



CONSTRUÇÃO DE FEMINILIDADES NAS INFÂNCIAS: CONSUMO DE IMAGENS E “PRINCESAS” PRODUZINDO GÊNERO

Alice Carolina Almeida de Souza

Universidade Federal de Pernambuco

RESUMO: Este artigo tem por objetivo compreender de que forma as “princesas” dos desenhos animados, concebendo-os enquanto meios de produção e vinculação de cultura visual, têm sido responsáveis por instituir, fortalecer ou desconstruir algumas concepções do feminino. Visando esse objetivo, foram analisadas e interpretadas algumas das mais famosas princesas da *Walt Disney* e uma da *Dreamworks*, juntamente com suas histórias. Foi investigada a consolidação dessas personagens (e dos padrões que estabeleceram/estabelecem) no repertório imagético infantil, traçando relações com o consumo de suas imagens e com as identidades que constroem. A metodologia utilizada foi pesquisa bibliográfica de autores que dialogam com o tema e a pesquisa-ação, resultando em alguns exemplos de produções infantis que refletem alguns destes elementos investigados. Este artigo está relacionado ao meu trabalho de conclusão de curso, em andamento, para Licenciatura em Artes Visuais, cujo tema também trata dos construtos de gênero nas infâncias.

Palavras-chave: Cultura Visual. Gênero. Infâncias.

INTRODUÇÃO

Nós moldamos as imagens ou são as imagens que nos moldam? É inegável, dada a atual formatação da sociedade, que as imagens não são somente parte integrante de nossas vidas, mas constituem, em grande porção, o que somos e como vemos o mundo ao nosso redor. Desta forma, podemos dizer que as imagens que nos cercam são potenciais fomentadoras das concepções sociais que construímos desde a infância, entre elas, as identidades de gênero.

Se, atualmente, “as imagens nos bombardeiam” (HERNANDEZ, 2007, p. 28), podemos concluir que isso se dá, em parte, graças à explosão das mídias de informação, comunicação e entretenimento de hoje, baseadas predominantemente em imagens.

Quando pensadas dentro da sociedade de consumo, as imagens instigam e promovem o mercado das ofertas de produtos a partir do momento em que estimulam o público consumidor a adquirir. Elas nos dizem o que, como e por que comprar, e nós, o público, consumimos e descartamos constantemente as (e através das) imagens de várias maneiras diferentes. Nesta perspectiva, ao voltamos nosso olhar à(s) criança(s), não é equivocado apreender que “a infância contemporânea – e a idade adulta – está inexoravelmente vinculada à cultura de consumo (BUCKINGHAM, p. 239). Elas podem apreciar as imagens em programas e canais de tv (alguns destinados especificamente a elas), podem vestir as imagens de seus personagens favoritos estampados nas roupas e podem,



enfim, se alimentar dessas imagens quando escolhem comer um *McLanche Feliz* por causa da figura que vem de brinde.

Essa relação com o consumo está fortemente imbricada a um sentimento de afeição que as crianças desenvolvem com as representações visuais de seus ícones preferidos. Esse sentimento se edifica sobre a satisfação que a cultura visual é capaz de propiciar (HERNÁNDEZ, 2007, p. 69), mas não só por isso, “um mundo onde o que vemos tem muita influência na nossa capacidade de opinião é mais capaz de despertar a subjetividade e possibilitar inferências de conhecimento do que o que ouvimos ou lemos” (HERNÁNDEZ, 2007, p. 28). Dessa maneira, o divertimento e o prazer que as mídias de entretenimento baseadas em imagens proporcionam são apenas um reflexo de uma identificação muito mais intrínseca. As crianças projetam para sua realidade as ideias e os conceitos contidos no universo imagético que acompanham, tornando-os, assim, agentes na formação de sua identidade e nas formas como constroem gênero.

É visando esse público infantil, que consome para satisfazer um sentimento de afetividade, que empresas de comunicação e entretenimento como a Walt Disney produzem incontáveis artefatos visuais. Esses artefatos, junto a outros, são responsáveis por produzir conceitos, fomentar versões de

realidade e criarem uma necessidade de consumo através do vínculo afetivo que estabelecem entre as crianças e suas personagens.

