

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ.  
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES.  
DEPARTAMENTO DE TEORIA E PRÁTICA DA EDUCAÇÃO.  
CURSO DE PEDAGOGIA

STEPHANIE CAROLINA BENICIO DOS SANTOS

INFÂNCIA: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE MODA E MÍDIA

MARINGÁ  
2011

STEPHANIE CAROLINA BENICIO DOS SANTOS

INFÂNCIA: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE MODA E MÍDIA

Artigo apresentado à Universidade Estadual de Maringá- UEM, como parte das exigências para a conclusão do curso de Pedagogia, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Dra: Luzia Marta Bellini.

MARINGÁ

2011

STEPHANIE CAROLINA BENICIO DOS SANTOS

INFÂNCIA: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE MODA E MÍDIA

Artigo apresentado à Universidade Estadual de Maringá- UEM, como requisito parcial para a obtenção do título de Pedagoga, sob a orientação da Professora Doutora Marta Luzia Bellini.

Aprovado em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof.<sup>a</sup> Dra: Luzia Marta Bellini

---

Prof.<sup>a</sup>. Dra: Ivana Guilherme Simili

---

Prof.<sup>a</sup>. Dra: Patrícia Lessa dos Santos

“A infância que já não existe presentemente, existe no passado que já não é.”

(Santo Agostinho)

## **Agradecimentos**

Agradeço ao meu bom e maravilhoso Deus pela dádiva da vida, por ter me concedido vitória e me amparar em todos os momentos de angústia nesses quatro anos de graduação.

À minha querida e estimada família, que me apoiou em todas as horas e me deu forças para continuar a minha caminhada desamparando-me nos momentos difíceis pelos quais passei.

À minha amada mãe Ivanil pelo seu amor, carinho e atenção quando precisei, a minha querida avó por ser uma mulher admirável e por preocupar-se comigo em todos os momentos de tristezas.

A minha irmã Daniele que me deu forças em todos os anos da graduação e que muito me ensinou e tem me ensinado.

À estimada e amável, professora Marta que aceitou me orientar, e com todo o seu carinho, atenção e dedicação, contribuiu para a realização deste trabalho.

Agradeço a todas as minhas amigas do curso que me ampararam, em especial minha amiga Andressa, que nestes anos de graduação foi para mim mais que uma amiga, uma irmã com quem dividi minhas alegrias e tristezas, por ter me ouvido nos momentos de indecisões e por me ajudar em todas as ocasiões importantes da minha vida, sem você a graduação não seria a mesma.

A todas as pessoas que passaram pela minha vida nesses quatro anos, que direta ou indiretamente contribuíram de alguma forma para a realização deste trabalho.

# INFÂNCIA: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE MODA E MÍDIA

Stephanie Carolina Benicio dos Santos<sup>1</sup>

Dra. Luzia Marta Bellini<sup>2</sup>

## RESUMO

Apresentamos neste TCC, aspectos teóricos referentes ao conceito de moda aplicado ao vestuário infantil, ao conceito de infância e aos processos geradores da desconstrução do conceito da infância pela mídia, em uma perspectiva histórica e pedagógica. Acreditamos que retomar os estudos de autores prestigiados a respeito do objeto proposto possa contribuir para uma melhor compreensão da infância enquanto um constructo social da modernidade, solidificado a partir do século XIII. Para realização deste artigo, propomos o seguinte percurso: 1) Uma descrição de como a infância se apresentava nos séculos anteriores e, como veio a se constituir na modernidade, adquirindo particularidades; 2) a relação da moda com as formas de individualização nas sociedades atuais; 3) a constituição social da infância e, como a mídia com seu poder de influenciar vêm desconstruindo o conceito de infância que foi preconizado anteriormente por Ariès, estudo pelo qual verificamos que a infância passou por vários processos para que lhe fosse atribuído o significado a qual lhe conferimos nos dias atuais. Por fim analisamos artigos de estudiosos relacionados ao tema, para constatar como os meios de comunicação estão contribuindo para que esse conceito passe por uma transformação. Neste estudo selecionamos artigos elaborados por estudiosos que versam sobre infância, moda e mídia, nos últimos quatro anos.

Pode-se verificar por meio deste estudo que a moda foi um meio de democratização nas sociedades anteriores, mas em nossa sociedade atual a moda e a mídia atuam impondo padrões e modelos a serem seguidos, incentivando as crianças desde a mais tenra idade a se tornarem consumistas e superficiais.

**Palavras-chave:** Infância; Moda; Mídia; Desconstrução da infância.

## ABSTRACT

The following reflexions shows theory aspects that refer to the concept of fashion related to the children's clothing, to the concept of childhood and to the process generator of the deconstruction of the concept of the media, under a historic perspective and social communication. We believe that to restart the studies of well known authors about the subject

---

<sup>1</sup>Acadêmica do curso de Pedagogia da Universidade estadual de Maringá (UEM) – Trabalho de Conclusão de Curso, 2011.

<sup>2</sup>Orientadora. Professora Doutora do Departamento de Fundamentos da Educação - UEM

proposed contribute to a better understanding of childhood while one social construct of the modernity ,solidified since the eighteenth century. To realize this article, we proposed the following schedule: 1)The description of how childhood was shown in earlier centuries and how it came to constitute in the modernity, acquiring particularities (ARIÈS,1978); 2)The relationship between the fashion with the ways of individualities on the today's societies (LIPOVETSKY,2009); 3)In the peak of the social constitution of childhood and how the media's power of influences are deconstructing the concept of childhood that was recommended earlier by Ariès (POSTMAN,2011)where we verified that childhood has been through to many process for being attributed the meaning of which we have checked at the present days .Finally we have analyzed articles of scholars related to the subject , to find out how the media is contributing to this concept while the social characteristic vanishes .

