

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ

EDILAINE ZAMBIANCHI DE OLIVEIRA

**BONECA SUSI: UMA LEITURA DA EDUCAÇÃO E DAS PROFISSÕES  
FEMININA (1966-1985)**

MARINGÁ

2014

EDILAINÉ ZAMBIANCHI DE OLIVEIRA

**BONECA SUSI: UMA LEITURA DA EDUCAÇÃO E DAS PROFISSÕES FEMININAS  
(1966-1985)**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC,  
apresentado ao Curso de Pedagogia da  
Universidade Estadual de Maringá, como requisito  
parcial obtenção do grau de licenciado em  
pedagogia.

Orientação: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Ivana Guilherme Simili

MARINGÁ

2014

## Resumo

A história da educação das meninas pode ser narrada de muitas formas. A escolhida, no trabalho de Conclusão de Curso, é a de mostrar as contribuições das brincadeiras com as bonecas na educação das meninas, em particular, dos papéis desempenhados pelo brincar nos processos educativos no período da infância. O desenvolvimento do trabalho foi pautado na estratégia metodológica de associar a história da Susi a das meninas, com vistas a entender as dinâmicas indicadas nos estilos e perfis das décadas de 1960 a 1980. Talvez, fosse apropriado afirmar que o objetivo do estudo foi narrar a história das meninas por intermédio das “Susis”. Nesse aspecto, é importante lembrar que, as concepções de feminino e de feminilidade nas diferentes épocas da história da educação encontraram nos brinquedos, na literatura, no cinema e na escola, com suas práticas pedagógicas e espaços escolares, os mecanismos para educar as meninas, ensinando-lhes modos de ser, de se vestir e de se comportar, com a intenção de prepará-las para os papéis sociais desenhados para elas nas sociedades e culturas. Portanto, falar em história das meninas significa reconhecer e entender os papéis que as bonecas desempenharam e ainda desempenham em suas vidas; como a escola estimulou e ainda estimula as brincadeiras em consonância com as concepções de que existem brinquedos ideais para meninos e meninas. A boneca Susi foi lançada em 1966, pela Estrela, como a primeira boneca genuinamente brasileira, com as características da mulher brasileira; rosto e olhos arredondados. Susi reafirmou o papel da mulher desse período por meio de suas indumentárias e dos acessórios que a mesma possui. Aos poucos, à medida que a mulher ganhou espaço na sociedade, decorrentes do maior nível de escolarização e profissionalização, mediante a conquista de novos espaços de atuação no mercado de trabalho, a boneca trouxe consigo essas mudanças, estampadas em cada coleção. Nesse aspecto, a boneca tornou-se elo entre o mundo real e o imaginário, ou seja, ao brincar, as meninas internalizam os modos de como ser mulher em cada período histórico. Logo, é de se ter que, a Susi, como artefato pedagógico e cultural da educação das meninas, permite entender o que uma boneca ensina e como ensina; como consagra modelos de beleza e de comportamento; quais as formas de controle que suas caracterizações ensejam sobre o corpo e a beleza feminina.

## **Abstract**

The history of the education of girls can be told in many ways. The chosen work Completion of course, is to show the contributions of play with the dolls in the education of girls, in particular, of their role in the educational processes at play during childhood roles. The development work was guided by the methodological strategy of associating the history of Susi for girls, in order to understand the dynamic styles and profiles indicated in the decades from 1960 to 1980. Perhaps it would be appropriate to state that the objective of the study was to narrate the story of the girls through the Susi dolls. In this respect, it is important to remember that the conceptions of women and femininity in different periods of history of education found in toys, literature, film and school with their teaching practices and school environments, mechanisms for educating girls, teaching them ways of being, to dress and behave in order to prepare them for the social roles designed for them in societies and cultures. So, talking about the history of girls means recognizing and understanding the roles that dolls played and still play in their lives; how the school encouraged and still encourages play in line with the concepts that are ideal toys for boys and girls. The Susi doll was launched in 1966 by the Star, as the first genuinely Brazilian doll, with the characteristics of Brazilian women; face and round eyes. Susi reaffirms the role of women through this period of their costumes and accessories that it has. Gradually, as the woman earns place in society, resulting from the higher level of education and vocational training, by conquering new areas of activity in the labor market, the doll brings stamped these changes in each collection. In this respect the doll becomes the link between the real world and the imaginary, ie, to play girls internalize the ways of how to be a woman in each historical period. Therefore it is to have that, Susi, as cultural artifact pedagogical education enables girls to understand what and how to teach a doll teaches; consecrates as models of beauty and behavior; what forms of control that motivate their characterizations on the body and feminine beauty.

**Palavras-chave.** Educação. Mulheres. Boneca Susi. Profissões



## 1 INTRODUÇÃO

O conceito de infância é uma criação histórico-social. Nele, perpassam inúmeras práticas e representações sociais e culturais que influenciam na maneira como as crianças são concebidas e educadas. Cada período histórico desenvolveu formas de pensar e de educar meninos e meninas. Simultaneamente ao conceito de infância, desenvolve-se a preocupação com o brincar, como necessidade intrínseca da criança, como sujeito em desenvolvimento e com necessidades específicas. Os brinquedos e as roupas são emblemáticos desses princípios e representações.

Evidencia-se, assim, o papel dos brinquedos na história das crianças e na educação infantil, aspecto perceptível nos fazeres e nos saberes da pedagogia e das/os pedagogas/os como campos de estudos e de atuação. Dados esses vínculos, pode-se afirmar que muito se escreveu sobre os assuntos, com múltiplas e diferentes perspectivas temáticas, teórico-metodológicas e historiográficas.

