

CRIANÇAS MIRANDO-SE NO ESPELHO DA CULTURA: CORPO E BELEZA NA INFÂNCIA CONTEMPORÂNEA

Raquel Gonçalves **Salgado** –PPGEdu/UFMT

Anabela Rute Kohlmann **Ferrarini** – PPGEdu/UFMT

George Moraes de **Luiz** – UFMT e PUC-SP

Agência Financiadora: FAPEMAT

- Espelho, espelho meu, há no mundo alguém mais bela do que eu?

E o espelho respondia:

- Não há no mundo ninguém mais bela que vós.

Então a rainha ficava satisfeita pois sabia que o espelho falava a verdade.

Mas Branca de Neve cresceu e se tornou cada vez mais bela, e quando chegou aos sete anos de idade era linda como o dia, superando de longe a rainha.

(Irmãos Grimm)

1 Introdução

A beleza da menina Branca de Neve, “que cresceu e se tornou cada vez mais bela”, é uma imagem já distante, pertencente ao tempo em que a beleza era vista como atributo natural e congênito, quase dádiva divina. Estamos vivendo numa cultura em que ser belo ou bela passa a ser resultado da produção e investimento humanos. Homens e mulheres, meninos e meninas, desde a mais tenra idade, participam cotidianamente desse trabalho de produção do corpo belo, ainda que haja distinções a serem consideradas quanto ao gênero quando associado à beleza. Se, por um lado, a beleza do corpo feminino se expressa pela sedução ou pelo encantamento quase angelical, por outro, o corpo masculino se revela como belo na demonstração de sua potência, força e virilidade. Essa associação não é nova, pois permeia séculos e culturas. Os contos de fada, por exemplo, alimentaram nosso imaginário com graciosas princesas e príncipes destemidos e viris. Entretanto, a forma como tem se concebido tal embelezamento, a valorização por certos tipos de corpos e a repulsa pelas aparências consideradas feias não cessam de mudar. Essa transformação tem uma história e está relacionada à medicina, higiene, moda. São registros em trabalhos acadêmicos, manuais de beleza, guias de boa forma, anúncios publicitários, obras de arte, novelas, cinema, enfim, estão estampados nos mais diversos produtos culturais (SANT’ANNA, 2005).

A este cenário vem somar-se o fato de que a beleza, nos dias de hoje, tem assumido a condição de mercadoria e o próprio corpo se tornado objeto de consumo (PEREIRA; DE PAULA; SANTOS, 2009). Cabelos, olhos, bocas, narizes, barrigas, pernas, seios, tudo pode ser modificado, lapidado ou até mesmo comprado. O corpo escapa da natureza, de sua condição tácita e imutável, da formatação garantida pelo equipamento genético, para tornar-se

corpo-produto, a ser trabalhado, transformado e disposto como objeto a ser apreciado como belo. Todavia, não somente os limites da natureza são desafiados, mas também as fronteiras etárias encontram-se devastadas quando nos debruçamos sobre o fenômeno dos investimentos sociais e culturais sobre o corpo em busca do ser/tornar-se belo.

Não há idade para começar a produzir o corpo, ou melhor, quanto mais cedo mais eficazes são os resultados. De certa forma, isso já se reflete na produção de brinquedos, como aponta Pereira (2009), pois já existem bonecas em que não somente sapatos, roupas e adereços são usados como acessórios. Nas chamadas *bonecas fashion*, como a Polly, a Bratz e a Barbie Fashionista, trocar de roupas pressupõe a substituição de partes do corpo. Trocar de sapatos implica trocar também os pés da boneca. Para modificar o penteado ou a cor dos cabelos, substitui-se a cabeça inteira da boneca. “Haverá”, pergunta a autora, “nesse exercício meio divino, meio franksteiniano, alguma relação com as formas contemporâneas de lidar com o corpo e com a estética corporal?” (PEREIRA, 2009, p. 16). Refletir sobre como esses investimentos se fazem notar na infância é o pano de fundo deste artigo, que busca discutir as relações entre esse tempo de vida e as questões relativas ao corpo e ao gênero, atravessadas por discursos midiáticos e por práticas de consumo, assentados em valores estéticos, cada vez mais padronizados, que circunscrevem normas de como ser e tornar-se belo ou bela, destinadas tanto ao feminino quanto ao masculino.

Os cenários que enriquecem tais reflexões são quatro turmas de crianças de 5 a 6 anos, da Educação Infantil, de instituições de contextos bastante distintos: uma unidade do Serviço Social e do Comércio (SESC) da cidade do Rio de Janeiro e duas instituições de Educação Infantil da rede pública municipal da cidade de Rondonópolis, Mato Grosso, e uma instituição de ensino particular, nessa mesma cidade. Nas pesquisas desenvolvidas nesses três contextos, tivemos como mote compreender os modos como as crianças, em meio às referências simbólicas da cultura midiática, se organizam socialmente e produzem culturas lúdicas específicas, trazendo à tona valores, saberes e aprendizagens que traduzem os significados que conferem à vida social. A metodologia das pesquisas pautou-se na imersão no cotidiano das crianças nessas quatro instituições, como forma de observar e conhecer, por meio de interações com elas, as relações que estabelecem entre si e com os adultos – no caso, professoras e pesquisadores – e como, nesses espaços, constroem valores e experiências que dão vida às suas culturas lúdicas.