**key words:** Childhood; Fashion; Media; Deconstruction of childhood.

## Introdução



Infância fase que vai do nascimento ao início da adolescência (Houaiss, 2001, p.249).

O objeto de estudo apresentado neste artigo traduz-se pelas relações entre infância, vestuário e moda tentando compreender como as mídias representam a criança no mundo contemporâneo. Este tema foi delimitado após as leituras de Ariès (1978), estudioso da constituição da infância na modernidade, de Postman (2011), cujas investigações têm como tema o chamado desaparecimento da infância na contemporaneidade do final do século XX e com Lipovetsky em seu estudo sobre o surgimento da moda (2009).

Os objetivos foram a) compreender a construção histórica do conceito de infância; b) compreender como a moda e a mídia chegaram às crianças e c) contextualizar a moda, mídia no contexto da mercantilização e da construção dos gêneros masculino e para alcançar estes objetivos propusemo-nos a efetuar um levantamento bibliográfico de estudos realizados nos últimos quatro anos, de trabalhos a respeito do vestuário infantil, mídia e infância.



## **I. Ariès, Lipovetsky e Postman: problematizando o conceito de infância e moda.**

Para iniciar explicitaremos a delimitação de nosso tema. A intenção inicial era relacionar como as crianças da vida contemporânea estão expostas a um tipo de vestuário veiculado e hegemonicamente exposto nas mídias. Para efetuar o recorte deste primeiro tema tomamos como referencial teórico três estudos clássicos sobre infância e moda.

O primeiro deles é o estudo de Philippe Áries, “História Social da Criança e da Família”. Ariès mostra como as crianças eram pensadas, como viviam e como ocorreu a transformação desse segmento social em um estrato histórico novo, a infância. A obra deste autor apresenta como as crianças eram concebidas nos séculos anteriores, como eram representadas e qual o lugar que ocupavam na sociedade.

O autor afirma que até o século XII, a arte medieval desconhecia o conceito de a infância tal como foi representado na modernidade. Antes da modernidade, quando o conceito de infância não existia, as crianças eram retratadas como adultos em versões reduzidas, não havia diferenças nos traços físicos e sua aparência, as roupas também eram semelhantes às roupas que os adultos vestiam. Neste período até o final do mesmo século não houve nenhuma diferenciação entre crianças e adultos, ambos eram representados por pinturas e estátuas com as mesmas formas e características.

As crianças não eram vistas como são atualmente, com suas particularidades e especificidades, diferentes dos adultos. Para as civilizações anteriores à modernidade a infância não era idealizada como a sociedade moderna a concebeu. Desde a mais tenra idade as crianças no período medieval compartilhavam da vida adulta, das conversas, festas, guerras e até mesmo de jogos sexuais. Não havia um local específico para que elas pudessem brincar com outros infantes, e ter os cuidados necessários condizentes com esta etapa da vida, por isso não havia a necessidade de infância tal qual a concebemos (ARIÈS, 1978).

Por um longo período as crianças não receberam a atenção necessária as suas fases e particularidades, em um determinado período a morte dos infantes era extremamente comum, uma vez que as condições da época não favoreciam o crescimento e desenvolvimento dos mesmos, além do que não havia para com eles os cuidados necessários por parte de seus familiares (ARIÈS, 1978). As crianças neste período eram cuidadas pelas amas, havia muita morte de crianças devido às condições precárias e por doenças relacionadas à higiene.

Foi a partir do século XIII que começam a surgir os primeiros exemplos de crianças mais próximas da nossa concepção de infância, as artes começaram a trazer detalhes e características específicas da infância.

Este trabalho que se realizou nas obras artísticas dando ênfase as crianças fez com que elas fossem notadas de modo diferente com todas as suas especificidades e características de modo singular ao dos adultos. Somente no século XIII é que a iconografia começou a revelar retratos de família em que se organizavam em torno das crianças, estas que por sua vez tornou-se o centro do núcleo familiar.

Desse modo inicia-se o sentimento de pertencimento da criança na vida familiar, a criança agora é concebida tal como, é dotada de suas especificidades e particularidades, que necessitam de cuidados especiais por parte de seus familiares. Surge então a preocupação em vestir as crianças de modo diferente dos adultos, de maneira adequada a sua idade. Por muito tempo as crianças eram vestidas como adultos em miniatura, logo que saíam dos cueiros eram vestidas como os demais homens da sociedade sem nenhuma diferença no traje. Essas roupas eram repletas de ornamentos e muito pesadas, que não permitiam os movimentos e desenvolvimento dos corpos infantis (ARIÈS, 1978).

Apenas no século XVII, as crianças nobres e burguesas tiveram mudanças no vestuário, roupas que condiziam com sua real idade, que lhes permitiam um maior movimento e desenvolvimento de seu corpo. Esta mudança ocorreu somente no vestuário das classes mais abastadas da sociedade, as meninas continuaram a ser vestidas ainda como mulheres e as crianças das classes pobres continuaram a se vestir com os mesmos trajes usados pelos adultos.

A adoção da vestimenta diferenciada para as crianças fez reforçar ainda mais a formação do sentimento da infância, que com suas particularidades e especificidades deveriam ter um lugar próprio, condizente com sua idade e separado dos adultos. Esta ideia nos leva a pensar que neste período seria necessária uma educação especial em um local adequado, que respeitasse as idades e as fases das crianças como escolas ou jardins de infância, onde estas ficariam separadas dos adultos e teriam, por sua vez, uma formação diferenciada e adequada a sua idade.

Esta preocupação com as crianças nos remete a noção de infância como a concebemos, como uma construção social, e não apenas biológica, uma vez que na idade média a infância se caracterizava apenas como uma fase sem importância e passageira, que logo seria superada.

Outro estudo importante para o desenvolvimento de nosso estudo foi o de Lipovestky. Trata-se de uma investigação clássica sobre a moda e sua história.