No intuito de contribuir com a produção de conhecimentos acerca da relação das crianças, em específico, do brincar das meninas do passado e do presente com as bonecas, delineamos como objeto de estudo o mapeamento da história da Susi. Compreender os papéis desempenhados pela boneca na história da educação das meninas, notadamente, na modelagem das subjetividades e das sensibilidades delas, como garotas, proporcionadas pelo ato de brincar é nosso intento.

A Susi nasceu em meados de 1966. A criação dela, pela Estrela, uma empresa brasileira, a transforma em boneca “feita aqui e para as meninas daqui”, aspecto que chama a atenção e merece ser destacado. Ela difere das bonecas lançadas anteriormente, como a Pupi que dormia e chorava. A Susi foi criada com corpo, feições e roupas de uma jovem.

De 1966 a 1968, o slogan das propagandas era: “A boneca que gosta de se vestir”. Em uma nítida estratégia da publicidade para sintonizar as meninas à moda, o parque industrial e de consumo de bens e produtos para as crianças, cria produtos estampada a marca da Susi como vestimentas, sabonetes, cremes da Jhonson & Jhonson etc. Em 1985, ocorreu a interrupção na fabricação da boneca pela Estrela, retomada apenas em 1987. A saída de cena da boneca aconteceu devido ao acordo feito pela Estrela com a Mattel, empresa norteamericana

responsável pela criação da Barbie. Sendo assim, foi para que a Barbie entrasse no mercado brasileiro do consumo de bonecas que a Susi saiu de cena.

Nas informações coletadas sobre/para a Susi encontramos pistas para analisar a trajetória da boneca sob a perspectiva da história das mulheres, da educação e da moda infantil. Consideramos que as bonecas Susis, produzidas entre os anos 1966 e 1985, são artefatos culturais e pedagógicos que faziam circular noções sobre as mulheres e seus papéis na sociedade.

Acompanhar a história das mulheres e da educação feminina, por meio das coleções de bonecas lançadas no período é o objetivo deste trabalho. Observar as concepções de feminino e de feminilidade que as bonecas traziam ao circular entre as meninas é o encaminhamento da análise das imagens da Susi, coletadas na pesquisa. Na abordagem, identificamos como a educação das mulheres ou o maior nível de escolarização e de participação no mercado de trabalho são caracterizados nas coleções, bem como as profissões estilizadas adequadas ao feminino.

Se as teorias pedagógicas afirmam que brincar desempenha um papel significativo na educação infantil, como, por exemplo, desenvolver a imaginação e a fantasia, assimilando valores e comportamentos. Podemos associar a este aspecto outro de grande relevância: ao brincar com bonecas as meninas do passado e do presente entram em contato com a linguagem simbólica do brinquedo e se apropriam de conceitos de moda.

Como afirmado por Daniela Calanca (2008, p.13), desde o surgimento da moda em fins do século XIV e início do XV, “a ordem típica da moda como sistema, com suas metamorfoses e inflexões, a moda conquistou todas as esferas da vida social, influenciando comportamentos, gostos, ideias, artes, móveis, roupas, objetos e linguagem”.

Dessa forma, é de supor que o contato das meninas com as bonecas levaram-nas a conhecerem os papéis das roupas na fabricação das aparências, a incorporarem noções de como uma mulher, mãe e esposa devia se vestir, as diferenças entre roupas de casa e para o trabalho e a combinação entre profissões e vestimentas.

Nesse sentido, entendemos que o brinquedo e o brincar não são diálogos mudos. Eles dialogam com as crianças por meio de signos que transmitem modos e valores que a sociedade espera, ou seja, não se trata de uma educação

sistematizada, mas objeto que desde cedo, ensina, impõe modelos a serem seguidos e objetivos a serem alcançados.

Justificamos a pesquisa como pertencente à educação, porque ela traz reflexões que permitem usar a história da boneca na sala de aula de forma a mostrar a história das meninas, levando as alunas e os alunos a pensarem sobre como eram e viviam as mulheres do passado, sobre os sonhos que os segmentos infantis e femininos acalentavam sobre o que seriam no futuro.

Sendo assim, transformar a boneca ou as imagens da Susi em artefato pedagógico da educação é o fim almejado com a pesquisa, visto que, há muito que ensinar e aprender sobre as bonecas e as meninas.

### **História das Bonecas e das Meninas**

As bonecas, como brinquedos de meninas estão nas casas, nas escolas, nos livros didáticos, nos filmes, nas lojas, nas festas; na forma de presentes de familiares e/ou amigos. Logo, a história das meninas e das bonecas caminha de mãos dadas.

Trata-se, portanto, de um objeto de estudo que contempla a perspectiva histórica do brincar de bonecas. O foco justifica-se na medida em que ajuda a entender os processos históricos da infância em seus nexos com os brinquedos e as brincadeiras.

