

“MAMÃE EU QUERO A BARBIE!”: O IMPACTO DA BONECA SOBRE O DESENVOLVIMENTO DA PERSONALIDADE E IDENTIDADE DE GÊNERO DAS MENINAS

Karla Dayane de Sousa Padilha

(Autora- Graduanda do curso de Licenciatura em Pedagogia - UFPI/ CSHNB)

Ana Carmita Bezerra de Sousa

(Co-autora Professora Adjunta UFPI/CSHNB)

Renata Gomes Monteiro

(Co-autora- Professora Assistente UFPI/CSHNB)

Márcia Fernada Meneses

(Co-autora- Graduanda do curso de Licenciatura em Pedagogia – UFPI/CSHNB)

Maria da Cruz Santos Guimarães

(Co-autora- Graduanda do curso de Licenciatura em Pedagogia - UFPI/ CSHNB)

Resumo

Através de uma pesquisa para saber qual o desenho preferido das crianças descobriu-se que um número expressivo de meninas responderam que o favorito delas eram os filmes de animação da boneca Barbie, despertando assim o interesse na investigação do impacto da boneca sobre o desenvolvimento da personalidade e identidade de gênero das meninas ao tempo que pretendemos desconstruir o conceito impregnado culturalmente na sociedade de que a figura dessa boneca é inofensiva, confirmando que a mesma influencia, sobremaneira, os aspectos cognitivos, sociais, morais, afetivos e sexuais das meninas. A pesquisa encontra-se em andamento, mas através do estudo de autoras como Roveri, Sabat e Steinberg daremos continuidade com entrevista, observações nas quais será possível coletar informações que ajudaram na construção da conclusão sobre o referido tema

Palavras-chave: Meninas, Barbie, Identidade e gênero.

1. Introdução

A criança é um ser em construção, que sofre influências do meio em que vive como nos mostram Piaget (1972) e Vygotsky (1987). Em suas teorias do desenvolvimento humano eles afirmam que a criança desenvolve as capacidades de conhecer, construir, aprender e sentir mediante a interação com o mundo em que vivem.

A família e a escola, desde seus surgimentos, são modelos a serem seguidos, assumindo importantes papéis como mediadores de processos sociointeracionistas, formadores da personalidade e identidade de gênero. Porém, com o advento da mídia, colocada aqui como uma mediadora cultural; e com a sua popularização, outros mecanismos culturais vêm colaborando diretamente com a construção de tais padrões. Exemplo visível disso é o poder que a boneca Barbie, com presença marcante na mídia através de filmes, propagandas e diversos objetos direcionado ao público infantil, que carregam sua marca, possui para influenciar as crianças. Levando-as a “querer ser” o que nem sempre condiz com a fase em que ela se encontra.

A boneca Barbie, que desde seu lançamento em 1959 sempre esteve no imaginário das meninas, é o próprio padrão de beleza gerado pela sociedade de consumo capitalista e se mantém até os tempos presentes como podemos constatar durante uma pesquisa realizada com 175 crianças entre seis e dez anos de idade, para observar qual o desenho preferido das mesmas. Descobriu-se que o desenho que despertava maior interesse nos meninos era o Pica-Pau, criado em 1940 por Walt Lantz o desenho mostra as aventuras malucas de um pássaro de topete vermelho. Já entre as meninas o mais citado foram os filmes em desenho animado da boneca Barbie.

Diante do resultado obtido na pesquisa e de observações feitas no cotidiano, percebemos uma presença significativa da boneca na vida das mulheres, tanto crianças como adultas. Torna-se assim imprescindível um estudo cujo objetivo seja investigar o impacto da boneca sobre o desenvolvimento da personalidade e identidade de gênero das meninas.

Que menina nunca se imaginou sendo a Barbie? Ser uma princesa, sereia, roqueira ou até mesmo a Rapunzel, como a Barbie já foi? Que menina nunca sonhou em ser loira, magra, alta, popular, ter carro, namorado e viver em um mundo cor de rosa. Mas o que isso pode gerar na criança? Que tipos de comportamento e pensamento a boneca desperta? Quais as marcas que a boneca deixa na criança que são levadas para a vida adulta?

