



RENATA AUGUSTO MARTINS

**PRESSÃO DE CONSUMO
E ESCOLHA DAS MÃES:
O CASO DOS SAPATOS PARA MENINAS
DE 01 A 07 ANOS**

CAMPINAS
2013



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
Faculdade de Ciências Médicas

RENATA AUGUSTO MARTINS

**PRESSÃO DE CONSUMO
E ESCOLHA DAS MÃES:
O CASO DOS SAPATOS PARA MENINAS
DE 01 A 07 ANOS**

Dissertação de Mestrado apresentada à Pós-Graduação da Faculdade de Ciências Médicas, da Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP, para obtenção do título de Mestra em Ciências na Área de Concentração Saúde da Criança e do Adolescente.

Orientador: Prof. Dr. Roberto Teixeira Mendes

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO FINAL DA DISSERTAÇÃO DEFENDIDA PELA ALUNA RENATA AUGUSTO MARTINS E ORIENTADA PELO PROF. DR. ROBERTO TEIXEIRA MENDES.

Assinatura do Orientador

Campinas
2013

Martins, Renata Augusto, 1971-

M366p Pressão de consumo e escolha das mães : o caso dos sapatos para meninas de 01 a 07 anos / Renata Augusto Martins. – Campinas, SP : [s.n.], 2013.

Orientador: Roberto Teixeira Mendes.

Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Ciências Médicas.

1. Sapatos - Efeitos adversos. 2. Moda. 3. Meninas. 4. Desenvolvimento motor. 5. Sociedade de consumo. I. Mendes, Roberto Teixeira, 1953-. II. Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Ciências Médicas. III. Título.

Informações para Biblioteca Digital

Título em outro idioma:

Consume pressure and mother decision

: the case of shoes for one to seven years girls

Palavras-chave em inglês:

Shoes, Adverse

effects Fashion

Girls

Motor

development

Consume society

Área de concentração: Saúde da Criança e do Adolescente

Titulação: Mestra em Ciências

Banca examinadora:

Roberto Teixeira Mendes

[Orientador] Maria de Lurdes

Zanolli

Regina Célia Turolla de Souza

Data de defesa: 06-12-2013

Programa de Pós-Graduação: Saúde da Criança e do Adolescente

BANCA EXAMINADORA DA DEFESA DE MESTRADO

RENATA AUGUSTO MARTINS

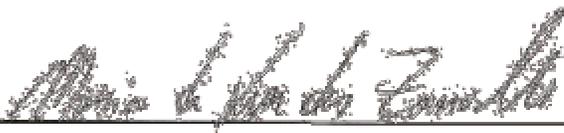
Orientador (a) PROF(A). DR(A). ROBERTO TEIXEIRA MENDES

MEMBROS:

1. PROF(A). DR(A). ROBERTO TEIXEIRA MENDES



2. PROF(A). DR(A). MARIA DE LURDES ZANOLLI



3. PROF(A). DR(A). REGINA CÉLIA TUROLLA DE SOUZA



Programa de Pós-Graduação em Saúde da Criança e do Adolescente da Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Estadual de Campinas

Data: 6 de dezembro de 2013

A Bruna, minha inspiração...

AGRADECIMENTOS

Agradecer significa que reconhecemos a ajuda, a participação e a solidariedade daqueles que dividiram a parte ou o todo de uma conquista.

Assim, agradeço...

A Deus, por me oferecer as oportunidades e direções, por auxiliar-me nas escolhas que tenho feito ao longo do caminho.

Aos meus pais Paulo e Odete por me proporcionarem o alicerce firme e ao mesmo tempo por serem abrigo, proteção e doçura.

Às minhas irmãs Marcella e Carolina, e nossa prima Camilla com quem brinquei muitas vezes com os sapatos da tia Maria Luiza, quem sabe tudo começou naquele armário mágico de sapatos altos nº34?...

Ao Claudio pela paciência, pelo incentivo e por acreditar! Mais uma história pra ficar entre as tantas que vivemos juntos.

À Bruna que me fez repensar a vida desde sua chegada... Que me deu a ideia deste tema mesmo antes de saber o que era um sapato!

Aos familiares e amigos, de longe ou de perto... mas sempre vibrando!! Em especial à Rita e ao Mello, obrigada pelo carinho de sempre e principalmente neste momento.

À Universidade Estadual de Campinas - Centro de Investigação em Pediatria da Faculdade de Ciências Médicas, pela oportunidade acadêmica para realizar o curso de Mestrado.

Aos professores Maria Aparecida Affonso Moysés, André Moreno Morcillo e Sérgio Tadeu Martins Marba que em seus diferentes ensinamentos e disciplinas, endossaram os pensamentos de Cassorla no Prefácio de Turatto (2003):

“As condições básicas para que ocorra ciência, um trabalho científico, se constituem num método adequado, ou melhor ainda, suficientemente criativo e flexível, que dê conta de aproximar-nos da realidade, de como ela se constitui, indo além do senso comum.”

Ao Dr Marcos Nolasco, o primeiro a ouvir minhas ideias iniciais e quem me apresentou meu orientador: Roberto Teixeira Mendes.

Ao Dr Teixeira, para quem já escrevi e apaguei algumas palavras, escrevi e apaguei outras tantas... Olhando para o caminho que percorremos juntos que começou com sapatos, encontrei alguém apaixonado pelas crianças.

Obrigada por dividir sua cultura, pelo grande estímulo intelectual que me proporcionou a inserção na Pesquisa Qualitativa. Pela tranquilidade ao orientar, a paciência, pelo prazer que tem em ensinar, pela naturalidade com que executa esta tarefa e pela flexibilidade de seus pensamentos. Obrigada também por entender minha distância... Campinas... Cascavel... Rio de Janeiro... Campinas... Brasília... E ainda assim, acreditar.

Nossas conversas, e-mails e textos me fizeram ver muito mais que sapatinhos! A criança e suas nuances no processo de desenvolvimento. Tudo fica muito claro em: “Um postscriptum humorístico” de Rubem Alves (2003) ao Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa de Egberto Ribeiro Turatto, (livro de cabeceira durante essa trajetória):

“O que comove os homens e os faz agir é sempre qualitativo.”

Às mães que dividiram comigo seus pensamentos e ideias sobre o bem-estar de suas meninas.

Às meninas... que continuem brincando, sem pensar em crescer tão rápido!



*"Ninguém nasce mulher:
torna-se mulher"*

Simone de Beauvoir, 1967

RESUMO

Dos primeiros passos até que a criança alcance maturidade suficiente para a marcha biomecanicamente semelhante a do adulto, estará exposta a diversas experiências motoras, cognitivas e sociais. De acordo com a literatura sobre o desenvolvimento motor, a história dos calçados, a definição de saúde de CAPRA (1999) como uma experiência de bem-estar resultante de um equilíbrio dinâmico que envolve aspectos físicos e psicológicos do organismo, assim como suas interações com o meio ambiente natural e social; o calçado pode ser considerado um elemento situado entre o ambiente (como perspectiva externa não-corporal) e a dimensão corporal, com representação própria, constante e perene ao usuário, participando de praticamente todo o processo maturacional da marcha humana, envolvido em condições experienciais às quais a criança em desenvolvimento estará exposta neste período. O calçado é um fator que corrobora a saúde dos indivíduos o que deve ser observado com cuidado principalmente na faixa etária sugerida nesta pesquisa. O objetivo deste estudo é abordar os conhecimentos técnicos quanto à confecção de calçados adequados a meninas hígdas entre 01 e 07 anos de idade e discutir sobre a motivações da escolha de modelos pelas próprias meninas e seus responsáveis na hora da compra. O calçado deve ser elemento de proteção e apoio individual, que poderá tanto representar um recurso auxiliar no processo de aquisição e maturação da marcha humana, quanto interferir negativamente em seu desempenho. A pesquisa de campo utilizará técnicas da Metodologia Qualitativa e será realizada ao abordar as mães em entrevistas semidirigidas, onde, através deste instrumento, pode-se acumular dados descritivos sobre a escolha do calçados e as influências que possam sofrer, desenvolvendo no pesquisador uma ideia de como os familiares que têm condições financeiras de adquirir bons calçados, interpretam a escolha quanto ao aspecto saudável e funcional no desenvolvimento motor de suas filhas em idade de desenvolvimento da marcha.

Palavras-Chave: sapatos - efeitos adversos, moda, meninas, desenvolvimento motor, sociedade de consumo

ABSTRACT

From our first steps until the child reaches maturity to the march biomechanically similar to the adult, will be exposed to different experiences motor, cognitive and social. According to the literature on motor development, the history of footwear, the definition of health Capra (1999) as an experience of well-being resulting from a dynamic equilibrium involving physical and psychological aspects of the body, as well as their interactions with the natural environment and social footwear can be considered an element located between the environment (external perspective as non-body) and body size representation, constant and enduring to the user, participating in virtually all the maturational process of human gait engaged in experiential conditions to which the developing child will be exposed during this period. Footwear is a factor that supports the health of individuals which should be carefully observed mainly in the age range suggested in this research. The aim of this study is to address the technical knowledge regarding the making of shoes suitable for healthy girls between 01 and 07 years of age and discuss the motivations for the choice of models for the girls themselves and their parents at the time of purchase. The shoes must be an element of protection and support individual, which may represent either an aid in the acquisition and maturation of human gait, and adversely affect their performance. The field research will employ techniques of Qualitative Methodology and will be held to address the mothers in semi-structured interviews, where, through this instrument, it can accumulate descriptive data on the choice of footwear and the influences that might suffer, the researcher developed an idea how family members who can afford to buy good shoes, interpret the choice as to look healthy and functional motor development of their daughters in developmental age of the march.