Até o século XVIII não existia uma distinção entre as fases da vida como temos atualmente; as crianças eram consideradas “adultos em miniaturas”, visto que participavam das cenas adultas e se trajavam como tais. Ainda no século XVIII, nasce a concepção de infância entendida como fase especial na evolução do ser humano; junto com o sentimento de infância que vai se desenvolvendo ao longo dos séculos, emerge no campo da ciência, pesquisas na área da psicologia infantil enfatizando a importância do brincar para a construção das representações infantis. Arelado à ideia do brincar, a produção de brinquedos como artefatos culturais mostra-se cada vez mais especializada, produzindo produtos que atendem às necessidades do público alvo. Como apresentado por Benjamim (1994), os brinquedos nem sempre foram produzidos por fabricantes especializados. Até o



século XIX os brinquedos eram produzidos nas oficinas de entalhadores de madeira, de fundidores de estanho, etc. Com o surgimento das primeiras fábricas, a produção que antes era artesanal, passa a ser massificada. O uso da madeira, que predominava nos brinquedos artesanais, em especial nas bonecas - devido à durabilidade e à boa absorção de tinta - foi substituído pelo uso de outros materiais. Embora os substitutos fossem mais frágeis, procurava-se cada vez mais aproximar a boneca do real. É também a partir da segunda metade do século XIX que o brinquedo sofre alterações em seu tamanho, esses, antes minúsculos, perdem seu aspecto discreto, tornando-se cada vez maiores. “Pois quanto mais atraentes são os brinquedos, no sentido usual, mas se afastam dos instrumentos de brincar, quanto mais eles imitam, mais longe eles estão da brincadeira viva”.( BENJAMIN,1994,p 247).

Arend (2012) auxilia no entendimento da relação histórica entre as meninas e as bonecas. Na leitura da autora, a noção de infância foi construída no século XIX, estendida e com variações no século XX, a partir de um conjunto de “discursos enunciados” por médicos, juristas, pedagogos, além dos governantes e de autoridades políticas. Eles foram difundidos por diferentes meios, tais como, imprensa e escola. Nesse mesmo período, surgem discursos sobre brincadeiras e brinquedos adequados às meninas. Os pais e mães deveriam vigiá-las, de forma que evitassem o costume de subirem em árvores, de correr com cavalinho de pau entre as pernas, de nadar em lagos e rios e de brincar de esconde-esconde com os meninos em lugares ermos após os seis anos de idade.

Os manuais de educação infantil publicados na primeira metade do século XX proclamavam que as brincadeiras saudáveis eram aquelas não colocassem em risco a integridade física das meninas e que as inserissem no universo das representações acerca dos papéis sociais a serem desempenhados ou desejados para elas, pela sociedade e cultura da época.

A função social que homens e mulheres desempenham na vida adulta, seja no âmbito profissional ou pessoal, tem reflexos de ideias incutidas no período da mais tenra idade. Em cada período histórico a sociedade tem mostrado claramente por intermédio de modos, costumes, brinquedos e brincadeiras o que é ser feminino e masculino.

Conforme retrata Arend (2012), em meados do século XIX, quando nascia

uma criança do sexo feminino na classe média, seu destino já estava traçado, assim que se tornasse “moça”, iria casar-se com o filho de um parente não muito distante ou político importante; vale ressaltar que as meninas eram consideradas moças aptas para casar logo após a primeira menstruação, a menina não tinha o direito de decidir se iria ou não se casar com o pretendente indicado pelas famílias. Para que essa menina se tornasse a futura mulher e esposa esperada pela sociedade, a educação feminina seria de extrema importância. Desde pequena, era ensinada a bordar rendas e costurar; tarefas consideradas fundamentais para a vida adulta. Algumas meninas aprendiam a tocar piano e a falar um segundo idioma. No entanto, para as meninas da classe menos favorecida economicamente, a realidade era outra. No campo, desde pequenas ajudavam em tarefas como, cuidar dos animais domésticos e dos irmãos menores; na cidade vendiam mercadorias, lavavam roupas na casa das famílias mais abastadas e se desenvolviam também na tecelagem e na costura.

Para elas, “as bonecas, os ferros de passar, as imitações das máquinas de lavar roupa”. Já para os meninos, as coisas se passavam de forma diferente; os brinquedos indicados eram “os carrinhos, os barcos, as ferrovias, as bolas e as raquetes”. ( AREND, 2012, p. 71).

As concepções de que docilidade, meiguice, serenidade, resignação eram características “naturais” ao feminino e de que coragem, poder de decisão e competitividade eram atributos e atribuições masculinas foram concepções veiculadas pela escola, local por excelência da educação de crianças e jovens. As roupas contribuía na fabricação das subjetividades dos meninos e das meninas, ajudando-os a se perceberem e a se manifestarem com vestimentas e comportamentos concebidos como adequados e/ou apropriados aos gêneros.

Ademais, no século XIX e no início do XX, as roupas também acompanhavam e comunicavam as idades e suas fases. Por exemplo, o ingresso no espaço escolar exigia um novo guarda-roupa. Para os meninos; calções curtos, camisas, jaquetas, coletes, bonés, meias e sapatos. Para as meninas, vestidos e saias sem armação, blusas mais folgadas e cabelos presos com fitas. O uso de calças compridas, no caso dos garotos, e vestidos semelhantes aos das mulheres, pelas meninas, informavam a passagem de uma etapa da vida para outra: a mocidade.

Em Arend (2012), encontramos um ponto de apoio para pensar que a educação e a moda são produtoras e reprodutoras de significados para os corpos e as subjetividades das crianças como meninos e meninas, comunicando o que é ser, viver, se vestir e se comportar como masculinos e femininos, tendo como pressuposto da educação, o modelo da heteronormatividade.

