

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ – UFPI
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
LICENCIATURA PLENA EM PEDAGOGIA**

JOSEFA TAYANE TAVARES DE MOURA

A PEDAGOGIA CULTURAL DO MUNDO COR DE ROSA DA BARBIE

PICOS – PIAUÍ

2014

JOSEFA TAYANE TAVARES DE MOURA

A PEDAGOGIA CULTURAL DO MUNDO COR DE ROSA DA BARBIE

Monografia submetida ao do curso de Pedagogia da Universidade Federal do Piauí, Campus Senador Helvídio Nunes de Barros no período de 2013.2, como requisito parcial para a obtenção do grau de Licenciado em Pedagogia.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Ana Carmita Bezerra de Sousa

PICOS – PIAUÍ

Janeiro

2014

Ficha Catalográfica

M929p Moura, Josefa Tayane Tavares de

A Pedagogia cultural do mundo cor de rosa da *barbie* /
Josefa Tayane Tavares de Moura.– 2014.

CD-ROM : il.; 4 ¾ pol. (43f.)

Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Pedagogia) –
Universidade Federal do Piauí, Picos, 2017.

Orientador(A): Prof. Dra. Carmita Bezerra de Sousa

1. Educação. 2.Currículo Cultural. 3.*Barbie*-
Consumismo. I. Título.

CDD 371.337

JOSEFA TAYANE TAVARES DE MOURA

A PEDAGOGIA CULTURAL DO MUNDO COR DE ROSA DA BARBIE

Monografia submetida à coordenação do curso de Pedagogia da Universidade Federal do Piauí, Campus Senador Helvídio Nunes de Barros no período de 2013.2, como requisito parcial para a obtenção do grau de Licenciado em Pedagogia.

Aprovado em: 20/FEVEREIRO/2014.

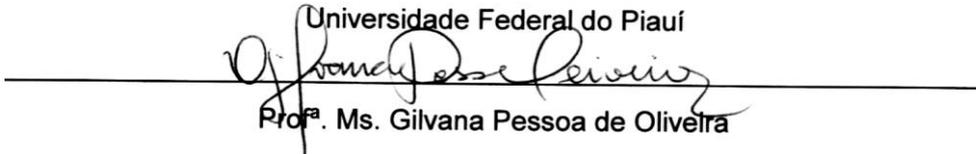
BANCA EXAMINADORA



Prof.ª. Dr.ª. Ana Carmita Bezerra de Souza

Orientadora

Universidade Federal do Piauí



Prof.ª. Ms. Gilvana Pessoa de Oliveira

Examinadora

Universidade Federal do Piauí



Prof. Ms. Renata Gomes Monteiro

Examinadora

Universidade Federal do Piauí

AGRADECIMENTO

Agradecer é uma palavra muito pequena para expressar minha felicidade ao concluir este trabalho, e juntamente com ele a conquista de término desta etapa da minha vida ou deixo de ser graduanda e passo a ser licenciada. Então devo dizer que não somente agradeço como acima de tudo sou grata.

Em primeiro momento quero expressar minha gratidão a ti senhor meu Deus que fostes meu companheiro fiel e incomparável nesta jornada, aonde sempre busquei forças, em todos os momentos de dificuldades e que sempre me destes as respostas certas em cada ocasião.

Aos meus pais fonte de determinação e orgulho infinito, em especial minha mãe, minha joia rara Marinalva Tavares (*in memória*) que ao início desta caminhada teve que atender outro chamado e deixando sem sua presença vital, mas sempre demonstrando de formas ocultas o quanto sou capaz de seguir apenas com seus ensinamentos de vida, maior herança de qualquer ser humano. Ao meu pai amado Genival Moura que sempre se sacrifica para me proporcionar as coisas boas da vida por cada jeito de atenção e dedicação.

A minha irmã Tatiane Tavares que foi uma grande incentivadora na escolha do curso e espelho em cada etapa dele, por cada opinião feita nos devidos momentos e acima de tudo cada experiência vivenciada antes de mim, as quais enxergava o que viria pela frente. Ao meu cunhado Erisvaldo Freitas que sempre se disponibilizou para me transportar e me ouvir em cada momento desta etapa e ao meu sobrinho Cassiano que num podia ter chegado em ocasião melhor aprofundando mais ainda meu interesse e amor pela profissão.

A professora Gilvana Pessoa que em sua disciplina Didática Geral, nos impões um estagio observatório onde me depararei com um mundo encantador, despertando o interesse profundo pela profissão e em especial a Isabela uma menina encontrada nesse momento que diferente das demais crianças me cativou de forma sublime.

A minha orientadora de estágio Maria Cézar que sempre, nos mostrou que em meios às dificuldades da realidade educacional é possível sim fazermos um bom trabalho. Assim como as escolas onde passei, os meus

alunos temporários que me receberam de braços abertos e maneira bem acolhedora.

A minha orientadora e amiga Carmita Souza que é uma fonte de modelo inspirador profissional para mim, por ter acreditado no meu potencial, ter me mostrado o outro lado da pedagogia, por cada rabisco feito de vermelho nos meus trabalhos, pois foram eles que me mostraram o caminho de aperfeiçoamento por cada texto indicado, cada bronca enfim por tudo.

Aos meus amigos por cada mensagem e palavra de apoio por se preocuparem com a minha ausência em especial a Renata Xavier, Waldeany Bezerra e aos meus amigos que conquistei nessa etapa que hoje tenho como irmãos Débora Almeida, Karla Dayane, Lucas Oliveira, pelas aventuras partilhas, experiências, conselhos e críticas recebidas.

Aos meus familiares que sempre acreditaram na minha capacidade em especial meus primos Andreolly e Andreallys, aos meus colegas de classes que compartilhamos juntos tantos momentos nessa etapa inclusive o trajeto da elaboração deste trabalho, em especial meus companheiros de equipe desde início do curso Bruna Costa, Roselane Holanda e Francisco José e de grupo de estudo Denise Gomes e Aparecida Ramos por cada momento de descontração e cumplicidade. E aos demais que contribuíram de uma forma direta ou indireta na construção deste trabalho.

“Eu prefiro ser essa metamorfose ambulante, do que ter aquela velha opinião formada sobre tudo...”

Raul Seixas

RESUMO

Neste trabalho monográfico analiso discursos de textos audiovisuais apresentados no desenho animado Barbie, enfatizando questões de gênero e consumismo infantil, entre outros valores. O contato com tal conteúdo, considerado aqui como currículo cultural, me faz elaborar a seguinte questão: Será que é possível para uma criança compreender a necessidade de uma pessoa possuir tantas coisas, exclusivamente para o uso e cuidado com o visual? Esta foi uma pesquisa qualitativa, com uso da etnografia virtual, ou seja, a coleta de dados foi realizada a partir da descrição minuciosa de dois episódios da série *Barbie Life in the Dreamhouse*, exibida no Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) e disponíveis no site do *You Tube*. As análises foram embasadas por autores como Cainzons (2002), Frazão (2003), Fischer (2001), Lamas (2012), Souza (2007) entre outros. Ao se trabalhar com a Barbie é possível afirmar que ela se apresenta com traços de uma pessoa mimada, consumista, egoísta e fútil, defeitos esses disfarçados entre sorrisos e perfeição, sendo esses comportamentos ensinados às crianças do sexo feminino que as idolatram e até mesmo as que simplesmente as assistem casualmente. Aquela se impõe como modelo de comportamento e beleza feminina a ser seguido.

Palavras-Chave: Educação. Barbie. Currículo Cultural.

ABSTRACT

In this monograph analyze discourses of audiovisual texts on the animated Barbie, emphasizing gender issues and child consumerism, among other values. Contact with such content, considered here as cultural curriculum, makes me draw the following question: Is it possible for a child to understand the need to have so many things a person solely for the use and care of your look? This was a qualitative study using virtual ethnography, ie, data collection was performed from the detailed description of two episodes of Life in the Barbie Dreamhouse series, shown on Brazilian Television System (SBT) and available on site You Tube. The analyzes were based authors such as Cainzons (2002), Frazão (2003), Fischer (2001), Lamas (2012), Jones (2007) among others. When working with Barbie is possible to say that it presents with traces of a pampered, consumerist, selfish and vain person, defects these undercover between smiles and perfection, these behaviors being taught to female children that idolize and even those who simply watch casually. That stands as the feminine beauty and behavior model to be followed.