Keywords: shoes - adverse effects, fashion, girls, motor development, consume society

LISTA DE FIGURAS

Nº	Descrição da figura	Pág
01	Artesão de sandálias, representação. 18ª Dinastia, 1567-1320 a.C.....	37
02	Sandálias de madeira e ouro, tesouro de Tutancâmon, 18ª Dinastia.....	37
03	Sandália egípcia feita de fibras de plantas.....	37
04 - A	Sapato de 5.500 anos.....	38
04 - B	Mapa localizando a caverna na Armênia.....	38
04 - C	A caverna.....	38
05	Choupines italianas.....	39
06	Choupines italianas.....	40
07	Luis XV.....	40
08	Sapato masculino da época.....	40
09	Catarina de Médici.....	40
10	Pintura de Edgar Degas - Ballettsaal der Oper in der Rue Peletier.....	41
11	Sapatilhas de ponta atuais.....	42
12	Calçado Inglês de 1890.....	43
13	Slepers.....0.....	44
14	Slepers.....	44
15	Sapato do Século XVIII.....	44
16	Sapatos bordados.....	45
17	Botas bordadas do Século XIX.....	45
18	Mulheres dos anos 1920 com os calçados para dançar Charleston.....	45
19	Mulheres dos anos 1920 com os calçados para dançar Charleston.....	45
20	New Look de Christian Dior e os sapatos stiletto.....	46
21	Pés de lótus.....	48
22	Sapatos de Lótus, séc. XVIII.....	48
23	Cortesãs japonesas usavam tamancos com alturas entre 15 e 30 cm.....	48
24	Marc Jacobs e Dolce & Gabana.....	50
25	Marchesa e Chloé.....	50
26	Prada e Alexander McQueen.....	50
27	Dolce & Gabbana e Emilio Pucci.....	51
28	Moda no Japão.....	51
29	Sapatinho de Cristal de Cinderela.....	52
30	Sapatos de Judy Garland como Doroty – O Mágico de Oz em 1939.....	53
31	Sapatos de Judy Garland como Doroty – O Mágico de Oz em 1939.....	53
32	Marc Jacobs – Transparent Pump inspirado em Cinderela.....	53

Nº	Descrição da figura	Pág
33	Comemoração de 70 anos do Mágico de Oz.....	54
34	Imelda Marcos com parte de sua coleção de 3.000 pares de sapatos	54
35	Antes de apelar para o silicone, tente o plástico.....	70
36	Conforme o plástico vai tomando forma a inocência vai saindo de fininho.....	70
37	Ensaio fotográfico para grife de sapatos	71
38	Campanha publicitária de loja de departamentos com apresentadora infantil	76
39	Sapatos da Xuxa.....	77
40	Sapato Hello Kitty.....	78
41	Ossos do pé.....	85
42	Dinâmica do movimento do pé adaptado de Hartkopf et. al.....	86
43	Vista medial das estruturas ligamentares do pé e tornozelo.....	87
44	Vista lateral das estruturas ligamentares do pé e tornozelo.....	87
45	Formação dos arcos plantares: bebê, criança de 05 anos e de 08 anos.....	89
46	Arcos plantares.....	89
47	Distribuição do peso corporal com aumento dos saltos.....	91
48	Anatomia do pé da bailarina em ponta.....	96
49	Joanete ou hálux valgo.....	97
50	Calçados promovendo o hálux valgo.....	98
51	Neuroma de Morton.....	98
52	Entorse de tornozelo.....	99
53	Entorse de tornozelo Grau I.....	100
54	Entorse de tornozelo Grau II.....	100
55	Entorse de tornozelo Grau III.....	101
56	Fases do Ciclo da Marcha aos 12 meses de idade.....	113
57	Fases do Ciclo da Marcha aos 03 anos de idade.....	113
58	Fases do Ciclo da Marcha aos 07 anos de idade.....	114

SUMÁRIO

Resumo.....	xiii
Abstract.....	xiv
Lista de Figuras.....	xii
1. Introdução.....	21
2. Objetivos.....	27
3. Sujeitos e Método.....	29
3.1. O Método.....	30
3.2. Procedimentos Metodológicos.....	33
3.2.1. Revisão de Literatura.....	33
3.2.2. Investigação da percepção das mães quanto aos modelos de calçados que compram para suas filhas.....	33
3.2.3. Análise dos Resultados.....	34
Capítulo I:	
A história dos calçados.....	37
Capítulo II:	
Família e o processo de sedimentação de valores: a infância como base na construção social.....	57
Capítulo III:	
O consumismo e a sensualização precoce na infância.....	63
Capítulo IV:	
Calçados para meninas e os usos do corpo: desempenho e lesões.....	81
4. Resultados e Discussão.....	103

5. Considerações Finais..... 121

6. Referências Bibliográficas..... 125

ANEXOS

Anexo I: Entrevista semidirigida

Anexo II: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Anexo III: Planilha de observação

1. INTRODUÇÃO

“Por que certos membros da espécie humana, rotineiramente, põe a sua sobrevivência em risco fumando cigarro? Por que as mulheres tornam o caminhar num esforço ao usarem sapatos de salto alto? Esses comportamentos de risco são gerados obviamente, por outras forças além do instinto.”

Danesi, 1999.

O presente estudo foi motivado pela observação dos fatores que favorecem o desenvolvimento motor normal, o tipo de calçados destinados à população infantil no mercado, a observação do tipo de calçado utilizado por meninas entre 01 e 07 anos de idade e principalmente, como os responsáveis definem sua escolha no momento da compra de calçados, considerando fatores ligados ao consumismo e à sensualização precoce, entre outros.

O conhecimento científico é derivado de uma pergunta, assim, se não há pergunta, não pode haver conhecimento científico. Nada é evidente. Tudo é construído (Bachelard, 1996). Há uma dicotomia inicial que precede a escolha de um problema, ora corresponde a uma curiosidade individual, ora a um problema sentido pelo grupo, sociedade ou comunidade, ou mesmo por exigência do próprio progresso científico (Trujillo Ferrari, 1982).

De uma dúvida pessoal quanto à aquisição de calçados para minha filha e, sendo fisioterapeuta, passei a questionar o que era oferecido no mercado, sem muitas opções de conforto e adequação para uma criança em desenvolvimento. Surge aí a questão que dá origem a este estudo.

Minhas leituras permitiram entender que o calçado deve ser elemento de proteção e apoio individual, que poderá tanto representar um recurso auxiliar no processo de aquisição e maturação da marcha humana, quanto interferir negativamente em seu desempenho, caso sua confecção seja incompatível com: o desenvolvimento de uma marcha estável, confortável e ágil, bem como das estruturas intrínsecas dos pés e tornozelos (osteomusculares) das meninas em processo de aquisição da deambulação independente, com a expressão do movimento próprio à idade.

Contudo, além das questões ortopédicas, relacionadas à postura, deformidades ósteo-mio-articulares e outros fatores que permeiam o desenvolvimento físico das meninas, há também aspectos que envolvem o aprendizado do movimento, presentes desde o nascimento e se perpetuando com características herdadas ou adquiridas no processo de construção da identidade.

O desenvolvimento humano é um fenômeno que ocorre assentado sobre as constituições das potencialidades na dependência dos modos de vida e da cultura, através dos quais nos reconhecemos como seres humanos distintos por gêneros e valores, que se sedimentam ao longo da vida e das gerações.

O desenvolvimento motor pode ser considerado como a expressão do conjunto da interação do substrato biológico com o ambiente onde a criança está inserida. A deambulação especificamente é um aspecto do desenvolvimento motor que oferece ao pesquisador várias vertentes de raciocínio, como os padrões de aquisição da marcha, suas variações de acordo com a idade, os contextos sócio-culturais, as alterações patológicas, enfim, uma gama de possibilidades de estudo.

As pesquisas relacionadas à marcha remontam a tempos antigos, onde os Matemáticos gregos, a partir da observação de imagens plantares das pegadas humanas nas margens de rios, já demonstravam as complexas relações entre o aparelho locomotor, o meio ambiente e as adaptações necessárias à realização das tarefas que culminam com a marcha no ser humano hígido (Paul, 1989).

O processo que envolve a aquisição da marcha autônoma e independente se apoia num conjunto de pré-requisitos que o lactente desenvolve e estão relacionados tanto com o processo de maturação do Sistema Nervoso Central e

Periférico, quanto com as circunstâncias concretas de vida da criança: sociais, econômicas e culturais. A riqueza de experiências motoras e sensoriais às quais a criança foi exposta durante o seu desenvolvimento, são fatores que aprimoram a antecipação e o planejamento motor durante a execução dos atos motores elaborados como o engatinhar, ficar em pé com e sem apoio e deambular com apoio e de forma independente (Shumway-Cook e Woollacott, 2003).

A coordenação motora é necessária às diversas atividades do homem, sem hierarquia neurológica entre elas, mas diferindo em relação ao significado prático da atividade e ao valor social atribuído a ela. Deve-se, portanto considerar o desenvolvimento da atividade motora na criança, tendo atenção especial à aquisição da habilidade na execução dos atos motores, evitando-se, por exemplo, considerar o *“desenvolvimento da motricidade”* como expressão apenas da maturação do Sistema Nervoso durante os primeiros anos de vida. É necessário considerar que a aquisição da motricidade humana pode ser expressa também na maneira como a criança adquire as habilidades para jogos, esportes, expressividade artística, trabalho e vida adulta.

