

Com que roupa eu vou?

Roupas Infantis: Produzindo modos de ser menino e menina.

Clara Coelho Marques

Orientador Prof^a Dra. Susana Rangel Vieira da Cunha

RESUMO

Este trabalho busca investigar e analisar como crianças de 3 a 4 anos realizam suas identificações de masculinidade e feminilidade, expressas através das roupas. Para tanto, foi realizada uma pesquisa qualitativa, com crianças de alto e médio poder aquisitivo, de uma turma de educação infantil da rede privada de Porto Alegre, onde realizei meu Estágio Curricular. Nesta pesquisa procuro entender as formas pelas quais essas crianças estabelecem suas preferências por determinada vestimenta. Compondo o *corpus* de análise de meu trabalho, considerando suas falas sobre o que é adequado para meninos e meninas vestirem. Como suporte teórico, busco embasamento nos estudos sobre Cultura Visual (HERNÁNDEZ, 2000 e CUNHA, 2005) e nos estudos sobre Infância (DORNELLES, 2005). Também trago os estudos de Philippe Ariès (2006) a fim de analisar como as concepções de infância estão intimamente relacionadas com os modos de vestir das crianças.

Palavras-chave: Pedagogias Culturais, Cultura Visual, Infância.

Introdução:

A temática a ser investigada, neste trabalho de conclusão de curso, surgiu a partir das minhas vivências, durante o período do meu estágio de docência do 7º semestre do curso de Licenciatura em Pedagogia da UFRGS, realizado no 1º semestre de 2008, numa turma de Maternal II (crianças com 3 – 4 anos), em uma escola de educação infantil da rede privada de Porto Alegre.

Dessa forma, analiso como as crianças, desse grupo, estabelecem suas preferências por determinadas roupas. Assim como, quais são as marcas de identificações femininas ou masculinas que determinam ou influenciam as escolhas.

Para tanto, busco embasamento nos estudos sobre Cultura Visual, utilizando os conceitos de CUNHA (2005) e HERNANDEZ (2000). Também nos estudos sobre relações de gênero, nos quais busco as contribuições de FELIPE (1999). Já nas questões sobre cultura de consumo, utilizo como referência os estudos de STEINBERG (1997) e DORNELLES (2005). Ao pesquisar sobre a história da infância, especificamente dos trajes infantis, busco referências em ARIÈS (2006).

A questão pesquisada foi: Como e por que as crianças dessa faixa etária escolhem determinadas roupas? O que elas consideram adequado para meninos e meninas vestirem?

Com o desenvolvimento deste trabalho, tenho como objetivo entender como as crianças se posicionam diante dos significados do que é ser menino ou menina, produzidos pela cultura de consumo. Assim como, identificar as características, presentes nas roupas infantis, que as fazem escolher determinadas peças.

Metodologia:

Através de uma pesquisa de campo qualitativa, em que utilizei vinte imagens retiradas de catálogos de moda infantil e de sites de lojas de roupas deste segmento, explorei as falas das crianças sobre o que consideram uma roupa adequada para meninos e meninas usarem. Assim como, verifiquei quais as características das roupas são observadas pelas crianças, que tornam essas peças mais atraentes que outras.

Os encontros com as crianças foram coletivos e individuais e marcados por duas etapas distintas. Na primeira, foram disponibilizadas ao grupo as vinte (20) imagens selecionadas para a pesquisa. Foi sugerido a cada criança que as manuseasse livremente. Depois de algum tempo, foi solicitado que a criança selecionasse uma delas e a mantivesse consigo. A partir daí, seguiram as perguntas da entrevista.

Na segunda etapa, houve a realização das entrevistas, baseadas em um roteiro de 11 questões, sendo que a maioria das questões estava relacionada ao julgamento das imagens. O tempo de duração de cada encontro foi em média de 20 minutos.

Resultado e discussão:

Ao refletir sobre as escolhas das crianças, pude perceber que um dos principais critérios de identificação e de escolha se refere aos personagens que aparecem nas roupas ou nas propagandas das mesmas. Nesse processo, em que os artefatos passam a identificar os sujeitos, padronizando-os em determinados grupos, as crianças demonstram suas identificações, a partir de suas referências visuais. Assim o que tem constituído suas visualidades serve como parâmetro às suas escolhas.

