

## CORPO, MÍDIA E EMBELEZAMENTO: IDENTIDADES DE GÊNERO NA INFÂNCIA

*Dinah Quesada BECK<sup>1</sup>  
Bianca Salazar GUIZZO<sup>2</sup>*

**Resumo:** Neste artigo temos o interesse de discutir a visibilidade e a centralidade que o corpo, compreendido como constructo da moda e do embelezamento, tem assumido em nossa sociedade e cultura. Atualmente não são poucas as estratégias de investimento nesse corpo. A proliferação de variadas propostas advindas de regimes disciplinares associados à saúde e à felicidade buscam, a todo instante, resgatar e melhorar a aparência dos corpos como uma política de produção e subjetivação. Problematizar tais aspectos como uma estratégia de consumo que visa produzir identidades de gênero a mulheres e meninas, caracteriza um dos propósitos que mobiliza a escritura deste artigo.

**Palavras-chave:** Feminilidades. Identidades. Aparência dos corpos.

<sup>1</sup> Doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora e pesquisadora do Instituto de Educação e Programa de Pós-Graduação em Educação - Universidade Federal do Rio Grande (FURG). E-mail: dinahqbeck@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Professora e pesquisadora do Curso de Pedagogia e Programa de Pós-Graduação em Educação - Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). E-mail: bguizzo\_1@hotmail.com

## BODY, MEDIA AND BEAUTIFICATION: GENDER IDENTITIES IN CHILDHOOD

**Abstract:** The main objective of this paper is discuss the visibility and centrality of the body, understood as a construct of fashion and beautification, has assumed in our society and culture. Currently people engage in bodily practices in order to be considered beautiful and healthy. The proliferation of proposals coming from various disciplinary regimes associated with health and happiness seeking, all the time, redeem and improve the appearance of bodies as a policy of production and subjectivity. Discuss aspects such as a consumption strategy that aims to produce gender identities of women and girls, featuring one of the purposes that mobilizes the writing of this article.

**Keywords:** Femininity. Identity. Body appearance.

### 1 Introdução

Vivemos em um tempo em que o corpo conquistou seu lugar de destaque. Por isso mesmo, cuidá-lo, cultuá-lo, aperfeiçoá-lo, torná-lo belo, saudável, aparentemente jovem, atraente, na moda tornou-se sinônimo de qualidade de vida, ou ainda, para alguns/as, uma

obrigação.

Observamos nas academias de ginástica e dança, nas escolas, na televisão, na publicidade, nas lojas e nos *shoppings centers*, e nas ruas o imprescindível funcionamento de códigos de moda e de embelezamento sobre o corpo que é exibido, mostrado e, desse modo, tem se tornado objeto de desejo, de anseios, de disputa e de consumo. Tendo o corpo adquirido grande destaque, é praticamente impossível não observá-lo.

Na contemporaneidade, esse corpo que tem sido passível de modificações, construções, reconstruções e intervenções não é visto nem tomado como um produto final, pronto e acabado. Muito pelo contrário. Assim como aponta Sant'anna (2000, p. 50): “[...] o corpo, tal como a vida, está em constante mutação. As aparências físicas demonstram de forma exemplar esta tendência, elas nunca estão prontas, embora jamais estejam no rascunho”.

Por isso, pode-se dizer que, os imperativos sobre beleza, saúde, moda e vitalidade têm promovido a proliferação

de uma série de práticas e produtos para construir o corpo contemporâneo. A infinidade de cuidados e investimentos que se projetam em torno da produção desse corpo tem encontrado abrigo não só entre mulheres adultas, mas também entre as crianças, especialmente meninas. Essa preocupação e atenção que têm se dado à aparência dos corpos as interpela, o que tem propiciado estudos e reflexões acerca da “erotização dos corpos femininos infantis” e da “pedofilização<sup>3</sup> como prática social contemporânea” (FELIPE; GUIZZO, 2003; FELIPE, 2006, 2012).

Com a mesma intensidade, temos o interesse de instaurar um olhar minucioso sobre o fenômeno social e cultural do maciço investimento do mercado e da indústria da moda e do embelezamento em nossos corpos. São esses mesmos segmentos, incitados por instâncias, tais como a mídia, que têm demarcado projeções e modelos aos corpos femininos adultos e infantis, constituindo como

<sup>3</sup> A discussão em torno desse conceito será retomada mais adiante.

especificidades do gênero feminino a preocupação com o visual.

A erotização dos corpos e a pedofilização autorizada, “consentida e generalizada” na infância de que nos fala Felipe (2006, 2012), convida-nos à análise das suas *ressonância* instauradas em nossas práticas sociais e culturais, tais como as escolares. Mesmo compreendendo que as referências que traremos para dar conta dessa intenção de estudo e análise são transitórias, nosso principal objetivo, nesse artigo, é: discutir a visibilidade e a centralidade que, desde a infância, o corpo tem assumido em nossa sociedade e cultura, tendo como referencial teórico os Estudos Culturais e os Estudos de Gênero, de viés pós-estruturalista<sup>4</sup>. Para tanto, procuraremos:

[...] percorrer histórias, procurar mediações entre passado e presente, identificar vestígios e rupturas, alargar olhares, desconstruir representações, desnaturalizar o corpo de forma a evidenciar os diferentes discursos que foram e são cultivados, em diferentes espaços e tempos, [como] imperativos

<sup>4</sup> Para um maior aprofundamento sobre esses campos teóricos ver Johnson et al. (1999) e Louro (1997).

para que compreendamos o que hoje é designado como sendo um corpo desejável e aceitável (GOELLNER, 2007, p. 33, acréscimo nosso).