Assim, neste artigo pretendemos desconstruir o conceito impregnado culturalmente na sociedade de que a figura dessa boneca é inofensiva, confirmando que a mesma influencia, sobremaneira, os aspectos cognitivos, sociais, morais, afetivos e sexuais das meninas.

2. A boneca e sua origem

É na infância onde a maioria das meninas são apresentadas as bonecas, estas que serão suas companheiras de brincadeiras durante toda essa fase. Porém a história das bonecas perde-

se no tempo segundo Atzingen é provável que as bonecas tenham surgido a quarenta mil anos na África e na Ásia cometidas pelos *Homo sapiens sapiens*, com o intuito de serem utilizadas em rituais da época, e que a possível transição das bonecas de ídolos para brinquedos ocorrerá no Egito a cinco mil anos.

Desde então a boneca é companheira assídua das meninas em suas brincadeiras. E a boneca que mais se destacou pelo seu conceito revolucionário foi a Barbie. Lançada em 1959 em uma feira nos Estados Unidos a boneca tem na ideia de sua criação um grande mistério.

Existem duas versões bem conhecidas sobre de onde surgiu a ideia de criar uma boneca com o corpo de uma mulher adulta. Uma destas versões é a de que a senhora Ruth Handler¹, que juntamente com seu marido Elliort Handler fundadores da empresa de brinquedos Mattel², viu sua filha Barbara brincando de trocar roupas em bonecas feitas de papel então teve a ideia de fabricar bonecas com as características de uma mulher e deu a ela o nome de Barbie, apelido de sua filha uma forma de homenagear a menina.

A segunda versão trata-se de que a idéia de fabricar a boneca veio de uma viagem de férias que o casal e seus filhos a Suíça, local onde passeado pelas ruas a menina Barbara viu uma boneca, que até então era desconhecida diferente das outras esta tinha corpo de mulher, a menina pediu a mãe que comprasse, pois a queria para decora seu quarto. A senhora Handler decidiu então comprar dois exemplares da boneca um para a menina e o outro para seus engenheiros de produção.

A boneca que despertou tanto interesse na filha quanto na mãe se chamava Bild Lilli, que inicialmente era apenas uma caricatura feita pelo cartunista Reinhard Beuthen para o tablóide alemão Bild Zeitung. Em 1955 a boneca passou a ser confeccionada tridimensional(3D) por MaxWeissbrodte passou a ser vendida nos bares e tabacarias tendo como seu principal comprador os homens, que a utilizavam para decorar carros.

Lilli apresentava-se como uma derrotada do pós-guerra que fazia de tudo para trazer de volta sua prosperidade: estampadas nas histórias de maneira pornográfica, ela costumava perseguir homens ricos em busca de dinheiro e sucesso. (ROVERI, 2012)

¹Ruth Handler nasceu em 4 de novembro de 1916 nos Estados Unidos da America, casou-se com Elliort Handler, e juntamente com um amigo da família criaram a fabrica de brinquedos Mattel. Ruth teve dois filhos,Barbara e Kenneth.Aos 58 anos de idade durante uma cirurgia Ruth Handle morre em Los Angel em 28 de abril de 2002

² A Mattel nasceu em uma garagem na Califórnia, em 1945, e foi criada por Ruth Handler e o marido Elliot, e um casal de amigos Harold Matson. O nome a empresa é uma junção dos nomes deles “Matt” de Matson + “El” de Elliot. Dentre seus principais produtos está à boneca Barbie.

Assim é configurada a percussora da Barbie como uma mulher de corpo segundo os padrões do eurocentrismo, ou seja, uma visão na qual a Europa é o centro do universo onde a mulher é quase sempre branca, de olhos claros, cabelos loiros e lisos. O típico padrão de beleza que nos é passado ainda na atualidade. Fisicamente ambas eram muito parecidas, magras, pele clara, com seios fartos, cintura fina, cabelos loiros, usavam maquiagem³, sobrancelhas arqueadas e um olhar de lado além do aspecto delas sempre sentarem com as pernas abertas. Porém a ideia da americana Ruth era produzir estas bonecas com o propósito de vender para o público feminino infantil.