Schwarcz (1997) pensa que se deve *“reconhecer no homem seus modelos naturais sem atribuir ao reino da natureza o que habita na morada da cultura”*, apoiando-se em Lèvi-Strauss (1976), quanto à consideração do *“homem como um ser biológico e cultural”*. A análise da aquisição da marcha em crianças híginas deve incluir várias vertentes além da base biológica, em especial os fenômenos culturais que cercam e permeiam seu desenvolvimento, que se revestem de iminentes significados de representações e potencialidades.

Durante a coleta de dados para compor os referenciais teóricos desta Pesquisa, observo que desde o ano de 2002, após a criação das normas técnicas da ABNT relacionadas à confecção de calçados, conforto e perfil antropométrico do brasileiro observados nas Normas Técnicas NBR 14834 a 14840, bem como os referenciais teóricos de teses de mestrado e doutorado de importantes Universidades como: Granero (2006), Linden (2004), Manfio (1995), Monteiro (1999), Penha (2007), Pezzan (2009), Pinho (2005), Réssio (1999), Santos (2006),

Valente (2007), Valim (2006) auxiliaram na elevação do nível tecnológico para produção de calçados, sobretudo para o público feminino e principalmente adulto.

Existem alguns estudos sobre o uso de calçados de saltos altos pelas mulheres, relacionados à saúde ocupacional, como o de Nagata (1991, 1995), Manning e Jones (1995) que estudaram a relação do piso encerado e escorregadio com os riscos ocupacionais de mulheres que trabalham usando saltos altos, Monteiro (1999) em sua dissertação de mestrado que versa sobre a ergonomia, design e conforto dos calçados femininos, Smith e Helms (1999) que escreveu sobre lesões causadas por sapatos altos, Phelan (2002) que escreveu um artigo sobre o preço que as mulheres pagam em sua saúde por utilizar sapatos com saltos altos, Karahan e Bayaractar (2003) que estudaram a dor lombar em enfermeiras que utilizam sapatos com saltos altos. Pode-se observar, portanto que os estudos estão mais ligados ao público adulto.

Um livro recentemente lançado no Brasil: Do tornozelo para baixo – a história dos sapatos e como eles definem as mulheres (Bergstein, 2013) propõe uma análise sobre o que há de tão empolgante num sapato feminino, os motivos pelos quais ele encanta tanto as mulheres de todas as idades, posições sociais diferentes, cor ou credo, um paralelo sobre como a história do calçado caminha com a história da mulher.

Em um primeiro momento imagina-se que a escolha de um calçado novo seja principalmente em necessidade do uso, qualidade e adequação para idade, bem como o preço. Entretanto, como todo produto de consumo na sociedade contemporânea, esta escolha está mediada por outros fatores, que muitas vezes não percebemos, como a influência da mídia e do consumismo já em idades mais tenras do desenvolvimento infantil. Os personagens de histórias infantis, os programas direcionados às crianças com seus apresentadores que colocam nome nos calçados e em produtos diversos, bem como a moda em geral leva precocemente as crianças a desejarem as marcas e modelos baseados em propagandas que reproduzem e influenciam seu universo lúdico, incentivando seus desejos de consumo.

As bases de dados como Medline, Lilacs e Scielo contém uma literatura escassa, inespecífica e inconclusiva sobre essas questões. A primeira impressão é de que não há estudos específicos, bem conduzidos e que delimitem do ponto de vista técnico/científico o tipo de calçado que sejam designados a crianças em suas diversas idades e necessidades, dentro do amplo campo do desenvolvimento infantil. As pesquisas encontradas se referem a adolescentes que usam calçados inadequados ou mulheres já em fase adulta.

2. OBJETIVOS:

2.1. Objetivo Geral:

Estudar os diversos aspectos que envolvem o uso de calçados por meninas com idade entre 01 a 07 anos

2.2. Objetivos Específicos:

- a) Estudar a compreensão das mães sobre adequação e inadequação dos diversos tipos de calçados à venda para essa faixa etária
- b) Compreender os elementos de decisão das mães no momento da compra dos calçados.

3. SUJEITOS E MÉTODO:

“O outro que fala e pensa, meu objeto, portanto, não fala e pensa como eu.

Se não, não seria meu objeto.

Mas devo falar e pensar como ele, pois eu digo e penso alguma coisa...

Se não, não seria o meu objeto, nem o seu, nem o de ninguém.

*Sem este jogo de diferença e de identificação,
não teria ciência sobre aquilo que quero conhecer.”*

Borel, 1992

Entendendo que o calçado deve ser elemento de proteção e apoio individual que poderá tanto representar um recurso auxiliar no processo de aquisição e maturação da marcha humana quanto interferir negativamente em seu desempenho. Surge então a questão:

Os calçados oferecidos a meninas hípidas no mercado estão adequados segundo normas técnicas?

O que leva também a outras dúvidas pertinentes:

- 1. Quais os tipos de calçados comumente utilizados por meninas hípidas na faixa etária entre 01 a 07 anos de idade?**
- 2. Quais os calçados oferecidos no mercado a esta faixa etária?**
- 3. As crianças estão sendo induzidas ao consumo?**
- 4. Como as mães fazem suas escolhas ?**

3.1. O Método:

Uma pesquisa é de alguma forma o relato de uma viagem empreendida por um sujeito, cujo olhar vasculha lugares muitas vezes já visitados, mas com um modo diferente de observar e pensar determinada realidade a partir de experiências e apropriações do conhecimento.

As pesquisas desenvolvidas na área da saúde sempre envolvem um objeto multifacetado, ou seja, a saúde como fenômeno do corpo individual e social, com perspectivas teórico-antropológicas, onde o enfoque também se adequa ao tema saúde. Permitem assim, a abordagem simbólica do corpo, da saúde e articula-se a outros conceitos importantes como a cultura e as representações sociais (Cidade et al, 2004).

Esta é uma pesquisa qualitativa que incorpora o significado e a intencionalidade, presentes nos atos, às relações e às estruturas sociais, e que, ao levar em conta os níveis mais profundos das relações sociais, não pode operacionalizá-los em números e variáveis (Minayo, 2004).

Relativamente pouco frequentes em pesquisa na área da saúde, métodos qualitativos são usados principalmente nas ciências sociais, onde há grande acúmulo de estudos sobre aspectos sócio-culturais do campo da saúde.

Nesta abordagem metodológica não há preocupação primária em prover respostas quantificadas para perguntas de pesquisa. A meta é o desenvolvimento de conceitos que nos ajudem a entender fenômenos sociais dentro de ambientes naturais dando devida ênfase aos significados, experiências, e visões de todos os participantes (Mello, 2004).

De acordo com Brandão (2000), a construção do objeto de pesquisa leva à capacidade de optar pela alternativa metodológica mais adequada à sua análise, desta forma, as conclusões só serão possíveis em razão dos instrumentos utilizados e pela interpretação dos resultados alcançados a partir destes instrumentos. Assim, relatar os procedimentos de uma pesquisa, mais que cumprir uma formalidade, oferece aos outros que se apropriam do conteúdo de um

trabalho, a possibilidade de refazer o caminho feito pelo pesquisador e deste modo, avaliar com mais segurança as afirmações que se propôs a fazer.

A técnica metodológica eleita foi o Estudo de Caso, pois é uma forma simples de pesquisa qualitativa, segundo Bogdan e Biklen (1994), que possibilita a observação detalhada de um contexto e/ou de indivíduos. Procedimento que, embora simples, pode gerar conflitos, pois exige um olhar direcionado e muito atento a tudo que possa afetar o pesquisador no decorrer do seu estudo, exigindo-lhe um conteúdo teórico com subsídios tais que auxiliem neste enfoque do olhar de pesquisa (Moysés, 2004).

Queiroz (1999) apresenta teorias sobre a pesquisa qualitativa, onde considera que “a observação direta é a técnica qualitativa por excelência”. O estudo e a construção dos limites epistemológicos de certo método qualitativo particularizado em *settings* da saúde, bem como abarca a discussão sobre um conjunto de técnicas e procedimentos adequados para descrever e compreender as relações de sentidos e significados dos fenômenos humanos referidos neste campo (Turato, 2000).

Justificando ainda a escolha pela metodologia qualitativa Cassorla (2003), pensa que a ciência solicita métodos qualitativos, porque há necessidade do estudo do particular e em profundidade (características dessa abordagem). O objeto que pede métodos qualitativos é o homem em situação natural, em seu meio, para evitar a interferência de variáveis que fariam ruído.

Segundo Silva e Menezes (2000):

A pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e atribuição de significados são básicos no processo qualitativo. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

Ainda que partindo de uma matriz empírica, a metodologia qualitativa permite um distanciamento da corrente positivista, que adota uma pretensa neutralidade científica do pesquisador em relação ao assunto e aos sujeitos pesquisados. Ao contrário, vai-se a campo com o pressuposto de que os comportamentos humanos só podem ser compreendidos no contexto social no qual estão inseridos, sendo portanto absolutamente necessário o registro do ponto de vista do outro, o que exige invariavelmente do pesquisador a imersão no contexto sociocultural a ser estudado, implicando em desafios metodológicos específicos (Cidade et al., 2004).