## 2 Corpos belos, corpos na moda: o corpo como capital

Com efeito, consideramos interessante iniciar a discussão trazendo a seguinte assertiva: que a centralidade e a preocupação de se constituir corpos belos e na moda parece acontecer em demasia em países como o nosso, local onde se celebra todo um culto ao corpo. Para Goldenberg (2010), em nosso país, e mais especificamente nas camadas médias e urbanas, também atingindo outras camadas e núcleos sociais, são as mulheres, os indivíduos mais interpelados pelos desígnios do corpo e da importância atribuída à sua constante produção e manutenção.

Segundo a pesquisadora, o argumento central que norteia seus estudos é o de que o corpo funciona como um “capital” para as pessoas, regendo suas vidas, sendo um dos distintivos mais almejados, tão logo são eles mesmos que muitas vezes possibilitam *status*, prestígio,

reconhecimento e distinção social. Em suas palavras:

O corpo, no Brasil contemporâneo, é um capital, uma riqueza, talvez a mais desejada pelos indivíduos das camadas médias urbanas e também das camadas mais pobres, que percebem seu corpo como um importante veículo de ascensão social. É fácil perceber que a associação “corpo e prestígio” se tornou um elemento fundamental na cultura brasileira (GOLDENBERG, 2010, p. 34, grifos da autora).

Juntamente atrelada a essa discussão a autora leva-nos a problematizar que nessa construção cultural do corpo, o consumo, ou ainda, a “imitação” de atos, comportamentos, estilos, aquisições, ações e práticas têm uma valorização expressiva muito significativa em nossa sociedade. A visibilidade para certos atributos corporais em detrimento de outros correspondem, grosso modo, o caminho percorrido por mulheres e meninas em seus atos de embelezamento: permanecerem na moda e sempre jovens. A pesquisadora ainda ressalta que o padrão corporal associado à beleza e à moda feminina tem variado de acordo com cada contexto histórico, social e cultural.

No momento, pode-se dizer que o corpo feminino magro, sensual, curvilíneo, malhado, bronzeado, lipoaspirado, siliconado, com cabelos lisos e compridos tem se concebido como uma referência.

Ramos (2010) também compreende nossos corpos como sendo um “capital” distintivo das sociedades de consumo do presente. Em sua argumentação considera esse capital valorativo que é o corpo contribuindo para que os sujeitos obtenham e realizem “sonhos”.

Nesse mesmo sentido, Bordo (1997), em relação ao poder que o culto à aparência tem se tornado relevante entre meninas e mulheres, sugere que esse aspecto pode estar ganhando força sobre outros aspectos de suas vidas, como, por exemplo, preocupar-se com os estudos. A autora argumenta que o corpo parece ser uma das únicas coisas sobre a qual elas têm controle e que pode lhes garantir algum *status* social, valor ou apreciação.

Certamente, a mídia, juntamente com outras instâncias, tem operado

como uma pedagogia cultural em nossas vidas e, através de seus dispositivos, educa comportamentos e práticas ao veicular e produzir saberes, incitando na constituição de identidades de gênero, culturais e sociais que nos são cambiantes.

Em nosso país, o corpo trabalhado, esculpido e cuidado tem possibilitado nos últimos anos a explosão da indústria da medicina estética e da beleza e tal mercado vem se mostrando potente e rentável muito pela associação que tem se produzido entre “beleza e saúde”. Essa profícua associação, “[...] modelo das sociedades ocidentais, aliada às práticas de aperfeiçoamento do corpo, intensificou-se brutalmente, consolidando um mercado florescente que comporta indústrias, linhas de produtos, jogadas de marketing e espaços da mídia” (DEL PRIORE, 2000, p. 15).

Aliado a esse aspecto do crescimento de um mercado e de uma indústria que *produzem* saúde e beleza, acompanhamos um processo social e cultural também demarcado em estudos

e pesquisas: vivenciamos a projeção de uma espécie de “governo” na vida das mulheres (GOLDENBERG, 2010).

Diz-se governo porque as propostas dessa indústria e desse mercado têm incitado mulheres e meninas na constante tentativa e busca de construção de determinado corpo. Para tanto, a determinação e o empenho pessoal pressupõem assumir um estilo de vida e investir, constantemente, por meio de uma *disciplina* que lhes pode levar ao alcance.

Um aspecto importante de ser mencionado é o trazido por Sant’anna (1995, p. 121). A autora nos faz lembrar que esse governo acerca da produção dos corpos, ou ainda, a “insistência em associar a feminilidade à beleza” tal qual a temos hoje não é algo novo. Segundo ela, a “beleza como algo do feminino”, assim como a “força como qualidade do masculino” são ideários de gênero que percorrem culturas, sociedades e séculos.

Contemporaneamente, os percursos tomados na construção dos

corpos femininos remetem a constantes investimentos que reiteram a constituição de identidades, as quais reforçam representações de gênero. No caso das mulheres e das meninas, pode-se afirmar que a grande maioria dos discursos sociais e culturais dispostos tem reforçado o maciço investimento no embelezamento de seus corpos como atributos vinculados ao gênero feminino, os quais incitam a constante constituição/manutenção da *feminilidade*.

