

BARBIE DIVERSIDADE: O DISCURSO MULTICULTURAL DA BONECA NA PERSPECTIVA DAS CRIANÇAS¹

*Michelle Brugnera Cruz**

Escola Municipal de Ensino Fundamental América

Thaise da Silva†

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Resumo

Envolta em um mundo de beleza, riqueza e aventura, a boneca Barbie está imersa em uma pedagogia cultural, com o intuito de ensinar a supremacia de um tipo de corpo, raça e comportamento. Em meio a tanto incentivo da mídia, de que modo as crianças brincam com essa boneca? O presente relato de experiência problematiza as representações da boneca Barbie na cultura infantil, instigando a produção de práticas discursivas no que se refere ao conceito de diversidade cultural, junto a um grupo de crianças dos anos iniciais do ensino fundamental de uma escola pública de periferia de Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Com este propósito, reuniu-se uma coleção de Barbies diferentes das ofertadas pela escola: negras, cadeirantes, idosas, grávidas, entre outras, que foram incluídas em suas brincadeiras. Descrevem-se os discursos que emergiram das conversas, atitudes e interações nas brincadeiras, para entender como as crianças operavam tais conceitos. Para a análise das falas e interações das crianças, foram tomados como referencial os estudos da Psicopedagogia, por ser uma área do conhecimento que se propõe a refletir e pesquisar os processos objetivantes e subjetivantes da aprendizagem, em que o brinquedo e o jogo são objetos centrais. Para a análise das representações culturais da boneca, tomou-se como referencial teórico estudos anteriores específicos sobre o tema. Os resultados apontam que, apesar do apelo comercial e publicitário vinculados à boneca, as crianças fazem construções novas, criam resistências e ressignificam a Barbie.

Palavras-chave: Brinquedo, Infância, Desenvolvimento, Diversidade Cultural, Mídia.

* Graduada em Pedagogia e especialista em Psicopedagogia Institucional e Clínica (FAPA). Possui experiência como professora na educação infantil. Foi brinquedista no Programa de Extensão Universitária "Quem quer Brincar?" (UFRGS). Atualmente é professora de anos iniciais da rede municipal de ensino de Porto Alegre. E-mail: mibrugnera@gmail.com

† Doutoranda em Educação (UFRGS). Mestre em Educação (UFRGS). Especialista em Alfabetização (FAPA). Professora do curso de pós-graduação no Instituto Educacional do Rio Grande do Sul (IERGS) e da rede municipal de ensino de Porto Alegre. E-mail: thaiseds@ibest.com.br

DIVERSITY BARBIE: THE MULTICULTURAL DISCOURSE AT THE DOLL FROM THE POINT OF VIEW OF THE CHILDREN'S

Abstract

Surrounded by a world of beauty, wealth and adventure, Barbie doll is immersed in a cultural pedagogy that aims to teach the supremacy of a specific body shape, race or behavior. With all the encouragement from the media, how do children play with this doll? Keeping this in mind, this report aims to study the representations of Barbie doll in children's culture by stimulating discursive practices related to the concept of cultural diversity in a group of children from the early grades of Elementary School from a public school unit located at the outskirts of Porto Alegre, Rio Grande do Sul. With such a purpose, we presented to the children Barbie dolls which were different from those available at the school, including in their play Barbie dolls representing black people, wheelchair users, and elderly people, among others. We describe the discursive practices that emerged from their conversations, attitudes and interactions in the games as an attempt to understand how those concepts operate. The analysis of children's discourse and practices was based on the Psychopedagogy Studies, since it is a knowledge field dedicated to study subjective and objective learning processes in which playing activities are central. In order to analyze the cultural representation of the doll, previous studies on this subject were also taken as reference. The results show that despite the commercial and advertising appeal, the children make new constructions and reinvent Barbie.

Keywords: toys; childhood; development; media; cultural diversity

Abrindo as páginas: Barbie, infância e diversidade cultural

A boneca manequim mais famosa do mundo, Barbie, envolta em um mundo cor-de-rosa, que evoca magia e fantasia, pode parecer apenas um simples e inocente brinquedo para entreter e divertir crianças. No entanto, ao se revisitar sua história, emergência e permanência no mercado de brinquedos, vê-se que sua produção está imersa em intenções pedagógicas, com o intuito de ensinar a supremacia de um tipo de corpo, raça e comportamento (BROUGÈRE, 2004; STEINBERG, 2001; DEBOUZY, 1996; ROVERI, 2008).

Nos seus mais de 50 anos de existência, sua fabricante, a *Mattel*, cria inúmeros artefatos midiáticos, utensílios, roupas, acessórios, cenários. com o intuito de aumentar as vendas da boneca, fomentando a cultura do consumo (BROUGÈRE, 2004; STEINBERG, 2001; DEBOUZY, 1996; ROVERI, 2008). Em meio a tanto incentivo da mídia, de que modo as crianças brincam com a Barbie? Elas obedecem aos cenários e propostas da *Mattel*?

Segundo Brougère (2004), o brinquedo participa da construção da infância através de complexos significados e práticas produzidas não apenas por seus criadores e difusores, como também por aqueles que o utilizam. É possível entender o lugar da criança na sociedade através dos usos e significados atribuídos aos brinquedos. Dessa forma, optou-se pela boneca Barbie como objeto de investigação por ter uma forte presença nos lares e nas escolas, bem como por se mostrar uma importante portadora de significados e valores culturais.

A experiência faz parte de um projeto autônomo desenvolvido em uma escola pública da rede municipal de ensino de Porto Alegre (RS) desde 2009. A escola atende fundamentalmente às classes sociais de nível socioeconômico baixo, está localizada na periferia da cidade, sendo de difícil acesso através do transporte público urbano. É considerada de médio porte e atende aos nove anos do Ensino Fundamental.