Muitas mídias compõem o universo visual infantil (os programas de tv, os filmes, os jogos de videogame, as imagens publicitárias, os logotipos de marcas infantis), mas percebo que os desenhos animados exercem um papel de destaque neste processo que envolve a apreciação, a satisfação, a projeção de realidade e o consumo. Desse modo, esse trabalho se propõe a fazer uma breve investigação sobre como alguns desenhos animados de “princesas” exercem influência na construção social do feminino,

Era uma vez, há muito tempo...

Para começo de conversa, é preciso esclarecer que, muito embora o momento atual seja caracterizado pela vinculação de visualidades em massa e em grande velocidade, não é de hoje que as mídias destinadas às crianças difundem e estabelecem construções sociais. Aliás, muito antes de existirem meios de se produzir e reproduzir desenhos animados, a literatura infantil já era responsável por criar e difundir cultura, entretenimento e informação direcionada ao público infantil. Cunha (2014, p.132) esclarece que os primeiros registros de



narrativas direcionadas a este público datam do século XVII, como reflexo de uma mais clara delimitação entre a infância e a vida adulta, na cultura ocidental. Datam deste século as versões mais famosas de contos como Cinderela, que quase quatrocentos anos depois veio a se tornar uma das princesas da Disney.

Quando a literatura infantil passou a ser acompanhada de imagens, já no início do século XIX, os conceitos, padrões e lições de moral que eram pedagogicamente ensinados através dos textos, ganharam formas, cores, rostos, semblantes. A inserção das imagens potencializou o interesse e a satisfação da criança em relação às narrativas escritas, contemplando novas perspectivas contextuais, novas possibilidades de interpretação e de se perceber subliminaridades. É deste momento, quando imagens, aliadas às narrativas textuais fantásticas, passaram a ser produzidas com a intenção de instituir ou legitimar conceitos (inerentes a uma determinada classe social privilegiada) nas crianças, que podemos perceber os primeiros vislumbres do que, com o passar do tempo, se configuraria numa relação de construção de identidades infantis. Com o surgimento do cinema e, assim, dos filmes de animação feitos para um público infantil, essa relação alcançou novos ares.

Walt Disney¹ (1901 – 1966) foi o principal responsável por dar vida e movimento às histórias infantis com o cinema. Buscou nas fábulas antigas sua inspiração e, entre adaptações e alterações, manteve em algumas de suas obras mais rentáveis dois elementos comuns a muitas delas: as princesas e príncipes encantados. Que conceitos esses elementos ajudaram a edificar nas meninas ao longo do tempo? Como se refletem nelas hoje?

São poucas personagens, não somente dos filmes de animação, mas do cinema como um todo, que conseguem perpetuar-se no imaginário popular e preencher espaços significativos do universo visual das crianças tantas décadas depois de sua criação. Crianças que nem mesmo vivenciaram a geração para a qual uma determinada personagem foi construída, mas que, mesmo assim, as mantém vivas em seu repertório imagético², são a prova de que várias ideias que foram edificadas muitos anos no passado permanecem a exercer influência nos dias de hoje. Há de se reconhecer o mérito deste feito, pois, como nos diz Breder (2013):

¹ Walt Disney foi, entre outras coisas, um produtor e diretor de cinema, co-fundador da empresa que leva seu nome, *Walt Disney Company*.

² Durante experiências realizadas em salas de aula, tive a oportunidade de observar que personagens de desenhos animados antigos, como Cinderela e A Bela Adormecida, eram ícones frequentes nos materiais escolares e na vestimenta das meninas.



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

Os clássicos de animação dos estúdios Walt Disney encontraram uma fórmula infalível para alcançar o sucesso de público: combinam o encantamento da técnica com histórias cativantes. Não é à toa que são lembrados por crianças e adultos há mais de 70 anos. (p. 20)

No tocante à primeira princesa de Walt Disney – que foi também a protagonista de seu primeiro longa-metragem de animação – Branca de Neve (*Branca de Neve e os Sete Anões*, 1937), já são 79 anos ocupando espaço cativo na imaginação e nas preferências de meninas de todo o mundo. Podemos constatar isso ao observar os inúmeros produtos infantis que trazem o rosto da personagem estampado, como materiais escolares, roupas, sapatos, bonecas, fantasias... Branca de Neve (personagem e filme) foi uma das responsáveis por estabelecer algumas bases de um padrão feminino que perduraria por muitos anos depois de sua primeira aparição. A heroína é uma adolescente branca, magra, de bochechas e lábios rosados e cabelos cujo penteado seguia um modelo em alta nos Estados Unidos das décadas de 1930 e 1940 (muito embora a história se passe na Alemanha do século XIX). Podemos dizer, assim, que a Branca de Neve foi construída visando um modelo de beleza feminina

referente à época em que estrelou os cinemas – mas que permanece dentro de um padrão estético atual graças a persistência de definições de beleza fundamentadas sobre o favorecimento da pele branca e do tipo físico magro.