A pesquisa qualitativa possui cinco características fundamentais, segundo Bogdan e Biklen (1994):

1. A fonte direta de dados é o ambiente natural, constituindo o investigador o instrumento principal;
2. A investigação qualitativa é predominantemente descritiva;
3. Há um interesse maior pelo processo do que simplesmente pelos resultados ou produtos;
4. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados intuitivamente;
5. O significado é a preocupação essencial.

De modo geral, pesquisas de cunho qualitativo exigem a realização de entrevistas, quase sempre longas e semi-estruturadas. Assim, a definição de critérios segundo os quais serão selecionados os sujeitos que vão compor o universo de investigação é algo primordial, pois interfere diretamente na qualidade das informações a partir das quais será possível construir a análise e chegar à compreensão mais ampla do problema delineado. A descrição e delimitação da população base, ou seja, dos sujeitos a serem entrevistados, assim como o seu grau de representatividade no grupo social em estudo, constituem o solo sobre o qual grande parte do trabalho de campo será assentado. (Duarte, 2002).

3.2. Procedimentos Metodológicos:

Para se atingir os objetivos desta pesquisa foram realizadas as seguintes etapas a seguir:

3.2.1. Revisão de Literatura: Primeira etapa realizada com vistas a integrar os diversos conhecimentos envolvidos com o tema.

3.2.2. Investigação da percepção das mães quanto aos modelos de calçados que compram para suas filhas: Segunda etapa dedicada à análise do “senso comum” representado nesta pesquisa pelas mães de meninas hígdas de 01 a 07 anos de idade utilizando entrevistas semi-dirigidas, onde, através deste instrumento, pode-se acumular informações sobre a escolha do calçados e as influências que esta escolha possa sofrer; desenvolvendo no pesquisador uma ideia de como as mães interpretam a escolha do calçado quanto ao aspecto saudável e funcional no desenvolvimento de suas filhas (ANEXO I).

Bogdan e Biklen (1994) descrevem que este tipo de entrevistas confere maiores possibilidades de obtenção de dados comparáveis entre os sujeitos, sem que isto cause ao pesquisador alguma perda na condução do instrumento que foi escolhido, bem como, deixando os sujeitos mais à vontade para exprimir seus conceitos sobre o tema abordado, proporcionando, segundo os mesmos autores, um “tratamento histórico do ambiente”, principalmente ao considerar Capra (1982), que menciona o “organismo individual” como algo que “está em integração contínua com o meio ambiente físico e social, sendo constantemente afetado por ele, mas podendo também agir sobre ele e modificá-lo”.

Foram entrevistadas 12 mães de meninas hígdas em ambientes espontâneos e públicos como praças, parques e áreas de lazer nas cidades de Brasília. Esses locais foram visitados previamente para avaliar a frequência e a possível faixa etária das crianças.

As mães foram então abordadas e convidadas a participar. Caso não pudessem responder ao questionário naquele momento e concordassem, foi

agendado um horário para a realização da entrevista. As mães foram convidadas a participar, e não houve nenhuma negativa ao apresentar-lhes o método de entrevista e ao aceitarem assinavam o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (ANEXO II).

Durante as entrevistas, caso fosse necessário era apresentado às mães um álbum de fotografias de modelos diferentes de calçados para meninas, para que elas pudessem informar o modelo que mais se parece aos que sua filha usa (ANEXO III).

As informações colhidas em gravador nas entrevistas e nas observações, foram registradas em texto do processador de textos Word do programa Office 2000 na íntegra em seguida agrupados para observar a predominância da escolha dos calçados nas diversas situações.

3.2.3. Análise dos Resultados: A terceira etapa foi dedicada à análise das entrevistas e confronto com o referencial teórico levantado na primeira etapa da pesquisa.

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, assim sendo, é destacada neste campo, a importância da semântica para o desenvolvimento do método. Entende-se por semântica aqui, a pesquisa do sentido de um texto (Campos, 2004)

O conteúdo de uma comunicação é rico e apresenta uma visão polissêmica e valiosa, que notadamente permite ao pesquisador qualitativo uma variedade de interpretações. Talvez o maior “nó” em relação à abordagem desses conteúdos está em como visualizá-lo no campo objetivo, a princípio mais palpável; e no campo simbólico, ou seja, naquilo que não está aparente na mensagem (Franco, 1986).

Isto nos remete a uma breve discussão sobre os limites dos “conteúdos manifestos” e dos “conteúdos latentes” de uma mensagem. Muitas vezes ouvimos dizer que nem sempre aquilo que está transcrito é o que o locutor queria dizer, ou mesmo, que existe uma mensagem nas entrelinhas que não está muito clara;

chegamos à encruzilhada, onde nem sempre os significados são expressos com clareza absoluta, ou onde acaba a objetividade e começa o simbólico.

Para a pesquisa qualitativa, tal momento, reveste-se de suma importância, pois a desconsideração de um em detrimento do outro, pode colocá-lo frente à situação de negação completa da subjetividade humana ou por outro lado, a imposição de seus próprios valores em desconsideração a um pressuposto básico da pesquisa qualitativa, ou seja, as informações são analisadas levando-se em consideração os significados atribuídos pelo seu sujeito de pesquisa.

A análise de conteúdo como conjunto de técnicas se vale da comunicação como ponto de partida. Produzir inferências sobre o texto objetivo é a razão de ser da análise de conteúdo; confere ao método relevância teórica, implicando pelo menos uma comparação onde a informação puramente descritiva sobre o conteúdo é de pouco valor. Um dado sobre conteúdo de uma comunicação é sem valor até que seja vinculado a outro e esse vínculo é representado por alguma forma de teoria.

Segundo este ponto de vista, produzir inferência em análise de conteúdo significa não somente produzir suposições subliminares acerca de determinada mensagem, mas em embasá-las com pressupostos teóricos de diversas concepções de mundo e com as situações concretas de seus produtores ou receptores. O processo de categorização pode ser definido como uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o gênero (Turatto, 2003).

O processo de categorização ocorreu sob dois critérios: **saturação**, ou seja, colocações reincidentes; e **relevância**, considerando em destaque um ponto falado sem que necessariamente apresente-se como repetição no conjunto do material coletado dos pontos constantes nos discursos dos entrevistados.

CAPÍTULO I:

A HISTÓRIA DOS CALÇADOS

“Se o sapato não serve, nós devemos mudar o pé?”

Steinem, 1997.

Os calçados são complementos essenciais no modo de vida humano, uma vez que, além de proteger as extremidades dos membros inferiores, apresentam outros significados como os de sonho, sedução e poder, estes, fortemente presentes no imaginário feminino. (Ferreira, 2010).

A origem dos sapatos e sandálias de salto alto se perde em séculos de história. O clima quente do Egito pedia sandálias feitas de palha, papiro ou fibra de palmeira (figuras 01, 02 e 03), que eram usadas apenas em caso de necessidade, para proteção contra as areias do escaldante deserto. As imperatrizes egípcias utilizavam sandálias, porque estas lhes permitiam prender pedras preciosas a seus pés. Os primeiros modelos de saltos altos foram encontrados em uma tumba do Antigo Egito e datam do ano 1000 a.C, esses saltos, provavelmente, caracterizavam a alta posição social de quem os utilizava (Valim, 2006).



Figura 01: O artesão de sandálias, representação. 18ª Dinastia, 1567-1320 a.C.

Figura 02: Sandálias de madeira e ouro, tesouro de Tutancâmon, 18ª Dinastia.

Figura 03: Sandália egípcia feita de fibras de plantas.

Fonte: BOSSAN, 2004

Em recente publicação, foi encontrado numa caverna da Armênia (figura 04), em perfeito estado de conservação, um calçado datado de 5.500 anos (Pinhasi, et al, 2010).

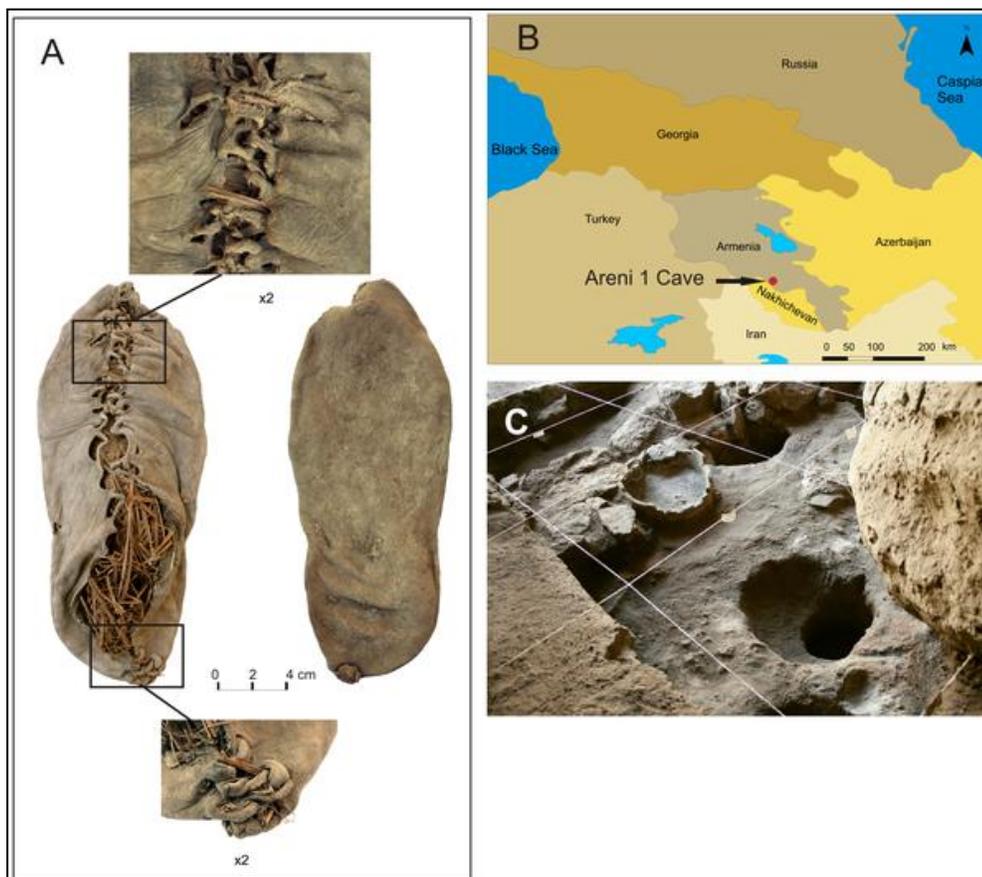


Figura 04: A. Sapato de 5.500 anos; B. Mapa localizando a caverna na Armênia;
C. A caverna