Recentemente, descreveram-se os resultados parciais desta proposta (CRUZ, 2011), investigando as representações sociais que as crianças têm em relação à diversidade cultural e à inclusão a partir de brincadeiras com bonecas diferentes. O presente texto dá continuidade a este estudo em um novo enfoque, apresentando novos dados e problematizando especificamente a pedagogia cultural por trás da Barbie. Ambos os trabalhos foram desenvolvidos na mesma escola com diferentes turmas de segundo ano do Ensino Fundamental em momentos distintos: o primeiro foi proposto no ano letivo de 2010 e o segundo no primeiro semestre de 2011. A diversidade de turmas e crianças possibilitou novos resultados e conclusões importantes para a educação inclusiva.

Com este trabalho pretende-se problematizar junto com as crianças as diferentes representações da boneca Barbie e instigar a produção de práticas discursivas no que se refere ao conceito de diversidade cultural. Enquanto o trabalho anterior enfocava a diversidade representada por diferentes bonecas (bonecas bebê, de porcelana, antigas, super-heróis, princesas) o presente texto aborda apenas as problematizações sobre a boneca Barbie, uma boneca com significativa conotação cultural.

Nas salas de aula do segundo ano do Ensino Fundamental da escola em que se realizou o estudo, houve a oferta de uma variedade de brinquedos e jogos e foi previsto um tempo para que as crianças brincassem. Dentre as diferentes bonecas, há algumas Barbies que chamam a atenção por apresentarem apenas um tipo de

corpo: branco, magro, atlético, com longos cabelos loiros. Tal representação inquietou, por ser tão distinta dos corpos das crianças, que em sua maioria, são afro-brasileiras. Nesta escola, também frequentavam uma variedade de estudantes com deficiências intelectual e física, mesmo assim, não havia bonecas que representassem tal diversidade. Dessa inquietação, surgiu a indagação: quais efeitos a boneca Barbie produz nesse grupo de crianças quanto ao conceito de diversidade? O foco de interesse deste trabalho não foi apenas estudar as crianças e a boneca, mas também compreender os discursos que foram produzidos e tramados nos encontros com tais brinquedos.

Participaram da proposta 28 crianças, 16 meninos e 12 meninas, com idades entre 7 e 8 anos. Foram desenvolvidos 10 encontros semanais, realizados de março a maio de 2011. Desses encontros, três foram destinados apenas às bonecas do “Universo Barbie”, que deram origem a este texto. O principal objetivo da proposta foi compreender os discursos que são produzidos e tramados pelas crianças na sua relação com as bonecas Barbies referentes às diferenças de raça, etnia, geração e características fenotípicas, promovendo atitudes de inclusão. Cada encontro tinha uma dinâmica diferenciada, com vistas a possibilitar reflexões acerca das bonecas. Os acontecimentos nas brincadeiras e as conversas realizadas sobre o tema foram registrados minuciosamente.

Para a efetivação da proposta, foi composto um acervo de quarenta e seis bonecos e bonecas, que representassem certa diversidade. Dessa totalidade, 26 eram do “Universo Barbie”: bonecas negras, de cabelo crespo, com óculos, idosos, grávidas e deficientes físicos. Para transportar essas bonecas, foi confeccionada uma mala encantada com gravuras de diferentes bonecas (figura 1), inspirada nas antigas maletas em que vinham embaladas (HERLOCHER, 2009).

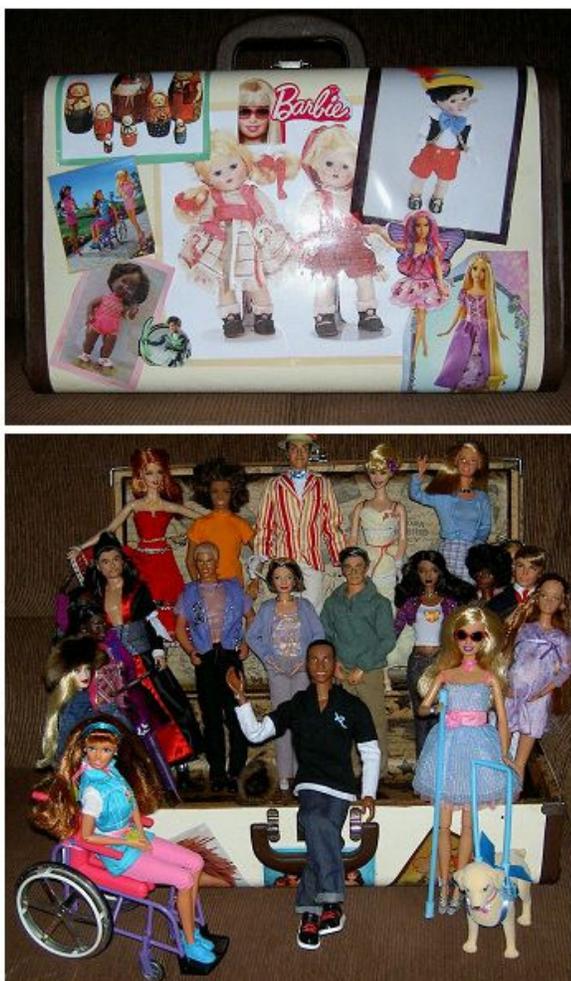


Figura 1

Os encontros com os bonecos e as bonecas tinham como principal objetivo possibilitar que as crianças falassem de suas impressões das bonecas. Segundo Fernández (2001), os discursos, as perguntas e as atitudes são formas de criar espaços para uma aprendizagem saudável, em que o professor não se torne apenas um discursista, mas um “companheiro interlocutor”. Para isso, suas discursividades, comentários, críticas, atitudes e saberes foram analisados. Buscou-se “dar voz” às crianças, vê-las como atores sociais, com uma postura ativa frente à cultura. Pesquisou-se e ouviram-se as crianças, suas infâncias e suas relações com as bonecas. Analisou-se a dialética da cultura infantil, tecidas por elas em suas relações e significações dos objetos e artefatos culturais.

