

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE EDUCAÇÃO
CURSO DE PEDAGOGIA – LICENCIATURA**

Annelise Ribeiro

**“QUE LINDA, PARECE GENTE GRANDE!”:
Construção de um ideal de feminilidade na infância**

**Porto Alegre
2º Semestre / 2014**

Annelise Ribeiro

**“QUE LINDA, PARECE GENTE GRANDE!”:
Construção de um ideal de feminilidade na infância**

**Trabalho de Conclusão apresentado à
Comissão de Graduação do Curso de
Pedagogia da Faculdade de Educação da
Universidade Federal do Rio Grande do Sul,
como requisito parcial para a obtenção do
título de Licenciatura em Pedagogia.**

**Orientadora: Prof.^a Dr.^a Jane Felipe de
Souza**

**Porto Alegre
2º Semestre / 2014**

*Dedico este trabalho a minha filha, que ainda
não nasceu, mas já é minha vida.*

AGRADECIMENTOS

À Deus, que está sempre iluminando e guiando meu caminho;

À minha filha, Lorena, meu amor maior e minha grande inspiração para seguir sempre em frente;

Ao meu marido, Luiz, que além de meu grande amor, meu companheiro, pai da minha filha, é o principal responsável por esse sonho estar se realizando;

À minha mãe, Ana, mulher que sempre lutou para que eu tivesse uma boa educação e que além de acreditar que eu chegaria onde quisesse, me ensinou a crer nisso também. Sem seu apoio, esse momento não estaria acontecendo;

À minha irmã e melhor amiga, Josianne, que foi um dos meus sonhos realizados e que constantemente preocupou-se com este trabalho;

À minha avó, Diva, mulher muito batalhadora e exemplo de que para vencer é preciso persistir;

À UFRGS, local de muitas possibilidades e aprendizagens;

À minha orientadora, Jane, grande incentivadora deste trabalho que se mostrou muito compreensiva e disposta a ajudar, sempre com um ensinamento precioso;

Aos meus professores, em especial as professoras Carmen Machado e Maria Cristina Bortolini (Pitty), grandes mestres que ensinaram lições para muito além da sala de aula;

As minhas amigas e colegas, em especial a Nathalia e Caroline, que durante a caminhada de quatro anos, me ensinaram muito ao dividir suas manhãs comigo.

*Nada sei dessa vida
Vivo sem saber
Nunca soube, nada saberei
Sigo sem saber...*

*Que lugar me pertence
Que eu possa abandonar
Que lugar me contém
Que possa me parar...*

*Sou errada, sou errante
Sempre na estrada
Sempre distante
Vou errando
Enquanto tempo me deixar*

*Nada sei desse mar
Nado sem saber
De seus peixes, suas perdas
De seu não respirar...*

*Nesse mar, os segundos
Insistem em naufragar
Esse mar me seduz
Mas é só prá me afogar*

*Sou errada, sou errante
Sempre na estrada
Sempre distante
Vou errando
Enquanto o tempo me deixar
Errando
Enquanto o tempo me deixar*

*Vou errando
Enquanto o tempo
Me deixar passar*

(Paula Toller e George Israel)

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo compreender de que forma as roupas femininas infantis contribuem para a construção de um ideal de feminilidade e como isso se dá. Meu interesse pelo tema surgiu quando engravidei de uma menina. Após divulgar a notícia em uma rede social, amigos passaram a me “marcar” em fotos de algumas lojas virtuais de roupas infantis femininas. As imagens das meninas (bebês) posando para as fotos de divulgação das vestimentas, mostrava trajes bastante sensuais e erotizados, muito semelhante às roupas de mulheres adultas. Baseando-me na perspectiva teórica dos Estudos Culturais, dos Estudos de Gênero e dos Estudos de Cultura Visual, este trabalho tem como conceitos centrais: infâncias, consumo, cibercultura, embelezamento e pedofilização como prática social contemporânea. Recorro a autoras como Guacira Louro (1997), Jane Felipe (2003, 2013), Dinah Beck (2012), Bianca Guizzo (2011), Denise Sant’Anna (2000), Neil Postman (1999), Edvaldo Couto (2012), Susana Cunha (2005). A partir das imagens de algumas fotos publicadas por duas lojas virtuais na rede social Facebook, que ofertavam seus produtos, analisei como essas imagens, a saber: as roupas (tecidos, cortes, cores, adereços, etc.), bem como as poses das meninas (corpo, rosto, olhares, etc.) podem produzir representações e criar expectativas acerca da feminilidade desde a mais tenra infância das meninas. Diante de minhas análises, constato que a aquisição e o uso dessas roupas, em meninas tão pequenas, estabelece uma relação entre uma representação do que significa ser mulher nessa sociedade de consumo e uma exposição dos corpos aprovada pelos responsáveis dessas crianças. Pode-se perceber claramente que, no que diz respeito ao vestuário infantil, as fronteiras entre ser criança e ser adulto estão desaparecendo cada vez mais cedo; e que o investimento desde a infância, na aparência, reforça um idealismo feminino bastante crítico na construção das identidades de gênero dessas crianças.

PALAVRAS CHAVE: infâncias, pedofilização, consumo.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – A indumentária infantil no período renascentista	13
Imagem 2 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor e Tal mãe, tal filha, respectivamente	17
Imagem 3 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor	20
Imagem 4 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor	22
Imagem 5 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Loja Tal Mãe, tal filha ...	23
Imagem 6 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor	24
Imagem 7 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor	27
Imagem 8 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor	28
Imagem 9 – Foto de ensaio sensual da atriz Sthéfani Britto para revista VIP	29

SUMÁRIO

É MENINA	09
1 A HISTÓRIA DO VESTUÁRIO INFANTIL	12
2 REDES SOCIAIS E CONSUMO	16
3 ADULTIZAÇÃO DA INFÂNCIA, BORRAMENTO DE FRONTEIRAS	19
4 INFÂNCIA, CONSUMO E MODA	22
5 PEDOFILIZAÇÃO COMO PRÁTICA SOCIAL CONTEMPORÂNEA	26
6 CONSIDERAÇÕES EM PROCESSO	30
REFERÊNCIAS	33
ANEXOS	36

É MENINA!

“A declaração “É uma menina!” ou “É um menino!” também começa uma espécie de “viagem”, ou melhor, instala um processo que, supostamente, deve seguir um determinado rumo ou direção. A afirmativa, mais do que uma descrição pode ser compreendida como uma definição ou decisão sobre um corpo.” (LOURO, 2004, p.15).