Validamente, intensificado por esse motivo é que assistimos mulheres e jovens meninas em boa parte de suas vidas almejando obter esse corpo estampado em diversos programas televisivos e anúncios publicitários. Interessante observar que mesmo engajadas nessa construção do corpo padrão e modelo tais sujeitos nunca chegam a alcançá-lo. Isso ocorre porque o corpo não é o mesmo e, com o tempo, vai se modificando, o que propicia novos e constantes investimentos sobre ele.

Com efeito, interpelados por

diversas instâncias de consumo, tais como a indústria dos cosméticos, da moda, do embelezamento, dos esportes, etc., determinados sinônimos da beleza feminina têm sido veiculados como vigentes e a produção das identidades de gênero, num exercício de governo, se vêm relacionadas a tal processo.

Interessante mencionar que nessa produção e nesse embelezamento na sociedade de consumo, os desígnios postos como vigentes oscilam velozmente, o que faz com que os sujeitos estejam constantemente envolvidos na produção e manutenção de seus corpos, fazendo constantes aquisições e, tão logo, descartes. Por isso, ser possuidor de certos atributos corporais requer aderir aos discursos assumindo representações e se distanciando de outros tantos, mantendo em vigor as características de consumo que irão lhes conferir essa posição de corpo belo.

Fischer (2006, p. 48-49) auxilia nessa argumentação, salientando que:

[...] os imperativos da beleza [...] sobretudo nos espaços dos diferentes meios de comunicação, perseguem-nos quase como tortura: corpos de tantos outros e outras nos são oferecidos como modelo para que operemos sobre nosso próprio corpo para que transformemos, para que atinjamos [...] um modo determinado de sermos belos e belas, magros, atletas, saudáveis, eternos.

Conforme aponta Goldenberg (2010, p. 50): “Vivemos, então, um equilíbrio de antagonismos: um dos momentos de maior independência e liberdade femininas é também aquele em que um alto grau de controle em relação ao corpo se impõe à mulher brasileira”. Paradoxalmente, segundo ela, ao mesmo tempo em que se celebra a emancipação da mulher de históricos padrões hierárquicos, submissos e de servidões, sejam eles de ordem “sexual, doméstica e procriadora”, bem como celebramos o desprendimento feminino de coerções estéticas que regulavam centímetros e polegadas de suas golas e saias, a mulher contemporânea, e aqui falamos da brasileira, encontra-se envolvida numa estética reguladora e imperativa em torno da produção de seus corpos.

É claro que este governo

também agrada. A busca por uma *juventude permanente* e por ser possuidora de um corpo compreendido como belo, na moda, visivelmente admirado e desejado, que está à venda e pode ser consumido, auxilia para que sejam retardadas e suavizadas as marcas do tempo. Como vivemos numa época em que tanto para adultos quanto para crianças a aparência dos corpos é uma preocupação nacional, ou ainda, um “capital”, são esses mesmos sujeitos que vêm colocando em uso uma série de produtos e práticas, obedecendo a todo um ritual de cuidados com o corpo e com a imagem.

Interessante observar que juntamente agregada aos cuidados com o corpo encontra-se instaurada a *oculta* promessa de felicidade, a qual agrada e, ainda, inscreve a existência de uma pedagogia que ensina, educa, opera e coloca em funcionamento suas verdades, definindo como *é/deve* ser este corpo contemporâneo.

Conforme aponta Ramos (2010, p. 22), “Mulheres, de diferentes idades, estão em permanente luta contra o



envelhecimento e a gordura, e estão sempre incomodadas com mínimas imperfeições, acreditando que o corpo idealizado as faria mais felizes”. Segundo o autor a preocupação com a estética da aparência corporal, ou seja, a atenção dada à composição de um visual que além de agradar garanta reconhecimento social tem possibilitado que padrões de moda e embelezamento encontrem-se entrelaçados nas práticas e rituais percorridos pelas mulheres e pelas meninas. Tal processo tem ocasionado o acelerado crescimento de indústrias, centros comerciais e grandes corporações do mercado, os quais lidam com o seguimento feminino. Seu explosivo crescimento que tem se polarizado contemporaneamente encontra-se estimulado por alguns motivos e, entre eles pelo receio que mulheres e meninas têm de “envelhecer” e de “engordar” (RAMOS, 2010).

Nesse sentido, as inúmeras exigências que são feitas aos corpos têm provocado esse enorme desejo de poder melhorá-los, mantê-los belos e

jovens por mais tempo, enfeitá-los, oferecendo atenção e importância demasiada à sua construção e ao seu aperfeiçoamento. Por esse aspecto ocasiona-se o potente crescimento da oferta de produtos, práticas e locais para poder constantemente mantê-los em vigor e colocar em ação esse *projeto* estético corporal da contemporaneidade.

Figueira (2007), ao analisar a constituição identitária do corpo a partir da perspectiva de gênero, nos proporciona o entendimento do exercício das representatividades e dos discursos implicados nessa construção contemporânea. Segundo ela:

Ter um corpo perfeito, trabalhado, esculpido à imagem e semelhança do desejo de cada um/a é uma tendência que vem se firmando, fazendo parecer serem normais, inerentes, essenciais, portanto, “naturais” do viver a identidade contemporânea. Já não basta apenas ser saudável: há que ser belo, jovem, estar na moda e ser ativo (FIGUEIRA, 2007, p. 126, grifos da autora).