Os discursos, brincadeiras e interações das crianças com a boneca foram analisados sob os aportes da Psicopedagogia, por ser uma área do conhecimento

que se propõe a refletir e pesquisar os processos objetivantes e subjetivantes da aprendizagem (FERNÁNDEZ, 1991, 2001). Em suas práticas, o brinquedo e o jogo têm grande importância, pois são tomados como objetos centrais para a aprendizagem e o desenvolvimento cognitivo e afetivo da criança. Seus estudos não contribuem apenas para a atuação clínica e remediativa, mas também para a prática pedagógica escolar, de modo a avaliar, prevenir e, principalmente, transformar a ação docente, para que ações mais inclusivas sejam adotadas nas escolas (FERNÁNDEZ, 1991, 2001).

Muitos estudos (DEBOUZY, 1996; STEINBERG, 2001; BROUGÈRE, 2004; ROVERI, 2008) analisam o discurso multicultural por trás da Barbie; no entanto, poucos se voltam para o modo das crianças interpretarem a pedagogia por trás da boneca. Devido à escassa problematização dos temas da cultura infantil e da influência da Barbie na subjetivação das crianças é que se justifica o presente estudo.

O currículo multicultural da boneca Barbie: um mundo cor-de-rosa

Durante mais de cinco décadas de existência, estima-se que um bilhão de bonecas Barbies foram vendidas em mais de 150 países (LORD, 2004). Com o status de boneca mais vendida do mundo, seu sucesso é sempre vinculado à beleza, à juventude e ao consumo. Devido às diversas adaptações visuais e à representação de diferentes etnias, a boneca norte-americana acompanhou as mudanças de tendência em moda, beleza e comportamento e construiu uma memória da cultura ocidental (LORD, 2004; ROVERI, 2008).

A boneca Barbie é a principal representante da modalidade de *bonecas manequim* (BROUGÈRE, 2004; MITCHELL, REID-WALSH, 2007; DEBOUZY, 1996), que incentivam outro tipo de brincadeira. O objetivo não é cuidar e alimentar a criança-boneca, mas ser a boneca adulta. Inicialmente, eram feitas de porcelana, corpo de tecido e utilizavam roupas com modelagem da moda. Segundo Brougère (2004), a Barbie tem descendência alemã da boneca Lili, que serviu de modelo para sua criação. Lili era uma boneca que fora criada em 1950, inspirada na personagem de quadrinhos do jornal *Bild Zeitung*. Era voltada para o público adulto, pois sua representação nas histórias tinha uma conotação pornográfica. A personagem costumava perseguir homens ricos em busca de dinheiro e sucesso. Com a produção da personagem em boneca, Lilli tornou-se um objeto icônico para os

homens adultos, vendida em bares e tabacarias. Lilli não era direcionada para crianças; contudo, as crianças se apossaram dela (BROUGÈRE, 2004; STEINBERG, 2001; LORD, 2004).

Ruth Handler e Elliot Handler foram os fundadores da empresa de brinquedos *Mattel*, que fabrica a Barbie. Ruth Handler, ao observar sua filha Bárbara brincando, viu que ela interessava-se mais por suas bonecas de papel, pois estas tinham o corpo de uma mulher adulta e possuíam uma grande variedade de roupas que podiam ser trocadas (LORD, 2004; BROUGÈRE, 2004). Em 1956, o casal passava as férias com a família na Suíça quando Ruth, fazendo compras com sua filha, viu uma boneca que não conhecia. A menina quis comprá-la para enfeitar seu quarto e a mãe levou duas bonecas para a filha e uma para entregar aos executivos da *Mattel*, pois havia vislumbrado a possibilidade de fabricar uma boneca com corpo adulto, como há anos desejava criar. Inspirada no interesse de sua filha, Ruth deu início ao processo de criação das formas do corpo e do rosto da boneca Barbie. Ela foi lançada oficialmente na Feira Anual de Brinquedos de Nova Iorque, em 9 de março de 1959. Sua imagem inicial, vestindo maiô de listras pretas e brancas, salto alto e maquiagem, era de uma *top model*, símbolo de beleza e juventude. Ruth e Eliot venderam 340.000 bonecas desse primeiro exemplar (LORD, 2004). A boneca fez grande sucesso entre as crianças; porém, as famílias americanas conservadoras não aprovaram a boneca por sua dimensão *sexy*. Sua maior inovação foi a possibilidade de as garotas poderem possuir apenas uma boneca, já que estas podiam ter diversas "roupas" (SOUZA, 2009; ROVERI, 2008; STEINBERG, 2004). Para Steinberg (2004, p.325):

Ela era uma modelo adolescente. Garotas deixavam de embalar bonecas bebê para exigir o mais recente da alta costura à la *Mattel*. A Barbie era *sexy*, apesar da maioria das suas proprietárias sequer estar preocupada com sua sexualidade – elas apenas amavam as suas Barbies.

Conforme Brougère (2004), a inovação da Barbie não estava no objeto em si, mas na concepção de um brinquedo novo, que se inscreveu mais precisamente em uma outra ordem lógica lúdica. A partir do objeto boneca, foi construída uma personalidade, tramada progressivamente através da narração que se fazia sobre ela. “O fabricante não vendia mais um objeto, e sim uma personalidade, uma história, um sonho (BROUGÈRE, 2004, p.100).”

