadora da Paz Internacional (Cercle Universel des Ambassadeurs de la Paix - France). Professora Titular na Universidade Federal do Tocantins-UFT. Diretora de Políticas e Projetos para Intergeracionalidade (IFLAC-SUI). Pesquisadora Produtividade pela FAPT/TO. Premiada como Pioneira em Educação de Velhos no Estado de Mato Grosso do Sul. Docente no Colegiado da Pedagogia na UFT. Docente no Programa Pós-Graduação (PPGE/UFT). Membro do Programa de Pós-Graduação em Educação na Amazônia (PGEDA). Coordenadora Internacional da Tecnologia Social Universidade da Maturidade (UMA). Líder do grupo de pesquisa Educação Intergeracional e Altas Habilidades, junto ao CNPq. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8325746711520223>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6346-0288>. E-mail: [neilaosorio@mail.uft.edu.br](mailto:neilaosorio@mail.uft.edu.br).

<sup>4</sup> Graduada em Licenciatura em Pedagogia (UFT-TO). [aurelia.vieira@sescto.com.br](mailto:aurelia.vieira@sescto.com.br)



<https://sites.uft.edu.br/uma/>

artístico constitui uma via de "reexistência" fundamental para a preservação da autenticidade ontológica da infância. A imersão precoce de crianças em ecossistemas digitais tem gerado uma preocupação latente sobre a formação de valores e comportamentos voltados ao consumo desmedido. Este cenário é agravado pela facilidade com que a publicidade disfarçada e as tendências de influenciadores digitais operam, transformando o "ter" em um pilar de aceitação social. No entanto, a problemática transcende a tecnologia; ela reside na erosão da transmissão de valores humanos autênticos que historicamente ocorria no seio familiar e comunitário.

A proposta de intervenção acadêmica e social aqui delineada justifica-se pela urgência de resgatar o que nos torna únicos e afetivos. A introdução desta discussão não se limita a criticar as redes, mas a propor a intergeracionalidade como um antídoto: ao envolver pais, educadores e a figura simbólica dos avós, o projeto busca criar um cinturão de proteção e consciência crítica. Como bem aponta Palacios (2019), a publicidade na era digital exige uma mediação que vá além do técnico, alcançando o plano ético e subjetivo da criança.

**Palavras-chave:** Intergeracionalidade; Consumismo Infantil; Redes Sociais; Arte-Educação; Reexistência.