Fonte: PINHASI et al, 2010

Em Roma, as sandálias eram utilizadas como acessórios para compor a roupa e as prostitutas eram identificadas pelos saltos que usavam (figuras 05 e 06). Também na Mesopotâmia e na Grécia, indicavam a classe social. Na Grécia, era comum encontrar modelos diferentes para os pés direito e esquerdo, e os personagens teatrais usavam salto mais alto quanto mais importantes fossem na peça (Bergstein, 2013).



Figuras 05 e 06: Choupines italianas

Fonte: Karl, 2008

Na Inglaterra, os pobres, camponeses, e mesmo os ricos usavam tamancos que não apresentavam diferenciação alguma entre os pés direito e esquerdo (Valim, 2006).

A partir da idade média os calçados começam a ganhar importância na Europa, quando pés desnudos até então, são condenados pelo pudor judaico-cristão e se fecham (Ruiz, 2004).

A origem dos saltos altos, segundo Löbach (1981), remonta ao império mongol. Botas com saltos e bicos eram utilizadas pelos cavaleiros mongóis para prenderem-se aos estribos. O bico funcionava como guia e o salto como batente no estribo (Linden, 2004).

A França de Luis XVI resgatou tal símbolo, não com a intenção prática original, relacionada à cavalaria, mas claramente com a intenção de distintivo social relacionado a poder, superioridade (O'Keeffe, 1996). Foi decretado então que apenas os homens poderiam calçar mocassins de saltos vermelhos e quadrados, em destaque na figura 07 (Bergstein, 2013).



Figuras 07: Luis XV Figura 08: Sapato masculino da época

Fonte: <http://www.doqueelasgostam.com.br> Acessado em 26/05/2013

Os calçados de saltos altos para mulheres aperfeiçoam-se com Catarina de Médici (figura 09), filha de uma distinta família italiana de Florença. Nos preparativos de seu casamento com Henrique II, por ter baixa estatura, pede a um artesão confeccionar calçados com saltos altos. A cerimônia acontece em Marselha, na França no dia 28 de outubro de 1533, e diferentes pares de calçados com saltos altos foram levados em seu enxoval (Novaes, 2006).



Figura 09: Catarina de Médici

Fonte: <http://www.doqueelasgostam.com.br> Acessado em 26/05/2013

O Ballet Clássico nasce na Itália no final do século XV através das apresentações de Pantomima, estilo teatral onde eram utilizados mais gestos que palavras. Com a Renascença no século XVI e o casamento de Catarina de Médici em Paris, o Ballet Clássico teve um grande impulso, inicialmente refletindo padrões de movimentos típicos da época. A partir de então esta dança buscou leveza e agilidade, na qual o talento do artista se dá pelo domínio da técnica (Guimarães e Neves, 2001).

Com o passar do tempo surgiram as sapatilhas de ponta, destinadas apenas às bailarinas, que se deu durante o período do Romantismo no século XVII e desde esta época, as sapatilhas são confeccionadas com cola, cetim, papel especial, palmilhas flexíveis, ou seja, materiais incapazes de fornecer proteção aos pés expostos à atuação de forças externas durante a dança (Picon et al, 2002). Desde o século XVII as sapatilhas de ponta conferem as mesmas características das atuais como, se observa na pintura de Edgar Degas de 1872 na (Figura 10) e as sapatilhas atuais (Figura 11).

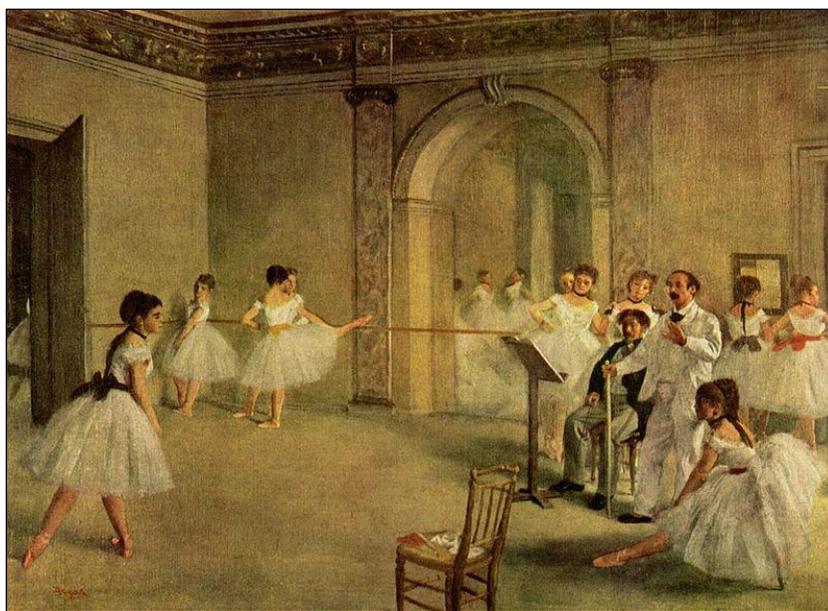


Figura 10: Pintura de Edgar Degas - Ballettsaal der Oper in der Rue Peletier
Fonte: The Yorck Project: 10.000 Meisterwerke der Malerei. DVD-ROM, 2002



Figura 11: Sapatilhas de ponta atuais

Fonte: www.bailarinas.kit.net Acessado em 11/08/13

Os pés das mulheres deveriam ser pequenos e finos, terminando em pontas, uma exigência nos salões franceses. As dimensões dos sapatos revelavam que aqueles pequenos pés pertenciam a um grupo social, do interior do qual as mulheres pouco saíam, pouco caminhavam e, portanto, pouco tinham em comum com as escravas e trabalhadoras dos campos ou das cidades, estas que eram donas de grandes pés largos. Os pés pequenos, finos e de curvatura eram na verdade modelados por uma vida de ócio, como se representassem o emblema de uma raça, expressão anatômica de sangue puro, sem manchas da raça infecta (os escravos e pobres), como se dizia no século XVIII (Del Priori, 2011).

Josephine, a primeira esposa de Napoleão Bonaparte desfilava com 5 ou 6 pares diferentes todos os dias. Maria Antonieta jamais usava o mesmo sapato duas vezes, possuía mais de 500 pares, catalogados por cor, modelo e data. Alguns tão delicados que deveria usa-los sentada, pois não serviam para caminhar (Novaes, 2006).

A partir do Século XVI os sapatos com saltos altos passaram a ser usados por homens e mulheres nas cortes europeias e a se disseminar pelo mundo nas

diferentes classes sociais onde a cultura europeia pudesse exercer influência. No Brasil, entre os séculos XV e XVI os calçados eram trazidos da Europa ou fabricados de forma rústica por sapateiros-artesãos, oferecendo tamancos de madeira com uma tira larga na frente, principalmente quando destinados à maioria da população; já a elite feminina utilizava calçados de couro fino, adornado com enfeites e bordados, forro de renda ou cetim (Ferreira, 2010).

Até o século XVII, a base superior do calçado de salto alto, também chamada bandeja do salto, estendia-se até o meio do pé e depois verticalizava-se abruptamente (Figura 12). Esta característica tornava os calçados de salto alto muito incômodos. Então, sapateiros europeus descobriram que se fosse encaixada uma estrutura de aço dentro dos calçados, ela não só suavizaria as agressivas angulações na bandeja do salto, como permitiria que saltos muito mais altos e delicados fossem anexados à estrutura do calçado (Ruiz, 2004).



Figura 12: Calçado Inglês de 1890

Fonte: O'Keeffe, 1996.

Ao longo do Século XVIII, o uso de calçados com saltos altos passou a ser de uso exclusivo do público feminino (figuras 13, 14 e 15). O século XVIII foi rico em fantasias fetichistas associadas a sapatos delicados. Até mesmo o famoso romancista Gustave Flaubert, em sua obra *Madame Bovary* de 1857, valeu-se de metáforas relacionadas a sapatos para falar de sedução: "O meu olhar se

prenderá aos teus sapatos. Amo-os como te amo [...]. Aspiro o seu perfume, o seu aroma de verbena" (O'Keeffe, 1996).

Durante um breve período na Europa Continental, os sapatos com salto foram banidos sob a influência da Revolução Francesa, pois eram associados aos valores ultrapassados da monarquia absolutista. Em seguida seu uso foi retomado à despeito de recomendações médicas que desde meados do Século XVIII adverte possíveis problemas de saúde associados ao uso de sapatos altos (Linder e Saltzman, 1998).