Após a Segunda Guerra Mundial, com o avanço da indústria, houve uma crescente visão da criança como uma consumidora potencial (FELIPE, 2003, 2010),

o que impulsionou a oferta de uma gama de produtos voltados para o público infantil. Brougère (2001, p. 18) argumenta:

As pressões da propaganda na televisão, a publicidade, os desenhos animados, que dão origem aos personagens de brinquedos, levam a aumentar, ainda mais, a dimensão expressiva e simbólica do brinquedo, pela qual ele vai se diferenciar de todos os outros.

As grandes corporações uniram mídia e brinquedo, criando inúmeros artefatos voltados para o lazer das crianças. Essas práticas produziram diferentes discursos que visavam formar o consumidor. Diante disso, os brinquedos industrializados se tornaram uma potencial mercadoria (DORNELLES, 2001, 2008; BROUGÈRE, 2004). Com o intuito de vender mais, as grandes indústrias passaram a unir mídia e brinquedo, fabricando múltiplos bonecos, jogos e fantasias relacionados a filmes ou desenhos de televisão. Nessa perspectiva, pode-se dizer que a boneca Barbie é um objeto com identidade cultural, pois seu sucesso pode ser atribuído também às narrativas tramadas sobre ela em diferentes mídias, que construíram e renovaram suas diversas identidades, adequando-as à cultura de cada época.

Encaminhar as meninas ao mundo imaginário da boneca é a principal publicidade da Barbie (STEINBERG, 2001; BROUGÈRE, 2004; ROVERI, 2008; SOUZA, 2009). Imersa em um mundo cor-de-rosa, repleta de acessórios da moda e objetos de prestígio, a menina consumidora é convencida de tê-los em sua coleção. A sua marca cor-de-rosa ensina e produz certas formas de pensar, de agir, de estar e se relacionar com o mundo. No *site* “Viva o Rosa” (MATTEL, 2009), comemorativo de seus 50 anos, um texto direcionado aos pais diz:

Rosa é a maneira alegre e espontânea de viver, em que cada menina celebra seus sonhos e com ela a possibilidade de ser o que quiser! (...) Viva o rosa reforça a idéia de que cada menina pode transferir para a vida real elementos delicados e femininos que fazem parte do mundo da boneca. Por isso, convidamos você a participar também deste universo onde o rosa é sinônimo de alegria!

A Barbie ensina às crianças que devemos nos dedicar à busca da felicidade através da aquisição de bens materiais. Sua pedagogia de consumo dá diversas lições sobre adquirir bens que deem status de riqueza, acompanhar as tendências da moda e ter um estilo de vida “divertido”. Com esses objetivos, a roupa se torna central, pois faz com que você seja alguém especial e “popular”, um conceito fundamental da vida social na década de 1950 (DEBOUZY, 1996).

Quanto aos seus ensinamentos sobre corpo, passados mais de 50 anos da sua criação, Barbie continua preponderantemente magra, branca, com cabelos loiros, compridos e lisos. As marcas inscritas na representação corporal da Barbie mostram os ideais de beleza dos séculos XX e XXI, ensinando sobre o corpo ideal (STEINBERG, 2001; ROVERI, 2008; SOUZA, 2009). Barbie apresenta uma significação corporal feminina construída sob os moldes higienistas e eurocêntricos, fomentando a supremacia de apenas um tipo de beleza.

Steinberg (2001) diz que a Barbie loira é o padrão a partir da qual as outras surgem. Apenas nas amigas da Barbie, e em suas edições para colecionadores é que encontramos uma maior diversidade fenotípica. A primeira amiga negra da Barbie foi Christie, criada em 1968. Ao longo dos anos, muitas outras amigas negras foram produzidas; contudo, elas apresentam as mesmas características da Barbie branca. A primeira Barbie negra foi lançada apenas em 1980, inscrita nos mesmos padrões norte-americanos de beleza e comportamentos juvenis legitimados em nossa cultura.

A primeira coleção de bonecas exclusivamente negras lançadas pela *Mattel*, a *Barbie So in Style*, foi lançada em 2009. A designer Stacey McBride-Irby tinha como objetivo produzir bonecas mais fiéis aos tipos físicos e culturais da comunidade negra americana; porém, observa-se que as roupas, os acessórios, a fisionomia e os costumes das duas bonecas são os mesmos, diferindo apenas na cor do plástico do qual são fabricadas (Mattel, 2010a). Dessa forma, as bonecas negras não significam a democratização dos brinquedos ou uma problematização da diversidade, mas uma ampliação do mercado de bonecas, que procura atingir um número maior de meninas consumidoras. Como afirma Steinberg (2001, p.333),

A Mattel definiu etnia como diferente do branco. A Barbie normal, loira, é o padrão a partir do qual as “outras” surgem. Como emula a cultura dominante, a norma é a Barbie; sem um título, todas as outras Barbies são qualificadas por sua linguagem, alimentos e danças ‘nativas’. Tentando ser multiculturais, pais compram essas bonecas para suas filhas para ensiná-las sobre “outros” povos (...). Barbie dividiu as bonecas dentro das culturas dominantes e marginais. A brancura da Barbie a privilegia a não ser questionada; ela é o padrão para todas as outras.