Ela é uma princesa, vive em um castelo. Porém, a rainha, sua madrasta, por ter inveja de sua beleza, a faz vestir-se e trabalhar como criada. A madrasta de Branca de Neve também é descrita como uma mulher bela, porém é, possivelmente, uma mulher de meia-idade. Torna-se perceptível, pois, que beleza e feiura se estabelecem associadas a alguns fatores determinantes, definidos por um conjunto de padrões estéticos (que se estendem ao corpo, ao comportamento e à idade), o uso de determinados tipos de roupas e o pertencimento (ou a associação de pertencimento) a classes sociais específicas.

O martírio da heroína através dos serviços domésticos impostos por uma madrasta se repete, junto com outros aspectos, em *Cinderela* (1950), desenho animado no qual a personagem-título, cuja descrição física é semelhante a primeira, também sofre nas mãos de uma mulher malvada de meia-idade. Sua vida se transforma quando a Fada Madrinha, uma mulher de aparência idosa e comportamento maternal, lhe presenteia com um belo vestido para que ela possa ir a um baile, onde conhece e se apaixona à primeira

www.generoesexualidade.com.br

(83) 3322.3222

contato@generoesexualidade.com.br



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

vista pelo príncipe. O mesmo modelo de fada madrinha é utilizado para dar vida às três boas fadas da princesa Aurora (*A Bela Adormecida*, 1959). Elas são as responsáveis por dotar a princesinha, no dia de seu nascimento, com beleza (pele branca, cabelos loiros, olhos azuis, lábios rubros, graça, docilidade e uma voz de soprano) e de protegê-la de uma maldição lançada por Malévola, uma feiticeira má cuja descrição também equivale a de uma mulher mais velha do que a protagonista.

Estas princesas compartilham de muitas similitudes nas maneiras como se apresentam sua personalidade e suas histórias. As protagonistas são retratadas como adolescentes (adequadas a padrões pré-estabelecidos de beleza) que sofrem nas mãos de vilãs mais velhas. É possível, nos três casos, apreender concepções de beleza feminina diretamente relacionadas a elementos que vão além da aparência física. Podem ser percebidos, por exemplo, em aspectos do comportamento (pureza, doçura, suavidade) e por um antagonismo persistente “entre jovens heroínas inocentes e vilãs impuras e de meia-idade” (TAVIN; ANDERSON, 2010), que criam uma relação direta da juventude com a virtude e a beleza.

Temos, assim, através destas personagens e suas histórias, reflexos bastante claros da mulher e do feminino para a

sociedade em que foram concebidas, enquanto filmes de animação. São personagens construídas através de relações estabelecidas entre suas idades, suas personalidades e suas aparências físicas.

Em adição, nas três histórias, o “felizes para sempre” das protagonistas também compartilha de três fatores essenciais ao seu acontecimento: o alcance – ou a retomada – de uma posição social privilegiada, o príncipe encantado e o casamento. Os príncipes, por sinal, também se adequam a padrões masculinos que ajudaram a consolidar a maneira como as meninas enxergavam (e enxergam) o sexo oposto e os relacionamentos amorosos. Eles são belos (no que se refere ao mesmo modelo estético aplicado às personagens femininas), heroicos, corajosos e é graças a eles que tudo termina bem.

Estes exemplos foram trazidos ao cinema pela Disney num espaço de 22 anos (entre 1937 e 1959), sendo responsáveis, assim, por fortalecer um imaginário sobre o feminino que se consolidou por gerações. Houve, porém, um intervalo de 30 anos até que a Disney apresentasse outra princesa. Em 1989 (23 anos após a morte de seu criador), começamos a perceber alguns indícios de que algo estava para mudar no mundo delas. Essas mudanças foram impulsionadas em grande parte pelos movimentos feministas e pelo



espaço alcançado pelas mulheres nestas décadas de hiato, afinal, “em um mundo passando por tais mudanças, a princesa clássica não atrairia mais público” (BREDER, 2013, p. 35).