Desse modo, embora Lipovetsky (2009) embora não trate do conceito de infância, é por nós utilizados para demonstrar a historicidade do tema moda. A moda surge a partir das novas formas do uso de fantasias, do uso de adornos, das transformações e extravagâncias dos nobres em seu vestuário.

De acordo com esse autor, o primeiro momento da moda que se estendeu do século XIV até metade do século XIX foi aquele que apresentava suas características estéticas e sociais, porém a moda era presente, somente nas sociedades mais abastadas da época. Para Lipovetsky (2009, p.24), “só a partir do final da Idade Media é possível reconhecer a ordem própria da moda, a moda como sistemas, com suas metamorfoses incessantes, seus movimentos bruscos, suas extravagancias”.

Dessa maneira, a moda se expandiu, mas não alcançou de imediato todas as classes. Apenas as classes nobres podiam usufruir dos privilégios dos vestuários luxuosos, ricos em detalhes e acessórios. As classes pobres eram proibidas de vestirem-se como os nobres, os indivíduos não tinham o direito e o poder de escolha ao vestir-se ou manifestar seu desejo individual (LIPOVETSKY, 2009).

Ao ser inventada a moda encontrou resistência devido ao pensamento conservador das sociedades mais antigas, que temiam que esta florescesse socialmente e culturalmente, ressentiam que a adesão da população ao novo se opusesse aos modelos e costumes mais antigos, admirados pelos ancestrais (LIPOVETSKY, 2009). É que os nobres, de acordo com Lipovetsky (2009) estavam enraizados em um tempo inalterável e fortemente presos ao passado de seus ancestrais. Os homens não tinham em si o sentimento de sujeito individual, autor de sua própria existência.

Lipovetsky (2009) faz uma observação: o medo da moda e do novo em termos de vestimenta promoveria o individualismo, acabando com o mundo inflexível, das aparências e costumes tradicionais, ela surge como emancipação dos sujeitos às formas antigas antes infligidas, valoriza o sujeito como um ser que tem capacidade criativa, que se diferencia dos demais, livre para manifestar suas escolhas.

Com o advento da moda, o individualismo toma força, tendo cada sujeito como único e superior, uma característica própria do Ocidente, do indivíduo livre e inventivo, a moda cedeu espaço a liberdade antes negada pelas sociedades anteriores, permitindo que a Alta Costura diversificasse os modelos, cortes, formas e cores de maneira singular as pessoas, principalmente ao gosto das mulheres (LIPOVETSKY, 2009).

É interessante anotar aqui que a moda ao mesmo tempo em que se constituiu pela necessidade de consumo, sobretudo no capitalismo do século XX, ela foi a propagadora da democracia.

A indústria francesa assemelhou-se com a indústria de roupas da Inglaterra, houve um grande investimento na produção de roupas de baixo custo, devido ao forte impulso do advento das máquinas de costura em 1.860, diminuindo os custos de produção, diversificando os produtos e atendendo a pequena e média burguesia (LIPOVETSKY, 2009).

No século XX, década de 1930, a moda e democracia são partes de um mesmo processo: pobres, classes médias e ricas podiam vestir-se da mesma maneira, dos mesmos modelos. Vestir-se com modelos diferentes não era apenas um quesito da riqueza. A moda democratizou-se, sobretudo na década de 1930 quando Coco Chanel a partir de padrões de roupas usadas por trabalhadores produziu roupas para a burguesia (LIPOVETSKY, 2009).

Lipovetsky ao se referir a democratização da moda afirma que:

Á democratização da aparência correspondeu a extensão e depois a generalização do *desejo de moda*, outrora circunscrito às camadas privilegiadas da sociedade. A moda de cem anos não só aproximou as maneiras de vestir-se, como difundiu em todas as classes o gosto das novidades, fez das frivolidades uma aspiração de massa, enquanto concretizava o direito democrático à moda instituído pela Revolução (LIPOVETSKY, p.90, 2009).

Anterior a este período, somente as classes ricas gozavam de um vestuário diferenciado das demais classes, após a Primeira e Segunda Guerra Mundial, as classes baixas puderam ter acesso as novidades da moda, não mais imitando as classes superiores, mas demonstrando por meio do vestuário seu modo de ser, um ser individual e criativo (LIPOVETSKY, 2009). A democratização da moda dessa forma permitiu que todos os indivíduos se expressassem com originalidade e criatividade, aderindo aos novos modelos, cores e formas proporcionadas pelos avanços industriais, opondo-se aos padrões e modelos tradicionais.

No início dos anos de 1950, surge a moda do *prêt-à-porter*, este movimento surgiu com a finalidade de ampliar a indústria e a moda, produzindo roupas que poderiam ser adquiridas por todos, e permitindo que as novidades e tendências da moda fossem vistas em todos os lugares. Este movimento da moda proporcionou um avanço na produção do vestuário, o que permitiu a fabricação de produtos em grande escala, de boa qualidade e a preços populares (LIPOVETSKY, 2009).

Seguindo as transformações da moda, houve também as modificações relacionadas ao traje masculino e feminino, a Alta Costura após os anos de 1960 começou a investir na moda para os homens, incrementando o vestuário masculino que outrora foi excluído das novidades que a moda proporcionou ao vestuário feminino. O traje masculino seguindo o movimento do *prêt-à-porter* aderiu cores vivas, camisetas e shorts, que anteriormente eram vistas como roupas infantis e informais, agora são usadas por homens de diferentes idades, as roupas escuras e formais agora cedem lugar as roupas coloridas e confortáveis.

No entanto cabe ressaltar que esta foi apenas uma pequena mudança que ocorreu no indumento masculino, enquanto as mulheres adeririam peças do vestuário masculino ao feminino, os homens não podiam usar roupas e acessórios do guarda-roupa feminino, estas pequenas mudanças permitem notar que mesmo havendo um processo de transformação e democratização da moda para ambos os gêneros, a moda mantém as representações de masculinos e femininos impostos como modelos a serem seguidos pela sociedade, ou seja, homem deve se vestir e portar-se como homem e, mulher deve se vestir e portar-se como mulher.