Ante ao exposto, é de se pensar que, as bonecas, como artefatos de educação do gênero feminino, embutem-se os valores sobre os papéis sociais desenhados para os segmentos femininos. De certa forma, são essas reflexões que aparecem nos estudos de Auad (2006), Goellner (2010) e de forma condensada nesse comentário de Louro (2008, p. 2) “A construção dos gêneros e das sexualidades dá-se através de inúmeras aprendizagens e práticas, insinua-se nas mais distintas situações, é empreendida de modo explícito ou dissimulado por um conjunto inesgotável de instâncias sociais e culturais”. Essa afirmação fica clara quando analisamos minuciosamente os brinquedos destinados aos meninos e às meninas. Aos meninos são direcionados brinquedos que sugerem ação, coragem, violência e dominação; às meninas, brinquedos que futuramente farão parte do universo da mulher; bonecas, apetrechos de casa e brincadeiras calmas que exigem obediência, docilidade e meiguice. Além disso, uma pesquisa realizada por Flávia Bom Sucesso mostra como as brincadeiras e ações cotidianas revelam e afirmam a personalidade esperada para cada sexo; a autora apresenta episódios escolares que mostram os comportamentos de crianças de ambos os sexos.

A primeira situação observada envolveu um menino e duas meninas. O menino deitado inicialmente sobre um banco invadiu o espaço do outro banco, ocupado por uma menina e sua boneca. A menina dirigiu seu olhar para uma colega de brincadeira, sentada num terceiro banco, como se pedindo auxílio. As duas, sem qualquer esboço de outra reação, se retiraram do espaço, levando com elas as bonecas. O menino, vitorioso, passou a ocupar os dois bancos.

Situações como essa, são heranças de uma cultura que privilegia o universo masculino, considerando as mulheres como sujeitos mais fracos e submissos à dominação masculina. Dito isso, tais comportamentos são naturalizados, aceitos e reafirmados pelos brinquedos. Outro ponto que a autora destaca é a naturalidade das educadoras mediante às situações descritas acima, ou seja, os comportamentos e os papéis sociais que meninos e meninas irão ocupar no futuro dependem da

personalidade formada na infância e é no espaço escolar que tais identidades são reafirmadas.

Por conseguinte, na trajetória de uma boneca registram-se os conceitos dos papéis sociais e das expectativas sociais que recaíam sobre as mulheres, permitindo acompanhar as transformações no modelo de feminino e de feminilidade que marcam as relações sociais e culturais das mulheres com o mundo da escola e do trabalho. Portanto, as permanências e as mudanças nos ideais de feminino podem ser conhecidas e analisadas por meio do que é oferecido às meninas como brinquedo. Por isso, instituimos as bonecas, em específico, a Susi, como meio para o acesso à história das mulheres, da educação, do trabalho e da moda.

As bonecas são brinquedos que perpassaram por séculos de existência, porém em cada período histórico com significados e públicos distintos. No século XVIII essa criação não era destinada ao público infantil, tal como nos dias de hoje, ou seja, a boneca fazia parte do universo adulto. Ainda no mesmo século, a boneca passou a ser destinada ao público infantil. Boneca de pano, madeira, porcelana e biscuit faziam sucesso entre as meninas.

### **A Susi: De casa para o Mercado de trabalho**

Em cada período histórico a sociedade adotou e adota padrões de beleza considerados ideais. No início do século XX, no Brasil, a beleza foi pensada como algo inerente do gênero feminino, o uso de luvas, leque, chapéu e jóias como acessórios de luxo fez parte do cotidiano das mulheres da classe média alta, mas o uso de pinturas ainda é considerado sinônimo de indecência e vulgaridade, a sociedade dessa época via na pintura um rosto artificial e desnecessário. Essa visão era fortalecida pela Igreja Católica, que apregoava para as mulheres seguirem o exemplo de Nossa Senhora e conservarem a beleza natural.

As indumentárias das mulheres nessa época compreendiam longos vestidos com várias sub saias por baixo e espartilhos definindo a cintura, como reforça Sant' Anna (2012), a preocupação com a beleza se concentrava no exterior (roupas, acessórios) que asseguravam a elegância feminina, a preocupação e os cuidados

com o corpo em si, depilação e bronzeamento só serão importantes em décadas posteriores; pois no início do século XX, o corpo estaria sempre muito bem tampado e adornado com roupas. A imprensa televisiva e as revistas tiveram papel crucial na divulgação de modelos femininos, o cinema inventou uma beleza reluzente e espetacular. “Os rostos adolescentes, maquiados segundo um roteiro de mulher fatal, conheceram um sucesso inusitado. Eles foram os grandes divulgadores das novas formas de cuidar do corpo” (SANT’ANNA,2012, p.107).

A ideia de que beleza, delicadeza e cuidados é algo inerente ao universo feminino foi difundido de geração em geração; cuidar do corpo, andar na moda. Contudo, ser submissa ao homem foi disseminado por meio das brincadeiras que imitavam o mundo adulto. Na trajetória da Boneca Susi, é possível perceber a preocupação com a beleza feminina atrelada à moda.

A Susi nasceu em meados de 1966, logo após o golpe militar de 1964, a criação dela pela Estrela, uma empresa brasileira, a transforma em boneca “feita aqui e para as meninas daqui”, aspecto que chama a atenção e merece ser destacado. Ela difere das bonecas lançadas anteriormente, como a Pupi que dormia e chorava. A Estrela introduziu neste período um conceito de grande sucesso entre a criançada: o de *fashion doll* (Boneca da Moda). A Susi foi criada com corpo, feições e roupas de uma jovem. Ela foi apresentada com pele clara, cabelos claros, maquiada e com vestido. O primeiro era um *chemisier* xadrez em azul e branco. Ademais, ela tinha casa, com seus móveis e apetrechos domésticos - cama, guarda-roupa, liquidificador, etc. Ela vinha com um guarda-roupa para as meninas brincarem de vestir a boneca. (CALDATTO, 2013, *online*).