Keywords: Education. Barbie. Cultural Curriculum.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Fantasmagorie	18
Figura 2 - Gato Félix	19
Figura 3 - Brigitte Bardot e Marilyn Monroe	25
Figura 4 - Barbie antes e depois	26
Figura 5 - Imagem da Barbie no espelho	26
Figura 6 - Armário da Barbie – secção das roupas	27
Figura 7 - Armário da Barbie	27
Figura 8 - Manequim do rosto da Barbie	28
Figura 9 - Armário da Barbie – secção de maquiagem	28
Figura 10 - Armário da Barbie – secção de sapatos	29
Figura 11 - Ken com sacolas da Barbie	33
Figura 12 - Ken e Ryan conversando	33
Figura 13 - O Ken abre a porta para Barbie	34
Figura 14 - A Barbie abraça e agradece o Ken	34
Figura 15 - O Ken trouxe o lanche da sessão de cinema	35

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO 1. REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE MÍDIA, EDUCAÇÃO E CURRÍCULO CULTURAL.....	14
1.1. Currículo e Pedagogia Cultural	14
1.2. Televisão	15
1.3. Desenho Animado	17
1.4. Consumismo	19
1.5. Gênero e Sexualidade	21
CAPÍTULO 2. BARBIE E SEU MUNDO COR DE ROSA EM MAIS UMA AULA SOBRE GÊNERO E CONSUMISMO.....	24
CONSIDERAÇÕES FINAIS	40
REFERÊNCIAS.....	43

INTRODUÇÃO

A educação não é constituída apenas em espaços escolares, e sim do cotidiano vivenciado pelas pessoas, através de suas ações e pensamentos, como isso surge à necessidade de compreender as formas de educar dos conteúdos da mídia na atualidade. Assim surgindo o currículo cultural que demonstra diversas formas de ensinar por meio dos conteúdos da mídia, principalmente quando se trata de crianças que podem ser influenciados de forma fácil pelos artifícios pedagógicos midiáticos.

Com a perspectiva de desvelar os artifícios pedagógicos da mídia, neste trabalho monográfico apresento o desenho infantil Barbie, que demonstra uma realidade diferente assim como as visões para o entendimento da criança, pois, a Barbie é uma boneca de um padrão de perfeição desejado pelas mulheres na atualidade que é ser loira, alta, magra, cabelos lisos, cintura e seios perfeitos e olhos claros.

No ano de 2011 no Núcleo de Pesquisa e Estudo em História da Educação e Diversidades, passei a conhecer; compreender; estudar e gostar dos assuntos que se relacionam com a mídia. Foi então no ano de 2012 que tive o prazer de ingressar no Programa de Iniciação Científica (PIBIC) da UFPI entre as atividades de pesquisa realizei um levantamento para saber quais os desenhos favoritos das crianças em Picos foi a partir de tal levantamento que decidi o estudo deste trabalho monográfico.

Sendo os desenhos Barbie para as crianças de sexo feminino e Pica-Pau para as de sexo masculino apresentados como vencedores do favoritismo do grupo pesquisado. Desta forma surgindo também o seu objetivo analisar os discursos sobre sexualidade, gênero, violência entre outros valores presentes naquelas produções preferidas pela audiência infantil. Desta forma os seguintes questionamentos para nortear as análises lançamos: Será que é possível para uma criança compreender a necessidade de uma pessoa possuir tantas coisas, exclusivamente para o uso e cuidado com o visual principalmente as meninas? A produção de o desenho animado ensina as diferentes funções de exercermos o nosso gênero. Mas será que a mulher

realmente precisa ser frágil e incapaz de realizar esforços físicos como o desenho da Barbie impõem?

Partindo então para o tipo de pesquisa que realizaria, notei que a minha havia algo não muito utilizado pelos pesquisadores sendo do tipo qualitativa em educação, com uso da etnográfica virtual. Em outras palavras a televisão estudada/investigada com local educativo, pois o estudo de currículo cultural me permite ir além do espaço escolar, passando a ver os desenhos animados além de telespectador como pesquisadora. Etnografia esta que Severino (2007) diz:

Que visa compreender, na sua cotidianidade, os processos do dia-a-dia em suas diversas modalidades. Trata-se de um mergulho no microssocial, olhado com uma lente de aumento. Aplica métodos e técnicas compatíveis com a abordagem qualitativa. Utiliza-se do método etnográfico, descritivo por excelência.(2007,p.119).

Deste modo, resolvi aprofundar o trabalho no desenho escolhido pelas meninas pois conhecer a boneca Barbie bem como suas origens, é relevante para compreendermos um pouco dos seus formatos em desenhos animados e filmes infantis atuais, para que possamos entender as facetas pedagógicas direcionadas às crianças, pela mídia.

Dessa forma decidi analisar neste trabalho monográfico os desenhos da série Barbie Life in the Dreamhouse (Barbie vida na casa do sonho) televisionado pelo Sistema Brasileiro de Telecomunicações (SBT) e disponibilizado pelo site You Tube, e a letra da música “Sou a Barbie Girl” disponibilizada pela internet, a canção tem as características da boneca e as condições para um relacionamento com ela. O desenho da Barbie é uma reprodução exibida em pequena temporada no ano de 2013, cada episódio possui aproximadamente 3 minutos e 30 segundos e retrata o cotidiano na casa da Barbie com seus personagens secundários amigos, namorado, bichos de estimação e vilões necessários em toda teledramaturgia.

Utilizei para o trabalho de campo dois desenhos da série Barbie Life in the Dreamhouse que foram “A princesa do armário” e “Riscos de trabalho”. No episódio “A princesa do armário”, a boneca tem como prioridade estar bela

para o encontro com seu namorado Ken, porque comemoram o 43ª vez que ele pegou na mão dela pela primeira vez. E para se arrumar, entra no seu armário, imenso, juntamente com suas amigas, Nikki e Teresa, a procura de seu enfeite de borboleta cravejado de strass. Nesta busca, as amigas se encantam com o que veem no armário, e não se dão conta de que as horas passam, enquanto o Ken espera pela namorada na porta.

Em “Riscos de trabalho”, o Ken, namorado da Barbie, é induzido pelo Ryan a procurar trabalho, para que, enquanto ele estiver ocupado com outra coisa que não seja as necessidades da boneca, Ryan possa conquistá-la. Embora o boneco passe por diversas profissões como tentativa de encontrar uma vocação, seu “Sentido Barbie” lhe avisa com muita frequência que ela está em situações que precisam da ajuda dele. Com isso, Ken deixa o trabalho e aparece como super-herói, pronto para ajudá-la.

Este trabalho monográfico trás nos capítulos a seguir, um embasamento teórico, um capítulo que abordam o objeto de estudo Barbie juntamente com suas descrições e análises, seguido de suas considerações finais.

CAPÍTULO 1. REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE MÍDIA, EDUCAÇÃO E CURRÍCULO CULTURAL.

1.1. Currículo e Pedagogia Cultural

Ao pensar em uma estrutura educacional conseqüentemente necessitamos de um currículo, este que abrange além de atividades e disciplinas do espaço escolar. Assim sendo o currículo um objeto de organização da aprendizagem, em outras palavras ele apresenta em suas concepções formas de se trabalhar no ambiente de ensino de acordo com as características da sociedade, ou seja, ele se adequa a realidade atual.