O terceiro estudo que orientou este trabalho acadêmico é o de Postman (2011). Este em mais recente estudo sobre comunicação e infância, teceu a seguinte tese: a infância está sendo desconstruída, se com Ariès tínhamos a constituição do conceito de infância como construção social característica da modernidade, para Postman esse conceito de infância está desaparecendo.

Este autor corrobora com o conceito que Ariès havia anunciado anteriormente, ele caracteriza a infância como uma construção social que se constituiu historicamente desde os séculos anteriores e como se situa hoje.

O autor afirma que desde a idade medieval a infância acabava aos sete anos quando a criança já domina a linguagem oral, como não havia instrução e educação apropriada, as crianças participavam da vida adulta com os demais membros da sociedade. No mundo medieval não houve nenhuma noção de concepção infantil, de escolarização, e de cuidados especiais para com as crianças em seus estágios de desenvolvimento.

Neste período também não haviam desenvolvido a noção de vergonha, os adultos não escondiam seus segredos para as crianças, as mesmas participavam dos jogos, brincadeiras, festas e até dos atos sexuais dos adultos. Assim como afirmou Ariès, a alta taxa de mortalidade infantil e as condições precárias da época não permitiram que a infância se desenvolvesse, além do que os pais não tinham por elas um laço afetivo, devido a seu pouco tempo de vida (POSTMAN, 2011).

Para que o surgimento da infância se concretizasse, eram necessárias mudanças na vida adulta, e com as transformações ocorridas no mundo adulto como a invenção da impressão com caracteres móveis criados por Gutenberg, às crianças perderam espaço e logo teriam que ter seu próprio lugar. Com a prensa tipográfica, muitos livros foram impressos, até mesmo livros de pediatria sobre como cuidar das doenças infantis, isto indica que o conceito de infância estava se firmando (POSTMAN, 2011).

A maioria das crianças neste período não era alfabetizada, no entanto, com a criação dos livros a vida adulta se torna um segredo para as mesmas. Se o conhecimento anteriormente se dava pela linguagem, agora se dá por meio de leituras, os acontecimentos da vida adulta se encontravam nos livros que até então eram inacessíveis para as crianças, visto que não sabiam ler e escrever (POSTMAN, 2011).

Postman (2011), afirma que o conceito de infância surgiu com a criação de um novo adulto, cujas características concentravam o domínio da leitura e a noção de vergonha, isto fez com que as crianças adquirissem um local específico para elas, separadas dos adultos, é neste contexto que se dá a criação de escolas, para que neste local reservado para elas, fossem então alfabetizadas, para futuramente fazer parte da cultura letrada.

A escola estava incumbida de fornecer uma educação adequada às crianças, dando-lhes os conhecimentos necessários a cada etapa de sua aprendizagem, e progressivamente aprendendo mais sobre os segredos da vida adulta a qual vai pertencer (POSTMAN, 2011).

Este movimento para que as crianças fossem alfabetizadas pode se assemelhar ao nosso modelo de ensino, visto que desde a mais tenra idade nossas crianças frequentam as pré-escolas e escolas para que sejam alfabetizadas e inseridas em contextos sociais que favoreçam seu desenvolvimento e aprendizagem, mediadas por adultos e com crianças da mesma faixa etária (POSTMAN, 2011).

A preocupação em alfabetizar as crianças se deu devido às exigências da cultura para que soubessem a ler e escrever, e a escola teve um papel essencial neste momento. O autor afirma que onde havia escolas o conceito de infância se desenvolveu rapidamente (POSTMAN, 2011).

O novo conceito atribuído à infância deu, também, novo significado a família, que agora se via encarregada de cuidar das crianças, oferecer todos os cuidados e mantê-los a salvo e também lhe impor regras e modos a serem seguidos (POSTMAN, 2011).

Até 1850 a infância esteve em seu auge, com todas as novas características que lhe foi atribuída, diferenciações de modos, linguagem, vestuário próprio constituindo-se como um fato social e não somente uma fase biológica.

Se com a criação da prensa tipográfica a infância despertou na sociedade e no pensamento das pessoas, a comunicação elétrica, uma invenção de Samuel Finley Breese Morse, responsável pela primeira mensagem elétrica decodificada, fez com que este conceito venha sendo desconstruído em todo o meio social (POSTMAN, 2011).

Com a criação dos livros e a educação sequenciada as informações eram controladas pelos professores e livros adequados as idades das crianças, a mídia eletrônica possibilitou uma vasta quantidade de informações sem que fossem julgadas adequadas a determinados grupos de pessoas, em nosso caso as crianças. A mídia não prioriza um determinado grupo, ela alcança a todos com suas informações, possibilitando o acesso das diversas informações até mesmo as crianças (POSTMAN, 2011).

Nos dias atuais mesmo tendo as classificações indicativas de idade para determinados programas televisivos, muitas das crianças assistem a vários programas que não são adequados a sua idade, já que para se assistir televisão não é necessário que as crianças sejam acompanhadas de um adulto. A mídia não controla quem a utiliza, pois vivemos em um mundo de informação, em que a maioria das crianças tem acesso aos diferentes recursos tecnológicos disponíveis em nosso meio (POSTMAN, 2011).

A propagação destas informações veio a desconstruir o que demorou séculos para que fosse constituída, a infância vem sendo descaracterizada com o avanço das tecnologias midiáticas. Antes se podia determinar qual a informação seria adequada e necessária para ser apresentada as crianças em suas diferentes fases de aprendizado e compreensão do mundo adulto, com as novas tecnologias às informações já não são mais controladas pelos professores, pais e adultos. Elas adentram em nossas casas a todo instante e estão a disposição de qualquer pessoa, principalmente das crianças, que em nossa sociedade atual vivem cercadas de recursos tecnológicos (POSTMAN, 2011).