As questões relacionadas a gênero e sexualidade, ligadas a infância, eram totalmente desconhecidas pra mim até iniciar o curso de Pedagogia nesta universidade. Inicialmente, me pareceram assuntos muito distantes do cotidiano, até que cheguei à terceira etapa do curso e, concluindo a disciplina de *Educação, Saúde e Corpo* passei a me interessar sobre o assunto lendo alguns artigos a respeito, mas não dando aprofundamento aos estudos devido as demais demandas do curso. Ao longo dos semestres, sempre que assuntos relacionados ao corpo infantil, a sexualidade e as relações de gênero apareciam nas aulas, meu encanto ficava ainda maior, principalmente, por desconstruírem muitas das opiniões as quais eu pensava e defendia, trazendo outra visão sobre esses aspectos.

Em março deste ano, 2014, passei pelo momento de maior susto e maior felicidade ao mesmo tempo. Descobri que estava grávida e que seria uma menina! Em meio ao estágio obrigatório e justamente no ano em que teria que escrever esse trabalho, resolvi aceitar o desafio que a vida me impôs.

Sendo uma adepta das redes sociais, pois acredito que é uma forma de mantermos contato com pessoas queridas, mesmo sem vê-las constantemente, divulguei a notícia da minha gravidez, de uma menina, no Facebook. Desde então, passei a ser marcada, isto é, as pessoas começaram a escrever meu nome, em diversas publicações de lojas de roupas infantis femininas e aí surgiu a ideia de escrever esse trabalho. Em tais publicações, apareciam fotos de bebês meninas, posando com roupas ditas infantis, porém extremamente erotizadas. Transparências, ombros de fora, saltos altos, bolsas com alças de corrente, costas nuas, entre outras coisas, são as que as pessoas mais me marcavam, fazendo comentários do tipo: “*Olha que lindo, Annelise Ribeiro*” ou então “*Imagina a Lorena com esse “modelito”, Annelise Ribeiro*”.

Outro aspecto que chama muito a atenção nessas imagens são os tecidos usados para a fabricação dessas roupas: cetim, tafetá ou uma malha bem apertada,

tecidos duros e pouco confortáveis para crianças tão pequenas. Além disso, as roupas e acessórios possuem fechos, tiras, cintos, botões, apliques grandes, etc. As cores são bem diversificadas, mas ficam em torno do preto, branco, dourado, prata. Já as estampas giram em torno de zebras, onças e outras imitações de peles de animais.

As poses das fotos também se destacam. As crianças, desde bem pequenas, posando com expressões faciais e corporais bastante sensualizadas, o que me causou certo estranhamento devido a pouca idade delas.

Quando essas marcações passaram a ser constantes, me interessei em ler os comentários das demais pessoas que acessam essa rede social, a respeito das imagens. Nas mais diversas publicações, os comentários são, geralmente, enaltecendo as roupas e os acessórios. Mães, madrinhas, pais, amigos, dentre outros, achando que não há nada de errado com essas roupas, tampouco com o jeito e os trejeitos das meninas das fotos ou com os tecidos. Em alguns comentários até aparece a questão da adultização das roupas, mas de forma positiva, como no comentário: *“Que linda, parece gente grande.”*

Diante dessas questões, que passaram a ser bem frequentes em meu Facebook, juntamente com meu interesse por questões relacionadas à sexualidade infantil, acredito que meu Trabalho de Conclusão de Curso não poderia tratar de outro tema. Para Bujes (2002, p.14),

[...] a pesquisa nasce sempre de uma preocupação com alguma questão, ela provém, quase sempre, de uma insatisfação com respostas que já temos, com explicações das quais passamos a duvidar, com desconfortos mais ou menos profundos em relação a crenças que, em algum momento, julgamos inabaláveis. Ela se constitui na inquietação.”

Meu interesse é compreender de que forma as roupas femininas infantis contribuem para a construção de um ideal de feminilidade e como isso se dá.

Para tanto, parto do princípio de que a infância é construída culturalmente e, portanto, é preciso compreender essa fase da vida a partir das expectativas sociais e culturais que se estabelecem sobre ela. Trata-se de uma fase de extrema importância, cheia de descobertas e inquietações, cabendo aos adultos respeitarem tal processo de desenvolvimento, sem necessidade de apressar ou “queimar” etapas ou ainda transformar as crianças em miniadultos. Acredito que as crianças, quando surge a vontade de se parecerem com os adultos, o que é perfeitamente aceitável, recorrem a melhor das brincadeiras, o faz de conta. Usam sapatos, roupas,

maquiagens dos adultos que as cercam, brincam e depois voltam a ser crianças. Para concluir esse trabalho, analisarei as imagens de duas lojas virtuais, que tem seus produtos divulgados também no Facebook.

Os referenciais teóricos que embasaram minhas análises foram os Estudos Culturais, os Estudos de Gênero e os Estudos da Cultura Visual. Ao longo dessa pesquisa, usei os conceitos de infâncias, consumo, cibercultura, embelezamento, pedofilização como prática social contemporânea, borramento de fronteiras, adultização, entre outros, baseando-me nas abordagens de Guacira Louro (1997), Jane Felipe (2013), Dinah Beck (2012), Bianca Guizzo (2011), Denise Sant'Anna (2000), Neil Postman (1999), Susana Cunha (2005), dentre outros. Também discuti, ainda que brevemente, as questões relacionadas a tecnologias e redes sociais utilizando Edvaldo Couto (2012).

Este trabalho foi dividido da seguinte forma: na introdução, que ganhou o título de “É menina”, expliquei as motivações para essa pesquisa, bem como a maneira como ela se deu. No primeiro capítulo fiz um breve histórico do vestuário infantil, dando ênfase para as informações mais relevantes, nomeando o capítulo de “A história do vestuário infantil”. Na sequência, o segundo capítulo, “Redes sociais e consumo”, elenquei algumas questões relacionadas à rede social utilizada para realizar essa pesquisa, bem como as novas relações entre os sujeitos e o consumo utilizando as novas tecnologias. No terceiro capítulo expus as categorias de análise, a saber: *“Adultização da infância, borramento de fronteiras”* tratando de questões como as fronteiras entre ser adulto e ser criança e o fato de, na atualidade, estarem vestindo as crianças com roupas inspiradas nas roupas de adultos. A segunda categoria de análise, *“Infância, consumo e moda”* abordou questões relacionadas a esses três eixos, enfatizando que a moda, muitas vezes está acima de coisas importantes, como o conforto por exemplo, em especial nessa faixa etária. A última categoria de análise, *“Pedofilização como prática social contemporânea”*, traz o conceito desenvolvido por Felipe (2003; 2013), como questão central a ser tratada, onde analiso as imagens a partir da erotização dos corpos infantis, aprovada por seus responsáveis. O último capítulo, “Considerações em processo”, traz uma série de perguntas, que após concluir esse trabalho, permanecem me inquietando, além das considerações que esse estudo me possibilitou, apoiadas nos referenciais teóricos escolhidos.