Diante das transformações sociais, é preciso estudar as formas de ação pedagógica dos conteúdos da mídia, denominados como currículo cultural. Segundo Souza (2007):

Estudar o currículo cultural é perceber que a formação humana não acontece somente na escola. Além das clássicas instituições sociais como a família, igreja, ou movimentos sociais, desde meados do século XX, a indústria cultural participa cada vez mais ativamente dessa formação. Isso acontece devido ao desenvolvimento tecnológico, quando ela potencializa ainda mais seu poder de produção e divulgação. (p.51)

O currículo cultural trás para dentro da escola novas formas de processo de ensino-aprendizagem. O processo escolar deixar de ser somente entre professor e aluno e passa-se a aglomerar outros conteúdos oriundos de mudanças culturais. No qual renova na forma de ensinar trazendo consigo a pedagogia cultural que pode ser considerada um modo de ensinar além do espaço escolar, espaço este que a mídia nos repassa de ensinamentos que se apresentam de uma maneira linear quando, por exemplo, nos ensina a se comportar e a se relacionar de modo afetivo seja ele individual ou coletivo. Fischer afirma: “A mídia apresenta-se como um lugar privilegiado de aprendizagens diversas; aprendemos com ela desde formas de olhar e tratar

nosso próprio corpo até modos de estabelecer e de compreender diferenças de gênero”. (2001, p.16). Assim como as palavras de Felipe reafirmam “Pois ela constantemente veicula discursos que podem produzir efeitos de verdade não só de comportamento das crianças, como também dos adultos, de maneira geral”. (1997, p.3).

Por exemplo, quando nos deparamos com imagens sejam elas televisivas ou não, podemos obter imaginações, pensamentos ações sobre aquilo que esta sendo repassado, levando-nos a algum tipo de atitude quanto ao que nós vemos. Portanto, para Sabat (2003, p.150) “a construção de imagens que valorizam determinado tipo de comportamento, de estilo de vida ou de pessoa, é uma forma de regulação social que reproduz padrões mais comumente aceitos em uma sociedade”.

Neste sentido há uma necessidade de um olhar crítico do educador quanto às formas midiáticas, principalmente nos conteúdos voltados as crianças, pois a pedagogia cultural educa de um jeito “despreocupado” ignorando as fronteiras entre os modos escolares e cotidianos, mas atuando de modo muito eficiente no âmbito da formação de identidades e subjetividades.

Assim por meio do currículo e da pedagogia cultural pode-se pensar a televisão como espaço educacional virtual em virtude de seu poder convincente para com seus telespectadores, especificamente o público infantil. Logo a televisão é também instrumento de ensino na atualidade. É um modo muito eficaz de educação à distância.

1.2. Televisão

No mundo ocorrem transformações constantes de acordo com as tecnologias, dentre as quais nos adaptamos e até nos tornamos dependentes desses artefatos. Um exemplo disso é a televisão que surgiu por volta de 1920 sendo considerado um aparelho de uma geração por exibir sons e imagens ao mesmo tempo.

A televisão foi desenvolvida por várias pessoas, em diferentes lugares do mundo, não há um consenso acerca da primeira transmissão oficial, mas o que se sabe é que a empresa AT&T foi uma das pioneiras ao realizar uma transmissão na cidade de New York, mas na época (1927), somente algumas pessoas tiveram acesso à transmissão. CAMARGO (2009, p.1)

Desde então, com a popularização do aparelho, foram se perdendo hábitos frequentes pela população, como se reunirem em praças, esquinas, bares, calçadas para conversarem. Passando mais tempo diante da televisão, tornando um dos meios para que a sociedade se tornasse mais individualista, consumista e influenciada pelos meios de comunicação, havendo mudanças nos costumes e cotidianos dos lares.

É espetacular a maneira como um “simples” aparelho de comunicação persuadiu rapidamente até os dias de hoje, como conquistou cada vez mais espaço nas nossas vidas; o que de uma pequena transmissão transformou-se em 24h diárias de programação, com uma diversidade de canais para todas as faixas etárias. Segundo Souza:

A partir do final da década de 70 e por volta da década de 80, desenvolveu-se uma preocupação com programas para crianças e adolescentes, idosos, produzidos com bases estatísticas sobre o perfil do consumidor a que se destina, relacionada diretamente à expansão da sociedade do consumo. (2007.p.37).

Diante das ideias da autora, podemos visualizar a necessidade que há de estudar a televisão, seus conteúdos, principalmente os que são direcionados a crianças que se aderem rapidamente às tecnologias, ou seja, que são um público considerado de fácil condução.

Sartori (2001), A televisão um meio de atrofiar a capacidade intelectual do ser humano. Em outras palavras ele ressaltou que ver a televisão nos impede de pensar, sendo apenas “máquinas refletidas da mídia”.

Compreender um pouco sobre a televisão, o modo como ela pode intervir nas nossas escolhas, nossos pensamentos já que a mesma não é

apenas um termo amplo somente na palavra, e sim tanto no interno como externo de si mesma. E como expressa Machado:

Televisão é um termo muito amplo, que se aplica a uma gama imensa de possibilidades de produção, distribuição e consumo de imagens e sons eletrônicos: compreende desde aquilo que ocorre nas grandes redes comerciais, estatais, e intermediárias, sejam elas nacionais ou internacionais, abertas ou pagas, até o que acontece nas pequenas emissoras locais e de baixo alcance, ou o que é produzido por produtores independentes e por grupos de intervenção em canais de acesso público. Para falar de televisão, é preciso definir o *corpus*, ou seja, o conjunto de experiências que definem o que justamente estamos falando de *televisão*. (2000, p.19-20).

Diante as palavras do autor supracitado podemos perceber o poder formativo/alienador/convincente que os produtos culturais de massa mantêm sobre seus espectadores. Tal poder relaciona-se diretamente com a formação das pessoas, comportamento, opinião modos de se vestir, de se relacionar afetivamente, enfim.

O que torna preocupante quando o público-alvo são crianças que possuem um comportamento a influenciar de uma maneira mais simples que se torna mais eficaz quando os estímulos vêm através dos desenhos animados favoritos.

Dessa forma com os meios de comunicação de massa aparece a necessidade de se conhecer um pouco mais da mídia pedagogicamente, ou seja, as formas como os meios de comunicação transmitem conhecimentos para as pessoas, acentuando-se as crianças. Assim, adentrar nos discursos pedagógicos encontrados nas imagens dos desenhos animados, torna mais claro os modos de atuação da pedagogia cultural, e para isso conhecer um pouco mais da história dos desenhos animados como demonstrarei no tópico a seguir.

1.3. Desenhos Animados

Desde o início da humanidade o homem criou desenhos. É instintivo o ser humano desenvolvê-los e fazer com que eles se tornem cada vez mais aprimorados. Essa busca fez com que se aperfeiçoassem os desenhos de hoje, talvez não melhores ou mais evoluídos, porém mais atuais. Eles apenas se adaptaram às crianças (e, por que não dizer aos adultos) da época. Em meio a tanto aperfeiçoamento, com o nascer do cinema mudo, a animação passa a ter vida e permanece até a atualidade. Lamas (2012) ressalta em que:

O desenho animado foi criado em 1877 pelo francês Émile Reynaud, que criou o praxinoscópio, um equipamento rudimentar, no qual consistia colar dentro de uma lata uma tira de papel com desenhos de bichos e pessoas se movimentando. Ao rodar a lata, os desenhos das fitas eram percebidos embaralhados e ganhavam vida. Isso se chamava animação – ato de dar alma, dar vida a uma ilustração. Depois, o praxinoscópio foi aperfeiçoado e começou a usar jogos de espelhos para projetar as imagens. A multiplicação das figuras desenhadas e a adaptação de uma lanterna de projeção possibilitaram a realização de truques que davam ilusão de movimento. Estava inventado, então, o desenho animado. (2012, p.36)



Figura1.Fantasmagorie, de Émile Cohl.

A figura acima foi criada por Émile Cohl em 1908 sendo denominado como Fantasmagorie. Ele foi o primeiro desenho animado do mundo, repassado em um projetor de filmes adiantado e teve como duração apenas dois minutos. Os primeiros desenhos animados como conhecemos hoje só foram transmitidos pela televisão na década de 1910, no então cinema mudo e sem cores. Naquela época, a maioria das animações era de curta-metragem, geralmente visando um público mais adulto, com piadas e roteiros para uma faixa etária mais elevada do que a dos dias atuais.