Ariel (*A Pequena Sereia*, 1989) foi a primeira princesa de uma geração que Breder (2013) classifica como “princesas rebeldes”. Estas princesas, concebidas ao longo dos anos 1990, foram responsáveis por desafiar alguns paradigmas (mesmo que reforcem outros) construídos pela própria Disney no passado. Ainda que encaixadas num padrão estético semelhante ao das “princesas clássicas” (BREDER, 2013), essas garotas começam a trazer ares de transgressão e independência que deixariam suas ancestrais de cabelo em pé.

Elas vêm para *fazer perguntas e ouvir respostas*³, demonstram querer *mais que a vida do interior*⁴ e têm curiosidade de saber *lá na curva o que é que vem*⁵. São “princesas” (o título de nobreza, tanto feminino quanto masculino, já não se refere mais somente a uma posição social) que desafiam ordens paternas, gostam de ler, se vestem de homem para ir à guerra e até lutam melhor do que eles. Os “príncipes” podem ainda estar

³ Trecho da canção “Parte do Seu Mundo”, de *A Pequena Sereia*, 1989.

⁴ Trecho da canção “*Bonjour*”, de *A Bela e a Fera*, 1991.

⁵ Trecho da canção “*Lá na Curva o que é que vem*”, de *Pocahontas*, 1996.

presentes, mas as canções e discursos das “princesas” já não refletem a espera passiva pelo homem dos sonhos que virá e mudará suas vidas. Elas vão em busca de seus príncipes encantados, superam obstáculos, lutam pelo que mais querem (apesar de ainda ser um homem), demonstram coragem e nem sempre precisam ser salvas. Ainda que percebamos a persistência de certos padrões femininos e um protagonismo relativamente subordinado ao patriarcado e aos heróis (TAVIN; ANDERSON, 2010), essas heroínas originam uma nova visão, entre tantas outras, do papel da mulher. Foi também uma geração que abriu algum espaço para a diversidade, trazendo as primeiras princesas da Ásia, do Oriente Médio e de origem indígena, ainda que sob fortes estereótipos étnico-raciais.

A mudança desses paradigmas foi muito bem aceita pelo público (e pela crítica) dos anos 1990. Foi uma década de grande impulsão para a Disney, e uma grande parcela desse sucesso se deve às princesas. Não é à toa que só entre 1989 e 2000, cinco princesas foram apresentadas ao público. Estimulados pelo sucesso, a empresa também passou a apostar nos produtos direcionados ao público infantil feminino. Foi nos anos 1990 que as princesas da Disney se tornaram uma marca⁶ impressa em coleções exclusivas de fitas de

⁶ O título *Disney Princess* (Disney Princesa, no Brasil) foi utilizado pela primeira vez em 1996, mas só foi oficializado como marca em 2001.



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

vídeo, bonecas e revistas – todas direcionadas às meninas – convertendo-as, assim, em ícones visuais. Agora, além de poder ver e apreciar suas personagens favoritas no cinema e na televisão, as meninas de todo o mundo também podiam tê-las em casa para brincar com elas, assisti-las sempre que tivessem vontade e vesti-las – ou vestirem-se delas – através de linhas de roupas e fantasias oficiais.

Não preciso dizer que essa expansão vem trazendo um aumento significativo no faturamento da Disney⁷, mas muito além disso, incentivou a explosão de todo um mercado de consumo voltado especificamente às crianças. Essa recepção positiva reaproximou as meninas do universo das princesas, inclusive das mais antigas. Tal reaproximação perdura até os dias de hoje, refletindo-se, entre outras coisas, em forma de consumo de imagens. Quando em sala de aula, pude observar e constatar a extensão deste fenômeno na contemporaneidade, através dos cadernos, mochilas, estojos e outros materiais decorados com motivos das princesas da Disney que eram trazidos pelas alunas para a escola.

Essa circunstância da atualidade é fruto da evolução das “princesas” em ícones,

⁷ Desde 2001, ano de seu lançamento oficial, a linha Disney Princesa já rendeu cerca de 3,4 bilhões de dólares em vendas. O valor não contabiliza os rendimentos prévios a partir de 1996.