Apesar da pretensa plasticidade democrática de representar a diversidade cultural e étnica, a *Mattel* perpetua os padrões hegemônicos de beleza, pois, qualquer que seja a etnia representada, Barbie sempre estará magra, na ponta dos pés, com seios grandes. Barbie nunca foi representada obesa, idosa, grávida, portadora de necessidades especiais. Essas diferenças são relegadas às “outras”

bonecas do “Universo Barbie”. Um exemplo é o casal idoso, pais da boneca Midge, amiga grávida da Barbie. Apesar dos cabelos brancos, das rugas e das roupas, esses bonecos apresentam corpos com o mesmo padrão de beleza difundido pela Barbie (DORNELLES, 2003, 2010).

Becky, a amiga tetraplégica da Barbie, lançada em 1996, era uma estudante de fotografia, participou das paraolimpíadas do ano 2000, porém, com sua cadeira cor-de-rosa, Becky não cabia no carro da Barbie, no avião da Barbie, e não podia subir para os andares superiores da Casa do Sonho da Barbie, pois esta não tinha acessibilidade (LORD, 2004). Becky não estava incluída na rica vida de sua amiga.

Segundo Brougère (2004), Ken foi criado para ser o namorado da Barbie, sendo relegado a acessório. Ken foi lançado em 1961, após 2 anos da apresentação da Barbie em Nova Iorque. Assim como “sua namorada”, Ken teve muitas versões acompanhando as mudanças da boneca, sua educação para o consumo, e comportamento jovem. Um bom exemplo da personalidade de Ken pode ser localizado no terceiro filme da Saga Toy Story, produzido pela Disney-Pixar em 2010. Ken possui muitas coisas, entre elas a “casa dos sonhos” e um vasto figurino, mostrando-se vaidoso e fútil. Ele faz parte do grupo do urso Lotso, que oprime os outros brinquedos da creche Sunnyside. Barbie “salva o dia” fazendo Ken mudar de atitude e modificando a história para melhor.

Algumas versões do Ken causaram também polêmica. O *Ken Brincos Mágicos*, por exemplo, fazia parte da coleção *Barbie Brincos Mágicos*, junto a seis bonecas. Ele foi o primeiro boneco a ser representado com brinco, cabelos pintados com “mechas” e estava vestido com uma camiseta e colete roxos. Muitos consumidores interpretaram o visual do boneco como a representação estereotipada de um homem homossexual, causando grande venda do boneco; porém, muitas críticas à *Mattel*, que o recolheu das lojas (LORD, 2004; AUGUSTYNIAK, 2010).

Na comemoração dos 50 anos da Barbie, foi lançada uma nova e exclusiva boneca (AUGUSTYNIAK, 2010). Sempre acompanhando os movimentos sociais, ela chega em 2011, mostrando que é uma “mulher moderna”, que trabalha e possui acessórios como *smarthphones* e computador e sua mais nova profissão é engenheira da computação (MATTEL, 2010b).

Entre Barbies bonitas, feias e estranhas: brincando com as diferenças

Nos três encontros do projeto destinados à problematização das bonecas pertencentes ao “Universo Barbie”, as crianças produziram diferentes discursos, ora de estranhamento, ora de discriminação e, em outros momentos, mostraram-se receptivas às diferenças representadas pelos bonecos. Além de brincarem, as crianças foram convidadas a separarem os bonecos em diferentes grupos, justificando suas escolhas. As crianças separaram as bonecas em quatro grupos distintos, denominados por elas de “Barbies mais bonitas”, “Barbies feias” e “Barbies diferentes” e “Ken”.

Os conceitos mais utilizados pelas crianças para classificar as bonecas foram os de beleza e feiura. Segundo Eco (2007), apesar de se conceber a feiura como oposto da beleza, as diversas manifestações do feio na história da Humanidade são mais ricas e imprevisíveis, pois está atrelada às culturas. “O feio é relativo aos tempos e às culturas; o inaceitável de ontem pode ser o bem aceito de amanhã e o que é percebido como feio pode contribuir, em um contexto adequado, para a beleza do conjunto” (ECO, 2007, p. 421).

O que é percebido como belo em determinada época pode se tornar o inaceitável em outra. Ao falarem de suas impressões sobre a boneca comemorativa dos 50 anos, sendo essa reprodução da boneca lançada em 1959, percebe-se que a representação de beleza da primeira Barbie continua referência para as crianças, que destacaram diferentes partes do corpo da boneca como belas (figura 2).



Eu gostei da Barbie. Ela tem um rabo de cavalo e usa um maiô bonito. (Menina de 7 anos.)

Ela é bonita! Tem o cabelo amarelo e comprido. (Menino de 7 anos.)

Gostei do cabelo e a pele é branquinha. O óculos é bem legal! (Menina de 6 anos.)

Achei ela bem bonita. (Menino de 8 anos.)

Ela tem as unhas pintadas e um cabelo bonito. Está assim, preso. (Menina de 7 anos.)

Eu achei bonita a roupa e o sapato. Os olhos são azuis e o cabelo é bonito. (Menina de 6 anos.)

Achei bem bonita! Ela vai para a praia! (Menino de 7 anos.)

Figura 2

Nas bonecas classificadas como as “Barbies mais bonitas” (figura 3), as crianças evidenciam o conceito de beleza da contemporaneidade. Falas como “Essa Barbie é linda!”, “Eu gostei dela porque ela tem um cabelão.”, “A Barbie é a boneca mais legal.” mostram que as Barbies loiras representam corpos marcados pelas “verdades” difundidas nos séculos XX e XXI, ensinando sobre um corpo de mulher idealizado: branco, magro, alto, com seios fartos e longos cabelos loiros. Porém, nota-se que algumas não possuidoras das características hegemônicas (como a Becky, a amiga cadeirante da Barbie) foram bem aceitas pelas crianças tendo em vista o quanto eram solicitadas nas brincadeiras e em suas falas, evidenciando que nem todas as crianças seguem os discursos hegemônicos de beleza. Duas Barbies negras foram incluídas nesse grupo que, pelas falas das crianças, eram bonitas por seus cabelos lisos e por suas roupas. Neste caso, para algumas crianças, a cor da pele deixou de ser um marcador importante, pois as bonecas estavam “bem vestidas”, como ficou manifesto na fala das crianças ao olhar o corpo de uma boneca negra vestida de bailarina.