Fonte: <http://anacaldatto.blogspot.com.br/2011/09/bonecas-susi-anos-60-70.html>

De 1966 a 1968, o slogan das propagandas era: “A boneca que gosta de se vestir”, numa nítida estratégia da publicidade para sintonizar as meninas à moda. As primeiras indumentárias da Susi, em linhas gerais, eram roupas muito compostas, geralmente vestidas até o joelho e sem decotes grandes; evidenciando as vestimentas ideais para a mulher dona de casa e esposa.

A imagem de feminino e de feminilidade transmitida às meninas reporta-se ao trabalho doméstico. O pano xadrez do vestido e as informações visuais da casa (paredes, quadros, criado-mudo), transmitiam noções e representações para a dona de casa, a mãe de família; cuidar de suas aparências, bem como do marido, era concebido como tarefas femininas.

Percebe-se que a feição da boneca reafirmava a mulher passiva, que tem como ocupação primordial o cuidado com o lar. Ao lançar a Boneca Susi, a Estrela lançava todos os apetrechos de casa da Susi, como os móveis do quarto e cozinha. Embutidos nos brinquedos e brincadeiras aparentemente ingênuas estão as preocupações de conter uma sociedade feminina que principia a ganhar liberdades até então proibidas para o universo feminino. De acordo com Sant’Anna, as mulheres precisavam ser cândidas e obedientes diante do ideal de esposa fiel.

Como um “anjo da família” dela se esperava uma força inabalável, emoldurada por uma graça irresistível. Robustez de espírito e graça corporal. Esse ideal feminino legitimava a autoridade masculina, justificava a restrição da vida pública às mulheres e, igualmente, os seus ímpetos sexuais. (SANT’ ANNA, 2012, p. 110).

Até meados da década de 1960, boa parte das mulheres ocupava-se totalmente com o cuidado da casa e o ambiente público era tido como espaço totalmente masculino; trabalhar fora poderia ser uma ameaça à autoridade masculina. Em um período de ditadura militar, o discurso de manter a ordem social incluía manter as mulheres totalmente submissas à sociedade masculina. A considerada “boa esposa”, era aquela que realizava todas as tarefas domésticas com alegria e ainda sabia costurar, bordar, tricotar... Para as mulheres de classe baixa, nem sempre era possível manter-se unicamente do Lar, trabalhar fora significava ajudar nas despesas mensais, embora fosse considerado vergonha masculina não conseguir manter o orçamento da casa sozinho.

A imagem da mulher do lar completa-se com a propaganda da máquina de costura da Susi, costurar para si e para a família era considerado atividade primordial para as donas de casa; a máquina de costura da Susi vinha com os moldes para costurar as roupas da boneca com uma estratégia de sintonizar as meninas à moda brincando; a máquina vinha com um manual com todas as instruções que a costureira mirim precisava saber, como por exemplo, como trocar a agulha da máquina, como trocar a lâmpada, colocar a linha; dicas que serviriam para, mais tarde, utilizar na vida cotidiana. É evidente a estratégia de inculcar nas meninas por meio dos brinquedos e das brincadeiras o gosto pelos afazeres domésticos.



Fonte: <http://anacaldatto.blogspot.com.br/2011/09/bonecas-susi-anos-60-70.html>

A inserção da mulher no mercado de trabalho perpassa por inúmeros processos históricos, desde o início do século XXI, o trabalho feminino sempre valorizou as ditas “funções naturais”, como fiar, tecer, costurar, cuidar e servir. No Brasil, com o final da escravidão, com o processo de urbanização, com o aumento demográfico e com as necessidades do mercado, passaram a empregar um grande contingente de mão de obra feminina. No setor de vestuário, por exemplo, mais da metade da mão de obra era feminina, com trabalhos árduos, e extensa jornada de trabalho; as mulheres operárias recebiam salários muito mais baixos se comparado com a mão de obra masculina, o discurso de que as mulheres são seres mais frágeis, indefesas e passivas sustentava a hierarquia masculina no interior das fábricas; fora delas, o trabalho feminino abrangia desde a venda de frutas, verduras e quitudes até ao trabalho domiciliar de costureira, funções que permitiam conciliar as atividades de ser mãe e dona de casa, colaborando ainda com as despesas da casa.

Até o início da década de 1960, a mulher casada só poderia exercer atividades profissionais com a autorização formal do marido, o qual podia a qualquer momento suprimir sua aprovação. Com a publicação do Estatuto da Mulher Casada, Lei n. 4.121 de 27 agosto de 1962, assinada pelo Presidente da República João Goulart, ficava assegurado por lei que a mulher não necessitaria mais da autorização formal do marido para trabalhar fora do lar; o ponto conservador da lei é que o homem era considerado legalmente o chefe do lar, conforme disposto no artigo a seguir: “Art. 233. O marido é o chefe da sociedade conjugal, função que



exerce com a colaboração da mulher, no interesse comum do casal e dos filhos". (Lei nº4.121, 1962, *online*)

Embora com um leque de conquistas trabalhistas, ainda hoje o trabalho feminino, em específico as costureiras, é desvalorizado e o regime de costura domiciliar ainda é uma prática ocorrente. Se analisarmos a proposta da brincadeira com a máquina de costura da Susi e a rotina das costureiras, haverá uma contradição; pois a brincadeira cria um espaço mágico de possibilidades, no qual é possível criar suas próprias roupas e andar na moda. Entretanto, a realidade da maioria da classe baixa era outra, costurar para fábricas com alto nível de exigência e produtividade.