2 Culturas infantis e lúdicas: um diálogo mudo da criança com o seu tempo

Já dizia o filósofo Walter Benjamin (1984) que a brincadeira jamais poderia ser compreendida única e exclusivamente a partir das ideias das crianças, uma vez que elas, reunidas, não constituem uma comunidade isolada, mas sim “uma parte do povo e da classe de que provêm” (p. 70). Assim também seus brinquedos e brincadeiras, longe de estarem apartados da vida social, expressam um diálogo mudo da criança com seu povo, seu tempo e sua cultura.

Sob esta perspectiva do diálogo permanente das crianças com as referências simbólicas da cultura mais ampla, debruçamo-nos sobre as culturas lúdicas infantis para compreendê-las como espaços sociais, nos quais as crianças se apropriam e constroem, coletivamente, valores e práticas, que tanto reproduzem e renovam o tecido social quanto participam de suas constituições subjetivas.

Crítico ao conceito de socialização, em sua acepção mais clássica, por pautar-se em uma relação de subordinação da criança com o adulto, com vistas à sua preparação e formação para o futuro, Corsaro (2011) traz à tona o conceito de reprodução interpretativa, processo no/pelo qual as crianças, ao se apropriarem das informações e representações do mundo adulto, produzem e participam de suas culturas de pares. Elas ao mesmo tempo em que reproduzem, interpretam o que percebem e aprendem nas interações sociais estabelecidas em diferentes contextos e tempos de vida. Por reprodução, Corsaro (2011) entende que as crianças, além de internalizar a cultura, “contribuem ativamente para a produção e mudança culturais” (p. 31-32), de forma a estarem relativamente constrangidas pelo modo de organização social vigente. Assim, torna-se mais nítida a impossibilidade de conceber e tratar as culturas infantis em seu próprio termo, como guetos isolados onde poderia emergir uma suposta essência da criança, como se fosse, parafraseando Benjamin (1984, p. 70), um “Robinson Crusoé”. Ao contrário, as culturas infantis ganham vida no mesmo instante em que a criança é interpelada pelas referências simbólicas da cultura de seu tempo e as interpreta como forma de atribuir sentido ao que vive e compartilha com os outros, inclusive os adultos, produzindo, assim, cultura.

As culturas de pares, argumenta Corsaro (2011), traduzem conhecimentos e práticas da infância necessários à participação das crianças no mundo adulto, na medida em que elas se apropriam das informações desse mundo para responderem às suas preocupações. As crianças, nesse processo de apropriação e renovação da cultura, tornam-se, simultaneamente, membros de suas culturas de pares e do mundo adulto onde estão imersas.

É possível fazer aproximações entre essa análise de Corsaro sobre o fenômeno da reprodução interpretativa, como constitutivo das culturas infantis, e o conceito de cultura

lúdica, cunhado por Brougère (1995, 1998). A cultura lúdica, produzida por um duplo movimento interno e externo, não se encontra fechada em si mesma. Ao contrário, abre-se para o mundo social e cultural que lhe fornece significados que estruturam e renovam sua existência. A criança, portanto, é co-construtora de sua cultura lúdica ao interpretar os conteúdos que atravessam as interações sociais que sedimentam seus jogos e brincadeiras.

Por se definir como um conjunto de costumes, regras, significações e experiências lúdicas, sejam estas individuais, coletivas e geracionais, que se integra à vida social na qual se realiza, a cultura lúdica está longe de ser uniforme e estática. A diversidade é um atributo que a caracteriza, dadas as diferentes facetas que assume conforme a idade, o gênero, a classe social das crianças e o contexto em que se realiza.

Brougère (1998), ao tratar da cultura lúdica, salienta, ainda, seu caráter intergeracional. Dentro da cultura lúdica infantil está inserida uma cultura lúdica adulta, que se materializa no conjunto das referências simbólicas destinadas às crianças e que são, também, por elas produzidas quando as interpretam e lhes atribuem outras significações. Tais referências são corporificadas nos produtos culturais disponíveis na sociedade, diretamente ou não destinados e ofertados à população infantil, que abarcam as representações e expectativas dos adultos em relação às crianças, bem como os conhecimentos e as imagens sobre a infância que circulam em uma época e cultura determinadas.

Retomando o fio da meada do texto que aqui nos propomos a tecer, buscamos compreender como as crianças, nos grupos e culturas lúdicas que compõem, apropriam-se de discursos sobre o corpo e a beleza, disponibilizados, sobretudo, pelos mais diversos suportes midiáticos, como programas televisivos, anúncios publicitários, produtos da moda, brinquedos, transformando-os em valores e práticas que se traduzem em modos de ver-se, perceber o outro e com ele relacionar-se.

3 Infância, corpo e gênero

Nascemos com um corpo, porém isto não garante nossas experiências e os modos como esse corpo será representado e interpretado no decorrer de nossa vida. Até mesmo o corpo da criança, considerado historicamente como o mais próximo da natureza, sobretudo se nos pautarmos no pensamento de Rousseau, para quem a infância é o signo da inocência e do virginal, não está determinado unicamente por sua condição biológica.