Figura 2. Gato Félix

O Gato Félix foi criado em 1917, ainda sem cores nem falas (uma versão mais atual passava no Cartoon Network). Naquela década, surgiu também a Disney e o famoso Mickey, em 1928. Inovando completamente na época, ele foi o primeiro desenho com efeitos sonoros (com a voz sendo do próprio Walt Disney), uma completa revolução na época e que fez o desenho ser um imenso sucesso.

Nos últimos tempos, o desenho animado tem atuado de forma frequente no cotidiano das crianças, o que torna-se muito preocupante quanto a influência que eles exercem no comportamento delas, causando um grande fascínio, pois eles mostram-se, em formas lúdicas, às crianças, além de serem de fácil entendimento.

É com base esta preocupação que nos próximos tópicos lhes apresento aspectos retratados pelo desenho da Barbie de uma maneira coberta de fantasias nas quais as crianças assistem e muitas vezes praticam as mesmas ações sem saber a distinção entre o mundo real e o imaginário.

1.4. Consumismo

Na atualidade o consumo é considerado um dos pontos principais para que haja movimentação econômica da sociedade, em outras palavras comercialização, ou seja, produção e distribuição de bens e serviços, permitindo assim crescimento econômico e social. Ao considerar as

modificações sociais de consumo ligadas à contemporaneidade podemos entender que,

Entre as configurações desse surpreendente mundo contemporâneo, está o vertiginoso volume de informações, o excesso de imagens que passam por nós (e pelas quais passamos: outdoors, revistas, televisão, internet etc.), a enfermidade de bens materiais e culturais, a demasiada oferta de bens e serviços de consumo, a globalização de mercadorias, de modos de vida e de costumes. [...] Em um mundo altamente tecnológico, velocidade e fugacidade compõem um estado de constante insatisfação e obsolescência: sempre há algo de novo a que não temos acesso, e parece que nunca atingimos a linha de chegada. Experimentamos a desqualificação das formas de vida que não se inscrevem no universo midiático, de consumo e tecnológico. (NUNES, 2010 *apud* MONO, 2008, p.5)

Dessa forma é relevante nos atentar sobre os meios de comunicação e principalmente a televisão que expõe uma diversificação de propaganda em suas programações, especialmente quanto ao público infantil que a indústria tem como alvo de fácil convencimento.

O controle sobre o consumo de TV da criança está associado, em primeiro lugar a presença do adulto nos momentos em que ela assiste a TV. No caso das crianças que moram em casa, esses adultos são na maioria das vezes, pais e familiares ou empregados domésticos. Se o controle do horário tende a ser mais fácil, o controle sobre os programas tende a ser bastante complicado. Em primeiro lugar, porque mesmo para as crianças que limitam seu consumo as programações infantis, elas continuam expostas a comerciais dirigidos ao público adulto e o mais grave são expostas, sem maiores cerimônias, aos *trailers* de outras programações como novelas, filmes etc. SAMPAIO (2000, p.177-178).

Dessa forma pode-se observar no Manual de Classificação Indicativa, criado em de 18 de fevereiro de 1998 Lei 9.608, que tem como objetivo proteger o telespectador de conteúdos agressivo ou excessivo para a faixa etária,

A Classificação Indicativa é norma constitucional processual que resulta do equilíbrio entre duas outras regras: o direito à liberdade de expressão e o dever de proteção absoluta à criança e ao adolescente. E porque deriva deste equilíbrio tão tênue quanto tenso acaba por resultar, ou melhor, por exprimir um duplo comando: por um lado, dirigindo-se ao Estado exige do Executivo o cumprimento do dever de classificar, de produzir e estabelecer parâmetros para a produção de informação pública sobre o conteúdo de produtos audiovisuais; e, por outro, dirigindo-se à Sociedade exige das emissoras de TV, dos distribuidores de produtos audiovisuais e demais responsáveis, em primeiro lugar, a veiculação da classificação atribuída a cada programa e, em segundo, a não exibição do programa em horário diverso de sua classificação. Mesmo com esta classificação os desenhos animados que contêm cenas de violência ainda são exibidos e obtém grande nível de audiência atingindo pontos que varia de 6 a 8 no IBOPE.

Diante do exposto averigua-se que as crianças não possuem um limite de exposição aos conteúdos que levam a estímulos sobre o consumismo e outras temáticas, embora exista uma lei que determine o conteúdo transmitido para a faixa etária infanto juvenil, porém, não para as propagandas publicitárias, um fator que deve ser levantado com relação aos telespectadores infantis.

No tópico seguinte serão abordados fatores que contribuam para as crianças com relação aos questionamentos de gênero, levantados pelo desenho Barbie em suas descrições.

1.5.Gênero e Sexualidade

As discussões sobre gênero começaram a se definir em meados do século XX quando surgem às destemidas dúvidas quanto ao papel de homem e mulher, através das ações expostas pela sociedade foi então que as mulheres cansadas de serem submissas ao poder masculino começaram a se impor sobre seus papéis, ocasionando uma onda de movimentos feministas que tinha finalidades não só de denunciar, mas, principalmente compreender e esclarecer a dependência social e a invisibilidade política que as mulheres tinham sido historicamente postas.

São modos pelos quais características femininas e masculinas são representadas com mais ou menos valorizadas, as formas pelas quais se re-conhece e se distingue feminino de masculino, aquilo que torna possível pensar e dizer sobre mulheres e homens que vai constituir,efetivamente,o que se passa a ser definido e vivido como masculinidade e feminilidade, em uma dada cultura, em um determinado momento histórico. FRAZÃO (2003,p.14)

Desde então passa a se entender que definir o que é ser homem, o que é ser mulher requer muito mais do que seu próprio sexo determinado biologicamente , é preciso um conjuntos de ações para distingui-los quanto aos seus papéis embora para a ideia de Souto (2005):

Numa mulher, a aproximação interior com o masculino de boa qualidade capacita-a estar no mundo muito melhor acompanhada, mais “inteira”para dar conta das questões e tarefas que envolvam o masculino e vice-versa: aproximação com uma “ mulher interna” de boa qualidade capacita o homem a lidar com questões e tarefas que envolvam o feminino de forma mais apropriada. E ambos, assumidos na sua “androgínia”, viveriam “ felizes para sempre”.(p.164)

Assim entender que para ser mulher não é essencialmente ser delicada e sim ser adequada e ser homem não é ser apático, em outros termos, admitir o seu masculino, da mesma forma que seu feminino não é obter características traçadas e sim ter um dentro do outro e ser capaz de atender qualquer tarefa estabelecida, mostrando que não há desigualdade entre seus gêneros.

No entanto para a criança que está em processo de formação da personalidade, é difícil compreender que tipos de ações lhe definem como homem ou mulher e é buscando conhecimentos que ela dever aprender e entender qual seu gênero, embora na atualidade televisiva essa questão tenha sido um pouco confusa para que elas compreendam.

Dessa forma no capítulo a diante apresento-lhes o desenho Barbie e suas temáticas encontradas através de um mundo cheio de fantasias, e de fácil poder de dominação, quanto ao imaginário infantil.

2. BARBIE E SEU MUNDO COR DE ROSA EM MAIS UMA AULA SOBRE GÊNERO E CONSUMISMO

O nome Barbie nos leva imediatamente a imagem mental de uma mulher/boneca loira, alta, magra, cabelos lisos, cintura e seios perfeitos e olhos claros. Padrão de beleza desejado por muitas e estereótipo de perfeição da contemporaneidade. Souza (2007) nos ajuda a compreender a beleza como uma construção histórica e social, que atualmente vem sendo pautada pelos ditames da mídia.

A mídia, em consonância com o mercado desempenha um papel fundamental na formulação do conceito de beleza, de maneira bem mais ampla que esta foi em outros períodos da história. Porém, de acordo com os ditames da pedagogia midiática, ser belo é sinônimo de magreza e juventude. A telinha da TV, o telão do cinema, as revistas femininas, os desfiles de modas, os discursos publicitários é que nos dizem como deve ser a mulher ou o homem bonito. Isso se dá através de discursos repetitivos, insistentes, implícitos e explícitos, que enfatizam diuturnamente corpos magros e altos, mulheres loiras com cabelos lisos, homens musculosos e jovens, que ironizam os corpos cheios, disformes e enrugados pelo tempo. (SOUZA, 2007, p. 117).