Figura 3

Na classificação das “Barbies feias”, as crianças também reproduziram discursos de discriminação de raça, religião, gênero, etnia e geração, demonstrando o quanto estão imersas em preconceitos culturais (figura 4). A cor da pele e o tipo de

cabelo foram tomados como marcadores de normalidade, em que o branco e o liso se sobrepõem ao negro e crespo. As falas “cabelo ruim” e “cabelo bagunçado” referentes à boneca negra Trichelle mostram um preconceito ao cabelo crespo.



Figura 4

A fala referente à Barbie Cindy Lauper: – Essa Barbie parece uma macumbeira! Credo! Apresenta um discurso de discriminação de raça e religião. O termo “macumbeira” é o adjetivo da palavra macumba que, segundo o dicionário Houaiss (2009, p. 477), é uma “designação leiga dos cultos afrodescendentes em geral (e seus ritos respectivos)”. Dessa forma, apesar dessa boneca representar um corpo branco, suas vestimentas e características fizeram essa criança lembrar-se dos cultos das religiões afrodescendentes, o que, para elas, não se mostrou agradável.

A discriminação de geração também ficou evidenciada nas falas como “essa boneca é velha”, “tem o cabelo branco”, “usa bengala”, referentes à boneca “avó” da Barbie e ao boneco Bert, que usa roupas antigas, pois as falas das crianças representaram claramente a supervalorização da juventude como superior às gerações mais velhas.

As falas das crianças evidenciaram um estranhamento referente às bonecas classificadas como “diferentes” (figura 5): a Barbie *deficiente visual* e a *intérprete de língua de sinais*. Esse estranhamento ocorreu, possivelmente, pelo fato de as crianças brincarem, na maioria das situações, apenas com bonecos que apresentam um único tipo de corpo, de etnia e de geração.



Figura 5

Na criação e produção industrial dos bonecos e bonecas, algumas características se sobrepõem a outras, produzindo ideias do que seja o normal e o patológico. Todos aqueles que não apresentam essas características são considerados diferentes, sendo sua oferta bastante reduzida, são difíceis de serem encontrados, são “menos normais”. Ao eleger uma estética corporal, uma raça, um gênero ou geração como “a melhor” se naturaliza e generaliza apenas um modo de subjetivação, e tudo o que é diferente se torna negativo. Isso ocorre também com a produção de bonecos e bonecas, que não devem estar fora da norma vigente. Para Dornelles (2003):

Algumas materialidades se sobrepõem a outras, produzindo certas 'normalidades', desse modo, é 'natural', no caso do uso de bonecos e bonecas, que os mesmos ao fazerem parte da sala de aula de crianças pequenas sejam da raça branca, com olhos azuis e longos cabelos loiros... Assim, tudo o que escapa ou se apresenta diferente deste 'modelo de normalidade', desta 'verdade' acerca da raça branca, é o 'diferente', o 'outro'. E este é o tipo de brinquedo consumido em série para crianças no que tange às 'diferenças' sejam elas raciais, de gênero, geração ou etnia. (DORNELLES, 2003, p.4).

Tendo em vista que as bonecas são objetos de identificação e representação da normalidade, retratam uma determinada época e lugar através de marcas sociais que estão imersas em relações de poder. Tais marcas revestem-se de ricos significados culturais do ideal de beleza, de corpo e de sujeito. Ao elencar determinadas características como "as melhores", os corpos dos bonecos e bonecas fabricam modos de subjetivação que produzem "verdades" sobre como deve ser o corpo, o comportamento e as atitudes normais.

Nas falas referentes ao boneco Ken, emergiram discursos que mostram como esse boneco não representa o ideal de masculinidade da cultura (figura 6). Esses discursos mostram o quanto as mídias em torno dos bonecos é diferente. No lugar da palavra "boneco", os fabricantes usam o termo figuras de ação, que define os personagens como velozes, maldosos, heróis e viris, vendidos aos meninos (BROUGÈRE, 2004; ROVERI, 2008). As cores escolhidas pela publicidade para estampar as embalagens geralmente são mais escuras, os rostos com traços agressivos demonstram poder e seus membros são articulados para realizar inúmeros movimentos que simulam coragem e ousadia. Um dos representantes dessa modalidade de bonecos é Max Steel, criado pela *Mattel* em 2000, para representar um "super-herói inteligente e forte na medida certa, modelo exemplar para crianças, um herói que luta incessantemente contra o mal. Combinação única de fantasia e realidade", como é caracterizado pelo fabricante.



Figura 6

Connell (2005) descreve um conceito de masculinidade que prevalece na cultura ocidental: a masculinidade hegemônica, inclinada aos esportes, à competição, às ciências exatas, à racionalidade, à identidade heterossexual. As demais representações da masculinidade, como sensível, artística, homossexual,

bissexual, são chamadas masculinidades subalternas por estarem em patamares inferiores de poder em relação às formas hegemônicas de masculinidade, sendo alvo de exclusão, violência, ridicularização. Os bonecos produzidos para os meninos apresentam muito da masculinidade hegemônica e do padrão de beleza eurocêntrico: pele branca e cabelos claros, corpo musculoso, cabelo liso, rosto com expressão agressiva, denotando virilidade. Além disso, as características de beleza eurocênticas são as formas vigentes apresentadas por esses bonecos. Os discursos apresentados neste estudo quanto ao Ken mostram um paradoxo de conceitos, sentimentos e atitudes frente aos diferentes modelos de masculinidade representados pelo boneco.