1 A HISTÓRIA DO VESTUÁRIO INFANTIL

Os estudos sobre infância, principalmente os de Ariés (1981), que tratam basicamente da história social da infância, da criança e da família, nos mostram que preocupações com o cuidado e o amparo dos pequenos são invenções da Modernidade. Antigamente, as crianças eram vistas como adultos em miniatura.

De acordo com Beck (2012), não havia nenhuma preocupação com a importância social das crianças e essas eram vistas como seres desprovidos de consciência e razão. Nenhuma preocupação era reservada às crianças, nem mesmo voltada para a saúde. Ao completarem sete anos, já eram vistas com capacidade de fazer tudo que os adultos faziam.

Após a Revolução Industrial, com o desenvolvimento do Capitalismo, juntamente com o fortalecimento da família nuclear burguesa, isto é, pai, mãe e filhos, é que se iniciou o movimento de invenção/descoberta da infância. As crianças passaram a ser vistas como seres que precisavam de cuidados especiais, de proteção. Frágeis e inocentes. Passou então a se ter cuidado com a privacidade e a intimidade, com os assuntos discutidos na frente das crianças, entre outras coisas, permitindo, assim, um reconhecimento dessa infância, enquanto membro social.

Logicamente, esse processo se deu de forma lenta, durante um longo período, e foi aperfeiçoando-se, principalmente com o progresso da Medicina, nas questões relacionadas a cuidados e saúde. No Brasil, por exemplo, uma lei mais efetiva só foi criada em 1990, o Estatuto da Criança e do Adolescente, para defender os direitos da criança.

Muitas são as infâncias que conhecemos e essa diversidade nos tipos de infância se dá devido a grande desigualdade social e cultural que percebemos na contemporaneidade. Conforme afirma Trevisan (2007, p.42), “não é então possível continuar a falar-se de infância, mas de infâncias, assumindo-se que ela varia de cultura para cultura, de sociedade e mesmo de grupos aparentemente “uniformes”.”, ou seja, cada criança carrega sua própria bagagem cultural. Essa desigualdade tem relação direta com o modo como as crianças são vestidas, produzidas e percebidas.

Bujes (2000, p.09) ressalta que a infância que conhecemos, não é um elemento natural, ela é fruto de um processo de construção social, o qual está conectado as possibilidades marcadas por cada momento histórico. Ela ainda

observa que uma nova relação de poder entre crianças e adultos está sendo estabelecida, fazendo com que a infância se torne um “objeto de constatação, regulação e controle, pela via dos discursos que se enunciam sobre ela”.

Kern, Schemes e Araújo (2010), afirmam que, na Idade Média, época em que as crianças não tinham assistência, os bebês até três anos vestiam batas e vestidos compridos, sem diferenciação entre os sexos. Entre três e seis anos, de acordo com a vontade da mãe e a pressão do pai, as crianças transformavam-se em mini-adultos, usando trajes semelhantes aos dos adultos, sendo as meninas, vestidos e os meninos, camisas e calções, conforme imagem abaixo:



Imagem 1 – A indumentária infantil no período renascentista. Fonte: Cosgrave (2005)

A partir do século XVIII as roupas infantis começaram a sofrer pequenas mudanças. Inicialmente, tivemos o aparecimento do traje de marinheiro, que foi, por um tempo, o traje padrão infantil, iniciando-se, assim, a diferenciação entre o vestuário infantil e o vestuário adulto, bem como entre as roupas infantis femininas e as roupas infantis masculinas, já que as meninas usavam saias, fazendo nascer um estilo próprio para as crianças. Secundariamente, ao longo do século XIX, a moda infantil feminina passou a investir em vestimentas mais românticas, como os babados, já ditando uma conduta específica que as meninas deveriam ter; já a moda

infantil masculina investiu em calções para meninos até sete anos e calças até os joelhos para os acima de sete anos.

No início do século XX, as roupas das crianças ficaram mais unissex com a introdução de algumas peças, tais como jardineiras e macacões, em detrimento dos vestidos e batas dos bebês. Também começou a preocupação em vestir as crianças com roupas confortáveis, visando à liberdade que elas precisariam ter para se desenvolver, brincar, etc. Depois disso, a moda infantil ficou um pouco “estagnada” até o término da Primeira Guerra Mundial, quando as roupas passaram a ser mais leves, menos elaboradas e rebuscadas. No Brasil, com a crise econômica de 1929, a moda passou por transformações significativas. Os tecidos mudaram, tornando o vestuário mais barato, inclusive para os infantis. Além disso, os cortes passaram a ser mais comportados, sérios.

Paris, a famosa capital francesa, já ditava a moda nessa época, no entanto, as ideias que vinham de lá eram adaptadas à situação financeira do país e ao clima quente. Também em Paris, conforme estudos de Kern, Schemes e Araújo (2010), surgiu a primeira estilista de roupas infantis, Jeanne Lanvin, que teve inspiração em sua filha, criando vestidos e roupas especialmente para ela.

Em meados dos anos 30 e 40, o “uniforme” infantil feminino era o vestido cortado em “A”, o laço grande no cabelo e o sapato estilo boneca. Foi nessa época que a vestimenta infantil começou a sofrer várias transformações. Nos anos 50, a televisão começou a chegar aos lares, era época de cadilacs e o presidente Juscelino Kubitschek tinha ideias bastante liberais para a época. Algumas estrelas do cinema americano não queriam mais ser vistas como mulheres “românticas” e sim como mulheres sedutoras e Marilyn Monroe tornou-se símbolo sexual. Os vestidos infantis das meninas passaram a ter a cintura bem marcada.

Percebemos a partir daqui uma tendência que permanece, em que a moda está extremamente ligada aos movimentos do país e do mundo. Nos anos 60, por exemplo, tivemos a ditadura, o movimento hippie, a popularização da televisão, o movimento feminista, a invasão do rock, a criação da mini-saia, entre outras coisas. A moda infantil não sofreu grandes alterações, no entanto, algo bastante significativo é que as meninas passaram a usar shorts também, assumindo um visual mais unissex, de acordo com Kern, Schemes e Araújo (2010), provavelmente influenciadas pela busca de igualdade das minorias. As calças jeans também começaram a aparecer, bem timidamente, para as crianças.