Ao considerarmos as crianças como atores sociais, que reproduzem a cultura na qual estão imersas e, ao mesmo tempo, a renovam quando dela se apropriam, é salutar compreendermos seus corpos como entidades híbridas, compostas por representações,

discursos, produtos e objetos culturais, que se conectam ao artefato biológico como uma intervenção que transforma a natureza. Como afirma Prout (2000), “... o corpo humano é socialmente e biologicamente interminável a partir do nascimento.”¹ (p. 4). Nessa perspectiva, ao longo da vida, o corpo passa por transformações tanto sociais quanto biológicas. Não existe o corpo na sua materialidade, assegura Prout (2000), fora dos modos como o percebemos, representamos e interpretamos. São, portanto, os discursos e as representações sobre o corpo que estruturam e conferem forma às nossas experiências e aos sentidos que a ele atribuímos. Dessa produção simbólica sobre o corpo também participam as crianças, já que em suas negociações, interpretações e significações estão a desenhar as imagens e as formas de sua corporeidade, capturando dos artefatos da cultura os elementos que permitem fazer, desfazer e refazer seus próprios corpos e, por conseguinte, suas identidades.

Nesse processo de composição do corpo e de busca de referências para representá-lo e apresentá-lo, o gênero ganha relevância. Nos estudos etnográficos com crianças, desenvolvidos por James (1993 apud PROUT, 2000, p. 8), ele aparece como um dos aspectos em destaque nos modos como elas interagem entre si, constituem suas identidades e estabelecem seus relacionamentos. Em nossas pesquisas com as crianças, também é significativa a emergência das questões relativas ao gênero, especialmente nas apropriações que meninas e meninos fazem dos elementos da mídia – importante fonte de referências simbólicas para o processo de composição dos corpos na contemporaneidade –, trazendo à tona valores relativos à beleza associados às experiências feminina e masculina.

Para além das oposições binárias, que demarcam o masculino como território da virilidade e da força e o feminino como sinônimo de sensibilidade e fragilidade, entendemos o gênero como uma arena de relações sociais entre os sexos, que definem construções identitárias e culturais (SCOTT, 1995). Embora seja uma categoria social que estabeleça distinções a partir dos papéis sexuais atribuídos a homens e mulheres, o gênero está longe de ser perene e circunscrito pela ordem biológica, de modo que esses papéis não são atributos da natureza, mas, como destaca Scott (1995), se fazem e refazem por estarem imersos no fluxo dos sistemas de significação ancorados na história e na cultura.

A mídia, com seus discursos e imagens, sem sombra de dúvida, é, na cultura contemporânea, um forte dispositivo na demarcação de valores e práticas indispensáveis para as experiências de produção do corpo. São esses discursos e imagens, afirma Santaella (2004), que nos levam a “imaginar, diagramar, a fantasiar determinadas existências corporais, nas

¹ Texto traduzido de: “... the human body is socially and biologically unfinished at birth.”

formas de sonhar e de desejar que propõem.” (p. 126). Atravessadas desde cedo por esses signos, as crianças se apropriam de valores e ideais que se materializam em pensamentos e mediam suas relações com os objetos e os outros sujeitos, de modo a alimentarem o imaginário, definirem a auto-estima e incitarem o esforço pessoal para mantê-la ou conquistá-la.

4 O corpo adornado: gênero, mídia e beleza

Os discursos de conselheiros de beleza, de médicos e profissionais ligados à publicidade da moda reiteram que a mulher deve investir na beleza do corpo, apresentando-o de forma delicada, suave e graciosa, enquanto os homens são convidados a representarem, por meio de seus corpos, a força e a robustez. Essa diferença de argumentos presente no discurso de tais profissionais é o que nos conduz a pensar que o cuidado de si no Brasil foi construído a partir das relações de gênero. Vale destacar a aproximação entre corpo e gênero, porém há que se ter cuidado com a primazia de um em relação ao outro. Isso porque sua construção se dá de forma complementar. Corpo e gênero mudam de cultura para cultura, de tempo para tempo (OLIVEIRA, 2005).

A seguir, apresentamos uma situação lúdica vivida em um dos contextos de pesquisa, na qual duas crianças folheavam revistas à procura de um homem bonito.

Kimberly: *Felipe, acha uma figura bonita e gostosa, igual um homem.*

Felipe: *O quê?!*

Pesquisadora: *E o que é alguém gostoso, Kimberly?*

Kimberly: *Ah! É alguém forte e grande.*

Pesquisadora: *Hum!... E como você sabe disso?*

Kimberly: *Eu aprendi, é só olhar nas revistas (Aponta para um homem). Olha como esse é lindo! (Neste momento, a menina beija a revista)².*

Bonito, gostoso, forte e grande são os atributos que caracterizam o homem valorizado pelos discursos de conselheiros de beleza presentes em revistas. Uma vez de posse de revistas facilmente encontradas nas escolas, as crianças têm acesso a esses discursos que passam a fazer parte de seus repertórios e dos modos como constroem os valores acerca dos corpos, masculinos e femininos, definidos como belos. Como nos lembra Santaella (2004), “a palavra de ordem está no corpo forte, belo, jovem, veloz, preciso, perfeito, inacreditavelmente perfeito.” (p. 127). Trata-se de um ideal imperativo que, sob o comando da ordem, impulsiona

² Esta situação da pesquisa de campo ocorreu na turma de crianças de uma das instituições de Educação Infantil da rede pública municipal de Rondonópolis, Mato Grosso.

a cultura do narcisismo que tem no culto ao corpo uma de suas mais emblemáticas manifestações.