A propaganda de produtos de cunho doméstico é um setor que investe muito em publicidade, criando necessidades e garantindo o consumo dos bens produzidos pelo mercado. Dessa forma, se a mulher na década de 1970, estava em grande parte no lar, o foco era investir em produtos que atendessem a essa demanda. "A publicidade entra sorrateira em nossas vidas para seduzir e levar ao prazer imediato". ( ROVERI,2012,p.59).

Na década de 1970, a Estrela lançou diversos mini eletrodomésticos, como aspirador de pó, batedeira, liquidificador, fogão entre outros e utiliza nas propagandas depoimentos de "mini-donas de casa" que utilizaram e aprovaram os eletrodomésticos, numa nítida estratégia de convencer a garotada de que ser dona de casa é também divertido, ainda mais com um rol de eletrodomésticos que facilita de fato o trabalho doméstico e o torna prazeroso.

De 1969 a 1972, acompanhando o mercado de produtos de beleza para os segmentos infantis, a Susi foi apresentada com maquiagem e com roupas um pouco mais curtas. De certo modo, quando se considera que foi no período que a minissaia emergiu como roupa das mocinhas, a incorporação da peça no visual da boneca indicava que, no compasso das mudanças, ela também se atualizava, tornando-se moderna e arrojada como as jovens daquela época.



Fonte: <http://anacaldatto.blogspot.com.br/2011/09/bonecas-susi-anos-60-70.html>

Há, sim, um sentido revolucionário na minissaia, quando consideramos sua trajetória na história da moda. Zimmermann (2009 apud SOUSA; SIMILI, 2012, p.25), mostrou que, antes dos anos 1960, qualquer vestimenta acima do joelho, a princípio, causava rebuliço nas ruas de Nova York. A minissaia trouxe um novo estilo que causou incômodo na sociedade daquele período. Os jornais apontavam essa vestimenta como o motivo do aumento de casos de abuso sexual. As mulheres mais maduras não a aceitavam, justamente por considerá-la uma roupa destinada à juventude e provocadora da libido masculina, sendo inadmissível o uso desta por mulheres mais velhas.

O fato é que a minissaia representou uma ruptura na história das mulheres, assim apontou Calanca (2008, p. 195 apud SOUSA; SIMILI, 2012, p.26), na medida em que quebrou com a “lógica tradicional da roupa feminina”, que prescrevia que ela devia ter a função de cobrir e esconder o corpo. “Desse ponto de vista, a minissaia qualifica-se com uma importante marca feminina, que reúne em seu percurso histórico, valores de liberdade em oposição às censuras dos guardiões da moral”.

Embora na década de 1960, as mulheres não tivessem liberdade de expressar seus anseios e desejos pessoais, a adequação do guarda-roupa para roupas cada vez mais leves e cortes de cabelos mais ousados pôde ser considerado uma conquista. A onda de pintar os cabelos de cor de cenoura no final da década de 1960 foi uma forma de expressar a liberdade de escolha daquele segmento da

sociedade, que passou anos a fio seguindo uma conduta imposta. Em 1969, a Estrela lançou a Susi com os cabelos cor de cenoura, reafirmando a última moda, porém, ao longo de todo período histórico, cada inovação traz incutido interesses mercadológicos que visam atingir a classe média- alta.



Fonte: <http://anacaldatto.blogspot.com.br/2011/09/bonecas-susi-anos-60-70.html>

A inovação do *look* dos cabelos se apresenta como início de uma liberdade de expressão que as mulheres buscavam desde o início do século, mas eram contidas por uma sociedade machista.

Cabelos longos, penteados complicados, chapéus grandes, saias de tecido grosso e a compressão do espartilho entravavam os movimentos que doravante precisavam ser de outra ordem: a vida metropolitana exigia um corpo menos arredondado, leve e impecavelmente liso e esguio. (SANT'ANNA, 2012, p. 107).

A afirmação do amor heterossexual socialmente aceito é evidenciado pela criação do namorado da Susi, o Beto, ou seja, a Susi no início da década de 1970, embora desfrutasse de liberdades no sentido de se expressar por meio de roupas

mais “ousadas” comparadas com a primeira indumentária da boneca, não vivia sozinha, ela necessitava de uma companhia masculina e mais tarde um casamento. O porte físico do boneco, mais alto que a Susi remetia à ideia de submissão ao masculino.



Fonte: <http://anacaldatto.blogspot.com.br/2011/09/bonecas-susi-anos-60-70.html>

De 1973 a 1985, a Estrela criou versões da Susi noiva. Seria uma maneira de controlar as mulheres, que naqueles anos vivenciavam a experiência de maior liberdade sexual e a ditadura do período tentava conter? Seria um discurso disciplinador incorporado e veiculado pela empresa por meio da boneca?

No plano ideológico, a invenção e a popularização da pílula anticoncepcional, por volta de 1962, marcaram o surgimento de novas concepções sobre o corpo e a sexualidade.

“A perspectiva de maior controle dos processos relativos à reprodução humana, conjuntamente com o discurso da contracultura, que preconizava a libertação sexual produziu efeitos sobre as práticas afetivas e sexuais das jovens”. (AREND, 2012, p.78).