Até aqui, os pequenos ainda não eram vistos como consumidores, portanto, o investimento na indumentária infantil ainda era fraco. A partir dos anos 70, a indústria do vestuário infantil passou a preocupar-se de uma vez por todas com o conforto. Os trajes pesados e complicados desapareceram, dando espaço a liberdade de movimentos, aos tecidos leves. Por um tempo, permaneceram sendo pensados para as crianças. Mais recentemente, a tendência de criar roupas infantis confortáveis, mas inspiradas/copiadas nas/das roupas dos adultos tem se fortificado e essa vem a ser uma das abordagens deste trabalho, pois se trata de um movimento que precisa ser entendido e questionado porque remete a uma erotização infantil. Como aponta Louro (2000, p.15):

“Através de muitos processos, de cuidados físicos, exercício, roupas, aromas, adornos, inscrevemos nos corpos marcas de identidade e conseqüentemente de diferenciação. Treinamos nossos sentidos para perceber e decodificar essas marcas e aprendemos a classificar os sujeitos pelas formas como eles se apresentam corporalmente, pelos comportamentos e gestos que empregam e pelas várias formas com que se expressam.”

Isto é, que tipo de marcas de identidade e de diferenciação os bebês que usam vestimentas semelhantes às de mulheres adultas estarão aprendendo a cerca de si e do outro? Que tipo de classificação eles farão dos sujeitos que os cercam, quando começarem a ter tal comportamento? E mais especificamente, que ideia sobre “ser mulher” estamos passando e instituindo nas novas gerações?

Conforme nos diz Stuart Hall (2006), a identidade do sujeito está em constante transformação, pois não é fixa ou permanente, a partir das inúmeras circunstâncias sociais e culturais. Contudo, a construção da identidade do sujeito sofre intervenções constantes do meio e o que me intriga e me preocupa é exatamente isso: que tipo de ideia estamos passando para as meninas, em relação ao seu corpo, sua imagem e seu comportamento ao proporcionar roupas tão sensuais quanto as de uma mulher adulta?

2 REDES SOCIAIS E CONSUMO

De acordo com recente pesquisa realizada pela empresa americana ComScore, atualmente a rede social Facebook, que tem sua marca avaliada em duzentos bilhões de dólares, possui um bilhão e trezentos milhões de usuários. Oitenta e nove milhões destes, são brasileiros. Isto significa que oito em cada dez brasileiros possui uma conta ativa no Facebook. Ainda conforme esse mesmo estudo, em média, a população mundial permanece quatrocentos e cinco minutos por mês examinando as suas redes sociais. Números expressivos, que demonstram a popularidade desse meio de comunicação.

Nas questões que se referem à publicidade, o Facebook atinge a marca de um milhão e quinhentos mil anunciantes ativos, isto é, marcas que fazem divulgação através desta rede social como propaganda paga. E ainda é possível criar páginas em nome de pessoas jurídicas, sem custo, a fim de divulgar empreendimentos e negócios. E esse é o modo como conheci as lojas “Lojinha do Taylor” e “Tal mãe, tal filha”, as quais venho acompanhando suas publicações nos últimos cinco meses. A partir do momento que se “curte” alguma página no Facebook, automaticamente, passa-se a receber as atualizações feitas.

Ambas as lojas possuem páginas de divulgação de seus produtos nessa rede social. Funciona como uma propaganda. Caso a pessoa opte por comprar algum produto divulgado via imagens, basta clicar na foto que ela será direcionada para o site da loja, para, então, concluir a compra escolhendo forma de pagamento, tamanhos, cores e informando endereço para entrega via correio.

A *Lojinha do Taylor*, comercializa roupas infantis inspiradas em roupas de adultos e tem mais de um milhão e duzentas curtidas. Isto significa dizer que todas as pessoas usuárias do Facebook, que curtiram a página recebem suas publicações. A referida empresa informa que em sua loja “pode-se encontrar produtos importados, bem diferentes, fora do comum, para seu bebê”.

Já a *Tal mãe, tal filha*, que tem seu foco em ofertar roupas iguais para a mãe e para a filha e que tem quase vinte e duas mil pessoas curtindo sua página, em suas informações diz que essa loja “nasceu da vontade de mostrar ao mundo o amor, a união e a harmonia que há entre mãe e filha por meio de “roupas coordenadas” que atendam as necessidades cotidianas”.



Imagem 2 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor e Tal mãe, tal filha, respectivamente. Fonte: Facebook (2014)

Couto (2012, p.04) define rede social como “uma estrutura social que envolve indivíduos que partilham dos mesmos interesses”. Qual seria, então, o interesse que mais de um bilhão de pessoas partilham? Muito se tem dito o quanto vivemos hoje numa sociedade do espetáculo e as redes sociais potencialmente disponibilizam tal possibilidade de exibicionismo, pois nelas, além das narrativas de si temos as imagens que podemos postar e manipular. Além disso, outra questão que grande parte das pessoas tem em comum é a prática de consumo, e a rede social tornou-se uma aliada dessa cultura.

Vivemos numa era em que se atribui grande valor ao consumo e, as transformações ocorridas nos âmbitos sociais e culturais têm incentivado ainda mais essas práticas, principalmente com o avanço das novas tecnologias. Muitos são os artefatos de consumo disponíveis. Nos mais diversos segmentos é possível encontrar algo que satisfaça nossas vontades e necessidades e essa relação não tem cara, nem corpo, não tem classe social, nem idade. Todos estão expostos a essa máquina, e com as crianças não seria diferente.

A partir da década de cinquenta, as crianças passaram a ser vistas como consumidoras em potencial. Inicialmente com produtos como brinquedos, por exemplo. Mais tarde, por volta dos anos 70, e mais fortemente nos anos 80, com a

proliferação dos programas voltados para o público infantil, o vestuário e os produtos relacionados à estética infantil invadiram o mercado e passaram a ser ofertados em profusão, estimulando assim o consumo (CUNHA, 2010).

Nas redes sociais esse consumo ganhou mais incentivo ainda. As empresas enxergaram no Facebook uma oportunidade, com custo quase zero, de divulgar seus negócios para um público que se mostra cada vez mais consumista e conectado ao mesmo tempo. E esse mercado está em constante crescimento, possivelmente porque ele possibilita transações rápidas, na maioria das vezes com cartão de crédito, parceladas, sem sair de casa, sem enfrentar filas, com possibilidade de troca de mercadoria e com um apoio bastante convincente dos direitos do consumidor, afinal, já temos leis para esse tipo de compra também.

Outro aspecto importante a ser considerado é que na internet os consumidores não tem uma “cara”, isto é, a classe social das pessoas, bem como, seu poder aquisitivo, não tem muito relevância. Basta ter um cartão de crédito, efetuar a compra e aguardar a entrega via correio.