Esse acesso às informações fizeram com que os segredos antes guardados nos livros destinados apenas aos adultos, fossem agora mostrados as crianças sem qualquer restrição, as informações da mídia não faz nenhuma diferenciação entre adulto e criança, ela revela segredos sem nenhuma distinção de grupo. Notícias destinadas a adultos são assistidas pelas crianças, problemas da vida adulta, notícias policiais, assassinatos, filmes pornográficos, uma infinidade de informações que não deveriam ser destinadas as crianças são apresentadas pela TV, rádios, sites entre outros, sem ao menos ter a presença de um adulto para mediar este processo de informação (POSTMAN, 2011).

A mídia ao expor conteúdos que se referem ao sexo, acaba por banalizar a beleza e sensualidade dos corpos, tanto masculino quanto feminino, denegrindo a imagem de ambos os

gêneros, principalmente a imagem da mulher que é apresentada como um objeto de consumo e não como um ser humano.

As informações, programas e propagandas veiculadas na mídia, estão fazendo com que ressurgam o adulto-miniatura, pois a adultização da infância está acontecendo de forma acelerada, às crianças são apresentadas em programas, novelas, comerciais como adultos mirins, se vestem com roupas adultas, falam e até se relacionam como se fossem adultos.

Essas situações fazem com que as crianças antecipem etapas essenciais de seu desenvolvimento, uma vez que esta exposição à mídia interfere em todos os seus estágios de desenvolvimento e formação de conceitos para as suas diferentes etapas de vida e processo de aprendizagem (POSTMAN, 2011).

A participação das crianças em programas televisivos ou propagandas sempre são mostradas como se fossem adultos miniaturizados e consumidores como nos séculos XIII e XIV, com roupas adultas, maquiagem, linguagem e comportamentos idênticos aos dos adultos. A concepção de criança que fora construída anteriormente está dando lugar a outra noção, orientada pela mídia para o consumo (POSTMAN, 2011).

Com essa adultização precoce das crianças por meio da mídia, a indústria de vestuário infantil passou por mudanças bruscas, as roupas que, anteriormente eram confeccionadas com tecidos leves, e com modelos que possibilitasse maior movimento as crianças deram lugar às roupas adultas. Os meninos que antes usavam jeans e tênis agora usam ternos; as meninas que vestiam vestidos leves usam vestidos longos cheios de enfeites e salto alto (POSTMAN, 2011).

Isto pode ser observado em muitos lugares, como as crianças estão se vestindo e se comportando em diferentes contextos sociais. Mesmo apresentando formas infantis fisicamente as crianças já incorporaram o vestuário e o comportamento adulto como se fosse uma característica de seu grupo (POSTMAN, 2011).

As ideias de Postman (2011) mostram como a mídia tem o poder de influenciar determinados grupos, principalmente as crianças que ainda estão formando seus conceitos e seus gostos são fortemente influenciados por ela, principalmente no que diz respeito ao vestuário infantil, parte de nosso objeto de estudo deste trabalho.



Os autores citados nessa seção tratam da relação moda e mídia influenciando o contexto social em geral e na educação em particular. Problematizam o poder das mídias na fabricação de consensos e de padrões. Postman (2011) é mais contundente na crítica às mídias em particular à TV. É necessário, no entanto, discutir que as críticas às mídias feitas por Postman realçam as relações de imposição e de padronização. As mídias também têm um aspecto positivo que é a ampliar as informações e em certo sentido democratizar experiências de vida, embora saibamos que quando o mercado é hegemônico na mídia a imposição é mais forte e decisiva na construção de consensos.

## II. Os estudos sobre infância e moda: procedimentos metodológicos

Neste item o apresentamos os estudos selecionados no período de 2007 a 2011 sobre o tema vestuário e infância e sua relação com as mídias. Os textos são de Raquel de Barros Pinto Miguel; Maria Juracy Filgueiras Toneli, intitulado, "Adolescência sexualidade e mídia: uma breve revisão da literatura nacional e internacional" (2007); Maria Cristina Volpi Nacif com o texto "O vestuário como princípio de leitura do mundo" (2007); o item de Andréia Mendes dos Santos e Patricia Krieger Grossi intitulado "Infância comprada: hábitos de consumo na sociedade contemporânea" (2007); o trabalho de Michelle Souza Julio Knaut: "Concepção de Infância no século XIX e XXI: estudo comparativo da prática pedagógica dos centros Municipais de educação Infantil" (2009); e o artigo de Alice Lacerda pio Flores et al., com o trabalho apodado "Erotização e Infância: as Duas Faces da Publicidade" (2011).

No artigo de Miguel e Toneli (2007), as autoras discorrem acerca dos estudos realizados com a temática: adolescência; sexualidade e mídia, para tal feito as autoras se basearam em estudos nacionais e internacionais. As mesmas abordam a escassez de produções acadêmicas relativas ao tema tanto nacional quanto internacionalmente.

O artigo aborda a importância que a mídia desempenha no cotidiano as pessoas em especial os adolescentes, que em nossa sociedade estão em constante contato com a mesma. Visto que em nossa sociedade informatizada, os jovens estão completamente conectados em diversos ambientes informacionais e tecnológicos.

As autoras trazem os resultados dos levantamentos bibliográficos realizados internacionalmente elencando uma série de trabalhos de pesquisadores de renome internacional, e como estes abordam o tema em questão. As maiorias dos autores relatam a importância da mídia na transmissão de conhecimentos sobre relacionamento entre

adolescentes, saúde e iniciação sexual, e como esta tem grande influencia na vida sexual e afetiva dos adolescentes que a utilizam como fonte de informações relativas à sexualidade.

