

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.

APRENDENDO A SER MENINA COM A BONECA *MONSTER HIGH*: UMA ANÁLISE SOBRE GÊNERO, CONSUMO E A CONSTRUÇÃO DAS INFÂNCIAS CONTEMPORÂNEAS

**ESLABÃO, Aline de Freitas
OLIVEIRA, Juliana Silveira
ESPERANÇA, Joice Araújo
linih_freitas@msn.com**

**Evento: Congresso de Iniciação Científica
Área do conhecimento: Ciências Humanas/Educação**

Palavras-chave: Gênero, Consumo, Infâncias

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa parte do entendimento de que os brinquedos constituem-se como artefatos culturais que ensinam às crianças modos de ser e viver na sociedade, participando da construção de suas condutas e identidades. Portanto, ao mesmo tempo em que as crianças manipulam os brinquedos, apreendem significados e valores socialmente legitimados (BROUGÈRE, 1995), como por exemplo, o que é próprio para cada gênero.

Partindo desses pressupostos, este trabalho tem como objetivo investigar a rede de consumo acionada pelas bonecas *Monster High*, analisando as dimensões material e simbólica desses artefatos lúdicos e as noções de feminilidade que colocam em circulação na sociedade atual.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com BAUMAN (2008) a sociedade atual configura-se como uma sociedade de consumidores, isto é, uma sociedade que reforça e encoraja um estilo de vida baseado no consumo e que rejeita qualquer outra opção que se diferencie desse modelo. Segundo os preceitos da cultura do consumo, qualquer sujeito que não se engaje nesse estilo de vida é facilmente descartado e colocado para fora do jogo, incluindo as crianças, que aprendem desde muito cedo que ostentar certos objetos e praticar determinados estilos de vida são as condições básicas para ser feliz (BAUMAN, 2008).

Nesse sentido, as crianças passam a atentar para o fato de que mais que o próprio ato de brincar, a aquisição de brinquedos passa a ter centralidade no contexto atual. Segundo Brougère (1995), a infância é um período de apropriação de significados e representações e os brinquedos são uma das fontes que criam condições para isso. Dessa maneira, ao brincar as crianças operam com significados que são construídos a partir de uma determinada cultura e sociedade que privilegia algumas coisas e não outras.

Sendo assim, os brinquedos podem ser considerados artefatos culturais (SILVA, 1999) de suma importância, pois estão implicados na produção de identidades e subjetividades. Eles ensinam formas de ser e estar na sociedade e, também, formas de ser homem e mulher, de agir e lidar com os corpos, forjando as identidades e subjetividades das crianças.

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.

3 MATERIAIS E MÉTODOS (ou PROCEDIMENTO METODOLÓGICO)

A pesquisa configura-se como um estudo qualitativo e foi realizada em duas etapas. Na primeira delas, buscou-se identificar a rede de consumo acionada pela marca *Monster High*; na segunda etapa foram analisadas falas e práticas de consumo compartilhadas por meninas, na faixa etária entre cinco e seis anos de idade, de uma turma de Educação Infantil de uma escola da rede pública do município de Rio Grande/RS.

4 RESULTADOS e DISCUSSÃO

Ao analisar a rede de consumo acionada pela marca *Monster High* constatou-se que os artefatos culturais educam as crianças e constituem suas identidades de gênero juntamente a outras práticas e formas de consumo material e simbólico que operam na sociedade contemporânea. Ademais, esta pesquisa também evidencia que as inscrições e marcas corporais presentes nas bonecas engendram desejos de consumo e participam da produção dos corpos infantis femininos, transformando as experiências das crianças e as concepções de infância.

No contexto da pesquisa também foi possível observar que mesmo que as crianças não tivessem condições financeiras para consumir os objetos, elas compartilhavam as informações veiculadas pelas mídias e pela publicidade acerca desses produtos. Portanto, fica evidente que desde a mais tenra idade as crianças são ensinadas a desejar, parecer-se fisicamente com essas bonecas, que se instituem para elas como modelos de beleza, dentre tantos outros que são legitimados pela nossa cultura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do processo de análise foi possível constatar que a rede de consumo vinculada à marca *Monster High* oferece conteúdos simbólicos que ensinam determinados modos de ser menina e viver a feminilidade, interpelando as garotas a intervirem sobre seus corpos e a consumirem mercadorias materiais que dão visibilidade aos atos de compra no contexto da escola.

Por fim, cabe ressaltar que as crianças também constituem suas identidades e subjetividades nas interações com diversas experiências e contextos de aprendizagem, sobretudo, pelos artefatos culturais, que ensinam modos de ser criança e viver a infância em uma sociedade orientada pelos preceitos de uma cultura ordenada pelo consumo.

REFERÊNCIAS

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria.** Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BROUGÈRE, Gilles. **Brinquedo e cultura.** São Paulo, Cortez, 1995.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **Documentos de identidade: uma introdução às teorias do currículo.** Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

13ª Mostra da Produção Universitária

Rio Grande/RS, Brasil, 14 a 17 de outubro de 2014.