O consumo sempre existiu, no entanto, atualmente, de acordo com Beck (2012, p.115) ele: “relewa-se como algo muito mais intenso do que a simples aquisição de bens, produtos e serviços, estando relacionado ao comportamento das pessoas e, daí, seu caráter de heterogeneidade”. Contudo, o consumismo excessivo em que estamos inseridos hoje, contribui de forma questionável para as transformações das identidades dos sujeitos.

3 ADULTIZAÇÃO DA INFÂNCIA, BORRAMENTO DE FRONTEIRAS

Na sociedade contemporânea, as crianças já nascem imersas na era de culto ao corpo e na sociedade do consumo. A relação entre essas duas esferas tem afetado profundamente a forma como as crianças estão sendo educadas e percebidas. A ascensão da Internet e de novas tecnologias tem envolvimento direto nessas novas práticas.

Para Sant'Anna (2000, p.56)

“A sociedade de consumo demanda que todos comuniquem imagens de marcas. [...] O corpo, em particular, não cessa de ser coagido a funcionar como processador comunicacional ambulante. Ele sempre funcionou como uma mídia, mas, em nossos dias, essa condição parece ter merecido um destaque inusitado. Como se somente agora, plugado às novas tecnologias, ele exercesse plenamente essa função.”

A mídia, juntamente com as novas tecnologias, tem grande participação nos padrões de beleza que acreditamos ser o ideal, já que ela, constantemente, vende como perfeito um determinado modelo de feminilidade. As mulheres precisam ser boas mulheres, boas amantes, boas donas de casa, boas profissionais, boas mães, boas filhas, entre outras funções. A televisão, principalmente, dita modelos de corpo, de comportamento, etc., aos quais as meninas são apresentadas muito precocemente e crescem acreditando na garantia de sucesso desses modelos.

Atrelando esses modelos, ao consumo desenfreado que percebemos hoje e a importância excessiva com a aparência, a Internet tornou-se um meio bastante lucrativo para explorar tal cenário, e as crianças são mais um grupo inserido nesse contexto, já que cada vez mais cedo elas estão expostas a essas práticas.

Produtos como os que as lojas virtuais pesquisadas nesse trabalho ofertam, nos mostram que há um desejo dos pais ou responsáveis que suas crianças sejam aceitas nessa sociedade mediante sua aparência e estejam inseridas num padrão aceitável de beleza, já que quem faz a compra das roupas são os adultos, na maioria das vezes para seus filhos. Meu questionamento gira em torno de questões como: essa adultização, desde a mais tenra idade, não terá consequências na construção da identidade de gênero dessas meninas? Porque as crianças precisam estar vestidas como adultas para serem aceitas e admiradas? Possivelmente, porque estar na moda é fundamental para as famílias dessas crianças, mas também

porque o fato da criança estar na moda, mostra que sua mãe e/ou responsável, segue os padrões ditados pela sociedade.

Abaixo podemos analisar alguns dos trajes vendidos pelas lojas virtuais as quais pesquisei.



Imagem 3 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor. Fonte: Facebook (2014)

As imagens nos mostram crianças parecendo adultos pequenos. Que necessidade tem, uma criança dessa idade, de usar um relógio ou uma bolsa? Será

que uma saia longa ou uma calça boca de sino são trajes apropriados para uma criança correr e brincar?

Outra questão curiosa para se pensar é que nessas imagens, fica parecendo que vestidas nessas roupas, as crianças assumem uma postura diferente, uma postura mais adulta. Cunha (2010, 136) explica tal comportamento:

“[...] os diferentes artefatos criam modos de agir, eles não são inocentes objetos/utensílios, eles direcionam condutas, sejam para comprarmos alimentos, seja para vestirmos as crianças, seja para formularmos nossas concepções sobre as infâncias.”

A adultização da infância é um fenômeno do nosso tempo, que está baseado num processo social e cultural. Meu objetivo aqui não é demonizar essa prática, nem os responsáveis das crianças que as vestem de tal forma, mas sim, levantar algumas questões para problematizarmos junto a pais, professores e crianças, promovendo assim um debate sobre esse assunto, que me parece de extrema relevância.

A fronteira entre ser criança e ser adulto está desaparecendo e essa linha está cada vez mais tênue. Todos querem ser ou permanecer jovens. Para Felipe e Prestes (2012, p.08):

“Também é importante analisar o quanto, nas últimas décadas, tem acontecido um borramento de fronteiras [...] em relação às faixas etárias – infância, juventude e idade adulta. Com as tecnologias que incrementam também o campo da estética e do embelezamento, temos presenciado uma supervalorização da juventude, estado almejado tanto por crianças quanto por adultos.”

Vestir e produzir uma criança como adulto é privá-la de vivenciar situações fundamentais para o seu desenvolvimento, como a liberdade de correr, saltar, pular. Para isso é preciso que ela use roupas que possam facilitar tais movimentos. Do mesmo modo, erotizar precocemente as crianças é dar-lhe armas que ela não saberá usar, até porque, quando bem pequenas, elas não têm noção do sentido erótico que essas roupas carregam. Da mesma forma, pulando “fases”, provavelmente, a criança não amadurecerá psiquicamente o suficiente para lidar com as transformações que virão até alcançar a fase adulta.

4 INFÂNCIA, CONSUMO E MODA

A frase “A moda é estar na moda!”, utilizada como slogan de uma loja de departamentos, parece que retrata bem a condição em que essa sociedade encontra-se no momento. Vivemos a ditadura do corpo perfeito e para a busca desse modelo é necessário consumir, consumir e consumir os mais variados artefatos, na maioria das vezes, divulgados pelas mídias atuais. Somos bombardeados/as, a cada dia, para estarmos dentro de um padrão, isto é, estarmos na moda.

De acordo com alguns dicionários, a definição da palavra moda vem do francês “mode” que significa costume ou modo, maneira de viver. Talvez venha daí a grande importância que essa pequena palavra vem adquirindo.

Na sociedade atual, o simples fato de consumir já coloca os sujeitos dentro do que é tido como moda. Guizzo (2011, p.60) afirma que “desfrutar e utilizar o que foi comprado, portanto, muitas vezes têm menos importância do que o ato de comprar propriamente dito”. Esse comportamento, quando é prática dos adultos, obviamente reflete nas crianças, fazendo-as acreditar que comprar tem uma importância bastante relevante para vida.



Imagem 4 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor. Fonte: Facebook (2014)

Nas imagens acima, podemos ver que as crianças estão vestidas dentro de um determinado padrão de moda. O uso de tecidos estampados com motivos de animais, como onça, por exemplo, demonstra isso, bem como as blusas, sendo uma com os ombros de fora e a outra de um tecido que, além de colado no corpo, é brilhoso. Os óculos escuros, estilo Ray-Ban também dizem bastante sobre o fato de os responsáveis vestirem as meninas dentro de um padrão de moda e consumo.