ídolos imagéticos, ocorrida num momento histórico em que o mundo das imagens se amplificava impulsionado pelo surgimento e difusão da internet, e pela expansão da mídia televisiva e do mercado de consumo direcionado às infâncias. Tal fenômeno, naturalmente, amplificou também as formas como enxergamos, convivemos e consumimos essas imagens. Dentro desta nova configuração social favorável, com suas imagens em constante processo de multiplicação nas mais diversas mídias e produtos, as princesas, agora sob novas formatações, estabeleceram-se em lugares cativos no imaginário e no repertório visual das meninas. Em parte, esse acontecimento se sustenta sobre as adaptações realizadas para alcançar as novas gerações de meninas em um mundo globalizado, demonstrando, assim, que outras mudanças de conceito estariam por vir para acompanhar as mudanças sociais.

Novo milênio, novas princesas

Foi pouco depois do surgimento de *Mulan* (1998), a última “princesa rebelde” da Disney, que a produtora Dreamworks lança *Shrek* (2001), contando uma história de princesas e príncipes encantados diferentes dos convencionais – ou melhor, do que a Walt Disney tornou convencional. Em *Shrek*, o príncipe é, na verdade, o vilão da história, e



sua aparência e caráter são bastante incongruentes aos ideais de nobreza apresentados pela Disney até então. O herói é um ogro que rompe com diversos padrões estéticos previamente estabelecidos (de cor, de tipo físico, de comportamento...) como ideais masculinos, além de viver isolado numa casinha simples dentro de um pântano, metaforizando em fábula problemas socioeconômicos da vida real urbana.

Já a princesa, Fiona, surge para romper alguns padrões femininos anteriormente estabelecidos. Inicialmente, sua aparência é adequada aos mesmos padrões estéticos e comportamentais de algumas princesas que a antecederam (branca, magra, doce, gentil), mas que vão sendo desconstruídos ao longo da história. A docilidade e a submissão entram em xeque quando Fiona luta para derrotar vilões e salvar Shrek; se todas as princesas anteriores cantavam com belas vozes, o único momento em que Fiona canta gera uma situação tragicômica; todos os padrões estéticos são desafiados quando, ao fim, ela alcança o seu final feliz tornando-se uma ogra também. Além disso, a ideia de felicidade através da ascensão social é desconstruída, uma vez que ao se casarem, os protagonistas vão viver “felizes para sempre” em um pântano, ao invés de em um castelo.

O sucesso⁸ de Fiona e Shrek demonstrou que muitas expectativas do público foram atendidas por essas novas ideias. Expectativas, inclusive, de quebra de normas e mudanças de conceitos. A partir desse momento, tornara-se claro que nem as princesas nem suas histórias voltariam a ser as mesmas.

As transformações pelas quais as “princesas” passaram ao longo dos anos as trouxeram para a nova realidade na qual têm-se encontrado, especificamente de 2009 a 2013. A Disney já havia aprendido que “princesas rebeldes” vendiam melhor porque estavam mais próximas das demandas das crianças de então. Depois do êxito alcançado pela concorrente Dreamworks ao parodiar (e até ridicularizar) suas criações, a empresa percebeu que a chave do sucesso estava em atender aos anseios de crianças (e também de adultos) de uma realidade social contemporânea. Assim surgia, em 2009, Tiana (*A Princesa e o Sapo*), que, muito embora tenha sido a última realizada em animação tradicional pela Disney, foi a primeira de uma geração que tem apresentado às meninas da atualidade mulheres mais independentes. Também foi a primeira princesa negra da produtora.

⁸ *Shrek* (2001) arrecadou aproximadamente 480 milhões de dólares em bilheteria, sucesso que lhe rendeu uma franquia de mais três filmes de animação em longa-metragem, além de outros produtos.



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

Tiana é uma moça cuja realidade é muito mais próxima da de muitas meninas e mulheres da vida real. Ela não vive em terras sem-nome de muito-tempo-atrás, mas nos Estados Unidos da década de 1920. De origem humilde, ela passa seus dias trabalhando duro e juntando todo dinheiro que ganha para realizar um sonho: abrir seu próprio restaurante. A jovem empreendedora, cujo sonho já não é o príncipe encantado ou o casamento, que luta as batalhas da vida real para conseguir o que quer e por sua independência é, certamente, o marco de que muito havia mudado na forma como a Disney constrói suas princesas. O que essas mudanças dizem sobre as meninas de hoje? O que dizem sobre as mudanças e inconstâncias sociais da contemporaneidade?