Em outras publicações, pôde-se notar a ênfase de trabalhos de cunho moral em alguns autores como o artigo de Le Roy G. Schultz (1986), sob o título "Enhancing adolescents' sexual development and the feeling of self Worth", este autor acredita que a mídia seja uma influencia negativa para a construção da identidade sexual de jovens e adolescentes. Estes autores colocam a mídia e seus conteúdos sobre educação sexual na adolescência com secundários na formação destes, sendo a família o principal meio de conhecimento referente ao assunto.

Pode-se inferir que alguns dos trabalhos internacionais relacionados à sexualidade e adolescência como o trabalho de Dixi W. Banda (MIGUEL; TONELI, 2007), sob o título os conteúdos veiculados em sua maioria apresentam-se voltado para sanar duvidas com relação à sexualidade, prevenção de gravidez na juventude e doenças sexualmente transmissíveis, contribuíram para diminuir os casos de gravidez na adolescência e DST entre adolescentes dos países europeus.

Na produção acadêmica nacional as autoras obtiveram um pequeno número de trabalhos encontrados sobre os temas: adolescência, sexualidade e mídia. Poucos trabalhos abordavam o tema em questão.

Destaca-se o trabalho de alguns pesquisadores nacionais que realizam seus trabalhos relacionados à mídia, adolescência e sexualidade, como o Prof. Pedrinho A. Guareschi; com a linha de pesquisa Mídia e Processos de Significação do programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos no Rio Grande do Sul, a tese da Dr<sup>a</sup>: Rosa Maria Bueno Fischer, da UFRS, sob o título de "Adolescência em discurso: mídia e produção da subjetividade", que aborda os discursos da mídia sobre a adolescência, por meio de programas e revistas destinados a adolescentes, além de destacar as pesquisas realizadas pela Organização Não Governamental ANDI (MIGUEL; TONELI, 2007) sobre o papel da mídia e sua relação com a garantia dos direitos das crianças e adolescentes, além das produções literárias realizadas pela ONG sobre o tema relatado.

A pesquisa que a ONG ANDI realiza nos faz repensar sobre o papel da mídia na atualidade, uma vez que esta serve como meio de informação, tanto para crianças, jovens e adultos, visto que a maioria das pessoas tem acesso as informações veiculadas pela mesma e se apropriam de informações que muitas vezes não tinham conhecimento anteriormente, e a mídia como objeto de comunicação possibilita que as pessoas se apropriem destes conhecimentos.

O trabalho de Nacifl (2007) apresenta a trajetória do vestuário nas sociedades contemporâneas, a relevância deste para as pessoas, a importância do vestuário na vida humana como ser social e o significado da vestimenta na atual sociedade. Para a autora o vestuário expressa vários significados, individual e sociocultural, formas de manifestação e expressão de quem o usa.

Nacifl (2007) ainda diz que vivemos em um mundo marcado por diferenças, e, muitas pessoas apresentam modos singulares de expor suas ideias, desejos e crenças, o vestuário torna-se um meio para manifestar, uma vez que as roupas podem adquirir uma forma de linguagem para transmitir algo de quem a usa para quem a observa.

Podemos dizer baseados em Nacifl (2007), que em nossa sociedade a vestimenta é usada também para definir grupos diferentes, para manifestar o estado de humor das pessoas, além de servir como proteção para o corpo.

Cabe observar, retomando Lipovetsky (2011) que em um determinado período da vestimenta, ela não se apresentava desta forma como a concebemos, com suas diferentes formas, cores, acessórios, modelos e variedades, as roupas em determinados momentos eram utilizadas para distinguir determinados grupos sociais, somente as classes abastadas podiam vestir-se de maneira elegante, com trajes finos e ricos em detalhes e acessórios, as classes baixas não tinham opção de escolha ao vestir-se e nem poder aquisitivo para o mesmo.

Com a democratização da moda, todas as pessoas puderam vestir-se de acordo com suas escolhas, como ser único, independente da classe social, gênero e idade, ela oportunizou a todos os indivíduos a se manifestarem por meio da vestimenta.

Nacifl (2007) explicita a importância da fotografia para observar como determinados grupos sociais estavam trajados, as fotografias foram analisadas pela autora que observou as roupas de homens, mulheres e crianças, se atentando para o vestuário empregado em diferentes momentos, como festas, passeios e jogos. Em nossa sociedade os trajes também são empregados muitas vezes, de acordo com os eventos dos quais as pessoas participam.

Santos e Grossi (2007) abordam a influência da mídia nos hábitos de consumo de crianças e adolescentes brasileiros, as mesmas enfatizam o quanto a mídia principalmente a televisiva tem forte influencia nas crianças, pois as mesmas estão em processo de formação de valores e juízos, por isso o apelo da mídia tem mais poder sobre elas. Um dos fatores que as autoras apontam como culpados pela influencia que a mídia televisiva exerce sobre as crianças são os próprios pais, que na maioria das vezes trabalham o dia inteiro, e para que as crianças não fiquem nas ruas ou sozinhas, deixam os filhos expostos por grande parte do tempo em frente a televisão ou a outros meios de comunicação.

Sabemos que vivemos em uma sociedade onde os recursos tecnológicos são um dos maiores meios de informação, entretenimento e comunicação, e que grande parte de nossas crianças tem acesso a estes recursos e os utilizam como meio de diversão e informação, e por vivermos em tempos em que a maioria dos pais trabalha para sustentar a casa, a maioria acredita que oferecer estes recursos seja um meio de suprir esta ausência (LINN, *apud* SANTOS; GROSSI, 2007).

Santos e Grossi (2007) apontam que existem programas veiculados pela mídia de cunho educativo, mas que também, apresenta programas que veiculam violência e comerciais que incentivam o consumo exacerbado. Elas afirmam que as propagandas se utilizam do recurso de fantasias para seduzir as crianças ao consumo, e como as crianças não possuem dinheiro, elas apelam aos pais que compre os produtos veiculados nas propagandas, e que para elas são essenciais para suas vidas.