Consumimos aquilo que nos representa e esse consumo diz muito sobre nossa cultura. Conforme aponta Guizzo (2011, p.61) “[...] através da aquisição de certas mercadorias, tanto adultos quanto crianças, estão procurando adquirir uma série de outras significações [...]”. Essas aquisições remetem a constante mutação de suas identidades. No caso das crianças, as roupas usadas por elas, diz muito sobre seus responsáveis. As representações daquilo que os adultos acreditam ser o ideal está sendo repassada para seus filhos, através daquilo que disponibilizam e adquirem para as crianças.



Imagem 5 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Loja Tal Mãe, tal filha. Fonte: Facebook (2014)

A imagem acima mostra uma moda que está ganhando força no mercado infantil. Mães e filhas se vestem com roupas iguais. A pergunta que fica é qual o sentido disso? Sabemos que cada sujeito é único, na riqueza de suas particularidades, que mesmo as crianças já são munidas de características próprias que as torna diferentes dos demais e que a construção desse pensamento é de suma importância para o desenvolvimento dela no meio social. No entanto, vestindo a criança dentro dessa moda, reiteramos a lógica de que as meninas devem se parecer com suas mães, tendo os mesmos gostos.

É interessante observar o quanto muitas mães se doham a essa lógica e ditadura da moda e do consumo, estimulando essa performance de miniadultas em relação às meninas.

Outra questão é que uma das mais divertidas brincadeiras das crianças da minha época era vestir-se com as roupas dos pais e fazer de conta que era adulto, no entanto, essa é mais uma brincadeira que não terá nenhum sentido para essas meninas, já que desde bebês elas se vestem como adultos, pulando a melhor das fases da vida. A infância está sendo ressignificada em meio ao consumo e a moda.



Imagem 6 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor. Fonte: Facebook (2014)

Contudo, o que as imagens deixam claro, é que o fato das crianças estarem vestidas com roupas inspiradas nas de adultos diz muito mais sobre os responsáveis delas do que delas mesmas. Quem veste sua filha com uma roupa no estilo das fotos acima, está priorizando uma determinada concepção de moda em detrimento do conforto da criança, que precisa de liberdade de movimentos. Desta forma, estimula-se desde cedo as crianças para que se conformem com os ditames da moda e do consumo exacerbado.

5 PEDOFILIZAÇÃO COMO PRÁTICA SOCIAL CONTEMPORÂNEA

A ascensão do novo mundo virtual tem permitido um acesso muito grande as mais diversas informações. As possibilidades, com o uso da internet, são inesgotáveis e a curiosidade dos usuários da rede é cada vez mais instigada. Quanto mais se conhece, mais se quer conhecer, principalmente no campo da sexualidade. Essa curiosidade vem incentivando novas formas de experimentação do desejo afetivo-sexual. De acordo com Felipe e Prestes (2012), as crianças, em especial as meninas, têm sido colocadas como possibilidade de experimentação do desejo sexual adulto, bem como tem sido estimuladas a produzirem seus corpos, de acordo com os ditames culturais de embelezamento.

Diante dessa realidade, o que me causa estranhamento é o fato de essas meninas serem vistas como produtos, não só com a autorização de seus responsáveis, mas com uma aprovação acompanhada de um sentimento de realização e deslumbramento. Ao que parece, não é suficiente vestir a criança como se ela fosse um adulto; ela também precisa se comportar como tal. Felipe e Prestes (2012, p.08) apontam que:

“[...] ao mesmo tempo em que se criam leis para proteção à infância e adolescência contra a os maus tratos, a negligência, o abandono, a violência/abuso sexual, a exploração sexual comercial e a pedofilia, por outro lado, essa mesma sociedade legitima determinadas práticas sociais, seja através da mídia – publicidade, novela, programas humorísticos -, seja por intermédio de músicas, filmes, etc., em que os corpos infanto-juvenis são acionados de forma extremamente sedutora, corpos desejáveis que se misturam, em suas expressões gestos, roupas e falas, modos de ser e de se comportar bastante erotizados.”

Trata-se aqui de uma prática bastante atual, conceituada por Felipe (2006), nomeada de Pedofilização como Prática Social Contemporânea. Passamos, então, a aceitar o corpo infantil como produto, mas, ao mesmo tempo queremos punição para aqueles que fazem uso desse produto. Aceitar que as crianças sejam colocadas no papel de desejáveis também é uma forma de pedofilia. Criticamos tanto os pedófilos, julgando seu comportamento inaceitável, no entanto, legitimamos essas práticas, ao colaborar com elas, usando nossas crianças como objetos de desejo.

As imagens aqui analisadas retratam bem essas questões. O intuito das fotos divulgadas nas páginas das lojas Lojinha do Taylor e Tal mãe, tal filha, no Facebook,

é a venda das roupas que as modelos-bebês estão usando. No entanto, atentemos para as poses, as expressões faciais e as roupas.



Imagem 7 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor. Fonte: Facebook (2014)

Podemos observar, nas imagens acima, que a expressão do rosto e a pose das meninas traz um misto de ingenuidade e sedução. Na primeira foto, a menina tem os trejeitos de modelos adultas. O olhar penetrante, sem sorrisos, o rosto virado levemente para o lado. É possível observar que a menina tem roupas, sapatos, expressões e poses de adulta, mas segura uma bolsa de bichinho e usa uma tiara com um laço, lembrando a questão da infância. Felipe (2003) mostra o quanto elementos do mundo infantil são utilizados para incrementar algumas fantasias sexuais, especialmente direcionadas ao masculino, ao mesmo tempo “preservando” um ar inocente, infantil, angelical.

Já na segunda imagem, a menina aparece com roupas com estampas de onça e o preto está bem presente nesse modelo. O sapato também é semelhante ao modelo adulto chamado “skyners”, um tênis com um salto acoplado. Quanto à pose e a expressão, novamente vemos a seriedade, o olhar penetrante e até desafiador, as pernas levemente abertas, uma delas um pouco dobrada e as mãos na cintura. Mais uma vez, o conjunto de expressões, poses e vestuário, marca uma promoção da imagem da menina e não apenas da roupa. É como se o vestuário ditasse também o comportamento.



Imagem 8 – Fotos de divulgação de produtos à venda na Lojinha do Taylor. Fonte: Facebook (2014)

Acima, mais duas imagens que as páginas do Facebook ofertaram. Recebi ambas como promoção para o Dia da Criança. Os comentários nas fotos são todos positivos, achando tudo muito “normal” e bonito. No entanto, de modo sutil, podemos pensar que tais imagens carregam um apelo erótico, apesar de se tratar de bebês. Novamente, aparecem elementos associando o infantil com o angelical, com asas de anjos, tiaras de cabelo e o uso abusivo da cor rosa. Uma pesquisa de 2011, do Kenyon College, nos Estados Unidos, concluiu que se uma roupa infantil sensual possui algum elemento considerado infantil, fica mais fácil de ser comercializada. O fato das roupas estarem na cor rosa é considerado pelos responsáveis das crianças, um elemento infantil.