Outra característica marcante é a associação feita por Kimberly do masculino com os atributos relativos ao ser *forte e grande*. A menina, nesse discurso, remete a relações de gênero, trazendo como valor a beleza masculina associada à força, característica primaz do homem. Nesse sentido, a valorização do corpo *forte, grande* e, portanto, de adulto se contrasta com o corpo do menino franzino, ainda em desenvolvimento, corpo este rechaçado e ignorado pelas meninas do grupo etário em questão. Trata-se do “corpo exorbitante”, salientado por Santaella (2004, p. 128), que, adornado, fetichizado e modelizado, deve ser valorizado e assumido como padrão e ideal. Dessa forma, os magros, quando adultos, também teriam chances de serem cobiçados, desde que sigam o conselho de médicos, educadores físicos e consultores de moda. Academia, boa vestimenta e suplementos alimentares estão entre as instruções para tornar-se um homem *bonito, gostoso, forte e grande*.

Quando a posição se inverte, destaca-se, entre as crianças, como modelo de beleza feminina, ditado como padrão, aquele relacionado à cultura européia, da mulher *branca, loira e dos olhos verdes*. Em determinada ocasião da pesquisa, enquanto nos preparávamos para o lanche, uma criança se aproximou e disse para a pesquisadora:

Gabriel: *Tia, quero casar com você.*

Pesquisadora: *Ah, é Gabriel! Mas você não acha que é muito novo?*

Gabriel: *Eu vou crescer.*

Pesquisadora: *Mas, aí eu já vou estar velha. Mas, como você é um rapaz bonito, vai encontrar uma moça bem linda e namorar com ela.*

Gabriel: *A minha mãe falou que eu tenho que casar com uma mulher loira e branca que tenha o olho verde, igual na televisão*³.

Ana Hickmann, Angélica, Xuxa são algumas das musas loiras que frequentemente ilustram os programas televisivos como protótipos de beleza feminina. Conhecidas como mulheres-mitos, aconselham outras mulheres da importância de ser bela na contemporaneidade (SANT'ANNA, 2005). Sempre apresentando produtos novos às mulheres brasileiras, elas acabam sendo fortes referências de sucesso e elegância. Dessa forma, a *mulher branca, loira e de olhos verdes* tem sido apresentada pela mídia como aquela que representa o ideal de beleza a ser conquistada por mulheres e meninas. Mais que isso, as crianças passam a ser bombardeadas com informações vultosas que ostentam o padrão de beleza da mulher midiática, como meta a ser alcançada quando forem adultas. Trata-se,

³ Idem à nota anterior.

portanto, a nosso ver, de uma verdadeira fábrica de corpos. Para Santaella (2004), o mercado de produção de corpos, de acordo com os princípios que imperam na moda, muito se assemelha à produção de mercadorias de luxo, associando as referências estéticas relacionadas ao corpo a um padrão de beleza midiático e hipervalorizado.

Em outra situação de pesquisa⁴, nos deparamos com diferentes ícones de beleza, tanto femininos quanto masculinos, que ainda não pertencem ao universo adulto e tampouco são crianças, mas que atraem profundamente o público infantil. São os *ídolos teen*. Figuram entre eles Hanna Montana, Selena Gomes e os gêmeos Zack e Cody. Lindos, divertidos, ricos e famosos inspiram nas crianças o desejo de possuir uma gama infinita de produtos franqueados – roupas, sandálias, bolsas, games – e, mais do que isso, de *ser* como eles, de *viver* como eles vivem. A pequena Maria tem sonhos de sucesso e prestígio: “*A Hanna Montana é cantora. Quando eu crescer vou ser cantora e usar peruca que nem ela! Eu vou ser famosa, tia!*”

Outra cena na instituição de Educação Infantil da rede pública, vivida por Bibi com a boneca Barbie, atesta o quanto esse ideal da mulher branca, loira, de olhos claros e cabelos longos se materializa no espelho no qual as meninas se miram para confirmar ou confrontar a imagem que constroem de si próprias.

Bibi está sentada num canto do pátio com uma boneca Barbie e uma tesoura na mão e está terminando de cortar o cabelo todo da boneca.

Pesquisadora: *Mas por que você tá cortando? Você acha mais bonito cortado?* (Bibi acena que não).

Pesquisadora: *Mas por que você tá cortando, você não acha bonito, hein?!*

Bibi: *Porque é pro cabelo dela não crescer.*

Pesquisadora: *Mas não é bonito cabelo grande?*

Bibi: *É.*

Pesquisadora: *Você queria seu cabelo pequenininho assim Bibi?*

Bibi: *Meu cabelo não é pequenininho!* (irritada)⁵.

Como destaca Brougère (1998), o brinquedo carrega os discursos do outro adulto sobre a infância e, nesse sentido, abre-se como espaço de tensão entre essa representação e como a criança a interpreta.

Bibi, que valoriza em seus discursos a beleza da mulher sensual, se depara com uma boneca Barbie, padrão de beleza entre as meninas, de pele e olhos claros e longos cabelos, em

⁴ Ocorrida na instituição particular da cidade de Rondonópolis, Mato Grosso.