Dessa forma, as grandes corporações têm se valido de personagens de filmes e desenhos infantis, para fomentar suas vendas. Criando formas de identificação entre as roupas e as crianças. Assim, uma camiseta que ostente o símbolo do Homem – Aranha passa a representar a roupa de tal personagem. Vendendo a idéia de que a criança, ao usá-la, fará parte desse universo.

A partir das respostas das crianças, observa-se o quanto suas escolhas são influenciadas pelos artefatos visuais. Ou seja, os repertórios têm sido constituídos através das inúmeras imagens a que elas têm sido expostas, sobretudo as advindas dos meios de comunicação de massa, que influenciam diretamente nos modos de ser das crianças. De tal modo, suas preferências já trazem marcas de feminilidade e masculinidade naturalizadas culturalmente e socialmente.

Entretanto, sabe-se que essas preferências não são construídas de forma isolada, sendo significadas pelas pedagogias culturais. Portanto, como nos indica HERNÁNDEZ (2007), o professor deve auxiliar as crianças na “*exploração das manifestações da cultura visual*” (*Ibidem*, p.88). Assim “espera-se que o professor, vinculado nessa perspectiva, assuma o papel de aprendiz e de catador”, identificando, indagando, criticando e criando *a partir das produções da cultura visual*.

Conclusões:

Através desse trabalho procuro refletir sobre como as questões das imagens, do consumo e da mídia, assim como os discursos do campo da moda têm influenciado diretamente nos modos de ser das crianças.

A partir desse trabalho, passo a entender que não há como pensarmos em uma infância única, tal como a que fora construída nos últimos séculos, mas uma multiplicidade de infâncias e, especialmente, de discursos sobre elas. E se esses inúmeros modos de ser infantil, que vêm sendo produzidos, causam receios e até desconforto, especialmente no que se refere às manifestações de sexualidade nas crianças pequenas. “*É nesta trama discursiva e paradoxal que vivem e convivem as diferentes infâncias fabricadas pela sociedade globalizada com as quais temos ‘medo’ de lidar, talvez por ainda não se terem produzido saberes e poderes suficientes para controlá-las e governá-las*” (DORNELLES, 2005 p. 101). Portanto, se quisermos propor uma *outra narrativa para a infância*, ao invés de ignorar ou apenas reproduzir os discursos das *pedagogias culturais*, faz-se necessário desconfiar das verdades estabelecidas, questionando-as e problematizando-as.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARIÈS, Philippe, História Social da Criança e da Família. Tradução de Dora Flaksman.- 2.Ed - Rio de Janeiro: LTC, 2006.

CUNHA, Susana Rangel Vieira da. "Entre Van Goghs, Monets e desenhos mimeografados: Pedagogias em artes na Educação Infantil". 30 reunião anual da ANPED. 2008

CUNHA, Susana Rangel Vieira. “Pedagogias de imagens”. In: DORNELLES, Leni Vieira (org.) Produzindo Pedagogias Interculturais na Infância. Petrópolis: Vozes, 2005.

_____. CUNHA, Susana Rangel Vieira da. "Apontamentos Sobre a Cultura Visual". In.: KEHRWALD, Maria Isabel Petry. e SILVEIRA, Eluza (org.). Anais do Seminário Nacional de Arte e Educação. Montenegro RS: Ed. Da FUNDARTE, 2005. (p.29-41)

DORNELLES, Leni Vieira. Infâncias que nos escapam: da criança na rua à criança cyber. Petrópolis: Vozes, 2005.

FELIPE, Jane. Entre tias e tiazinhas: Pedagogias Culturais em circulação. (In) SILVA, Luiz Heron (org.), Século XXI: Qual conhecimento? Qual currículo. Petrópolis: Vozes, 1999.

HERNÁNDEZ, Fernando. Catadores da Cultura Visual: Proposta para uma nova narrativa educacional. Porto Alegre: Mediação, 2007.

_____. Cultura Visual, Mudança Educativa e Projeto de Trabalho. Porto Alegre: Artes Médicas, 2000.

STEINBERG, Shirley. Kindercultura: A construção da infância pelas grandes corporações. In: SILVA, Luiz H.; AZEVEDO, José C.; SANTOS, Edmilson S. Identidade social e a construção do conhecimento. Porto Alegre: Ed. SMED, 1997. p. 98-145.