Nos momentos de brincadeiras, observou-se que inicialmente os meninos brincavam somente de “lutas” com os bonecos. As Barbies eram admiradas por eles; porém, mesmo demonstrando vontade, não brincavam com elas. Tal comportamento poderia estar perpassado pelas expectativas dos adultos para que desenvolvam características de uma “masculinidade normal”, já que culturalmente existe um discurso de que “menino não brinca de boneca”, apesar de observarmos que isso não ocorre, já que frequentemente meninos compartilham brincadeiras de bonecas com as irmãs, primas e colegas da escola (STEINBERG, 2010; BROUGÈRE, 2004). Com o tempo, passaram a brincar com as Barbies e solicitavam escovas e acessórios para arrumá-las. O Ken negro era o mais solicitado. Ele passou de “lutador” para príncipe, namorado, pai de família e paciente de hospital.

As meninas, desde o início, brincaram com as Barbies negras e a Barbie russa. A presença de bonecas tipo Barbie negra nas brincadeiras promoveu uma nova visão de raça. Haja vista o quanto as bonecas negras eram solicitadas e disputadas. A boneca cadeirante também esteve presente nas suas brincadeiras, sendo a sua “cura” um dos principais temas. Geralmente, a boneca mãe da Barbie era colocada como cuidadora da Barbie cadeirante.

Possibilitar esses encontros com bonecos e bonecas e ouvir a discursividade das crianças fez com que as crianças pudessem refletir sobre a diversidade e que pudessem representar as diferenças em suas brincadeiras. No final do projeto, as brincadeiras estavam bem transformadas. Alguns meninos já se permitiam brincar com as meninas e as falas de discriminação não eram mais tão frequentes.

Fechando as páginas: crianças reinventam a Barbie

A pedagogia analisada da boneca Barbie mostra que a pressão da publicidade impressa e difundida através de diferentes artefatos incorpora valores e modelos que são ubíquos na sociedade. As embalagens, filmes, sites, museus, exposições difundem um universo de ensinamentos sobre comportamento. A publicidade por trás da boneca opera na mesma lógica dos outros brinquedos contemporâneos: são repletos de história e significados que fazem referência a filmes, games, desenhos da televisão. Eles já vêm de fábrica com personalidade, pois o apelo midiático torna cada vez mais o brincar um produto (CORSO e CORSO 2011; BROUGÈRE, 2004). Isso pode levar a crer que as brincadeiras das crianças de hoje ficariam estereotipadas, presas aos significados dados pelos fabricantes.

Contudo, as brincadeiras, os discursos e as atitudes das crianças que participaram da experiência demonstram bem os modos de brincar das crianças, misturando os personagens, atribuindo-lhes novas funções. Uma Barbie pode ser enfeada e suja para representar uma moradora de rua, o Ken surfista pode se tornar um pai de família. Nas mãos das crianças, os brinquedos são transformados, recortados, colados, torcidos, misturados, corrompidos, tirados de contexto, pois brincar é criar.

Apesar do desenvolvimento crescente das novas tecnologias do brincar, as crianças continuarão a significá-las e se constituir através delas, pois são capazes de subverter a ordem, escapar aos condicionamentos e imprimir originalidade em seu brincar, conforme diz Dornelles (2001, p. 103):

A criança expressa-se pelo ato lúdico e é através desse ato que a infância carrega consigo as brincadeiras. Elas perpetuam e renovam a cultura infantil, desenvolvendo formas de convivência social modificando-se e recebendo novos conteúdos, a fim de renovar a cada nova geração.

Quanto ao conceito de diversidade cultural, os discursos apresentados neste estudo mostram um paradoxo de conceitos, sentimentos e atitudes frente às diferenças. Em alguns momentos as crianças mostraram-se espantadas com algumas alteridades, em outros se mostraram racistas e preconceituosas ou solidárias e afetivas. Essa diversidade nos discursos infantis denuncia o modo que as múltiplas subjetividades são tramadas nas relações. Os múltiplos modelos de subjetividades apresentados pela cultura através dos artefatos culturais voltados

para a infância produzem efeitos no desenvolvimento das crianças, e elas os reproduzem e elaboram através das brincadeiras.

Corsaro (2005) defende que as crianças compartilham, negociam e criam cultura junto com seus pares e com os adultos através de uma *reprodução interpretativa*. Segundo o autor, a estrutura social está constantemente impondo a internalização de valores e regras sociais através de diferentes práticas. No entanto, as crianças contribuem ativamente para a produção e a mudança cultural, reproduzindo a cultura a partir da sua interpretação inovadora e criativa, preservando e, ao mesmo tempo, transformando a sociedade.

A presente experiência mostra que, mesmo conduzidas pela publicidade da *Mattel* para orientar as brincadeiras com a Barbie, as crianças podem dar asas à sua imaginação, pois demonstraram que existem inúmeras formas de desvios do uso dessa boneca. Se qualquer objeto pode se tornar um brinquedo, qualquer brinquedo também pode ser usurpado. Apesar do apelo comercial e publicitário vinculado aos brinquedos, as crianças continuarão mostrando construções novas, resistências e novas possibilidades de ser sujeito infantil na contemporaneidade.