Nessa construção estética e corporal feminina, as intervenções cirúrgicas servem-nos como exemplo. Elas têm sido muito cobiçadas e são essas intervenções que nos apresentam



dados numéricos surpreendentes e que tratam do percurso percorrido na busca desse *projeto* de corpo e de beleza feminina. Segundo Goldenberg (2010, p. 47-48), “o brasileiro, especialmente a mulher brasileira, tornou-se, logo após o norte-americano, o povo que mais faz plástica no mundo. As mulheres são a maioria: 70%”.

Podemos aferir que nossa cultura tem sido visivelmente marcada pelo que alguns estudiosos chamam de “ressurgimento” do corpo: corpo veículo de prazer, “corpo-máquina”, corpo que estampa imagens caracterizadas pela constante busca, seja de uma juventude eterna, em que está em jogo a prosperidade como sinônimo de felicidade, seja de uma espécie de avidez e pressa pela constituição deste “corpo espetáculo” (COUTO, 2000).

Cuidar do corpo, adquirindo produtos e artefatos, investindo num programa de atividades físicas, seguindo uma alimentação equilibrada, submetendo-se a intervenções estéticas, cirúrgicas e corporais, entre outros aspectos, é característica

constitutiva que tem atribuído conotações ao gênero feminino na constituição de suas identidades (GOLDENBERG, 2010).

### 3 A construção do corpo e a constituição de feminilidades

Na construção desses corpos femininos, um aspecto que merece ser ressaltado diz respeito às identidades de gênero, ou ainda, à padronização de determinadas denominações de gênero. Produzir o corpo tornando-o belo, na moda, esteticamente eficiente, sensual, atraente e próximo dos discursos hoje disponibilizados nos segmentos sociais e culturais é uma possibilidade que está ao alcance dos sujeitos. Para tanto, mulheres e meninas percorrem na constante produção deste corpo que obedeça ao *padrão*, mesmo que dele se distanciem.

Desse modo, o que muitas vezes percebemos é que nessa constante produção, tais sujeitos têm buscado projetar em seus corpos certos modelos de beleza ocidental. Talvez seja melhor dizer que nessa produção há uma

espécie de busca pela *padronização* de seus corpos. Padronização essa que se constituiu em torno das multiplicidades étnicas e culturais do Ocidente, às quais têm favorecido a universalização e a homogeneização de determinadas práticas de embelezamento e de cuidados com os corpos. Nesse sentido, uma gama de mulheres e meninas, em muitas circunstâncias, chega a romper com suas características físicas e pessoais, submetendo-se a tratamentos e intervenções que produzem determinados *tipos* de corpos. Inevitavelmente, nossos corpos vão abrigando essa pluralidade e marcando as identidades que construímos para nós mesmos habitarmos (SANT'ANNA, 2000).

Enfim, podemos perceber que hoje, mais do que nunca, a aparência dos corpos femininos adultos e infantis vem sendo alvo de grandes atenções, por parte de diferentes segmentos. O nosso tempo é “[...] um tempo em que importantes segmentos econômicos se sustentam fabricando e vendendo representações de determinados corpos,

definidos como ‘bonitos e saudáveis’ (MEYER; SOARES, 2004, p. 6).

Certamente, ao ponderar isso, não pretendemos delimitar que essas sejam características apenas contemporâneas e que em outras épocas os corpos não tenham também sido passíveis de atenção. As caracterizações que vêm sendo descritas acerca da produção e embelezamento dos corpos, não são universais e homogêneas; elas variam e dependem da estrutura social e cultural de diferentes povos e locais geográficos. O que se pode afirmar é que as práticas de embelezamento femininas que temos, associadas a um exercício de consumo vinculado ao campo da moda, constituem corpos e padrões corporais apresentados pela publicidade e pela mídia, os quais são *específicos* dos dias de hoje, *diferentes* dos de outrora e, provavelmente, também distintos dos do porvir.

Por exemplo, ter um corpo *magro*, esbelto, atlético, esguio — embora característica visivelmente contemporânea —, não pode ser considerado como uma marcação

estética de embelezamento específica de nosso tempo. Vigarello (2006) afirma que, já no século XVII, a vontade da magreza levava mulheres a ingerir pós e a percorrer regimes alimentares que as deixavam desidratadas e, assim, conseqüentemente produziam em si corpos “tábua”. O que podemos afirmar é que tais representações, em grande parte, têm reiterado o corpo feminino magro como sinônimo de saúde e beleza. A noção de corpo magro que se dissemina entre mulheres e meninas é desenvolvida em especial pelo mundo da moda, o qual, tendo a mídia e a publicidade como suas aliadas, apresenta modelos que se submetem a rigorosos regimes disciplinares para estarem de acordo com um tipo de corpo tomado como desejável.

No século XVI, conforme aponta o mesmo autor, valorizar a “parte alta do corpo” das mulheres, colocando à mostra e em evidência o colo (com seios fartos) e o rosto (bem maquiado), era primordial. A diferença entre as práticas de embelezamento de tempos passados das atuais consiste em

hoje existir uma série de produtos e locais que auxiliam na constante produção dos corpos. Atualmente, para ter seios fartos é possível recorrer às clínicas de cirurgia plástica para submeter-se a intervenções cirúrgicas. No que tange à maquiagem, além dos variados produtos disponíveis no mercado, também existe a possibilidade em se realizar maquiagens permanentes.