Se Tiana ou Rapunzel (*Enrolados*, 2011) encontram o amor e se casam com seus “príncipes” no fim de suas histórias, duas das últimas princesas da Disney nos revelam que o final feliz não depende de homem algum: Merida (*Valente*, 2012) e Elsa (*Frozen – Uma Aventura Congelante*, 2013) são princesas cuja luta é pela independência e/ou pela descoberta e afirmação da própria identidade – e elas não estão “nem aí” para o casamento.

Percebemos nessa nova geração, e em especial nos dois últimos exemplos citados, um constante esforço da Disney em desconstruir a si mesma, uma vez que são

questionados padrões comportamentais e sociais que a própria Disney, durante décadas, foi uma das responsáveis por instituir e consolidar. Vemos, aos poucos, o desmantelamento de alguns paradigmas relacionados, por exemplo, ao casamento, ao amor e ao próprio patriarcalismo. Se Mulan vestiu-se de homem e foi à guerra para salvar a vida do pai, Merida enfrenta o pai e um exército para proteger a mãe. Com Elsa, além de ser a primeira vez em que se apresenta uma rainha (sem nenhum rei) a governar uma terra, é dela, e não do “príncipe”, o ato de “amor verdadeiro” que desperta a irmã mais nova de um feitiço. São visões que desconstroem, em certa medida, relações antes naturalizadas, como o amor verdadeiro associado à relação homem/mulher, o poder associado à figura de um homem ou o casamento associado ao final feliz.

A partir de tudo o que foi dito, questiono: por que as princesas dos desenhos animados se modificaram? Que transformações sociais estão por trás de suas mudanças? É claro que existe um sistema de interesse mercadológico, já que as princesas são, entre outras coisas, marcas impressas em produtos de consumo que se estendem para além de suas aparições no cinema.

O consumo destes produtos nos indica, de acordo com os argumentos levantados no início do texto, que uma forte relação afetiva

www.generoesexualidade.com.br

(83) 3322.3222

contato@generoesexualidade.com.br



XII CONAGES

XII COLÓQUIO NACIONAL REPRESENTAÇÕES
DE GÊNERO E SEXUALIDADES

persiste entre as meninas e essas personagens, distribuídas em 76 anos de produções cinematográficas. “Isso não significa, contudo, que a Disney é uma máquina capitalista diabólica que constrói identidades através do engano em massa” (TAVIN; ANDERSON, 2010, p. 60), pois, para além disso, começamos a vislumbrar as possibilidades de convivência entre modelos que contemplam (algumas) diferenças do que, atualmente, se compreende por feminino. Assim sendo, a que fatores podemos atribuir essa necessidade sentida por empresas que produzem cultura visual, como a Disney, de modificarem a si próprias e dar espaço a conceitos diversificados para continuarem a obter sucesso e lucro?

As imagens são capazes de promover interpretações e compreensões sobre alguns dos conceitos de quem as produz e para quem (e com que propósito) são produzidas. Dessa forma, também nos apontam caminhos em busca de compreender realidades sociais, uma vez que o universo da cultura imagética, produzida pela sociedade e para a sociedade, está em constante metamorfose para se adaptar às transformações sociais que acontecem em cada momento e em cada contexto. Podemos dizer, assim, que as imagens destinadas à apreciação e ao consumo infantil se modificaram para atender à demanda de uma nova geração de crianças,

inseridas em novas realidades e em novas formas de construção de suas subjetividades. As infâncias, concebidas enquanto uma construção da sociedade e frutos de suas gerações e dos âmbitos que vivenciam (MARTINS; TOURINHO, 2010), não podem ser enxergadas como seres passivos às transformações sociais, mas sim enquanto agentes dessa mudança tanto quanto os adultos.