⁵ Idem à nota anterior.

oposição com sua imagem de menina negra de cabelos curtos. Diante desse paradoxo, Bibi transforma a boneca ao cortar seus cabelos. Nesse ato, a menina retira da boneca um atributo que, embora ela mesma não possua, se lhe apresenta como um valor. A boneca de cabelo cortado silencia, ainda que na esfera lúdica, o conflito entre a imagem idealizada da menina-bela-de-cabelos-longos e a imagem real da menina-de-cabelos-curtos.

A boneca Barbie simboliza o desafio ao corpo-natureza. O plástico é a principal ferramenta para compreendê-la: “sua substância é na verdade a sua essência” (LORD, 1994, p. 73 apud ROGERS, 1999, p. 113)⁶. Essa plasticidade escapa do material e encarna-se como valor internalizado por meninas e mulheres, que constitui os desejos e os modos de lidar com o próprio corpo: substância plástica flexível a infinitas modelagens tal como o corpo da boneca.

O corpo também pode ser adornado com elementos da moda, como a tatuagem, o brinco e o *piercing*. Esses dispositivos, associados ao *homem adulto, grande e belo*, conferem à menina posição diferencial e de destaque em relação às outras crianças, como é possível observar no diálogo a seguir.

Rafaela: *Amiga, tenho uma coisa para te contar. Eu tenho um namorado.*

Pesquisadora: *Ah, é? E quem é seu namorado?*

Rafaela: *Ele é adulto assim, ele é adulto.*

Pesquisadora: *Adulto? E quantos anos ele tem?*

Rafaela: *Ele é grandão assim (levanta os braços).*

Pesquisadora: *E o que mais?*

Rafaela: *Tem brinco na orelha.*

Pesquisadora: *Tem brinco na orelha? Só em uma ou nas duas?*

Rafaela: *Não, só em uma, ué! E ele tem tatuagem no braço e um piercing aqui (aponta para o canto da boca). Ele é um gato.*

Pesquisadora: *Mas, ele não é muito adulto para você?*

Rafaela: *Não, eu amo ele e ele me ama⁷.*

Nota-se o quanto o corpo é manipulado para se chegar a um ideal valorizado. Como corpo-produto, não basta a si próprio, pois pode e deve ser modificado com adornos e artefatos que o tornem objeto de admiração e cobiça: *E ele tem tatuagem no braço e um piercing aqui. Ele é um gato.*

Nesse sentido, Foucault (2003) discute o corpo como objeto e alvo do poder. Esse corpo é manipulado, modelado e treinado. Aponta para uma política que se define por

⁶ Texto traduzido de: “... her substance is very much her essence.”

⁷ Idem à nota anterior.

relações de poder que se inscrevem nos corpos – o próprio corpo e os corpos alheios –, para que operem como se quer, com as técnicas, segundo a rapidez e a eficácia determinadas. A disciplina fabrica, assim, corpos submissos e exercitados; corpos dóceis. Postula o adestramento como recurso para se apropriar ainda mais dos sujeitos. O poder, na vigilância hierarquizada das disciplinas, não se detém como uma coisa, não se transfere como prioridade, funciona como máquina. Todo aparelho social produz poder e distribui os sujeitos nesse campo permanente e contínuo.

Em uma brincadeira no parque da instituição, as meninas que não brincavam com os meninos faziam comidinhas de areia, exceto Bibi e Ariadne, que se apropriaram dos balanços para transformá-los em cadeiras de praia. Elas estavam estiradas nos balanços com as mãos cruzadas na nuca, posição corporal típica de um banho de sol, quando um de nós se aproximou para iniciar uma conversa⁸.

Pesquisadora: *O que vocês estão fazendo aí sozinhas?*

Ariadne: *Tomando sol.*

Pesquisadora: *Que chique!*

Bibi: *Estamos de biquíni. Quer um lugar?*

Pesquisadora: *Eu quero.*

Ariadne: *Tia, você vai ter que deitar na areia porque só tem dois balanços.*

Pesquisadora: *Não tem problema. Eu sento aqui mesmo.* (E, de fato, Daniela se sentou ao lado delas e brincou de tomar sol também).

Pesquisadora: *Como é o seu biquíni, Bibi?*

Bibi: *É fio dental, rosa de bolinha branca.*

Ariadne: *Tia, quando eu crescer eu vou tomar sol sem blusa.*

Bibi contou que sua mãe toma sol sem a parte de cima do biquíni, mas só a mãe pode porque ela já é adulta. Quando ela crescer, também vai querer tomar sol sem a parte de cima, *topless*.

As vozes midiáticas, que ecoam valores sobre a sexualidade feminina e permeiam o imaginário infantil, têm como matriz discursiva o paradoxo da inocência misturada à sedução. A beleza feminina, nessa lógica, intensifica-se no corpo da menina inocente e imaculada – visível no corpo da criança – e, ao mesmo tempo, sedutor e erótico – evidente nos seios desnudos do *topless*. Esse discurso, ressalta Dornelles (2010), tem se transformado no ícone da vida infantil: “... ser bela é conservar o ar de menininha, o corpo belo, o *ar* sensual, erótico e sedutor.”(p. 185. Grifo da autora).