Aparências renovadas e maior liberdade para a vivência e a expressão do corpo e sexualidade, definiam os mundos culturais da juventude. Por conseguinte, é de se pensar que o investimento na criação de Susi noiva, era uma estratégia de a empresa representar a importância/necessidade do casamento para as mulheres. A interpretação parece plausível dado o seu contexto, o regime militar e a repressão aos/ às jovens que culminou na morte de centenas de moças e de moços.



Fonte: <http://anacaldatto.blogspot.com.br/2011/09/bonecas-susi-anos-60-70.html>

O casamento e a manutenção da família foi concebido como forma de manter a ordem social vigente e perpetuar valores culturais de geração em geração. Logo, há de se pensar que o brincar de bonecas para as meninas, em específico com a Susi, aborda cada fase da vida da mulher e o que é aceito para o sexo feminino, perpetuando as mudanças e permanências observadas ao longo das décadas. É importante destacar que, considerando a condição socioeconômica da população brasileira entre as décadas de 1960-1980, a aquisição de brinquedos como a Boneca Susi estava restritamente ligada à classe média-alta, ou seja, brincar com a

boneca considerada genuinamente brasileira, feita aqui para as meninas daqui, era um privilégio garantido apenas para uma pequena parcela da sociedade.

As mudanças comportamentais trazidas pelos movimentos feministas e a difusão dos métodos contraceptivos possibilitou às mulheres, autonomia em controlar a natalidade ou até optar por não ter filhos, em detrimento de investir na carreira profissional.

O avanço da escolaridade entre as mulheres se ampliou nas décadas seguintes e gerou impacto no mercado de trabalho, tornando-as economicamente mais competitivas e capazes de enfrentar resistências e preconceitos e aumentar sua presença em setores até então impermeáveis ao feminino. (MATOS, BORELLI, 2012, p.145).

Embora inseridas no mercado de trabalho, e profissionalmente qualificadas, ser esposa e mãe era considerado uma atribuição indispensável para mulher; era preciso inculcar esse espírito materno na brincadeira, dando ênfase para a maternidade. As coleções da Susi, acompanhadas de acessórios que a boneca utilizava em cada ocasião, quer seja de âmbito doméstico ou pessoal, ganhou um novo acessório: a nova Susi Naninha vinha com uma cadeira de balanço e um bebê!



Coleção AnaCaldatto

Fonte: <http://anacaldatto.blogspot.com.br/2011/09/bonecas-susi-anos-60-70.html>

Nesse cenário que emergiu, a mulher vai aos poucos ocupando postos masculinos nas fábricas. Apesar de executarem o mesmo trabalho, as mulheres recebiam remunerações inferiores; as moças com maiores oportunidades de estudo ocupavam cargos como secretárias ou professoras. (AREND, 2012,p.78).

A criação do curso de Pedagogia na década de 1970 no Brasil, foi um marco na história das mulheres, como alternativa de cursar um curso superior; para a família ter uma filha professora era considerado um privilégio.

“O magistério também foi considerado adequado às mulheres por poder ser um trabalho de “meio período” permitindo concatenar a atividade profissional com as obrigações do lar.” (MATOS, BORELLI, 2012, p 137).

No compasso das mudanças e significando-as; em 1980, foi lançada a Boneca “Susi Professora” que vinha com acessórios (uma boneca aluna, lousa e giz).



Fonte: <http://www.preciolandia.com/br/boneca-susi-professora-rarissima-anos-80-7u1qnt-a.html>

Guarda-pó branco e usando óculos. Eis a representação da “boneca professora”. Estabelecia-se, assim, uma maneira de perceber e identificar a professora, em que a indumentária - o guarda-pó - se constituía e simbolizava a roupa da educadora, a serviço da educação. Uma imagem que permanece na contemporaneidade, aproximando, assim, professoras e alunas/os aos uniformes da educação.

Porém, surgem, ainda, no período, alguns estilos de “Susis” - a estudante, a médica, a enfermeira, a professora etc. -, as quais acenam para as concepções que circulavam na época sobre as profissões ideais ao feminino, calcadas, ainda, no modelo de feminilidade das competências e habilidades “naturais” de cuidar, de assistir, de ensinar.

Embora tenha adentrado em um número significativo de lares brasileiros como a boneca genuinamente brasileira, em 1985, ela deixou de ocupar as prateleiras, retornando somente em 1997. Susi era uma boneca concorrente com a Barbie nos Estados Unidos e reinou nas prateleiras brasileiras entre os anos de 1966 e 1985, período no qual a Estrela conseguiu vender 20 milhões de exemplares da boneca.

Todavia, um acordo comercial com a Mattel obrigava o recolhimento de Susi para que Barbie e seus produtos pudessem ser licenciados pela Estrela com exclusividade, acordo que rendeu 927,164 milhões de reais à fabricante brasileira. (ROVERI, 2012, p 39).

A Barbie foi lançada no mercado nacional em 1982 e a Susi retirada em 1985, nesses três anos de possível rivalidade entre as duas bonecas, uma das razões de seu “desaparecimento” foi o fato de ser considerada uma boneca ultrapassada em relação a concorrente estrangeira. No plano estético é importante lembrar que a Susi nasceu morena e era uma produção nacional, enquanto a Barbie, como criação norteamericana era loira. Ao que parece, a saída de cena da Susi para a entrada da Barbie no mercado brasileiro foi estratégica ao mercado da moda e da beleza, instituindo um padrão estético com suporte nas representações da mulher “loira, alta e magra” que contrastava com os traços originais da Susi, “morena, cintura fina e pernas grossas”.



