

292

**REPRESENTAÇÕES DE INFÂNCIA NAS PROPAGANDAS DE TV.** *Maria Carolina Ribeiro Pedroso, Jane Felipe Neckel* (Departamento de Estudos Especializados, Faculdade de Educação, UFRGS).

O conceito de infância tem passado por significativas transformações – políticas, econômicas, sociais, culturais – nas últimas décadas, em combinação com o acesso infantil às informações sobre o mundo adulto, especialmente com o surgimento de novas tecnologias, como os meios de comunicação de massa e a internet. Tais conjunções têm mudado drasticamente as vivências infantis, acarretando uma crise da infância contemporânea (Steinberg, 1997, Postmann, 1999). A representação de pureza e ingenuidade, suscitadas pelas imagens infantis, têm sido substituídas por outras imagens, muitas delas erotizadas (Walkerdine, 1999, Felipe, 1999). Tal processo, que aqui chamaremos de “pedofilização da sociedade”, merece ser examinado com maior atenção e se constitui em um dos principais objetivos dessa pesquisa. Pretendo examinar de que forma as Pedagogias Culturais, que vem se delineando nas últimas décadas, têm contribuído para a formação das identidades de meninos e meninas. Cabe aqui referir que Pedagogia Cultural refere-se a idéia de que a educação ocorre numa variedade de locais sociais, incluindo a escola mas não se limitando a ela (Giroux, 1994). Dentre os diversos artefatos culturais dirigidos ao público infantil, me deterei nas propagandas veiculadas na TV, especialmente nos horários da manhã em torno da programação infantil, no período que antecede ao dia da criança (1 a 12 de outubro do corrente ano). A análise dos resultados se dará a partir do referencial teórico dos Estudos Culturais e Estudos feministas, articulando conceitos de gênero, sexualidade, raça e etnia. (PIBIC – CNPq/UFRGS).