Figura 13 e 14: Slepers 15: Sapato do Século XVIII

Fonte: <http://www.doqueelasgostam.com.br> Acessado em 26/05/2013

Os calçados femininos até então eram escondidos por baixo dos saiotes e longas saias dos vestidos, mas desde aquela época são considerados adornos reveladores, representam a mente feminina com seus tantos formatos e modelos, contendo significados ocultos e implícitos (Valente, 2007).

No final do século XIX, os calçados masculinos e femininos começaram a se diferenciar. Os sapateiros artesanais, que ainda dominavam a indústria de calçados, decidiram diferenciar as fôrmas para os pés direito e esquerdo (Bergstein, 2013). Os saltos voltam discretamente nas botinhas ricamente bordadas das senhoras, mas somente após o final da Primeira Guerra Mundial, por volta de 1920, as sandálias de salto reaparecem (figuras 16 e 17). Nesta mesma década no Japão o imperador Hirohito foi coroado, em 1926, calçando sapatos com plataforma de 30 cm de altura. (Valim, 2006).

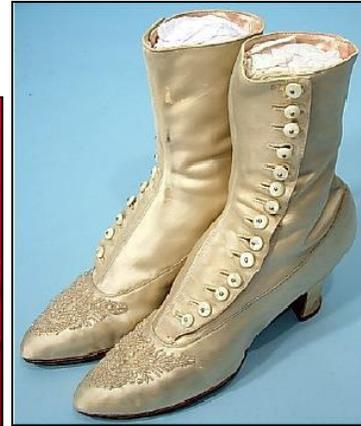


Figura 16: Sapatos bordados 17: Botas bordadas do Século XIX
Fonte: <http://www.doqueelasgostam.com.br> Acessado em 26/05/2013

A associação dos sapatos com saltos altos com doenças ocupacionais remonta ao século XIX, quando o desenvolvimento das sociedades urbanas criou as primeiras lojas de departamentos e as vendedoras eram obrigadas a trabalhar 11 horas por dia em pé calçando sapatos de saltos altos (Linder e Saltzman, 1998).

Na década de 1920, com a explosão do Charleston (figuras 18 e 19), sapatos foram desenhados especificamente para serem usados nesta dança (Smith e Helms 1999). Na década de 1930 as plataformas foram resgatadas e logo depois esquecidas, retomando a novos ciclos de moda em 1940, 1960, 1970, 1990 (Phelan, 2002).



Figura 18 e 19: Mulheres dos anos 1920 com os calçados para dançar Charleston
Fonte: <http://democraciefashion.com.br/tag/moda-dos-anos-20/> Acessado em 26/05/2013

Em fevereiro de 1947, ainda em plena recessão, Christian Dior rompe com os padrões da “moda de guerra” ao lançar uma coleção, que levaria o nome de “New Look” (figura 20). Os novos modelos rompem com o antigo estilo ao propor, para a mulher, uma postura agressiva, contudo feminina. Os calçados associados a este estilo apresentavam salto alto e bico fino, e, antecipariam o que mais tarde se chamaria Stiletto (Valim, 2006).



Figura 20: New Look de Christian Dior e os sapatos stiletto

Fonte: <http://almanaque.folha.uol.com.br/christiandior.htm> Acessado em 26/05/2013

Mais tarde, o aperfeiçoamento do salto alto e fino, desenvolvido pelos sapateiros italianos no pós-guerra, incorporaram suportes de aço que preenchiam toda a extensão do salto, tornando-os mais resistentes para suportar o peso que insidia sobre eles. Houve até o início dos anos 60 uma onda de popularidade deste salto (stiletto), mais valorizado pelo seu apelo erótico do que por sua capacidade de deixar as mulheres altas. (Valente, 2007).

O tipo de calçados usado pelas pessoas pode revelar elementos do seu modo de ser. A escolha do calçado revela a personalidade feminina, sugerindo se é uma mulher audaciosa, elegante, sofisticada, de estilo livre ou conservador. Os sapatos comunicam o desejo de um determinado status social e estilo de vida Fisher- Mirkin (2001).

Assim, cabe a cada mulher decidir quem quer ser em um dado momento e qual informação seu sapato irá transmitir, mostrando assim a evolução dos calçados no sentido de assumirem uma personalidade única comunicando-se com o mundo através de uma linguagem não verbal (Bergstein, 2013).

Diversas culturas revelam intrincada rede de significações e rituais relacionados aos calçados através de seus registros históricos, desenhos e semióticas. Um relato, quase que constante, em diversas culturas diz respeito à existência de pés pequenos e delicados em sapatos ornamentados. Por exemplo, Afrodite, a deusa grega do amor, era frequentemente representada apenas com um par de delicadas sandálias. Já Madame Bovary, era descrita por Gustave Flaubert, conforme citado anteriormente, como uma mulher de comportamento e sapatos sedutores (Ruiz, 2004).

O valor cultural atribuído à deambulação e aos calçados tem especificidades em cada cultura e pode, em exemplo extremo, ser observado em algumas meninas chinesas da antiguidade que pertenciam às classes sociais mais altas que, a partir dos 2 ou 3 anos de idade, tinham os pés enfaixados com objetivo de que ficassem pequenos, considerando-se assim um aspecto de beleza da mulher naquela época (Figura 21). Eram adornados com belíssimos sapatos (figura 22), usados durante toda a vida e até para dormir. Serviam também como uma forma de reduzir a amplitude de seu caminhar, pois as severas deformidades instaladas acabavam causando alterações biomecânicas importantes nos membros inferiores que dificultavam a marcha desenvolvida e estabelecia um padrão único a ela. Os calçados, confeccionados de forma que as meninas permanecessem sentadas ou deitadas, eram bordados até na sola ou feitos de papel arroz, indicando a limitação da mobilidade física dessas mulheres (O'Keefe, 1996).

Historiadores relatam que esse costume permaneceu até 1949, quando então, com Mao Tse Tung, o sistema comunista foi implantado e tal prática proibida. Hoje esta prática é ilegal, contudo ainda é possível encontrar-se idosas senhoras chinesas com “pés de lótus” longe dos grandes centros urbanos (Valim, 2006).



Figura 21: Pés de lótus

Fonte: Abonizio, 2011



Figura 22: Sapatos de Lótus, séc. XVIII.

Fonte: O'Keefe, 1996

Mas a história também revela que saltos altos estão associados à sexualidade. As cortesãs japonesas usavam tamancos com alturas entre 15 e 30 cm (Figura 23). Já as concubinas chinesas e as odaliscas turcas eram obrigadas a usar sandálias altas provavelmente para impedir que fugissem dos haréns (Valim, 2006).



Figura 23: Cortesãs japonesas usavam tamancos com alturas entre 15 e 30 cm.

Fonte: <http://www.doqueelasgostam.com.br> Acessado em 26/05/2013.

Considerando Leopoldo e Silva (1997):

“conhecer o homem, trata-se de conhecer um sujeito histórico e não apenas um sujeito dado [...] o problema que está aqui colocado para todas as ciências humanas [...] como fazer do sujeito um objeto, sem deixar de conhecê-lo como sujeito?”

O ser humano historicamente veste seu corpo e o adorna com símbolos que a sociedade sabe ler e faz uma opção de imagem frente ao seu grupo social e sua construção visual. Assim, a vestimenta e os calçados mostram ao longo dos tempos as crenças e ideais que retratam a cultura de uma população, a linguagem que marca a posição e a mensagem do indivíduo para a sociedade, construindo assim fronteiras físicas e simbólicas entre as pessoas e o mundo (Granero, 2006).

É preciso refletir os significados que os objetos podem assumir na vida social e cultural dos indivíduos em seus diversos contextos, então se percebe os processos pelos quais nos definimos, questionamos as memórias e identidades de um grupo. Esses objetos podem ser transformados em ícones legitimadores de ideias, valores e identidades assumidas por diversos grupos e categorias sociais (Gonçalves, 2007).

Atualmente os fabricantes de calçados lançam mão de alta tecnologia e materiais diversos para produzir os mais variados modelos, mas que de alguma forma nos remetem aos modelos diversos apresentados anteriormente. As figuras a seguir apresentam estes signos: a Figura 24 que apresenta os bicos finos dos tempos de Luis XV, a Figura 25 mostra as pedrarias preciosas do tempo das Imperatrizes egípcias, a figura 26 mostra modelos de estilistas renomados - Prada e Alexander McQueen e que nos remete aos calçados das chinesas de “pés de lótus”, a figura 27 que mostra modelos de Dolce & Gabbana e Emílio Pucci remetem ao uso das altíssimas plataformas italianas, conhecidas como choupines da Idade Média e enfim, a figura 28 mostra calçados da moda atual no Japão, que não diferem em nada dos calçados usados pelas Chinesas com pés de lótus.