A Susi foi relançada em 1997 para competir com inúmeras bonecas nas prateleiras, embora Susi seja considerada a boneca genuinamente brasileira, a partir de 1997 ela passa por modificações em seu corpo, ficando mais magra com seios e bumbum maiores. O discurso do presidente da Estrela é o de que todo brinquedo precisa se modernizar, isso nos apresenta uma nítida intenção de aproximar Susi com sua concorrente de mercado “Barbie”. É possível perceber uma contradição ao afirmar Susi como Brasileira; pois ela recebeu traços muito semelhantes às bonecas norteamericanas (corpo magro, branco e cabelos loiros) que não se assemelhava com a realidade da maioria das meninas brasileiras.

A publicidade voltada para o público infantil utiliza estratégias que supervalorizam o modelo de mulher norteamericana, colocando em segundo plano a miscigenação que temos no Brasil. Embora tenha passado por modificações é perceptível que a Barbie ocupa papel central nas propagandas, consequentemente sendo a preferida pelas meninas. Na área da pesquisa, esse contraste também foi observado, uma vez que, a Barbie conta com inúmeros estudos (ROVERI, 2008; TOMÉ, 2012), a Susi é comentada e homenageada apenas nos museus de memória das bonecas e nos blogs de recordações de suas admiradoras.

## **Considerações Finais**

Associar a história da Susi a das mulheres para mostrar as noções de papéis sociais e de profissões veiculadas, constituiu-se em estratégia metodológica para entender as dinâmicas indicadas nos estilos e perfis das décadas de 1960 a 1980.

Buscamos ao longo dessa pesquisa, identificar as mudanças e permanências presentes no brincar, em específico com a boneca Susi, e o modelo de mulher que se esperava em cada década. Percebemos que o brinquedo é um diálogo mudo baseado em signos que transmitem modos e valores que a sociedade espera, ou seja, não se trata de uma educação sistematizada, mas objeto que desde cedo, ensina, impõe modelos a serem seguidos e objetivos a serem alcançados.

Como palavras finais, vale salientar que as Diretrizes para o ensino de história no Estado do Paraná define o trabalho como um dos eixos para o/a professor/a na sala de aula. Logo, por meio da boneca tornou-se possível abordar a história das mulheres na sala de aula.

Posto isso, acreditamos que a história da boneca na perspectiva das visualidades em suas conexões com os contextos históricos, permite usá-la como artefato pedagógico para as reflexões na sala de aula sobre mulher e trabalho, levando a que se pense, em particular, sobre as relações dos segmentos femininos com o mercado de profissões na perspectiva de suas permanências e mudanças.

## REFERÊNCIAS

- AREND, Silvia Fávero. Trabalho, Escola e Lazer. In.: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. (Orgs.). **Nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2012. p. 65-83.
- AUAD, Daniela. **Educar meninas e meninos**. Relações de gênero na escola. SP: Contexto, 2006.
- BENJAMIN, Walter. História cultural do brinquedo. In: **Magia e técnica, arte e política**: ensaios sobre a literatura e história da cultura. 7 ed. São Paulo: brasiliense, 1994. p.244-253.
- BRASIL. Decreto-Lei nº 4.121, de 27 de agosto de 1962. Dispõe sobre a situação jurídica da mulher casada. Disponível em <<http://www3.dataprev.gov.br/SISLEX/paginas/42/1962/4121.htm>>. Acesso em: 25 ago. 2014.
- CALDATTO, Ana Maria. **Coleção Boneca Susi**. Disponível em: <<http://anacaldatto.blogspot.com.br/2012/11/boneca-susieantigo-brinquedos-mini.html>>. Acesso em: 20 ago. 2014.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Senac, 2008.
- GOELLNER, Silvana V. Corpo, gênero e sexualidade: reflexões necessárias para pensar a educação escolar. In: SIMILI, Ivana G. (org.) **Corpo, gênero sexualidade**. Maringá: Eduem, 2010.
- LOURO, Guacira Lopes. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. **Proposições**, Campinas: v.19, n.2, maio/ago.2008. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S010373072008000200003&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010373072008000200003&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 23 set. 2013.
- MATOS, Maria Izilda. BORELI, Andrea. “ Espaço Feminino no Mercado Produtivo”. ”. In.: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. (Orgs.). **Nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2012. p.127-146.
- PARANÁ, Secretaria de Estado da Educação. Departamento de Ensino Básico. **Diretrizes Curriculares de História para a Educação Básica**. Curitiba, SEED, 2008.
- ROVERI, Fernanda. **Barbie na Educação das Meninas: Do Rosa ao Choque**. São Paulo, SP: Annablume, 2012.

SANT'ANNA, Denise Bernuzzi. Corpo e Beleza". In.: PINSKY, Carla Bassanezi; PEDRO, Joana Maria. (Orgs.). **Nova história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2012. p.106-115.

SIMILI, Ivana. Memórias da dor e do luto: as indumentárias político-religiosas de Zuzu Angel. **Revista Brasileira de História das Religiões**, v.6,n.18, p. 165-182, jan.2014. Disponível

em:

<<http://www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/RbhrAnpuh/issue/view/893/showToc>>.

Acesso em: 05 mai. 2014.

SOUSA, Michely Calciolari; SIMILI, Ivana Guilherme. Literatura infantil de moda e as representações de gênero para as roupas. **Revista Arte & Ciência**, v.1, p. 20-40, 2012. Disponível em:

<<http://www.latec.ufrj.br/revistas/index.php?journal=arteeciencia&page=article&op=view&path%5B%5D=424>>.

Acesso em: 06 mai. 2014.