A Barbie é a boneca mais vendida no mundo, atingindo a marca 120 milhões por ano, ou seja, duas bonecas vendidas por segundo, conforme dados do almanaque Folha.

3. Da boneca ao carrinho, do rosa ao azul: Desenvolvimento da personalidade e identidade de gênero

Podemos começar questionando o processo de desenvolvimento humano, como, quem e o que? A criança toma por referência no processo de construção de sua personalidade e identidade de gênero. Como já apresentado anteriormente, conforme a teoria sóciointeracionista, a criança aprende na convivência social, por meio da interação com o ambiente em que ela vive. Assim, a personalidade e a postura, no caso feminina é construída socialmente. É a sociedade que determina os papéis sociais e os indivíduos vão ao longo do seu processo de aculturação internalizando o que é e o que não é característico de seu sexo.

É na família que a criança começa a receber uma educação voltada para saber pensar, agir, se vestir e enfim ter um comportamento condizente com seu gênero. Isto é evidenciado facilmente quando os pais descobrem o sexo do bebê, os preparativos para receber a nova criança iniciam-se com as compras do enxoval onde é comum escolher artigos na cor rosa para as meninas e na cor azul para os meninos. Isso é reforçado ao longo do desenvolvimento da criança quando os pais decidem os brinquedos para cada criança, comprando para as meninas bonecas e para os meninos carrinhos. Mas quais significados esses gestos carregam?

³ Demonstrando aspectos de adulez presentes na boneca

O brinquedos vem imbuídos de normas que definem o que é permitido e o que não é permitido para cada sexo, há um abismo que separa bem os brinquedos destinados para as meninos e os destinados para as meninas. Mas vale ressaltar que essas dicotomias são criadas pelos adultos e que nem sempre tem o mesmo significado para as crianças no momento da brincadeira. (ROVERI, 2012)

Embora hoje a sociedade admita a mulher em funções que antes só o homem executava, ainda percebemos que ela é vista como o sexo frágil, e é muito comum a sua submissão ao marido. As ações na maioria das vezes estão voltadas para a manutenção da desigualdade entre os gêneros. As próprias brincadeiras infantis dividem os papéis sociais. Homens não brincam de casinha, não choram e mulheres não brincam de carrinho e nem de bola. Isso não se apresenta tão forte hoje como antigamente, pois já é comum as mulheres ultrapassarem as barreiras de seu gênero. Mas, como já relatado acima por que ainda os pais insistem nos padrões e qual o impacto que ações como essas tem no desenvolvimento da pessoa?

Às meninas os Pais compram uma boneca. Da variedade que podemos encontrar, a Barbie se destaca como a mais vendida, conforme já mencionado anteriormente. Juntamente com esta, podemos encontrar produtos que carregam a sua marca, como o carro cor de rosa, a casa com piscina, a cozinha da Barbie o boneco tido como seu namorado, além de mochilas, acessórios, roupas, maquiagem, calçados e etc. O que de certa forma por si só já evidenciam a personalidade da mulher segundo a sociedade, impondo maneiras de ser, se vestir, e ainda de um modo muito sutil mostra o lugar da mulher dentro de casa, na arrumação e organização, cuidados com o filho e etc.

A Barbie é mundialmente conhecida por meio da mídia. As propagandas despertam o interesse das crianças para consumir esta boneca. Ela é a beleza que é legitimada na sociedade. Seu corpo magro, seus olhos azuis e seus traços femininos expressam um padrão de beleza a ser seguido invejado por todas as garotas.

4. Desconstruindo sonhos: O poder da Barbie

As garotas nos diversos espaços em que elas freqüentam se deparam com a figura da Barbie; em suas casas, por meio da televisão; na escola por meio de colegas; no comércio em geral, por meio das vitrines, assim, não dá pra resistir! vivemos numa sociedade da imagem,

da estética, onde está na moda, ser bonita e feliz é seguir o que a Barbie impõe. Essa idéia é construída e reforçada através de filmes e propagandas, mediante a figura da boneca, em sua estética e acessórios. Segundo Sabat (2003, p. 153):

Sujeitos consomem não só mercadorias como também valores que estabelecem como deve ser o corpo como devemos nos vestir, quais comportamentos valorizar, isso tudo não somente através das marcas de gênero, como também de raça/etnia, classe, geração, para citar algumas.