As implicações do presente trabalho contribuem para a problematização e o estranhamento dos brinquedos oferecidos para as crianças e fazem uma provocação para que as bonecas representem a diversidade cultural. O estudo indica a importância de ofertar bonecas diferentes para que as crianças possam brincar com a diversidade, mediadas por um olhar e uma escuta sensível dos adultos, sejam eles pais, familiares, professoras ou psicopedagogas. Finaliza-se com o convite/provocação para que os profissionais que atuam com crianças estranhem os artefatos para a infância e abram espaço em suas salas de aula, consultórios ou brinquedotecas para as bonecas que fogem ao estilo imposto pela norma e pelo poder vigente. Talvez assim, formem-se sujeitos mais generosos e menos preconceituosos.

Referências

ARIÈS, P. **História Social da Criança e da Família**. Rio de Janeiro: LTC, 2006.

AUGUSTYNIAK, M. **Barbie Doll Photo Álbum: 1959 to 2009 identification e values**. Collector Books, 2010.

BROUGÈRE, G. **Brinquedo e Cultura**. São Paulo: Cortez, 2001.

- _____. **Brinquedos e Companhia.** São Paulo: Cortez, 2004.
- BUJES, M. I. **Infâncias e Maquinarias.** Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- _____. Criança e Brinquedo: feitos um para o outro? In: COSTA, M. V. VEIGANETO, Alfredo [et al.]. **Estudos Culturais em Educação:** mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura, cinema... Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.
- CONNEL, R. W. **Masculinities.** California II, 2005.
- CORSARO, W. A. **The Sociology of Childhood.** Indiana University: Pine Forge Press, 2005.
- CORSO, D. CORSO, M. **A Psicanálise na Terra do Nunca.** Porto Alegre: Artmed, 2011.
- CRUZ, M. B. **Bonecas, Diversidade e Inclusão:** brincando com as diferenças. Revista Psicopedagogia. Volume 28. Número 85. São Paulo, 2011.
- DEBOUZY, M. **La poupée Barbie.** *Clio*, número 4-1996, *Le temps des jeunes filles*, [on-line]. Disponível em : <http://clio.revues.org/index446.html>. Acesso : 10/02/2011.
- DORNELLES, L. V. **Infâncias que nos escapam:** da criança na rua à criança cyber. Petrópolis: Vozes, 2008.
- _____. Na escola infantil todo mundo brinca se você brinca. In: KAERCHER, G. E. CRAIDY (org.) **Educação Infantil:** pra que te quero? Porto alegre: Artmed, 2001.
- _____. **O brinquedo e a Produção do Sujeito Infantil.** Centro de Documentação e Informação sobre a Criança. Universidade do Minho. Instituto de Estudos da Criança. 2003. Disponível em:
<http://cedic.iec.uminho.pt/Textos_de_Trabalho/textos/obrinquedo.pdf> Acesso em: 03 de dez. de 2010.
- ECO, U (org.). **História da Feiura.** Rio de Janeiro: Record, 2007.
- FELIPE, J. Entre tias e tiazinhas: pedagogias culturais em circulação. In: SILVA, Luiz Heron da (org.). **Século XXI – qual o conhecimento? Qual currículo?** Petrópolis: Vozes, 2000.
- _____. Erotização dos Corpos Infantis. In: LOURO, Guacira; NECKEL, Jane; GOELLNER, Silvana. **Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate** contemporâneo na educação. Petrópolis: Vozes, 2003.
- FERNÁNDEZ, A. **A Inteligência Aprisionada.** Porto Alegre: Artes Médicas, 1991.
- FERNÁNDEZ, A. **Os Idiomas do Aprendiz.** Porto Alegre: Artmed, 2001.

GIROUX, H. A. Praticando Estudos Culturais nas Faculdades de Educação. In: SILVA, T. T. **Alienígenas na Sala de Aula: Uma Introdução aos estudos culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 2009.

HERLOCHER, D. **200 Years of Dolls**. Krause Publications, 2009.

HOUAISS, Antônio. **Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

LORD, M. G. **Forever Barbie – The unauthorized biography of a real doll**. New York: Walker & Company, 2004.

MATTEL. **Meet the S. I. S. Friends!** 2010a. Disponível em: <http://www.barbie.com/activities/friends/soinstyle/#/characters/>. Acesso: 07/05/2011.

MATTEL. **You Voted!** 2010b. Disponível em: <http://www.barbie.com/vote/>. Acesso: 10/05/2011.

MATTEL. **Viva o Rosa – Celebre o aniversário da Barbie**. 2009. Disponível em: <http://www.barbievivaorosa.com.br/>. Acesso: 30/04/2011.

MITCHELL, C. A. REID-WALSH, J. **Girl Culture: An Encyclopedia**. Greenwood Publishing Group, 2007

ROVERI, F. T. **Barbie – Tudo o que você quer ser... ou considerações sobre a educação de meninas**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, 2008.

SANTOMÉ, J. T. Culturas Negadas e Silenciadas no Currículo. In: SILVA, T. T. **Alienígenas na Sala de Aula: Uma Introdução aos estudos culturais em educação**. Petrópolis: Vozes, 2009.

SOUZA, F. M. **Revirando Malas: entre histórias de bonecas e crianças**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

STEINBERG, S. R. A mimada que tem tudo. In: STEINBERG, S. R. KINCHELOE, J. L. **Cultura Infantil: a construção corporativa da infância**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

STEINBERG, S. R. [et al]. **Boy Culture: an encyclopedia**. California: Greenwood Publishing Group, 2010.

Nota de rodapé

1. A produção deste texto está associada ao projeto "Bonecas, Diversidade e Inclusão", realizada na Escola Municipal de Ensino Fundamental América, da rede

pública de ensino de Porto Alegre, Rio Grande do Sul, desde setembro de 2009. A proposta é orientada pela professora Doutoranda Thaise da Silva (UFRGS).