Figura 24: Marc Jacobs e Dolce & Gabbana

Fonte: <http://ffw.com.br/noticias/tag/sapatos> Acessado em 26/05/2013



Figura 25: Marchesa e Chloé

Fonte: <http://ffw.com.br/noticias/tag/sapatos> Acessado em 26/05/2013



Figura 26: Prada e Alexander McQueen

Fonte: <http://ffw.com.br/noticias/tag/sapatos> Acessado em 26/05/2013



Figura 27: Dolce & Gabbana e Emilio Pucci

Fonte: <http://ffw.com.br/noticias/tag/sapatos> Acessado em 26/05/2013



Figura 28: Moda no Japão

<http://www.japaoemfoco.com/sapatos-diferentes-no-japao/> Acessado em 26/05/2013

O cinema eternizou sapatos icônicos em filmes como Cinderela (figura 29), tendo como protagonista uma moça que ao calçar o delicado e cintilante sapatinho de cristal, tem revelada sua verdadeira identidade – a pobre criada de coração generoso, uma bela jovem que conquistou o coração de um príncipe. O sapatinho de cristal de Cinderela devolve a ela sua posição de direito no mundo. Elizabeth Semmelhack, historiadora cultural e diretora do Bata Shoe Museum em Toronto, Canadá cita a versão de Charles Perrault do conto *Cinderela* ou *O sapatinho de cristal*, no qual o sapato, confeccionado com um impossível material, encaixa-se perfeitamente no pé “como se fosse feito de cera”, sendo assim, o sapato eficiente

para distinguir a criada de coração bondoso de suas terríveis irmãs adotivas (Bergstein, 2013).



Figura 29: Sapatinho de Cristal de Cinderela

Fonte: www.disney.com Acessado em 27/05/2013

Outro importante par de sapatos que ficou eternizado em filme foram os sapatinhos de rubi (figuras 30 e 31) de Dorothy Gale, em O Mágico de Oz - um clássico sobre a realização pessoal, tendo os sapatos como importante metáfora visual. Quando Dorothy bate os calcanhares três vezes as plateias se apaixonavam por sua bondade absoluta. Em 25 de agosto de 1939, quando o filme estreou, a missão de Dorothy de voltar para sua casa no Kansas se integrou perfeitamente à autopreservação predominante nos Estados Unidos. “Lar”, o destino que os sapatos ajudariam Dorothy alcançar era um lugar seguro, com uma mensagem que ressoava profundamente em seus expectadores, pois apesar de naquele momento a Segunda Grande Guerra ainda não tivesse atingido o território americano, ela era algo sinistramente familiar para a platéia que, além dos americanos contavam com imigrantes e exilados, muitos deles expulsos da terra natal, da qual tinham uma lembrança sofrida e distante (Bergstein, 2013).



Figuras 30 e 31: Sapatos de Judy Garland como Dorothy – O Mágico de Oz em 1939

Fonte: <http://cinema.uol.com.br/noticias/redacao/2012/10/04/sapatos-de-dorothy-em-o-magico-de-oz-deixam-os-estados-unidos-pela-primeira-vez.htm> Acessado em 26/05/2013

Estes calçados foram recriados em edições comemorativas do lançamento do filme O Mágico de Oz (70 anos) e confeccionado com plástico, para o sapatinho de Cinderela (figuras 32 e 33).



Figura 32: Marc Jacobs – Transparent Pump inspirado em Cinderela

Fonte: <http://digitalpurse.com.br/post/20183310665/sapatinho-da-cinderela> Acessado em 27/05/2013



Figura 33: Comemoração de 70 anos do Mágico de Oz

Fonte: http://www.abril.com.br/noticia/estilo/no_294900.shtml Acessado em 27/05/2013

Há ainda Imelda Marcos (figura 34), a famosa ex-primeira dama das Filipinas, que possuía mais de 3.000 pares de sapatos. A rainha da Inglaterra, sempre tem dois pares de sapatos iguais em seu guarda-roupa e, quando viaja, leva consigo modelos em dobro, para substituições em caso de acidentes. Marilyn Monroe adorava sapatos, todos de salto, bem provocantes, e os considerava mais importantes que a lingerie. Greta Garbo, que não tinha um pé delicado, dedicava especial atenção aos seus sapatos, sempre discretos para não fazerem notar o tamanho de seus pés. (Novaes, 2006).



Figura 34: Imelda Marcos com parte de sua coleção de 3.000 pares de sapatos

Fonte: <http://mariagardeniacalçados.blogspot.com.br> Acessado 26/05/2013.

Estas histórias reforçam de uma forma sucinta e dramática, uma ideia sobre sapatos cuja origem evoca a possibilidade de realização de sonhos, seja o de Cinderela em alcançar elevação social ou Dorothy de voltar para casa; o que estas duas meninas têm em comum é a capacidade de tirar o melhor possível de situações desafiadoras (Bergstein, 2013).

A história dos calçados nos últimos cem anos pode ser também a história das mulheres contada dos tornozelos para baixo. Reflete uma tendência que começa com as sufragistas nos anos de 1910, explodiu na década de 1960 com o movimento de libertação das mulheres e continuou pela década de 1980 com a luta por melhores cargos e igualdade salarial no mercado de trabalho, na década atual de 2000, a história culmina quando as mulheres estabeleceram sua autossuficiência. Observa-se então que a cultura aceitou, rejeitou e enfim reinterpretou os novos passos femininos nessa trajetória e os sapatos mostraram esses avanços permitindo a expressão dos diversos pontos de vista femininos com as mulheres exigindo mais opções para sua vida diária (Bergstein, 2013).

Os sapatos com o passar dos tempos, adquiriram um cabedal de singularidades, num contínuo processo dialético, continuando a influenciar e sendo influenciados pela cultura contemporânea. Entretanto, vale destacar que o valor de um calçado, ainda hoje, não está associado a conceitos ergonômicos ou à saúde, mas a uma série de questões subjetivas relacionadas a esta mesma cultura contemporânea (Jacobbi, 2004).

CAPÍTULO II:

FAMÍLIA E O PROCESSO DE SEDIMENTAÇÃO DE VALORES: A INFÂNCIA COMO BASE NA CONSTRUÇÃO SOCIAL

“A família brasileira deve ser vista como uma esfera de valores em relações constantes com outras esferas heterogêneas da sociedade, com propósito de acompanhar processos de mudança e de preservação na formação social, no âmago dos quais, valores são constituídos, fragmentados e reconstruídos permanentemente.”

Ribeiro e Ribeiro, 1994.

Durante a primeira infância os principais vínculos, cuidados e estímulos necessários ao processo de desenvolvimento são fornecidos pela família. A qualidade destes cuidados se dá a partir das condições que cada família pode oferecer, tanto sob aspectos físicos, psico-afetivos e socioeconômicos. A complexidade das inter-relações no ambiente imediato ao qual a criança está inserida depende da existência e da natureza das interconexões com outros ambientes complementares permitindo contextualizar os fenômenos do desenvolvimento nos vários níveis do mundo social (Andrade. et al, 2005).

A importância na relação pais e filhos reflete-se no desenvolvimento social das crianças, num ambiente acolhedor com organização dos contextos favoráveis para o desenvolvimento, a criança acaba por adquirir fatores de proteção diante de algo que possa ameaçar sua integridade. As práticas parentais consideradas positivas incluem monitoria positiva e o comportamento moral sustentado por regras claras que aumentam as probabilidades da criança desenvolver relações sociais saudáveis (Cia, 2006).

Considerando que a família é o principal ambiente social das crianças, entende-se que a aprendizagem das habilidades sociais se inicia na infância

enquanto estão imersas neste ambiente, depois passa a outros contextos como o escolar e comunitário. (Del Prette e Del Prette, 2005).

A influência da família é fundamental na constituição do sujeito, devido às características próprias de permanência e mutabilidade quando inserida na cultura e na história. É esperado que nela se reflitam e se processem as transformações que ocorrem no mundo social. Há mudanças ocorrendo nas últimas décadas na sociedade brasileira que refletem-se na família, com a construção de novos padrões que contradizem as práticas tradicionais, onde coexistem o velho e o novo, o complementar e o contraditório, o vago e o concreto (Assmar et al, 2000).

Freud (1974) abordou a questão de identificação do gênero, como o resultado da resolução dos conflitos edípicos, no momento em que a criança identifica-se com o genitor de mesmo sexo enquanto eleger como objeto amoroso o genitor de sexo oposto, o que aconteceria no momento em que se descobre a diferenciação anatômica entre os sexos, que se dá por volta dos 3 anos de idade.

Quanto à consciência corporal, nesta idade a criança passa a reconhecer a imagem de seu corpo seja pelas interações sociais que estabelece ou pelas brincadeiras que faz diante do espelho. Aprende assim a reconhecer as características físicas que integram a sua pessoa e colabora para a construção de sua identidade (Brasil, 1998).

À medida que a criança é socializada, socializa também os mais velhos, ou seja, o modelo de interação entre os pais e seus filhos é bilateral, através de um sistema de influências múltiplas. Contudo as famílias apresentam diferenças, seja pelas tantas culturas as quais podem pertencer, quanto ao momento histórico no qual estão desempenhando seus papéis tanto da família como um todo, quanto de cada elemento desta. Assim o que vem de fora é assimilado pela família a partir de seus contextos próprios e ela devolve esses conceitos para a sociedade, modificados por ela (Simionato-Tozo 1998).

Entende-se, portanto que no final da primeira infância a mente de uma criança já desenvolveu amplos contornos de sua auto-estima a partir da internalização do senso de moralidade responsabilidade e empatia, sedimentando aprendizados variados, entre eles o relacionamento social interiorizando crenças e

valores culturalmente determinados entre outros aspectos de sua personalidade (Gomes, 2006).

O mundo social tem seus objetos construídos através do discurso não somente pelo uso de uma linguagem falada, mas também com a utilização de sistemas de representação, que nos permitem utilizar signos e símbolos para representar o que existe ao redor, seja um conceito, uma idéia ou uma imagem. Através desta linguagem, pode-se perceber a descoberta do sujeito infantil na modernidade (Bujes, 2002).