O que pretendemos reforçar não é que em outros tempos práticas de embelezamento e padrões corporais também não tenham existido. O que nos interessa grifar é que, em alguns casos, por meio de discursos e representações, tendo a seu serviço uma gama de dispositivos de publicidade e marketing tais como revistas, blogs, jornais, outdoors, programas e propagandas de televisão, etc., têm se favorecido a propulsão de certos padrões de moda e de embelezamento, reiterando denominações de gênero às mulheres.

Podemos dizer, também, que ao longo das últimas décadas o investimento na produção dos corpos femininos não esteve associado apenas

ao ritual de ir à academia e/ou aos salões de beleza. O investimento nas roupas e nos acessórios utilizados e o crescimento desse setor do mercado acompanharam tal processo. Nas décadas de 20 e 30 do século XX, as meias finas de náilon contribuíram no segmento do vestuário como um artefato de uso feminino que reforçou o padrão de beleza em vigor: sensualidade feminina à mostra em pernas finas, longas e torneadas.

A moda, ao longo das décadas, encontrou-se entrelaçada e associada à beleza, como possibilidade, meio e mecanismo de dar conta dessas produções dos corpos. Contemporaneamente, nessa sociedade de consumo na qual estamos inseridos/as ela pode ser compreendida como uma estética corporal adotada pelos sujeitos tendo em vista atender especificidades corporais que hoje são veiculadas em nossa sociedade, às quais reiteram e valorizam determinados padrões e modelos em detrimento de outros.

A combinação que tem se

projetado entre moda e embelezamento tem possibilitado que a interpretemos não apenas como um “programa de uso” posto aos sujeitos e seus corpos, mas principalmente como uma “ferramenta de escolha” que desempenha papel fundamental nas marcações e diferenciações que se produzem social e culturalmente entre os gêneros.

Com efeito, a produção corporal, da qual vem sendo falada nesse artigo, não diz respeito apenas ao investimento e ao condicionamento físico dos corpos, conquistado com atividades físicas e/ou intervenções cirúrgicas: tal preocupação vincula-se, também, à utilização de uma variedade de produtos e acessórios que o mercado tem disponibilizado como *aditivos* que complementam a produção dos corpos e dos visuais femininos. Em se tratando de nossa sociedade e cultura brasileira, e no que tange ao mercado do vestuário adulto feminino observamos que “a tendência é vestir-se como jovem até bem tarde” (GOLDENBERG, 2010, p. 50). Essa característica já nos manifesta o seguinte entendimento: de a roupa ser utilizada como uma estratégia

de embelezamento no intuito de percorrer os desígnios da moda. Assim, mulheres e meninas constituem suas identidades de gênero corporais investindo num padrão de moda e embelezamento que remete ao seu borramento de fronteiras, no qual as roupas e acessórios funcionam para tais sujeitos como estratégias colocadas em uso, num maciço enfoque sedutor e, também erótico.

Mesmo percorrendo esse entendimento, da atenção atribuída à vestimenta e do borramento de fronteiras que se produz no campo da moda e do embelezamento entre mulheres e meninas, Goldenberg levamos a problematizar o seguinte aspecto: que a roupa e seus aditivos, embora muito apreciados pela mulher brasileira, diante do investimento que se produz em torno dos corpos, são “[...] apenas um acessório para a valorização e exposição deste corpo da moda” (2010, p. 47).

Provavelmente esse aspecto do investimento na aparência tenha sido potencializado pelo enorme destaque

que vem sendo dado pela mídia, em especial a partir dos anos 90 do século passado, ao sofisticado universo das passarelas e dos desfiles de moda. A apresentação glamourosa de *top models* reconhecidas internacionalmente devido ao *status* da sua profissão, preconizando o padrão de magreza associado à beleza, à saúde e à moda foram se concebendo como característica do gênero e do corpo feminino. Corpos modelo como os de Gisele Bündchen, Naomi Campbell, Kate Moss, Cláudia Schiffer, entre outros, magros, mas voluptuosos como os de Juliana Paes e Ivete Sangalo se projetaram como modelos validados, almejados e percorridos de corpos femininos belos e em ascensão.

Com efeito, perceber a centralidade de marcadores contemporâneos da moda e do embelezamento no universo do consumo é aspecto importante nessa análise e que nos leva a problematizá-lo na constituição de específicas identidades de gênero na infância, bem como o modo como seus marcadores interagem com as crianças.

#### 4 A produção de uma estética corporal feminina na infância

Podemos considerar que as crianças de nosso tempo têm demonstrado excessiva atenção com seus corpos. No que diz respeito às meninas, percebemos que muitos cuidados são destinados aos seus corpos. Tingimento de fios, tratamentos de hidratação e alisamento realizados nos cabelos ampliam a noção de que a criança vai ao salão de beleza apenas para manter ou fazer um novo corte de cabelos. Com a pele os cuidados se dão desde a utilização de cremes de hidratação e uso de protetor solar, até a realização de periódicas seções de massagem e também de depilação. Maquiagem e unhas pintadas também são aspectos reconhecidos como do campo do embelezamento das meninas.

A preocupação com a imagem também se vê atrelada ao uso de roupas e calçados, bem como de seus respectivos acessórios, auxiliando nas composições propostas em seus visuais, o que demonstra essa atenção em manterem um corpo visível que é *belo* e

está na *moda*. Nesse sentido, tal produção dos corpos das crianças encontra-se agregada a um ideário de beleza, o qual leva a vastas práticas de embelezamento já na infância.