⁸ Idem à nota anterior.

Soma-se a isto a figura da mulher brasileira apresentada, quase sempre, como signo de sensualidade, cuja justificativa pressupõe-se habitar um país tropical. Nesse cenário, ganha destaque o *fio dental*, traje típico da mulher contemporânea, cujo corpo, sarado e bronzeado por meio da prática do *topless*, é vitrine.

Foucault (1985) analisa, sob uma perspectiva histórica, como a sexualidade, a partir do século XVII, passa a fazer parte dos discursos das pessoas, como tema a ser conhecido, dito e revelado. Destaca que ocorre um movimento inverso àquele que pregava sua restrição – a sua crescente incitação. Falar de sexo torna-se essencial para a sociedade ocidental, porém alerta que esse movimento serve de estratégia de controle dos sujeitos, gerenciada e exercida sobre os corpos. Para Foucault (1985), isto se traduz em uma tecnologia de saber que define o que e como conhecer e experimentar a sexualidade. São discursos que se multiplicam e promovem a conjunção do prazer com o poder, já que a aparente liberdade do sexo revelado e exposto silencia a repressão que esta exerce ao se afirmar como saber sobre o sexo traduzido em competência e performance.

Se as meninas são influenciadas a demonstrarem toda a sua sensualidade por meio da exibição do corpo, como é o caso do *topless*, aos meninos é atribuída a missão de se firmarem como conquistadores. Pedro Augusto, em seu movimento de afastamento da condição de criança e tentativa de se aproximar da vida adulta, demonstra que agora *cata muié*.

Pesquisadora: *Como é seu pai?*

Pedro: *Meu pai é barrigudo.*

Pesquisadora: *Você tem irmão?*

Pedro: *Eu tenho uma irmã.*

Pesquisadora: *E como é o nome dela?*

Pedro: *Adrielle. Ela chora.*

Pesquisadora: *Sua mãe pega ela no colo?*

Pedro: *Mas, meu pai não pega. Amanhã eu era bebê e também ia no colo, agora eu sou homi.*

Pesquisadora: *Ah, você é homem, né? E o que homem faz? O que há de legal em ser homem?*

Pedro: *Homi cata.*

Pesquisadora: *Cata? Cata o quê?*

Pedro: *Cata muié.*⁹

Pedro afirma que sua irmã chora, mas seu pai não a pega no colo. Esse papel é delegado à mãe. Ao homem compete demonstrar a insensibilidade mesmo diante do choro da filha. Na condição de filho, o menino não pode mais sentar-se no colo dos pais, já que há a necessidade de ocupar outro status social, o de homem adulto. Para tanto, faz-se necessário

⁹ Idem à nota anterior.

distanciar-se da figura infantil, a qual não costuma atrair as mulheres, pois o corpo idealizado por elas é sempre o grande e forte. Dessa forma, ao aproximar-se da condição de adulto o menino já pode exercer o papel socialmente atribuído ao homem – o de quem *cata muié*.

5 Do corpo-natureza ao corpo produzido na cultura do consumo

Como comentamos antes, o corpo, na cultura do consumo, desvirgina-se e afasta-se, quase por completo, de sua natureza, passando a ser objeto de intervenções ao ponto de se transformar em produto cultural. Não há mais corpo que não possa ser trabalhado, modificado e produzido. Assim, nossas identidades, imersas na esfera midiática, ganham um caráter mutante jamais visto, permitindo-nos atravessar as fronteiras, cada vez mais elásticas, entre realidade e ficção.

Trazemos à tona o caso de Tuany, menina negra que, desde os três anos de idade, usa apliques no cabelo ainda virgem, sob a forma de longas e minúsculas tranças *rastafari*, e tem o desejo de ser loira e branca, tal como sua ex-professora. Conhecemos Tuany aos cinco anos de idade, na turma de Educação Infantil em uma unidade do SESC da cidade do Rio de Janeiro. Sua beleza, sagacidade, seu sorriso largo e a liderança que assume no grupo logo despertam nosso afeto e admiração. Seus cabelos longos, mesmo sem serem originais, fazem parte dela, de seu corpo, de sua identidade e da forma como se coloca no mundo, na vida e na relação com os outros. Mesmo causando dores de cabeça e danos visíveis para o couro cabeludo, os cabelos são motivo de orgulho para Tuany, que com eles se vê bela e feliz.

Tuany desenha enquanto conversamos. Em meio a nossa conversa, ela diz que seu pai a chama de Barbie Princesa, sua mãe, de Florzinha¹⁰ e seu primo mais velho, de Barbie Sonho. Além disso, afirma, com ar de satisfação, que seus pais gostam muito dela porque compram roupas para que seja como Barbie Princesa e Barbie Sonho. Como contraponto ao fato que ela nos revela, dizemos que preferimos chamá-la de Tuany e perguntamos o que acha disso. Sem responder diretamente à pergunta, se gosta ou não de ser chamada pelo próprio nome, Tuany diz: *Poucas pessoas me chamam de Tuany*.

Sarlo (1997), em uma de suas cenas da vida pós-moderna, comenta o apelo que uma adolescente faz aos pais para que financiem sua cirurgia no bumbum achatado, motivo de profunda vergonha. Nessa passagem, a autora mostra como somos sonhados pelos signos culturais – anúncios publicitários, moda, capas de revistas etc –, fragmentos que compõem o mosaico de nossa identidade social.