Mas, o que convém alertar aqui, é que o universo que esta personagem busca transmitir é um universo dos contos de fada. Quando nos voltamos para a realidade, perceberemos que os seres humanos não são perfeitos, existindo na diversidade de raças e etnias. Ai é onde vão surgindo algumas frustrações.

A boneca seguiu os padrões de beleza eurocêntricos, ou seja, o modelo de beleza europeu, o qual muitas garotas não possuem o bio tipo representado por ela. Isto proporciona a primeira desilusão. Nós brasileiras que somos geneticamente uma mistura de vários povos (nativos, europeus, africanos, etc) predominantemente seremos pardos, nossa cor de pele e de cabelo e de olhos já são considerados fora desses padrões. Mas, a imagem que a Barbie tenta passar é que temos que nos esforçar para sermos iguais a ela se não sermos feias. Essa idéia é introjetada e as crianças se julgam a partir desses padrões.

É raro encontrar mulheres que tenham uma simetria parecida com a da Barbie. Mas, a fim de ser bonita e estar nos padrões, muitas mulheres estão encontrando na cirurgia plástica uma saída. Existem casos que já chegaram ao extremo, como um caso que a mídia expôs no qual uma garota ucraniana Valéria Lukyanova se submeteu a várias cirurgias plásticas, para obter o corpo aparentemente igual ao da Barbie. E ela realmente já foi considerada a Barbie humana. Evidenciando esta idéia de que só é belo quem segue o modelo Barbie de ser que Roveri (2012) destaca:

Congelada na idade favorita da sociedade, a fase da juventude, Barbie despreza a infância e o envelhecimento, concebendo que a beleza e a sexualidade só se conservam num corpo jovem, e são alcançadas, sob forma de saúde, por quem segue a moda, se enfeita com cosméticos e oferece seu corpo à malhação ou à intervenção cirúrgica. À criança cabe a busca por uma aparência adulta assemelhada à da boneca.

Tão simples, porém, muito distante da realidade vivida por muitas meninas, principalmente quando falamos de questões financeiras, o que nos leva a nossa segunda frustração: a Barbie ora é enfermeira, veterinária; ora é princesa; ora é pop star ou até mesmo

a Rapunzel que é aprisionada no alto de um castelo, mas em todas as versões, a boneca tem um significativo poder aquisitivo que a faz ter carro, casa, roupas da moda, viajar para vários lugares, e ter os mais belos vestidos.

Viver neste mundo encantado chega a dificultar a vida das crianças, pois a realidade é feita de dificuldades em que sonhar e realizar não é para todos. As crianças das classes menos elevada, por exemplo, não podem possuir todos os produtos que levam a marca da boneca, obrigadas, assim a se conformar só com os valores que a Barbie transmite. Os quais a menina deve se comportar como uma verdadeira princesa mesmo tendo seus sonhos destruídos.

Considerações

A mais de cinquenta anos a encantadora e amada a Barbie passa pela vida das meninas, nem sempre de uma maneira imperceptível às vezes ela deixa vestígios na personalidade e identidade de gênero das garotas influenciando pensamentos, comportamentos e ditando moda. Mas mesmo assim os pais continuam a presentear suas filhas com esta boneca sem analisar o que ela pode trazer para a vida de uma criança em fase de construção de sua personalidade.

Embora ainda não concluída a pesquisa almeja através de entrevistas e observações aprofundar-se nos questionamentos a fim de mostrar que é gerado um impacto da boneca sobre o desenvolvimento da personalidade e identidade de gênero das meninas.

Referências

ROVERI, Fernanda Theodoro. *A boneca Barbie e a educação das meninas- um mundo de disfarces*. São Paulo, 2012.

SABAT, Ruth. *Gênero e sexualidade para consumo*. In: *Corpo, Gênero e Sexualidade: Um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2003.

STEINBERG, Shirley R. A mimada que tem tudo. In: STEINBERG, S. R. e KINCHELOE, J.L. *Cultura Infantil: A construção corporativa da infância*. Rio de Janeiro. Civilização Brasileira, 2001.