As mulheres famosas produzidas pela mídia influenciam os modos de ser feminino, desde seus cortes de cabelos, suas magrezas e até a maneira de se relacionar afetivamente, nos tornando marionetes de algo que muitas vezes é impossível de se atingir, seja devido a distância das condições de vida vivenciadas pelos telespectadores nos planos econômicos, culturais, etc, seja pelas limitações biológicas do ser humano se tornar boneca.

A Barbie, como mais um modelo de beleza imposto pela mídia, foi criada por Ruth Handler na década de 1950 após observar sua filha que dava preferência a outros tipos de bonecas mais práticas e que tinham opções de troca de roupa para brincar. Ela então teve a ideia de criar uma boneca com ares de adulto, que fosse uma mistura de Marilyn Monroe com Brigitte Bardot e que tivesse roupas que acompanhassem a evolução da moda. Daí é que surgiu a Barbie. (ATZINGEM,2001,p.10.)



Figura 3 - Brigitte Bardot e Marilyn Monroe

Após a sua criação, a Barbie foi exposta pela primeira vez à população americana na Feira Internacional de Brinquedos de Nova York, em fevereiro de 1959, causando um grande impacto, pois estavam acostumados a modelos com feições infantis. Com esse diferencial a Barbie torna-se um sucesso mundial já naquela época.



Figura 4. Barbie Antes e Depois

A boneca chega ao mercado usando um maiô listrado de preto e branco, sendo comercializada no preço de aproximadamente três dólares, equivalente a 7,20 reais nos dias atuais, obtendo cerca de 351 mil unidades vendidas somente no seu primeiro ano.

Ao chegar à Itália, a Barbie conquistou toda Europa, e com a sua tendência para moda, despertou o interesse de estilistas para o designer de suas roupas, privilegiando alguns famosos para desenhar seus modelitos.

A seguir, apresento a descrição do episódio “*A princesa do armário*” da série *Barbie Life in the Dreamhouse*, seguido de uma análise sobre questões como consumismo e relacionamentos afetivos.

Barbie Life in the Dreamhouse: a princesa do armário

O episódio se inicia com a Barbie se arrumando em frente a um espelho e diante das duas amigas Nikki e Teresa. Logo mais ela se encontraria com o namorado Ken. Com um vestido rosa e lilás, ela pergunta se sua roupa esta chique ou muito “semana passada”, e Teresa responde:

- *Os dois!(responde Teresa)*

E, diante do comentário, Nikki olha imediatamente para Teresa, com ar de desaprovação do seu comentário, e sugerindo que ela teria sido inconveniente. A garota então disfarça o comentário dizendo:

- *O que? A semana passada foi ótima para mim.*

Enquanto a Barbie, preocupada com o visual, parece não ter percebido o comentário de Teresa e prossegue a sua ação de se arrumar:

- *Quero achar a roupa perfeita para o meu encontro com o Ken, é nosso 43º aniversário!*

As amigas se entreolham e ficam sem entender, mas ela explica:

- *É o 43º aniversário que ele pegou na minha mão pela 1ª vez! Não consigo achar um cartão para isso! Ai eu fiz um!(música).*



Figura 5. Imagem da Barbie diante do espelho

E se olhando no espelho ela ainda continua achando que falta alguma coisa em seu visual, lembra que seu enfeite de borboleta cravejado de strass pode acrescentar na sua roupa. Então elas vão em direção ao armário da Barbie, e quando ela abre a porta, Nikki encantada com o que vê, exclama:

-Nossa! Isso não é um armário, é um planeta chamado moda!

A Barbie sorrir e com ares de falsa modéstia diz:

- São só umas coisinhas.



Figura 6. Armário da Barbie - secção das roupas



Figura7. Armário da Barbie

Enquanto isso o Ken bate na campainha com um caixa de bombons e flores em traje de gala. E elas, sem ouvirem a campainha tocando, continuam a passear pelo armário, enquanto a Barbie procura sua borboleta cravejado de strass. Quando passam pela secção de suas roupas das profissões e ela fala:

- Ainda tenho as roupas de todas as profissões que já tive!

Nikki, ao ver uma roupa de astronauta, pergunta;

- Você foi à lua?

E ela responde:

- Você não?

E continuando andando pelo armário, e as meninas cada vez mais encantadas pelas roupas e acessórios da Barbie, quando Nikki diz:

-Está saia e demais você me empresta?

-É claro!

Teresa começa a gritar e dizer:

- Esse cinto combina com meus jeans novos e com todas as calças que já tive!

Então a Barbie aparece com duas sacolas listradas de rosa com branco e diz pra elas ficarem a vontade para pegarem emprestado o que desejarem. E as duas amigas colocam vários e vários objetos daquele armário nas sacolas, até que ficam cheias e pesadas. E a Teresa comenta:

- *A Barbie não é a pessoa mais legal que existe? É divertida, generosa e veste o meu tamanho.*

Então elas seguem a Barbie arrastando cada uma sua sacola gigante até chegarem a sala de maquiagem, quando se deparam com um manequim de rosto da Barbie, e Teresa diz:

- *Nossa! olha só Barbie, sem querer ser grossa, mas você tem um cabeção!*



Figura8. Manequim do rosto da Barbie



Figura9. Armário da Barbie- Secção da maquiagem

E a Barbie sutilmente responde:

- *Na verdade Teresa é uma ótima maneira de testar novas maquiagens e penteados!*

Então as meninas se empolgam e resolvem ir testar, enquanto isso o Ken cochila na porta esperando. E depois de testar a maquiagem seguem

em frente, quando na secção de sapatos Nikki pergunta:



Figura 10. Armário da Barbie- Secção de sapatos

- *Barbie quanto falta?*

E Teresa exclama:

- *É estamos exaustas!*

E a Barbie olhando no binóculo responde:

- *Um ou dois dias de caminhada no máximo!*

E Teresa diz:

- *Estamos com fome! É! faminta!*

A Barbie diz:

- *Eu acho que eu tenho bala no meu bolso!*

Mas ao colocar a mão no bolso, se surpreende ao encontrar o enfeite que estava procurando. E as suas amigas se revoltam por ter caminhado tanto para nada. Mas a boneca responde:

- *Eu não diria para nada, achei lindo colar que vai dar o toque final na minha roupa.*

Mas as meninas irritadas, não querem saber e sim querem ir embora, quando encontram uma alavanca e resolvem puxar. E ao puxarem rapidamente caem num buraco que as leva para fora da casa, onde está o Ken já com a barba grande, crescida com o tempo que esperou pela Barbie, cara de abatido e flores murchas nas mãos.

- *Será que a Barbie já tá pronta para sair?*

Então a Barbie abre a porta e sai glamorosamente dizendo:

- *Claro que estou.*

E ele todo contente entrega as flores e diz:

- *Feliz Aniversário Barbie.*

A Barbie recebe as flores e comenta:

- *Ah! Ken eu adorei sua barba.*

E ao final saem caminhando enquanto as suas amigas, ainda no chão, do tombo que levaram ao puxarem a alavanca do armário que as expulsou, comem o chocolate da caixa que o Ken deixou cair.

Neste episódio é possível perceber a presença de diversas temáticas nas imagens e diálogos apresentados, tais como relações entre

amigas, cotidiano de namoro, moda, vaidade feminina, entre outros. Mas, expostos de maneira fantasiosa, utilizando-se do exagero. Diante do modo como essas temáticas são tratadas no desenho da Barbie, surgem questionamentos sobre o modo como os telespectadores, principalmente as crianças do sexo feminino, a quem são endereçadas tais produções, aprendem através deste mundo televisivo fantasioso e irreal.