Essas práticas são já celebradas por mulheres em idade adulta, às quais, ao embelezarem-se, utilizam tal proposta como uma forma de sedução e de conquista. Nesse sentido, percebemos um borramento de fronteiras que aproxima cada vez mais as propostas para mulheres e meninas. Proximidade que também se vê inscrita nos modos como as crianças colocam em uso as significações de moda e embelezamento que circulam.

Todas essas multiplicidades de olhares e investimentos sobre a produção do corpo feminino, além de educar e ensinar valores e regras, têm colocado no centro deste debate toda uma discussão sobre a “erotização dos corpos femininos infantis” e sobre a “pedofilização como prática social contemporânea” já anunciada no início dessa seção (FELIPE, 2006, 2012).

Conforme aponta Felipe, em

especial nas últimas décadas, tem nos sido possível perceber um borramento de fronteiras que se produz e propaga entre adultos e crianças. Esse borramento também tem se dado na esfera dos conceitos de erotismo, pornografia e obscenidade, os quais têm seus entendimentos comumente cruzados e aproximados. Segundo Felipe (2012, p. 31), “com as novas tecnologias disponíveis para incrementar o embelezamento e o rejuvenescimento no campo da cosmética e da performance corporal, temos presenciado uma supervalorização da juventude, estado almejado tanto por crianças quanto por adultos”. Nesse sentido, observamos que na busca por um corpo infantil que obedeça aos preceitos que se colocam à beleza e à moda feminina hoje, e num exercício de constituição de identidades de gênero performáticas, percebemos que as meninas “aprendem que para serem desejadas, amadas, valorizadas, precisam se comportar de determinada forma” (p. 31).

No que tange à pornografia e ao

mercado pornográfico adulto, podemos considerar que a ampliação do acesso à internet tem possibilitado que uma maior visibilidade dessas questões esteja também atrelada à erotização, à pornografia e à pedofilia, favorecendo que tais informações circulem em nosso cotidiano (FELIPE, 2012).

Por tecer considerações acerca do conceito de pedofilização, atravessado pelas noções de erotização, pornografia e obscenidade, Felipe (2012) nos leva ao seguinte entendimento: ao mesmo tempo em que mecanismos jurídicos de proteção e amparo à criança são elaborados, com o interesse maior de combater práticas de pedofilia e salvaguardar a integridade física, moral e social desses sujeitos, em contrapartida, há uma excessiva exposição da imagem da criança em veículos televisivos e campanhas publicitárias.

Em sua opinião, a constituição das identidades de gênero das meninas, ao investirem na produção de seus corpos imersas em práticas e em atos de consumo, nos revela um aspecto



importante: a *sexualidade* permeando em tal processo. A erotização da imagem sensual da criança, ou ainda, a erotização desse corpo belo e na moda que é incitado a ser assim produzido — prerrogativa contemporânea posta à infância —, tem sido representada em nosso cotidiano num “misto de ingenuidade e sedução” (FELIPE, 2006, 2012).

Com efeito, os reflexos desse fenômeno da erotização e da pedofilização são vistos nas práticas culturais hoje disseminadas no espectro social. Assistimos crianças buscando parecer sempre mais à frente do seu tempo, envoltas num processo de “adultização precoce” em que avidez e pressa sinalizam os caminhos a serem tomados pelas próprias crianças (POSTMAN, 1999). Para isso, as roupas e os acessórios utilizados, os alimentos consumidos, a aquisição de uma linha de cosméticos especificamente produzidos para crianças, os locais frequentados e as práticas desenvolvidas, ganham espaço e é por meio do consumo desses

artefatos que servem para marcar a infância contemporânea. Numa mescla de ingenuidade, pureza, sedução e erotismo as crianças buscam reproduzir/consumir ao que assistem.

Talvez seja possível dizer que essa proximidade das práticas de embelezamento desenvolvidas por mulheres e meninas tenha ocorrido em virtude de, na década de 80 do século passado, termos assistido ao *diálogo* das apresentadoras de programas infantis — entre elas referimo-nos em especial à Xuxa, Mara Maravilha e Angélica — aproximando seus comportamentos e estilos aos das crianças, numa articulação produzida entre beleza, sedução e erotismo.

Na oferta de diversão e entretenimento, o mercado brasileiro percebeu essa *brecha* e, o posicionamento de jovens apresentadoras no comando dos programas televisivos infantis fora uma estratégia de consumo que deu certo. Esses programas televisivos, além de possibilitarem o estímulo ao consumo de uma série de produtos voltados ao

público infantil agregados a essa programação, também possibilitaram que a constante produção e busca pelo embelezamento por parte das crianças, para estarem na moda e próximas aos estilos das apresentadoras, fossem práticas por elas desenvolvidas.

Tais programas, mesmo que não mais no ar, ainda são com grande frequência apontados e criticados como negativos às crianças, pela falta de teor educativo que apresentavam e pelo estímulo às práticas de embelezamento, à erotização e à sensualidade precoces que as responsáveis pela apresentação desses programas instigavam em meninas.

Certamente, não é somente pela *influência* das apresentadoras infantis e dos programas televisivos dirigidos às crianças que nos últimos anos percebemos o incitamento à erotização e à sensualidade das meninas. Propagandas e anúncios publicitários, muitas vezes vinculados a tais programações infantis de entretenimento, têm estampado os corpos das meninas em meio a poses e

trejeitos que demarcam olhares sedutores, o que leva-nos a compreender tal processo social e cultural, envolto numa espécie de “pedofilização generalizada da sociedade” (FELIPE; GUIZZO, 2003).