Ainda no mesmo estudo, Santos e Grossi explicitam que muitas propagandas de produtos utilizam personagens de desenhos para vender os produtos, e as crianças acabam por serem seduzidos pelas imagens e desejam adquirir os objetos que estampam seus personagens favoritos.

Isto pode ser observado em vários produtos nas prateleiras dos mercados que se destinam ao uso infantil, podemos verificar que as embalagens são apresentadas com personagens de desenhos infantis, como: Ben 10 para os meninos, Barbie para as meninas, e isto faz com que os produtos se tornem mais atrativos e tenha o número de vendas aumentado.

As autoras finalizam seu artigo fazendo um balanço do que a mídia representa na sociedade atual, como um meio principalmente de difusão do consumo e que deve ser resgatado para fins voltados a educação. A mídia não pode ser vista somente como um meio manipulador, uma vez que por meio dela as pessoas podem se apropriar de informações relevantes, ter acesso a diferentes culturas, se conectar com pessoas de todo o mundo, por isso ela não é apenas um veículo de propagação ao consumo exagerado, visto que ela pode ser usada para fins educativos e sociais.

Knaut (2009) discorre em seu artigo a concepção de infância na idade média, que as mesmas eram vistas como seres incompletos ou adultos em miniatura, não era destinada nenhum tipo de educação a elas, e a infância seria apenas uma fase a ser superada para dar lugar a fase adulta.

Após do florescimento da infância no século XIII, houve a preocupação com a educação dos infantes, de estabelecer locais adequados a sua formação. No período do século XIX houve a proliferação dos jardins de infância que se destinavam a educar crianças desde a

mais tenra idade, isso ocorreu também, devido a entrada das mulheres no mercado de trabalho no, e por não terem com quem deixar os filhos as mesmas atribuíam as escolas e jardins de infância a tarefa de educar as crianças (KUHLMANN, *apud* KNAUT, 2009).

Estas instituições de caráter assistencialistas eram os locais onde a maioria das mulheres matriculavam seus filhos, pois necessitavam trabalhar; as escolas eram um meio de oferecer cuidados e alimento a essas crianças filhas de trabalhadores. A escola depois deste período passou a ter um caráter pedagógico, com vistas ao aprendizado e desenvolvimento das crianças (KNAUT, 2009).

Estas propostas educativas tiveram grande importância na elaboração das atividades realizadas em centros de educação infantil e escolas, pois existem leis que regulamentam o ensino, a gratuidade e obrigatoriedade do mesmo a todas as crianças (KNAUT, 2009).

Alice Lacerda Pio Flores et al. (2011), que investigaram propagandas de moda, descrevem duas propagandas de grifes infantis veiculadas pela mídia, objetos de suas análises. Era propagandas veiculadas por meio de outdoors da marca Lilica Ripilica que apresentava uma menina sentada em um divã, com aparência extremamente sensual, com textos ambíguos. Para os autores as roupas e comportamento da criança no anúncio não condiziam com sua idade, esta era apresentada como uma mulher adulta o que para o estudo acelera seu processo de adultização.

Flores et al. (2011) afirmam que essas propagandas transmitidas pela mídia têm intenso apelo a sexualidade e sensualidade dos infantes. E como ainda estão em processo de formação, tanto educacional quanto sexual, e estas propagandas podem interferir e desestabiliza-lo. O *outdoor* analisado foi retirado de circulação pelo alto teor sexual utilizado em sua imagem e pela influência que exerce nas crianças. Para os autores vestir-se como adultos não é próprio para as crianças. Além disso, chamam a atenção para as imagens das propagandas. São crianças adultizadas, mas com a aparência de inocência e ingenuidade. Todavia, uma falsa inocência e ingenuidade porque a erotização, característica da vida adulta está presente nessa imagem.



*Outdoor* da campanha “Use e se Lambuze”, da marca Lilica Ripilica.

Outra propaganda analisada pelos mesmos autores foi a da marca Tip Top. Esta é representada por um menino com roupas condizentes a sua idade, de cabeça para baixo em um sofá, com uma mensagem que condiz com as brincadeiras que é de costume das crianças. A roupa na imagem sugere ser adequada e confortável para o dia a dia e as brincadeiras realizadas por crianças.



Propaganda da campanha “Anúncio Bebê ‘Cai de Bunda’”, da marca Tiptop.

Para Flores et al. (2011) em geral, as propagandas apresentam um forte apelo à erotização da figura infantil, e isto pode comprometer a formação da identidade e sexualidade dos infantes, uma vez que esta formação está ligada à subjetividade humana.

Os autores apontam problemas de saúde relacionados a adultização precoce das crianças, como gravidez na infância, doenças sexualmente transmissíveis, banalização do sexo, antecipação de menstruação das meninas, além de incentivar o incesto e pedofilia, visto que as imagens que a mídia veicula mostra crianças com corpos infantis, com roupas e comportamentos adultizados, em imagens sensuais expondo as crianças ao risco de serem acometidas de violência sexual.

Da leitura desses textos que problematizam a criança e as propagandas de moda pode-se inferir que em grande parte dos programas televisivos e outros meios de comunicação mais hegemônicos, a infância está é reduzida às imagens de crianças apresentadas com roupas de adultos, maquiagens, expressões e comportamentos adultos. Nesse sentido, as mídias estão mais comprometidas com o consumo e para, isso, realçam estratégias de sedução e desejo que tornam a criança uma mulher ou um homem adulto; demarcam a questão de gênero e não dão abertura para as diferentes maneiras de vestir, diferentes modos de expressão sexual. Reafirmam a dicotomia mulher Barbie e homem Ken; imprimem um padrão heteronormativo.