Apesar da presença desse elemento considerado na nossa cultura como afeito ao mundo infantil feminino, as imagens não são inocentes. A pose das meninas, sendo as duas mostradas de costas, com a perna levemente dobrada ou segurando num degrau da escada, a meia que imita as meias usadas com cinta-liga, são alguns aspectos que mexem com o imaginário, principalmente o masculino, remetendo a imagens que misturam a menininha e a mulher, a ingenuidade e a sedução. O mesmo movimento acontece também ao contrário, isto é, mulheres (modelos, atrizes, etc.) posando para ensaios sensuais de revistas, utilizando artefatos do mundo infantil. Abaixo, uma imagem da atriz Sthéfani Britto, fotografada

para a revista VIP. Nesse ensaio, são usados desde pirulitos até calcinhas de babados, muito utilizadas na infância, conforme a foto abaixo. A semelhança com a imagem da menina acima é inegável.



Imagem 9 – Foto de ensaio sensual da atriz Sthéfani Britto para revista VIP. Fonte: Google Imagens (2014)

Felipe (2006, p.221) afirma que:

“Ao disponibilizarmos determinadas imagens das menininhas não estamos construindo apenas um modo de representá-las direcionadas somente para os homens, mas também para as próprias meninas e adolescentes, que vão sendo subjetivadas por essas pedagogias da sexualidade.”

Contudo, minha inquietação gira em torno das representações de feminilidades que estamos construindo, tanto para as meninas que usam tais roupas, quanto para os meninos que apreciam tais imagens. Para as meninas, estamos dizendo que elas precisam: se comportar de determinada forma, usar certas roupas, serem capazes de seduzir e ter um belo corpo para serem aceitas, desejadas e valorizadas. E todas essas representações do que é ser mulher na nossa sociedade estão sendo legitimadas de forma cada vez mais contundente, atingindo também a infância.

6 CONSIDERAÇÕES EM PROCESSO

Produzir essa pesquisa foi uma tarefa trabalhosa, mas de muito prazer. Estudar e pesquisar sobre um assunto que temos interesse é muito mais enriquecedor do que a obrigação de fazê-lo. Minha inesperada gravidez me levou a traçar esse caminho e agora, concluindo esse trabalho, com minha filha recém nascida nos braços, acredito mesmo que não poderia ser outro tema. Concluo esse trabalho, acreditando que não é possível obter uma resposta conclusiva para minha pesquisa. Minha contribuição para com esse estudo será o de deixar alguns pontos centrais, aos quais convido todos os/as leitores/as a pensar e refletir sobre a infância que estamos criando.

Felipe (2003, p.18) nos diz que o conceito de gênero “surgiu na década de 80 do século XX para se contrapor à ideia de uma “essência” ou de uma “natureza” intrínseca aos sujeitos, capaz de determinar seus comportamentos.” Quando falamos em gênero estamos, então, falando basicamente sobre as expectativas que a sociedade tem para com os sujeitos, em relação ao fato de ser mulher ou ser homem e que essa expectativa tem relação direta com o meio em que se esta inserido.

Pode-se afirmar então que gênero é uma construção social, histórica e cultural que está sempre em processo. Portanto, o investimento desde a infância, na aparência, baseando-a no consumo excessivo, reforça uma representação e um ideal de feminilidade e de tantas outras coisas, e essas questões têm implicações diretas na construção das identidades de gênero dessas crianças, já que esta se baseia, também, no meio social.

Todo esse estímulo excessivo e precoce à vaidade feminina acaba, portanto, criando uma geração que tem medido o valor das pessoas somente pela aparência, já que ela cresce acreditando em modelos ideais. O grande problema nisso é que esse ideal de perfeição raramente é alcançado e isso poderá trazer problemas para lidar e aceitar o próprio corpo, por exemplo, quando essas meninas perceberem as primeiras modificações corporais próprias de cada fase da vida. Se ela crescer acreditando que precisa ser de uma única forma, poderá ser um alvo fácil de doenças como bulimia, anorexia, depressão, etc.

No caso específico deste trabalho, quanto às roupas infantis femininas, acredito que os responsáveis das crianças têm grande participação nesse processo de adultização já que são eles que adquirem e disponibilizam os produtos para o consumo dos pequenos, mesmo tendo o “poder” de negar, mas a indústria que cria tais artefatos também deve ser culpabilizada. Apesar de ser uma tendência do nosso tempo, o excesso e o exagero sempre terão consequências negativas.

Outro aspecto a ser retratado aqui, por se tratar de algo atual e que, ao que parece, vai permanecer como uma forte tendência das próximas gerações é que as fronteiras entre ser criança e ser adulto estão desaparecendo cada vez mais cedo. Há uma espécie de culto à juventude. Todos querem ser jovens: crianças, adultos e velhos utilizam estratégias para alcançarem tal objetivo. Essa crença de que a juventude é a melhor idade acaba por fazer com que tanto crianças, como adultos percam fases importantes de sua vida, na busca incessante por algo idealizado. Para as crianças, quando as colocamos nesse meio adulto tiramos delas a oportunidade de crescer de forma devagar, aproveitando cada fase do seu processo de desenvolvimento de forma sadia. Além disso, acredito que estamos passando uma mensagem ao ingressá-la nesse mundo adulto tão precocemente, isto é, será que não estamos querendo dizer que o corpo não é o que deveria ser? Que precisa ser mascarado, maquiado, falsificado, para ser aceito?

E uma última consideração que faço referente a essa pesquisa, é que existe uma profunda relação entre uma representação do que significa ser mulher nessa sociedade de consumo e uma exposição dos corpos aprovada pelos responsáveis dessas crianças. O fato de termos acesso a imagens de crianças expostas de forma tão sensual e erotizada significa que houve uma autorização de seus responsáveis e essa aprovação que permite divulgar fotos sensuais dessas meninas tão pequenas, algumas até bebês, está diretamente relacionada com a representação do que essas famílias acreditam ser mulher na sociedade consumista em que estamos inseridos.

Muitas são as questões a serem analisadas e discutidas partindo dessas imagens, no entanto, a questão da pedofilização me parece fundamental, já que quando colocamos as meninas como objetos de sedução, podemos estar construindo ou incentivando um olhar pedófilo sobre elas, além de uma representação distorcida do que é feminilidade, para os homens. Colocamos a

mulher no patamar apenas sexual, usando inclusive as crianças, neste caso, as meninas.