Com efeito, por meio de variados dispositivos midiáticos dirigidos à infância, o corpo das meninas tem servido como veículo em glamourosas campanhas publicitárias no segmento da moda e do embelezamento, apresentando uma infinidade de produtos e práticas a serem por elas consumidos. A visibilidade desse corpo feminino infantil tem interpelado as meninas na constituição de seus corpos e, suas identidades de gênero, se veem atreladas a tal processo. Tais pedagogias e instâncias culturais e educativas percorrem a premissa da importância de as meninas investirem em suas aparências e em seus corpos, as convidando a procederem e operarem com variadas intervenções que estão *ao seu dispor*.

A efemeridade da moda

entrelaçada ao embelezamento, no que diz respeito ao vestuário feminino adulto e infantil, tem encontrado a sua disposição um mercado expandido e diversificado e nos ajuda nessa reflexão acerca da erotização. Especificamente no que tange ao mercado da *moda* infantil, podemos analisar por meio dos dados obtidos pela Associação Brasileira da Indústria Têxtil (ABIT) e também pela Associação Brasileira do Vestuário (ABRAVEST) um grande crescimento. Essas associações mostram que o segmento infantil produz 3% mais roupas do que o masculino adulto no Brasil<sup>5</sup>.

Por meio dos variados produtos deste segmento destinados ao público infantil, é que esse mercado tem se convertido numa instância pedagógica que carrega o entendimento do que é um corpo belo, jovem, atraente, moderno e na moda. O mercado da moda infantil, ao se propor como uma pedagogia cultural, cumpre a tarefa de

---

<sup>5</sup>Informações obtidas nos seguintes sites: [www.abit.org.br](http://www.abit.org.br) e [www.abraviest.org.br](http://www.abraviest.org.br). Acesso em: 15 abr. 2011.

produzir saberes, valores, normas e conhecimentos sobre os corpos infantis.

No que se refere à vestimenta, a qual tem sido ferramenta muito útil nesse processo de “pedofilização generalizada”, podemos também pensá-la como um artefato poderoso que tem contribuído para a divulgação de modelos aos sujeitos e aos seus corpos. Analisada sob este ponto de vista, a roupa e seus acessórios se convertem em “poderosos veículos” e os corpos em “signos legíveis”, permitindo que sejam reconhecidos “padrões de aceitação ou transgressão” aos discursos corporais (DUSSEL, 2000).

Nuances de marcas e estilos apresentados para a sua vestimenta deslizam para diversos setores e segmentos sociais. Desse modo, também acabam por intervir na constituição da roupa utilizada dentro das escolas. Os uniformes escolares que hoje são adotados prefiguram estilos conhecidos, já apresentados pelo mercado do vestuário infantil, no qual há a presença de peças esportivas. As

composições propostas pelas crianças e pela própria escola têm sido no sentido de a instituição tornar-se, dentre outras coisas, num local jovem, atraente, moderno e, porque não dizer, sedutor.

Louro (2007, p. 80), ao analisar essa construção do corpo dentro das escolas a partir dos discursos que circulam em nosso meio, avaliando a sexualidade permeando tal processo nos diz que:

[...] embora presente em todos os dispositivos de escolarização, a preocupação com a sexualidade geralmente não é apresentada de forma aberta. [...] É indispensável que reconheçamos que a escola não apenas reproduz ou reflete as concepções de gênero e sexualidade que circulam na sociedade, mas que ela própria as produz. Podemos estender as análises de Foucault, que demonstraram o quanto as escolas ocidentais se ocuparam de tais questões desde seus primeiros tempos, aos cotidianos escolares atuais, nos quais podemos perceber o quanto e como se está tratando (e constituindo) as sexualidades dos sujeitos. [...] A sexualidade está na escola porque ela faz parte dos sujeitos, ela não é algo que possa ser desligado ou algo do qual alguém possa se “despir”.

Nessa perspectiva, pode-se dizer que a escola tanto opera tanto como *palco* por onde desfilam imagens, quanto como produtora desses corpos

espetacularizados e, tudo isto, por meio do uso de certos artefatos. Nesse espaço faz-se necessário a presença de um público que assista ao espetáculo do corpo, o aplauda, tome para si tal construção, tal governo e nesse investimento, consuma-o. Na escola produz-se o próprio corpo para que ele seja consumido, mas é claro que compor uma imagem requer assumir e reproduzir, nesse objeto de desejo, padrões corporais projetados e apresentados como belos e na moda.

## 5 Algumas considerações finais

Como procuramos problematizar ao longo desse artigo, é inegável a visibilidade e a centralidade que o corpo tem assumido em nossa sociedade e cultura. De acordo com Adelman e Ruggi (2009), ele muitas vezes é visto como o principal instrumento de sobrevivência econômica e social e, por isso, frequentemente é alvo de constante investimento e aperfeiçoamento. Meninas e mulheres encontram poderosas razões para investir em um

projeto do corpo. Diversas meninas e jovens advindas de diferentes classes tomam seus corpos como a principal fonte para escapar da pobreza. Daí é que o corpo passa a ser visto, inclusive por elas mesmas, como um “corpo negócio”.