Não se nega o papel democrático das mídias e das modas que, de fato, propiciam a informação e conhecimento. No entanto, as propagandas sobre moda para as crianças também podem comprometer a concepção de homem, mulher na criança quando estas reduzem o mundo em mulher Barbie, mulher sedutora, ou homem viril tornando-a um adulto-miniatura e consumidor, não respeitando suas particularidades e fases de vida.

### **Considerações finais**

Os estudos aqui levantado indicam que a mídia vem contribuindo maciçamente para a redução da infância, em seus mais diferentes meios, exibindo “mulheres” que sua propaganda produz, crianças ingênuas vestidas como adultas, portadoras de atitudes e comportamentos que não são próprios da natureza infantil, impondo modos e desejos, comprometendo sua formação psicológica e afetiva.

A mídia acaba também por incutir nas crianças modelos representativos dominantes, que acabam por acentuar ainda mais os preconceitos existentes na sociedade como o racismo,

bullying contra as pessoas que estão acima do peso, e as que não se enquadram no padrão de beleza que as propagandas ilustram.

A moda foi uma dimensão muito importante para a democratização da sociedade, uma vez que proporcionou aos indivíduos a se expressarem por meio das roupas seus gostos, criatividade, originalidade como ser único, não utilizado somente como um objeto material, mas um objeto com um significado social, sem distinção de classes. Apesar de ser democrática, a moda alterou ininterruptamente o vestuário feminino, diversificando cortes e acrescentando cores e acessórios, atribuindo uma nova estética e feminilidade ao traje da mulher, no traje masculino pouco pode ser notado em suas modificações, visto que a moda em sua maioria encontrou-se voltada para o público feminino.

Não se trata de demonizar a moda, mas investigar quais os mecanismos de consumo que levam a moda a ser um elemento de demarcação do feminino e masculino por meio da adultização das crianças. Os autores que levantamos analisam mais o aspecto da subjetividade e dos cuidados com a formação e sexualidade. Levantam também o papel da identidade, de gênero, mostrando que a mulher tem que cumprir um papel de bela, sedutora e feminina. Ao homem cabe o papel de viril, macho. Outras existências femininas e masculinas, masculinas e masculinas, femininas e femininas são sutilmente ocultadas.

Quanto às posições teóricas de Postman pode-se afirmar que a dissolução das fronteiras que marcavam a vida adulta da vida da criança está desaparecendo com os meios de comunicação, uma vez que a mídia alcança a todos, sem diferenciar crianças e adultos, impondo modelos a ser seguidos, em específico as crianças, a mídia vem investindo no vestuário infantil a cada dia, com a adultização precoce das crianças por meio dos veículos de comunicação, as crianças tiveram seu vestuário modificado, principalmente as roupas das garotas, uma vez que as propagandas e outdoors apresentam meninas vestidas e maquiadas como adultas, e isto pode refletir no desenvolvimento da criança, pois estas roupas e atitudes que não condizem com sua idade pode antecipar etapas essenciais a sua formação.

Para este autor as informações que a mídia veicula contribuem para reduzir a infância, já que acaba por apresentar conteúdos que são próprios para os adultos, e tornam estas informações acessíveis as crianças que ainda estão em processo de formação, logo estes conteúdos veiculados podem lhes influenciar a cometer delitos como o uso de drogas,



prostituição e ainda a outras condutas inadequadas. As propagandas seguindo o modelo da lógica capitalista estão permeadas pelo princípio ideológico da economia do lucro, seu poder de emancipação social é restrito ou nulo, pois elas são em sua maioria apelativas e esvaziadas de conteúdos reflexivos, incentivam as crianças desde a mais tenra idade a consumir cada vez mais.

Diante destes expostos, da influência da mídia e da indústria da moda que administra os gostos e as percepções de como devemos ser e parecer percebemos certo retrocesso nas conquistas sociais, e a pergunta que lançamos é se haverá novamente um momento histórico e cultural onde perderemos o conceito social de infância, preconizado por Ariès. Em que ponto esse reapoderamento do conceito de infância se converte num novo desapoderamento, e a emancipação (no sentido um espaço e de cuidados especiais) numa nova opressão? (no sentido de adultização do corpo e do comportamento).

### Referências

- ARIÈS, P. **História social da criança e da família**. Trad. Dora Faksman. Rio de Janeiro, Zahar, 1978.
- FLORES et al. **Erotização e Infância: as Duas Faces da Publicidade**. Revista Anagrama, São Paulo, 3ª edição, março-maio 2011. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org>>.
- GROSSI. P.K; SANTOS. A. M. **Infância comprada: hábitos de consumo na sociedade contemporânea**. REVISTA VIRTUAL TEXTOS & CONTEXTOS. Nº 8, ano VI, dez. 2007. Disponível em: < <http://revistaseletronicas.pucrs.br>> acesso em junho de 2011.
- HOUAISS, A; Villar. M, S. **Minidicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- KNAUT, M. S. J. **Concepção de Infância no século XIX e XXI: estudo comparativo a partir da prática dos Centros Municipais de Educação Infantil**. 2009. Disponível em: < <http://scholar.google.com.br> > acesso em maio de 2011.
- NACIFL, M. C. **O vestuário como principio de leitura do mundo**. Associação Nacional de História – ANPUH, 2007. Disponível em: <<http://snh2007.anpuh.org>> acesso em agosto de 2011.
- TONELI, M. J. F; MIGUEL. R. B. P. **ADOLESCÊNCIA, sexualidade e mídia: uma breve revisão da literatura nacional e internacional**. 2007. Disponível em: < <http://www.scielo.br>> acesso em setembro de 2011.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.**

Trad. Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das letras, 2009.

POSTMAN, N. **O desaparecimento da infância.** Trad. Suzana Menescal de Alencar

Carvalho, José Laurenio de Melo. Rio de Janeiro: Graphia, 2011.