¹⁰ Uma das protagonistas do desenho animado *As Meninas Superpoderosas*.

A cultura nos sonha como uma colcha de retalhos, uma colagem de peças, um conjunto nunca terminado de todo, onde se pode reconhecer o ano em que cada componente foi forjado, sua procedência, o original que procura imitar (SARLO, 1997, p. 25-26).

Tuany, desde muito cedo, está na busca de imagens que refletem seus ideais de beleza e felicidade. Desejo este que é compartilhado por aqueles com quem convive e que a ajudam a ser bem-sucedida nessa empreitada. São muitas as identidades que compõem Tuany e acoplados a estas estão os signos que lhes conferem valor e legitimidade. Não basta dizer-se Barbie Sonho, Princesa ou Florzinha, é também indispensável, para a menina, carregar os ícones que tornam cada uma dessas identidades crível. Cada objeto que Tuany carrega – cabelo, roupas, fitas – tem algo a dizer sobre ela e sobre seu trabalho de compor a própria identidade. Esforçar-se por ser idêntica a esses personagens significa consumi-los: vestir suas roupas, usar seus apetrechos, agir como elas, fundi-las em um único corpo e em uma única alma. Esse é o esforço de Tuany, de seus pais, do primo mais velho e de todos aqueles que participam de seus sonhos e desejos.

Ainda assim, os objetos continuam escapando de nós. Tornaram-se tão valiosos para a construção de uma identidade, são tão centrais no discurso da fantasia, despejam tamanha infâmia sobre quem não os possui, que parecem feitos da matéria resistente e inacessível dos sonhos (SARLO, 1997, p. 30).

A mutação identitária vivida por Tuany na sua relação com a Barbie remete à conjugação de trabalho com jogo, que é simbolizada pelo corpo da boneca. Corpo este talhado, esculpido, trabalhado, que requer esforço e dedicação e se complementa com um corpo representado e apresentado como objeto de ornamentação lúdica, passível de experimentação estética, que, por fim, desemboca no corpo a ser consumido (ROGERS, 1999).

A construção identitária, que se dá na relação de Tuany com os outros midiáticos, baseia-se em uma identificação calcada na coincidência e não mais na alteridade, marcada pelo olhar e perspectiva alheios, que provocam alterações mútuas. Na perda da fronteira entre o eu e o outro, ocorre a fusão e a coincidência com este último e, por sua vez, a impossibilidade de se ter uma postura valorativa em relação a ele, a qual apenas se realiza perante um distanciamento, um outro olhar que altera tanto a vida alheia quanto a própria vida subjetiva, fazendo de ambas objetos de reflexão. Na tentativa de sermos iguais aos outros,

perdemos a dimensão da fronteira que nos separa desses outros e nos permite olhá-los sempre de um lugar diverso.

O esmaecimento dessa fronteira caracteriza a forma como a menina Tuany traz para sua vida os personagens com os quais se identifica. Nesse processo de identificação, Tuany tem seus desejos e ideais aprisionados na existência, ainda que etérea e fugaz, desses outros midiáticos. Existência esta que se justifica pelo fato de tais personagens, mesmo sem terem uma materialidade, adquirirem vida e identidade, na medida em que representam modos de ser e agir. Barbie Sonho e Barbie Princesa representam a menina branca, de longos cabelos loiros, parâmetro de beleza perseguido por Tuany desde muito cedo. Já Florzinha representa a menina autônoma, corajosa, destemida e poderosa, ícone da atual geração de meninas que, mesmo pequeninas, disputam e conquistam no dia a dia espaços de poder.

Na troca de olhares, pelo espelho do brinquedo, entre Tuany e Barbie, não é apenas a boneca que simboliza a imagem idealizada da menina, mas também a menina transforma-se na versão da imagem idealizada que a boneca representa (SPITZACK, 1990 apud ROGERS, 1999).

Tuany não é um caso isolado ou uma exceção à regra. Ela é a expressão de uma cultura que lança, dia após dia, produtos, objetos, discursos, personagens e heróis, espelhos através dos quais os sujeitos se veem, refletem-se e refratam suas imagens.

6 Considerações finais

Corpo sarado, forte e grande. Tatuagem e piercing, estampados nesse corpo masculino, que fazem do homem um *gato*. Corpo do homem que conquista e *cata* mulheres. Pele branca, cabelos loiros e longos, olhos verdes – assim é a mulher bela que aparece no espelho da mídia. Seios desnudos e bumbum de fora, *topless* e fio dental – o corpo da menina já se prepara para a sedução. Barbie Sonho. Barbie Princesa. Florzinha. Cenas constantes representadas pelas crianças no mundo contemporâneo. Crianças estas que, em meio aos discursos da mídia, já trazem valores e ideais do corpo espetacular, produzido e exibido aos quatro cantos, que habitam seus imaginários e dão vida às suas experiências lúdicas. São valores que interpelam essas infâncias e atravessam as imagens que fazem de si e dos outros, suas inserções nos grupos de pares e os modos como aprendem e se apropriam desta cultura fortemente marcada pelo mercado e pelo consumo.