A ideia de infância ligada à pureza e inocência foi revista pelos estudos de Freud (1905), quando ele mostrou que as crianças possuem uma erótica infantil. Explorar a sexualidade é algo normal e positivo, mas o que assistimos hoje é uma descoberta forçada através de artefatos como roupas, sapatos, maquiagens, lingerie, etc., o que é extremamente diferente do autoconhecimento que ocorre conforme vão surgindo as inquietações.

Partindo da ideia de que nosso corpo é mensageiro e que de acordo com Couto (2012) “É também pelo corpo que as pessoas se expressam nas redes sociais”, questiono-me se colocando as meninas nessa posição sensual e erótica, disponibilizando essas fotos em redes sociais e sites de compras e aprovando essas práticas, não estamos deixando-as cada vez mais vulneráveis, já que a violência é uma constante nos dias de hoje?

Enfim, muitas são as perguntas que ficam, permitindo uma continuação e um aprofundamento desse estudo inicial. Afirmando apenas que o limite do que é sensual, erótico ou pornográfico também vem sofrendo alguns borramentos de fronteiras significativos, variando de acordo com a cultura e o tempo histórico no qual estamos inseridos. E que a cultura de cada família está diretamente relacionada ao meio social em que estão imersos, de modo que as nossas subjetividades são construídas e ressignificadas constantemente. Uma última pergunta se faz necessária: quais as expectativas que estamos construindo para as crianças, em especial para as meninas?

REFERÊNCIAS

- ARIÈS, P. O sentimento da Infância. In: História social da criança e da família. 2ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1981, p.29- 164.
- BECK, Dinah Quesada. Com que roupa eu vou? embelezamento e consumo na composição dos uniformes escolares infantis. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012.
- BUJES, Maria Isabel E. Infância e maquinarias. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- BUJES, Maria Isabel Edelweiss. Descaminhos. In: COSTA, Marisa Vorraber (org.). Caminhos investigativos II. Outros modos de pensar e fazer pesquisa em educação. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- BUJES, M. I. E. Que infância é esta? In Anais 23ª Reunião Anual da ANPED, Caxambu, MG, 2000.
- COUTO, Edvaldo Souza. Experiências práticas sobre o uso das redes sociais no contexto educacional. In: InovaEduca3.0. São Paulo, SP, 2012. Disponível em: <http://www.inovaeduca.com.br/images/2012/Arquivos/apresentacao_edvaldo_couto_ie3.pdf>. Acesso em 10 nov. 2014.
- CUNHA, Susana Rangel Vieira. Educação e Cultura Visual: uma trama entre imagens e infância. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.
- CUNHA, Susana Rangel Vieira da. Cultura Visual e Infância. In: Pedagogia da Arte: entre lugares da criação. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.
- CUNHA, Susana Rangel Vieira da. As infâncias na trama da cultura visual. In: MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene (org.). Cultura Visual e Infância: quando as imagens invadem a escola. Santa Maria: Ed. Da UFSM, 2010. pp. 131-161
- GOELLNER, Silvana V.; LOURO, Guacira; FELIPE, Jane (orgs.). *Corpo, gênero e sexualidade*: um debate contemporâneo na educação. Petrópolis: Vozes, 2003..
- GUIZZO, Bianca Salazar. “Aquele negrão me chamou de leitão!”: representações e práticas corporais de embelezamento na Educação Infantil. Tese (Doutorado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- FELIPE, Jane. Entre tias e tiazinhas: Pedagogias culturais em circulação. In Luiz Heron Silva (org.). Século XXI: qual conhecimento? Qual currículo? Petrópolis: Vozes, 1999.

FELIPE, Jane; PRESTES, Liliane Madruga. Erotização dos corpos infantis, pedofilia e pedofilização na contemporaneidade. In: IX ANPED SUL. Seminário de Pesquisa em Educação na Região Sul, 2012.

FELIPE, J. e GUIZZO, B. S. Entre batons, esmaltes e fantasias. In: MEYER, D. e SOARES, Rosângela. (orgs.) Corpo, Gênero e Sexualidade. Porto Alegre, Mediação, 2004;

FELIPE, Jane e GUIZZO, Bianca Salazar. Discutindo a “pedofilização” da sociedade e o consumo dos corpos infantis. Anais do XIV Congresso de Leitura do Brasil. Campinas, Editora da Unicamp, 2003

FELIPE, Jane. Afinal, quem é mesmo pedófilo? Cadernos Pagu (26), Núcleo de Estudos de Gênero – Pagu/UNICAMP, 2006, pp. 201-223.

FELIPE, Jane. Erotização dos corpos infantis. In: LOURO, Guacira L.; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana V. (orgs). Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação. RJ: Vozes, 2003.

FELIPE, Jane. “Cachorras”, “tigrões” e outros bichos: problematizando gênero e sexualidade no contexto escolar. Revista Fazendo Escola, vol. 2, Secretaria de Educação de Alvorada/RS, 2003, pp.26-30.

FREUD, Sigmund. Três ensaios sobre a teoria da sexualidade. Rio de Janeiro, Imago, vol. 7, Obras Completas, 1905.

HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Trad. Tomaz T. da Silva; Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro. DP&A, 2006. 102 p.

KERN, Mônica Tonding; SCHEMES, Claudia; ARAUJO, Denise C. A moda infantil no século XX: representações imagéticas na Revista do Globo (1929-1967). Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=305526881010>>. Acesso em 29 out. 2014.

LOURO, Guacira Lopes (org.). Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista. Vozes: 1997.

LOURO, Guacira Lopes. Pedagogias da sexualidade. In: _____. (Org.). O corpo educado: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2000.

LOURO, Guacira Lopes. Um corpo estranho – ensaios sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

NORMATIZAÇÃO DO TCC. Porto Alegre: UFRGS / FACED, Comissão de Graduação (COMGRAD/EDU), Curso de Licenciatura em Pedagogia, 2007.

POSTMAN, N. O desaparecimento da infância. Rio de Janeiro: Graphia, 1999.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. Descobrir o corpo: uma história sem fim. IN: *Educação e realidade*. V. 25 nº 2 . Produção do corpo. Julho/dezembro. Porto Alegre: FAGED/UFRGS, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu da. *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis: Vozes, 2007.

TREVISAN, Gabriela de Pina. A construção social de sentimentos na interação de pares. In: DORNELLES, Leni Vieira (org.). *Produzindo pedagogias interculturais na infância*. Petrópolis: Vozes, 2007. p. 41-68.

ANEXOS

ANEXO A – Mais imagens de divulgação das páginas no Facebook das duas lojas virtuais analisadas