Outro aspecto que aqui merece ser retomado refere-se à excessiva veiculação midiática de meninas com corpos produzidos, na moda e embelezados, tendo o propósito de sedução. Tal aspecto é tomado como uma ferramenta operada pela publicidade e pelo marketing com o intuito de promover ainda mais o consumo. Sites, blogs e revistas voltados para meninas e adolescentes veiculam matérias com dicas a serem utilizadas pelas meninas, como armas de sedução, na hora da conquista e também no momento da composição de um visual. Validamente, os processos de produção corporais e estéticos em torno da moda e do embelezamento tem sido usados pelas meninas num eficaz *jogo* de erotização. A excessiva preocupação

com a aparência pode ser considerada como uma prática cultural dessa infância contemporânea, na qual as crianças são incitadas por variadas instâncias que as educam a constituírem tais proposições erotizadas em suas condutas.

Ao ter sido dito tudo isso, consideramos interessante ressaltar, assim como faz Felipe (2007, p. 64), que não se trata de se instaurar “uma espécie de pânico moral e até mesmo um certo saudosismo em relação a uma infância ingênua e tenra de tempos atrás”, mesmo que estejamos sendo “permeados por um constante e crescente processo de erotização da sociedade e, em especial, dos corpos femininos” (FELIPE, 2007, p. 62). Trata-se de problematizar as maneiras como novas formas de ser criança e de viver a infância têm sido colocadas em andamento, a partir de determinados ensinamentos postos em circulação pelas mídias.

## Referências

ADELMAN, M.; RUGGI, L. The Beautiful and the Abject: gender, identity and constructions of the body in contemporary Brazil. *Current Sociology*, v. 56, 2008, p. 555-586.

BORDO, S. *Twilight Zones: The Hidden Life of Cultural Images from Plato to OJ Berkeley*. Los Angeles: University of California Press, 1997.

COUTO, E. *O homem satélite*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2000.

DEL PRIORE, M. *Corpo a corpo com a mulher: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

DUSSEL, I. Historias de guardapolvos y uniformes: sobre cuerpos, normas e identidades en la escuela. In.: GVIRTZ, S. (Org.). *Textos para repensar el día a día escolar: sobre cuerpos, vestuarios, espacios, leguajes, ritos y modos de convivencia en nuestra escuela*. Buenos Aires: Santillana, 2000.

FELIPE, J. Afinal, quem é mesmo pedófilo? *Cadernos Pagu*, Campinas, v. 26, 2006, p. 221-223.

\_\_\_\_\_. Erotização dos corpos infantis. In: LOURO, G.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. (Orgs.) *Corpo, Gênero e Sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2007

\_\_\_\_\_. Pedofilização como prática social contemporânea nos sites para crianças.

*Revista Direitos Humanos*, Brasília, v. 8, p. 31-34, 2012.

FELIPE, J.; GUIZZO, B. S. Erotização dos corpos infantis na sociedade de consumo. *Pro-Posições*, Campinas, v. 14, n. 3, p. 119-129, 2003.

FIGUEIRA, M. A revista Capricho e produção de corpos adolescentes femininos. In: LOURO, G.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. (Orgs.) *Corpo, Gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. Petrópolis: Vozes, 2007.

FISCHER, R. M. B. *Televisão e educação: fruir e pensar a TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

GOELLNER, S. A produção cultural do corpo. In: LOURO, G.; FELIPE, J.; GOELLNER, S. (Orgs.) *Corpo, Gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

GOLDENBERG, M. *O corpo como capital: gênero, sexualidade e moda na cultura brasileira*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

JOHNSON, R.; ESCOSTEGUY, A. C.; SCHULMAN, N. *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Trad. de Tomaz Tadeu da Silva. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

LOURO, G. *Gênero, Sexualidade e Educação: uma perspectiva pós-estruturalista de análise*. Petrópolis/RJ: Vozes, 1997.

\_\_\_\_\_. Pedagogias da Sexualidade. In:  
\_\_\_\_\_. (Org.) *O corpo educado:*  
pedagogias da Sexualidade. Belo  
Horizonte: Autêntica, 2007.

MEYER, D.; SOARES, R.. Corpo,  
gênero e sexualidade nas práticas  
escolares: um início de reflexão. In:  
\_\_\_\_\_. (Orgs.). *Corpo, gênero e  
sexualidade*. Porto Alegre: Mediação,  
2004.

POSTMAN, N. *O desaparecimento da  
infância*. Tradução: Suzana Menescal  
de A. Carvalho e José Laurenio de  
Melo. Rio de Janeiro: Grafhia Editorial,  
1999.

RAMOS, M. O corpo como capital e  
felicidade. In: GOLDENBERG, Mirian  
(Org.). *O corpo como capital: gênero,  
sexualidade e moda na cultura  
brasileira*. São Paulo: Estação das  
Letras e Cores, 2010.

SANT'ANNA, D. Descobrir o corpo:  
uma história sem fim. *Educação e  
Realidade*. Porto Alegre:  
FACED/UFRGS, v. 25, n. 2, jul./dez.  
2000, p. 49-58.

SANT'ANNA, D. *Políticas do corpo*.  
São Paulo: Estação Liberdade, 1995.

VIGARELLO, G. *História da Beleza*.  
São Paulo: Ediouro, 2006.

*Recebido em: 12 de julho de 2016*  
*Revisado em: 10 de novembro de 2016*  
*Aceite final em: 10 de novembro de*  
*2016*