Foi uma efervescência sociocultural causada pelo feminismo dos anos 1960 a responsável por uma nova geração de meninas que, vivenciando um novo contexto de sociedade, impulsionaram a mudança de paradigmas na forma como se construíam “princesas” até então. O passar do tempo e as crescentes modificações na forma como o feminino é retratado pelos desenhos animados nos prova que, cada vez mais, “os sujeitos infantis não são meros receptores passivos dos artefatos culturais e que as crianças estabelecem critérios de julgamento frente ao que lhes é oferecido” (CUNHA, 2008, p. 127).

Cabe esclarecer que não pretendo, dessa forma, negar a influência que as mídias infantis, as princesas e outros artefatos visuais exercem sobre como as crianças constroem suas visões sobre si e sobre o meio em que vivem. Durante realização de estágio numa turma de 6º ano do ensino fundamental II

www.generoesexualidade.com.br

(83) 3322.3222

contato@generoesexualidade.com.br



(com alunos/as entre 10 e 12 anos), atividades de artes que envolviam a elaboração de histórias me mostraram o quanto as meninas de hoje ainda se interessam e se encantam pelo ícone da *princesa* e de seu atraente universo permeado por castelos, príncipes, épocas e lugares longínquos e/ou imaginários. Pude perceber, ainda, que os desenhos feitos por algumas meninas, retratando figuras femininas, estavam encaixados em padrões estético-comportamentais muito semelhantes aos que observamos, por exemplo, nas princesas “clássicas” da Disney. Esses exemplos nos indicam o quão forte ainda são estes meios imagéticos de comunicação na alfabetização visual e na construção de identidades de gênero das meninas. Porém, concordo com Cunha (2008) quando diz que:

Embora reconheça que os artefatos culturais possam situar os sujeitos, categorizar grupos sociais, normatizar e normalizar condutas e pontos de vista, modular identidades e delinear práticas sociais, argumento que há diversidade nos modos de nos relacionarmos e reagirmos diante destes inúmeros artefatos. Com isso, quero dizer que tomamos posições diversas frente aos modos hegemônicos de ser. (p. 127)

Percebo, pois, se configurar um ciclo em que as imagens, na forma de desenhos animados, jogos eletrônicos, marcas estampadas em roupas e demais produtos de consumo, são responsáveis por reproduzir concepções previamente constituintes de um meio, ao mesmo tempo em que instituem outras. Trilhar o caminho apontado pela pergunta que inicia este artigo dá a sensação de estarmos adentrando um círculo, uma vez que diversos fatores contribuem para que nós, enquanto sociedade e/ou núcleos sociais, nos tornemos produtores e reprodutores de imagens e visualidades.

Compreendo, todavia, que, apesar das transformações, ainda nos encontramos muito distantes de um ideal. A diferença, em seus diversos aspectos, ainda não é contemplada como deveria pelos desenhos infantis e/ou pelas princesas, além de não termos conseguido romper a barreira que classifica pelo sexo as imagens que são direcionadas a meninos e meninas. Entretanto, admitindo a criança como porção influente nas mudanças do universo das imagens, alimentamos seu senso crítico e sua capacidade de questionar o que lhes é oferecido, tornando-as em potenciais produtoras e transformadoras de cultura visual.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BREDER, Fernanda Cabanez. **Feminismo e Príncipes Encantados. A apresentação feminina nos filmes de princesa da Disney.** Rio de Janeiro, 2013.

BUCKINGHAM, David. **Crescer na era das mídias eletrônicas.** Edições Loyola. São Paulo, 2007.

CUNHA, Suzana Rangel Vieira da. As Transformações da Imagem na Literatura Infantil. In: PILLAR, Analice Dutra (Org.). **A Educação do Olhar** no ensino das artes. Editora Mediação. Porto Alegre, 2014.

_____. **Cultura Visual e Infância.** ANPED, Minas Gerais, 2008.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Catadores da Cultura Visual.** Editora Mediação. Porto Alegre, 2007.

MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene. Culturas da Infância e da Imagem: aconteceu um fato grave, um incidente global. In: MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene. **Cultura Visual e Infância: quando as imagens invadem a escola....** Editora UFSM. Santa Maria, 2010.

TAVIN, Kevin M.; ANDERSON, David. A Cultura Visual nas Aulas de Arte do Ensino Fundamental: Uma desconstrução da Disney. In: MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene. **Cultura Visual e Infância: quando as imagens invadem a escola....** Editora UFSM. Santa Maria, 2010.