Nessa lógica, ser belo não é uma dádiva divina, mas prova do esforço e da competência individuais de perseguir e torná-los seus os ideais de beleza à disposição nas vitrines de nossa cultura. Mirando-se, desde cedo, nas imagens especulares da mídia, visíveis

nas novelas, na publicidade, nas revistas e no cinema, as crianças – meninas e meninos – se perguntam: *Espelho, espelho meu! Quem pode ser mais belo ou bela do que eu?* Note-se que, nesta paráfrase da célebre frase do conto de fada, o verbo haver foi substituído pelo verbo poder por dois motivos. Primeiro porque indagar sobre a existência ou não de alguém mais belo já não mais procede, dada a constatação tácita do fato de que sempre haverá o mais belo, beleza esta concebida, neste caso, como atributo concedido pela natureza, cuja reversão apenas se faz possível mediante o exercício da magia, como no conto de fada. Segundo porque questionar quem pode ou não ser ou tornar-se belo implica em saber e perseguir as condições e os requisitos a serem habilmente conquistados para mirar-se no espelho da cultura e reconhecer-se como belo. Por essas razões, ser belo e ter beleza, no mundo das próteses, dietas, academias de ginástica e cirurgias plásticas, não requer mais apelos ao sobrenatural, pois é uma questão de competência, que, desde a infância, já é assumida como valor e ideal importantes no processo de subjetivação.

Imersas nesse mercado cultural, em que bens de consumo passam a ser aspectos indispensáveis para a constituição identitária, também estão as crianças de nosso tempo, que, no fluxo acelerado de captura dos ícones e signos, vão compondo suas identidades nômades, indicando quem são, o que fazem e do que são capazes. Desse universo, as crianças retiram os signos que as aproximam de ideais de beleza, sucesso, fama e poder, tão perseguidos na esfera midiática e na cultura do consumo.

Estamos diante de desafios que nos convidam à construção de práticas culturais e educativas, assentadas em posturas éticas e valores estéticos que se confrontam com essa ética ditada pelo mercado. A família e a escola há muito já deixaram de ser partícipes exclusivos do processo educativo das novas gerações, dada a presença da mídia na composição dos valores, das experiências, dos saberes e das informações que hoje atravessam as culturas infantis. Isto, no entanto, não nos exime, na condição de adultos, de intervir nesse processo educativo pulverizado e anônimo, levado a cabo pelos aparatos tecnológicos e culturais de comunicação, de modo a possibilitar e provocar a visibilidade, por parte de crianças e jovens, nos espelhos da cultura, de outras imagens que não as desenhadas pela mão do consumo.

6 Referências

BENJAMIN, W. *Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação*. São Paulo: Summus, 1984.

BROUGÈRE, G. *Brinquedo e cultura*. São Paulo: Cortez, 1995.

_____. A criança e a cultura lúdica. In: KISHIMOTO, T. M. (org.). *O brincar e suas teorias*. São Paulo: Pioneira, 1998. p. 19-32.

CORSARO, W. A. *Sociologia da infância*. 2. ed. São Paulo: Artmed, 2011.

DORNELES, L. V. Sobre meninas no papel: inocentes/erotizadas? As meninas hoje. In: *Educação e Realidade*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, v. 35, 2010. p. 175-192.

FOUCAULT, M. *História da sexualidade: a vontade de saber*. 6. ed. vol. 1. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

_____. *Vigiar e punir*. 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

GRIMM, J; GRIMM, W. *Os contos de Grimm*. Tradução de Tatiana Belinky. 3. ed. São Paulo: Ed. Paulinas, 1992.

OLIVEIRA, N. A. S. *Corpo, beleza e gênero: rupturas e continuidades na instituição das diferenças entre homens e mulheres. Uma leitura a partir da imprensa (1950-1980)*. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina. Programa de Pós-graduação em História. Tese de doutorado, 2005.

PEREIRA, R. M. R. Uma história cultural dos brinquedos: apontamentos sobre infância, cultura e educação. In: *Revista Teias*. Rio de Janeiro: Programa de Pós-graduação em Educação – ProPEd/UERJ, v. 10, n. 20, 2009.

_____.; DE PAULA, M. E.; SANTOS, N. O. A beleza e o salão de beleza: apontamentos sobre infância e estética. In: PASSOS, M. C.; PEREIRA, R. M. R.(orgs.). *Identidade, diversidade: práticas culturais em pesquisa*. Petrópolis, RJ: DP et Alii; Rio de Janeiro: Faperj, 2009. p. 91-110.

PROUT, A. (org.). Childhood bodies: construction, agency and hybridity. In: _____ (org.). *The body, childhood and society*. Nova Iorque: St. Martin's Press, 2000. p. 1-18.

ROGERS, M. F. *Barbie culture*. Londres: SAGE Publications, 1999.

SANT'ANNA, D. B. Cuidados de si e embelezamento feminino. In: _____ (org.). *Políticas do corpo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1995. p.121-139.

SANTAELLA, L. *Corpo e comunicação: sintoma de cultura*. São Paulo: Paulus, 2004.

SARLO, B. *Cenas da vida pós-moderna: Intelectuais, arte e vídeo-cultura na Argentina*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. In: *Educação e Realidade*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, v. 20, 1995. p. 71-99.