O que tal desenho animado ensina através de uma personagem, modelo de perfeição feminina da contemporaneidade midiática como a Barbie que possui um armário de roupas, acessórios e sapatos que se assemelha em tamanho e diversificação a um shopping? Será que é possível para uma criança compreender a necessidade de uma pessoa possuir tantas coisas, exclusivamente para o uso e cuidado com o visual? Que modelo de uso dos bens materiais o desenho da Barbie ensina aos seus telespectadores? E sobre as relações de amizade? O que a Barbie e suas amigas têm para ensinar às crianças, principalmente meninas? E sobre as relações afetivas de namoro? O que mais importa a atenção ao namorado ou a aparência física?

Todo o episódio nos leva a pensar sobre o valor das coisas e das pessoas e o consumismo. Segundo Cainzos (2002,p.108) “o consumo pode ser considerado o modo como uma sociedade organiza e procura a satisfação das necessidades de seus membros e também é a expressão de significados e estratificações (condutas, modelos e estruturas)”.

Então ao pensarmos em consumismo já temos nossa idealização de um vocabulário repleto de palavras, como gastar, comprar, possuir, que pode ser representado como sinônimo de prazer, sucesso, felicidade. Na verdade essas palavras formam o conjunto chamado consumismo, que significa compra em excesso, algo que vem acontecendo em larga escala nos últimos tempos, pois através dos meios de comunicação de massa principalmente a televisão somos estimulados a consumir mais, bem mais do que as nossas necessidades, pois através de suas propagandas temos estímulos em adquirir algo novo, em outras palavras algo do momento; da moda, propagandas essas que não aparecem apenas em horários reservados, mas são introduzidos nas

produções televisivas em todos os horários e intercalados com todos os tipos de produção, inclusive aquelas destinadas ao público infantil.

Ao enfocarmos a principal temática do episódio, que é o armário da Barbie, constatamos que as produções animadas com a personagem, não contam para suas telespectadoras mirins, em suas maioria, crianças do sexo feminino das mais variadas faixas etárias, que a boneca sofre de transtorno do consumo compulsivo, onimania, doença que afeta a personalidade e a mente. A onimaniaca, em outras palavras é aquele tipo de pessoa que compra por ter vontade de adquirir, mas não de ter o que realmente necessita. A forma como a Barbie apresenta seu armário de roupas, pode levar as crianças a pensarem que o normal é ter algo daquele tipo, ou seja, uma quantidade de roupas, calçados e acessórios que, mesmo que vivesse duas ou mais vidas não conseguiria usar tudo. É a educação do sujeito consumidor, em específico do consumidor infantil, pois, enquanto mais cedo se formar tal necessidade, maior garantia de consumidor adulto, no futuro o sistema capitalista terá.

Que modelo de uso dos bens materiais o desenho da Barbie ensina aos seus telespectadores? É o modo de consumo fugaz, a subutilização. Sem contar que, a garota personagem possui tantos e quantos bens, sem que seja mostrado no desenho qual a procedência da sua renda. Será ela filha de pais ricos? Se for este o caso, qual seria a profissão dos seus pais? Certamente que, pensar sobre o que é mostrado na Barbie, nos levaria a inúmeros questionamentos comparativos entre o real e a ficção, e principalmente, os valores propagados com tais produções.

Sobre as relações de amizade, o episódio nos apresenta uma afinidade muito simbólica das amigas quanto à Barbie, pois a boneca transparece ser altamente egoísta, quando logo na primeira cena pede a opinião de suas amigas e ao mesmo tempo, não faz conta do que dizem, a ponto de sequer notar a crítica da Teresa. Ela também causa nas suas amigas inveja pela quantidade de bens de uso, que nunca serão utilizados, pelas profissões que já teve, e pela superatenção do namorado Ken.

Parece mesmo ser altamente esnobe quando a amiga lhe pergunta “E você já foi a lua?” e ela prontamente, responde como se fosse algo muito comum ir a tal lugar: “E você não?” Ao emprestar tudo o que as amigas desejarem do seu armário, também parece snobe, pois, deixa transparecer que o que iria emprestar não iria fazer a menor falta.

Levando em conta as mistificações de relação de amizade é possível afirmar que as crianças, e principalmente as meninas, irão crescer e aprender a ser pessoas snobes, com a ideia de que poderão agir conforme os desenhos e que suas amigas serão daquela forma, submissas, bastando, para tanto, serem donas de muitos objetos de uso pessoal, roupas, maquiagens e acessórios. A Barbie, naquele episódio não ensina a generosidade, ao contrário, ensina que as amizades serão sustentadas com base no que temos e não no que somos. O ter é maximizado, em detrimento do ser.

Com o Ken, seu namorado, a boneca demonstra um tipo de relacionamento de aparências, no qual ele funciona mais como uma marionete, que sempre se porta como inferior a ela, como estando aos seus pés, vive para suprir suas mínimas e desnecessárias necessidades o que fica ainda mais evidente no episódio que descrevo a seguir. Sem dúvida nenhuma, em relacionamento da vida real um namorado jamais espera todo aquele tempo por uma namorada que se arruma, sem reclamar. A seguir, descrevo e analiso o episódio *Riscos de trabalho*.

Barbie Life in the Dreamhouse: em riscos de trabalho

Certo dia pela manhã a Barbie voltava de suas compras, que são nada menos que dez sacolas nas cores branca e rosa, o que nos faz supor que não eram compras de supermercado para suprimentos diários, quando de repente todo aquele peso foi tomado pelo Ken, em mais uma de suas ações de cavalheirismo. Como se não bastasse estar com as mãos ocupadas com as dez sacolas, Ken ainda abre a porta com os seus pés para Barbie entrar. E ela gentilmente retribui dizendo:

- Ah! Ken parece que você tem algum tipo de superpoder que capta quando eu preciso de ajuda.



Figura 11. Ken com um monte de sacolas da Barbie

Então o Ken sorri e começa a pensar que ter superpoderes poderia “ser demais”, ao mesmo tempo em que afirma ser “demais ter um sentido que o avise quando a Barbie precisa das minhas habilidades, de namorado super poderoso”. Como também pensa na responsabilidade de ter um poder desses. Em seguida se despede da boneca confirmando a hora em que vai volta para buscá-la e ela então agradece de novo.

- *Já vou Barbie. Eu pego você às sete horas em ponto hein!*

- *Obrigada de novo!*

Ken se dirige ao Jardim, quando de repente Ryan, seu rival, aparece e pergunta:



Figura 12. Ken e Ryan conversando

- *Você num devia estar no trabalho?*

- *Como é que é?*

- *Nós estamos no meio do dia Ken, você num tem emprego?*

- *Se pra ser homem de verdade, eu preciso ter um emprego! Eu vou procurar um emprego!*

- *Ótimo enquanto você procura, me trás um fresco de verdade! Ser quem eu sou, me dá muito trabalho.*

Assim o Ken consegue um emprego de salva vidas, achando o

trabalho super tranquilo, excelente. Eis que surge algo em sua mente que lhe avisa que a Barbie precisa dele. Mais rápido que um tele transporte futurista, Ken chega imediatamente na cozinha da casa da namorada, e em mais um ato de cavalheirismo exagerado, toma o pote das mãos dela, abre e a entrega de volta dizendo estar tudo pronto. Mas ela sorriu e responde:

- *Obrigada Ken, mais o pote já estava aberto, eu estava fechando de novo!*



Figura 13. O Ken Abre o pote para a Barbie

Com isso o Ken se decepciona e vai procurar outro emprego, desta vez consegue de fotografo e começa a tirar fotos. Mas seu “sentido Barbie” ataca novamente, e ele mais uma vez larga tudo para “salva-lá”. Quando chega, a boneca esta apavorada, apontado para a parede, gritando, dizendo ser uma aranha. Ele então bate na parede com a máquina até perfurar um buraco. A Barbie então agradece, o abraçando e dizendo:



Figura 14. A Barbie abraça e agradece o Ken

- *Meu herói! Obrigada Ken.*

Ele, com pose de herói e de satisfação, responde:

