

AS IMAGENS e A EDUCAÇÃO GENERIFICADA DOS CORPOS

Maria Simone Vione Scwengber – UNIJUÍ
Agência(s) Financiadora(s): CNPQ-UNIJUÍ

RESUMO

O presente artigo é parte de uma pesquisa inspirada nos campos dos Estudos de Gênero. Nele, discuto a emergência de uma sofisticada maquinaria pedagógica na contemporaneidade, o que amplia as formas e os percursos da educação e generificação dos corpos em diferentes registros de produção e de consumo, circulando na cultura e tendo efeitos no contexto escolar. Tomei como fonte a campanha publicitária (do Natal de 2012) da luxuosa loja de departamentos Barney's, que veste a personagem Minnie e sua turma, a fim de discutir inicialmente a seguintes questões: como essa campanha publicitária tematiza e/ou fortalece as formações corporais de feminilidade e de masculinidade? O que a escola pode fazer por isso? A partir do resultado das análises, focalizo um movimento que atrela fortemente as mulheres (meninas) a questões relativas à aparência – como magreza, beleza e erotização – e uma campanha identitária que investe nos meninos um ar moderno, potente, viril e malandro. Finalizo apontando a importância de a escola afinar o senso crítico sobre os percursos da educação e generificação dos corpos.

Palavras-chave: mídia, corpos, gênero, escola.