- *Nada que não estivesse ao meu alcance.*

Mais ai a Barbie descobre que “são só fios de suéter” ,para a tristeza do Ken que volta a procurar um novo trabalho e desta vez consegue de astronauta e prossegue dando continuidade a checagem a nave espacial para a decolagem, quando começa a contagem regressiva, seu sentido Barbie

ataca novamente, então ele deixa a nave espacial correndo e o comando de voz lhe pergunta:

- *Comandante Ken o q você está fazendo?*

Ele responde correndo:

- *A Barbie precisa de mim!*

A Voz do comando especial responde:

- *Ah, de novo não!*

Quando de repente ele entra na casa da Barbie com cara de cansado e ela diz:

- *Ken! Eu já ia assistir a meu filme, preferido! Triste Romântico II.*

E ele responde:

- *É foi isso que pensei, por isso que eu vim preparado!*



Figura 15. O Ken trouxe o lanche da sessão cinema

Ela toda feliz agradece dizendo:

- *Ah! Ken, você é tão atencioso! Parece que me conhece melhor do que eu mesma.*

E ao sair da casa da Barbie o Ken fica todo triste e pensante por que não consegue um emprego, quando o Ryan chega perguntando se a Barbie está e ele, sem se tocar responde:

- *Aram!*

Então Ryan entra e começa a tocar no seu violão, aí seu sentido Barbie lhe alerta sobre sua verdadeira vocação que é ser namorado da boneca adentrando rapidamente na casa e arremessando o Ryan para fora da residência, afirmando que ser o namorado da Barbie é um ótimo emprego.

Neste episódio apresentam-se temáticas como cotidiano de namoro, moda, a procura de emprego, a masculinidade e a feminilidade entre outros. Diante do modo como essas temáticas são tratadas no desenho da Barbie, surge questionamentos sobre o modo como os telespectadores, principalmente

as crianças do sexo feminino, a quem são endereçadas tais produções, aprendem através deste mundo televisivo fantasioso e irreal.

O episódio ensina as diferentes funções de exercermos o nosso gênero, mas será que a mulher realmente, precisa ser frágil e incapaz como o desenho impõem? E o homem precisa ser o super-herói, cheio de atenção para dar? E para ele assumir definitivamente seu gênero, ele necessita de um emprego? Como ele conseguiu arrumar todos esses empregos?

O desenho nos propõe a pensar sobre os nossos papéis quanto ao gênero, nos questionando, o que é ser homem e o que é ser mulher. Quando a Barbie se demonstra frágil, ela necessita da proteção do seu namorado Ken que é denominado de sexo forte por ser homem.

A fragilidade física da mulher diante do homem é um retrato de sua delicadeza e da debilidade de sua constituição moral. A mulher é vista como sentimental, sensível, dócil, indulgente, submissa, indisposta para os trabalhos intelectuais. O homem deve ser o oposto: racional, autoritário, altivo, seco, duro a mulher é formada para sentir e o homem para pensar[...].(SOUZA ,2007 *apud* SEIXAS,1998,p.83)

Assim como o homem num precisa ser super-herói salvador da pátria, como a Barbie menciona no desenho: “Ah! Ken parece que você tem algum tipo de super-poder quando eu preciso de ajuda”. Pois as mulheres têm sim capacidade de exercer funções masculinas.

No questionamento que ressalta a obrigação de um emprego para assumir definitivamente o gênero, sabemos que na realidade não é necessário termos um trabalho para nos definirmos como homem ou mulher.

Definirmo-nos como homem ou mulher requer muito mais do que um emprego uma função, parte do princípio da educação de comportamento em fim de um conjunto de aspectos onde o emprego num tem a mínima valorização.

O desenho mostrar de forma fácil e rápida a maneira como o Ken consegue passar por diversas profissões, aonde na realidade todas as demonstradas no episódio precisa passar por provas e treinamentos. Mas e o Ken, será que fez isso? Ele poderia sair assim nome meio do expediente? Dessa forma as temáticas trabalhadas neste desenho da Barbie nos leva a diversos questionamentos quando comparados à realidade e a ficção, e principalmente, os afetos sobrepostos a tais desenhos.

Ao analisar esses desenhos, percebo que há muitas desconexões com a realidade. Uma outra produção midiática que nos ajuda a visualizar a características físicas e psicológicas da Barbie, como modelo de mulher a ser seguido, é a música *Sou a Barbie Girl*¹, na versão brasileira, composta por Gustavo Lins e Umberto Tavares e interpretada pela cantora Kelly Key. A letra explora o tema da menina contraditoriamente delicada e autoritária, representados na canção pela boneca da Mattel Barbie e seu namorado Ken. Na qual a boneca cita suas características e preferências, ao mesmo tempo mostra o tanto que é exigente quanto a um relacionamento, fazendo o seu namorado Ken concordar e acatar todos os seus pedidos, como se namora-la fosse um prêmio muito custoso. Vejamos a seguir a letra:

Sou a Barbie Girl

Oi Barbie!
Oi Ken!
Vamos dar uma volta?
Ah! Só por que você tá de carro, fala sério

Sou a Barbie girl
Se você quer ser meu namorado
Fica ligado!
Presta atenção
Na minha condição

¹ Em sua versão original foi composta por Claus Norreen e Soren Rasted integrantes da banda dinamarquesa *Aqua*, sendo considerada um dos maiores sucessos do grupo. A letra da música tem como tema central a futilidade da boneca Barbie e seu namorado Ken. Com tal letra, a banda ganhou um processo da empresa Mattel, empresa produtora da Barbie, pela utilização dos nomes dos bonecos. Tempo depois, a canção foi liberada para o uso do nome da Barbie como título.

É diferente, sou muito exigente

Anda Barbie, vamos Barbie

*Sou assim uma flor delicada demais
Minha cor preferida é o rosa
Uma loira legal e que sabe o que quer
Decidida, fatal, mas dengosa
Você pode me ganhar
É só fazer o que eu mandar*

*Anda Barbie , Vamos Barbie
Deixa eu me arrumar Ken
Anda Barbie, Vamos Barbie
Já vou , Já vou*

*Anda Barbie , Vamos Barbie
Deixa eu me arrumar Ken
Anda Barbie, Vamos Barbie
Já vou , Já vou*

*Se eu pedir uma estrela você vai buscar
O meu jeito é assim, não reclama
Quando quer bate o pé e eu vou ter que aceitar
Só assim vou saber que me ama
Você pode me ganhar é só fazer o que eu mandar
Você pode me ganhar é só fazer o que eu mandar*

*Anda Barbie , Vamos Barbie
Deixa eu me arrumar Ken
Anda Barbie, Vamos Barbie
Já vou , Já vou*

*Anda Barbie , Vamos Barbie
Deixa eu me arrumar Ken
Anda Barbie, Vamos Barbie
Já vou , Já vou*

*Você pode me esperar um pouco Ken?
Claro, por você eu faço tudo
Ah! Melhor assim*

Dessa forma aparecem questionamentos como será que as crianças em especificidade as meninas vão ter a compreensão, de que não podem ter um relacionamento assim? Que não devem ser pessoas snobes e

individualista? Observem que quando ela cita “Ah! Só por que você tá de carro, fala sério” a palavra carro possui uma expressão de poder, deixando a entender que ele pode sair com ela porque possui um carro. Em seguida podemos questionar quando na frase “Na minha condição” a que tipo de condição seria essa? Superior? Por quê? Por ser loira? Enfim, são inúmeros os questionamentos que com a música, nos trás.

Diante as análises apresentadas suponho que para nós pedagogos deva ser importante estudar e analisar os conteúdos trazidos pela pedagogia cultural, pois eles aparecem com um conteúdo diferente e atraente para a criança, no qual a leva a exercer as ações dos desenhos e acrescentando nas suas personalidades de forma despercebida por nos adultos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao iniciar esta pesquisa tive como objetivo analisar os discursos sobre sexualidade, gênero e consumismo entre outros valores presentes no desenho animado da Barbie produções exibidas na grade de programação de canais da televisão aberta.

A se trabalhar com a Barbie, noto que ela se apresenta com traços de uma pessoa mimada, consumista, egoísta e fútil, sendo esses comportamentos ensinados às crianças do sexo feminino que as idolatram e até mesmo as que simplesmente a assistem casualmente. Aquele se impõe como modelo de comportamento e beleza feminina a ser seguido.

No episódio “A Princesa do Armário” não explica como a Barbie possui essas quantidades de bens sem trabalhar, não mostrar nem um tipo de parentesco de alto poder aquisitivo para que possa ter um guarda roupa dos sonhos. Dessa forma tornasse impossível para uma criança entender a necessidade uma pessoa possuir tantas coisas, exclusivamente para o uso e cuidado com o visual, como aparece no episódio, assim como apresenta modelo de uso dos bens materiais dito como um consumo fora dos padrões convencionais, tantos objetos sem ter explicações de como surgiram já não fazem sentido.

O desenho apresenta uma relação de amizade na qual a Barbie tem as amigas como submissas suas, sempre se impondo com superior sem se quer importar com as críticas recebidas, e causando inveja nas amigas pelas quantidades de bens possuídos. Assim elas basicamente irão transmitir para as crianças que podem ser consumistas e individualistas, fazendo sempre que suas amigas sejam assim uma obedecendo à outra, e que ser amiga significar ter interesse em algo que a outra pessoa possua.

A Barbie não demonstra nenhum tipo de importância ao seu namoro e sim a sua aparência, levando em conta que ela vai ensinar as crianças de que o mundo gira em torno dela, sendo que não é bem assim sabemos que um relacionamento na realidade deve haver interação de ambos em todos os momentos para que ele possa existir.

Em “Riscos de Trabalho” o desenho ultrapassa um pouco as barreiras da fantasia embora a Barbie vista como uma doce e frágil mulher, sabemos que o ser feminino não necessita ser incapaz, pelo contrário nos últimos tempos a mulher, tem sim demonstrado, que pode desempenhar muitas atividades laborais melhor que muitos homens, logo o homem não precisa ser super-herói, nem estar disponível para dar atenção a qualquer momento. Como também sabemos que o gênero não se define pela questão de ter um emprego e sim pelos comportamentos e atitudes de uma pessoa, quanto ao fato dos trabalhos conseguidos por ele, compreendemos que, na realidade, não é assim, precisa ser selecionado, passar por treinamentos e por fim chegar ao determinado cargo.

Na canção “Sou a Barbie Girl” as crianças principalmente as meninas vão compreender que mandar é uma condição para se manter em um relacionamento; que para se medir o amor é preciso elas exigirem algo impossível, assim como demorar para se arrumar e que os namorados as esperem, só dessa maneira era irão ganha-las.

Diante das questões expostas anteriormente percebemos que, as produções da Barbie apresentam temáticas de conteúdos reais, embora sejam eles considerados voltados ao público infantil, seus conteúdos deviam ser apresentados de formas mais detalhadas ou que fosse temáticas direcionadas ao público das quais as produções se direcionam.

Dessa forma como educadores devemos conhecer melhor essa pedagogia que relata não só a Barbie como os desenhos animados em geral e trabalha basicamente na ampliação de mercado e a formação de consumidores para seus produtos. São a partir desses fatores que são definidas questões como horários, conteúdos, tempo e formato.

Ao tratar dos desenhos animados com especificação a Barbie percebe que para o pedagogo e para os pais encontramos um conjunto de elementos relatados pela pedagogia cultural, como a questão de gênero e consumismo.

O que se torna importante saber o que se trabalhar e selecionar nos desenhos assistidos pelas crianças, pois a indústria apresentada pelos desenhos é exposta de forma irresistível, atraente, sedutora e ao mesmo tempo ela mobiliza sonhos, emoções, fantasias e imaginações.

REFERÊNCIAS

ATZINGEN, Maria Cristina Von. **História do brinquedo: para as crianças e os adultos lembrarem**. São Paulo: Alegro,2001.

CAINZOS,Manuel.**O consumo como tema transversal**.In: BUSQUETS,M.D et al.Temas transversais em Educação:Bases para uma formação integral.São Paulo.Ed.Àtica.2002.

CAMARGO,Camila. História da Televisão.Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/projetor/2397-historia-da-televisao.htm>> Acessado : 05/01/13.

FELIPE, Jane. **Entre Tias e Tiazinhas: pedagogias culturais em circulação** (1997). In Silva, Luiz Heron (Org.).Século XXI: qual o conhecimento? Qual o currículo? Petrópolis: Vozes,1999.

FISCHER, Rosa Maria Bueno.**Mídia e Produção de Sentidos: a adolescência em discurso**.In: SILVA,Luiz Heron,(Org.).A Escola Cidadã no Contexto da Globalização.5.ed.Petrópolis: Vozes,2001.

FRAZÃO, Lilian Meyer; ROCHA, Sergio, Lizias. C.(Orgs). Gestalt e Gênero: configurações do masculino e feminino na contemporaneidade. São Paulo: Livro Pleno, 2005.

LAMAS,Cristiane Giglio.**Desenho Animado:Entretenimento,Ideologia e Comunicação de Massa**.Sorocaba –São Paulo, 2012.

LETRA da música **Sou a Barbie Girl**. Disponível em: <http://letras.mus.br/kelly-key/1609762/> Acessado em: 27/01/14.

Manual da nova classificação indicativa / organização José Eduardo Romão, Guilherme Canela, Anderson Alarcon. — Brasília: Ministério da Justiça. Secretaria Nacional de Justiça. Departamento de Justiça, Classificação, Títulos e Qualificação, 2006.

MACHADO,Arlindo.**Televisão levada a sério**.4ª ed.- São Paulo: Editora Senac.2005.

NUNES,Luciana Borre.As imagens que invadem as salas de aula:reflexões sobre cultura visual.Aparecida,SP:Ideias & Letras,2010.

SARTORI,Giovanni.Homo Videns:televisão e pós-pensamentos.Bauru: EDUSC,2001.(Coleção Verbum).

SAMPAIO,Inês Vitorino.**Televisão,publicidade e infância**.São Paulo: Annablume;Fortaleza:Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará,2000.

SABAT,Ruth.Gênero e Sexualidade para Consumo nos desenhos da Disney.In:Louro,Guaciara Lopes(Org.)Corpo,Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação.Petrópolis:Vozes,2003.

SEVERINO, Antônio Joaquim, 1941 – Metodologia do Trabalho Científico. 23. Ed. rev. E atual. – São Paulo: Cortez, 2007.

SOUZA, Ana Carmita Bezerra de. O currículo cultural da série Malhação: Desvelando aspectos pedagógicos endereçados á juventude. 2007

SOUTO, Maria Cecília Perez. Homem/Mulher-Masculino/Feminino. In: FRAZÃO, Lilian Meyer; ROCHA, Sergio, Lizias. C.(Orgs). Gestalt e Gênero: configurações do masculino e feminino na contemporaneidade. São Paulo: Livro Pleno, 2005.



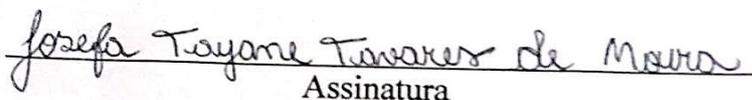
TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO DIGITAL NA BIBLIOTECA “JOSÉ ALBANO DE MACEDO”

Identificação do Tipo de Documento

- () Tese
- () Dissertação
- (X) Monografia
- () Artigo

Eu, JOSEFA TAYANE TAVARES DE MOURA, autorizo com base na Lei Federal nº 9.610 de 19 de Fevereiro de 1998 e na Lei nº 10.973 de 02 de dezembro de 2004, a biblioteca da Universidade Federal do Piauí a divulgar, gratuitamente, sem ressarcimento de direitos autorais, o texto integral da publicação , A PEDAGOGIA CULTURAL DO MUNDO COR DE ROSA DA BARBIE de minha autoria, em formato PDF, para fins de leitura e/ou impressão, pela internet a título de divulgação da produção científica gerada pela Universidade.

Picos-PI 01 de, novembro ,de 2018.


Assinatura