As mudanças que ocorrem com a chegada de uma criança, acometem todos que estão ao seu redor. Aulagnier (1975) indica a missão que se atribui a cada recém-nascido: o contrato narcísico, que declara as expectativas conscientes e inconscientes que as gerações anteriores fazem pesar sobre aquele bebê, vincula cada geração com a anterior e passa a ser a expectativa de seus pais. Freud (1996):

“[...] os pais também tendem a suspender em favor da criança, todas as aquisições da civilização que seu próprio narcisismo fora obrigado a respeitar, e tornam a reivindicar, pela criança, privilégios dos quais tinham desistido havia tempo [...]. Deve mais uma vez se tornar o centro e cerne da criação – aquela “Sua Majestade o Bebê” que outrora os pais se sentiam [...] se consegue segurança refugiando-se na criança.”

Dessa reflexão freudiana, Monti (2008) frisa alguns pontos, a saber:

- A vida adulta limita o narcisismo, que desperta e pode ser reativado com a chegada de um filho;
- Em nome dessa reativação, todos os limites impostos pela sociedade estão suspensos em nome do bebê;
- A criança então se coloca soberana, no centro da criação.

Segundo o autor, à época de Freud alguns desses fatores se davam pela morte precoce de muitas crianças. Hoje em dia, porém, esse fator é menos

frequente, contudo as prerrogativas freudianas se perpetuam sob a ótica de que não há mais tanto perigo da perda de uma criança pelos motivos do passado, porém uma gama de possibilidades inimagináveis na época freudiana se abrem na atualidade: as facilidades de se alcançar gozo e prazer. Chegamos então, na atualidade, a uma nova negociação deste contrato narcisista, a criança vem sendo colocada num trono real, cada vez mais difícil de descer, talvez, mais uma armadilha que um trono.

Novos padrões, valores e modelos de relação se estabelecem com o passar da história das famílias pelos tempos, pais e filhos se reconhecem de formas diversas através do que se refere enquanto educação no seio da família, permeados pelas expectativas e ideais sociais. A independência, a competitividade, a espontaneidade e a iniciativa são as novidades dos tempos modernos e para que estes fatores se estabeleçam, as práticas educativas requerem atitudes menos autoritárias e mais democráticas na relação pais e filhos, referenciados por Oliveira e Caldana (2004). Uma das consequências desse cenário é a queda da autoridade parental e uma prevalência das atitudes permissivas entre adultos e crianças, desta forma, os limites surgem como uma problemática a ser analisada nas práticas educativas da atualidade uma das mais inquietantes questões discutidas por profissionais da educação e do desenvolvimento infantil (Araújo e Sperb, 2009).

Qual a melhor forma de educar os filhos? Esta é uma dúvida muito comum dos pais que culmina invariavelmente com a dificuldade de estabelecer limites. Moscovici (2003) define a representação social como um conjunto de conceitos que funciona como uma espécie de teoria do senso comum, que orienta práticas e justifica comportamentos dos diversos grupos. Na atualidade Oliveira e Caldana (2004) citam a valorização de práticas educativas que incentivam a autonomia, diálogo e expressão infantil, contudo os estudos de Piaget (1994) e La Taille (2001) embora tão distantes historicamente no estudo do desenvolvimento infantil concordam que na primeira infância a criança necessita de referências externas uma vez que não possui condições psicológicas para construir sozinha as regras e as normas de condutas sociais.

Vivemos um momento de perda de referenciais, em épocas anteriores as regras, os valores morais e o que se desejava para as crianças era bem definido e justamente esta definição não ocorre na atualidade (Wagner, 2003).

As metas ideais são difíceis de ser delimitadas e a cultura da falta, que foi desencadeada pela sociedade de consumo, esta que estimula a busca constante de bens para superar a insatisfação, contribuiu para uma tendência de se desvalorizar o que já se possui. Fica aí uma lacuna após a difusão das teorias psicológicas e pedagógicas em larga escala, estas que embora tenham trazido muitos benefícios ao desenvolvimento infantil, criaram dúvidas e dilemas no momento da ação e da prática das mesmas, por estimularem representações sociais idealizadas de infância e de parentalidade. Estas mesmas teorias acabaram colocando os adultos ligados à educação, sejam estes pais, avós professores, ou cuidadores das crianças, numa situação conflitante devido ao receio de colocar limites de forma firme temendo prejudicar a individualidade e a espontaneidade das crianças (Araújo e Sperb, 2009).

A criança, fragilizada pelo descontrole e falta de limites, acaba sendo alvo da ação de tudo que é externo ao universo familiar. Isso se dá através das informações recebidas tanto na escola (uma vez que cada vez mais cedo este ambiente tem sido comum na vida da criança em desenvolvimento), bem como pelos meios de comunicação principalmente a televisão e a internet, que também passaram a fazer parte precocemente do universo infantil. Assim, ficam sujeitas ao advento maciço e intenso das tecnologias e da saturação de informação pela mídia no cotidiano. Esta exposição intensa à mídia faz com que recebam uma enorme quantidade de informações, ainda que de modo superficial e desorganizado (Mourão, 2004).

Contudo, não se pode negar a participação das crianças na tomada de decisões referentes à organização e dinâmica da vida social da família. Este é um processo educacional salutar e desejável, porém sem deixar de lado a complexidade dos possíveis arranjos de tarefas e decisões, níveis de abstração para a tomada de decisões, avaliação de consequências, exercício de competências técnicas, suprimento de necessidades econômicas, bem como

tantos aspectos que poderiam ser levantados nessa relação. Convivência que se transforma numa via de mão dupla no desempenho das diferentes tarefas entre adultos e crianças, deve também abrigar regras claras determinando o papel de cada participante (Pires e Branco, 2007).

Compartilhar responsabilidades é a qualquer momento uma tarefa difícil. Ao apoiar-nos nas teorias já citadas, que acabam colocando a criança no centro das atenções, as tomadas de decisão dos responsáveis por ela tornam-se difíceis, pois partem normalmente de um conteúdo abstrato que compreende diversos conceitos para somente depois de analisados, transformar-se em concreto.

No que diz respeito a esta pesquisa, a tomada de decisão para a compra de um calçado contempla todos os fatores já citados, desde a necessidade da aquisição deste, passando pelo valor, o tempo e as possibilidades de uso. Essas questões competem com o calçado da moda, o personagem do momento (Xuxa, Princesas, Hello Kitty, etc), o fato de causar lesões devido ao material que é composto, o tamanho do salto, bem como o papel que a criança de fato tem na família para exercer esta aquisição com responsabilidade ou como participante ativa deste universo de consumo.

Assim, Pires e Branco (2007) concluem aspectos importantes quanto à condução das ações. Segundo os autores, o que realmente importa é **como se realiza o processo decisório e quais são os compromissos assumidos entre pais e filhos**. Interessa garantir a ampla participação das partes e cada uma delas deve entender que a cada caso haverá limitações segundo as quais crianças e adultos se sobressairão em determinado momento. Desta maneira a criança passa a cada dia a se tornar capaz de realizar interações complexas da negação à aceitação, passando por fases de negociação e argumentação sofisticadas. Coloca-se assim a criança como agente ativo na construção cultural determinada pela influência que as crianças têm na vida de seus pais e familiares, os efeitos que a escola tem na vida da criança, a luta implícita e velada entre educadores e crianças pelo poder e expressão de ideias. Todos estes fatores estão relacionados com o desenvolvimento das habilidades para o exercício das funções necessárias, ou seja, o exercício individual para a execução da autonomia e da iniciativa.

CAPÍTULO III

O CONSUMISMO E A SENSUALIZAÇÃO PRECOCE NA INFÂNCIA

“A criança não tem condições de se defender dos instrumentos de persuasão criados e utilizados pela tão poderosa indústria publicitária. Deve por isso, ser cuidadosamente protegida.”

Henriques, 2006.

A essência da modernidade está na ênfase às tecnologias materiais em detrimento do humanismo, com a sociedade estruturada na produção de bens e serviços e nas relações de trabalho. O Pós-Moderno surge para contrapor contradições e exageros do moderno e vem impregnado pela cultura de consumo (Lipovetsky, 2005).

Thompson (1998) pensa que se quisermos entender a natureza da modernidade, bem como as características institucionais da sociedade moderna e as condições de vida criadas por ela, os meios de comunicação devem ocupar lugar central. Desta forma, caracteriza-se o dispositivo pedagógico da mídia e em particular da televisão, a partir da ideia de que os meios de comunicação contribuem na construção de significados e atuam na formação dos sujeitos sociais (Fischer, 2002).

A infância tem-se tornado mais visível, objeto de novas produções discursivas e uma maior descrição, ordenação e categorização de seus diversos aspectos, o que a torna sujeito de instituições específicas além de foco de tecnologia e poder (Bujes, 2002).

A cultura midiática expõe determinada visão de mundo, valores e comportamentos, construindo padrões de gosto e consumo, internalizando “imagens de felicidade” e promessas de realização através do que propõem

diversas empresas de comunicação, entretenimento e publicidade. Numa visão genérica, é a cultura do mercado, pensada e produzida para que seja transmitida e consumida através de sistemas peculiares que a compõem (Moreira, 2003).

De acordo com o PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (2000), cerca de 87% dos domicílios brasileiros tinham aparelho de TV. A pesquisa revela também que a população de 4 a 14 anos, representava aproximadamente 22% da população brasileira, das quais 78% vivem em situação domiciliar urbana, o que as torna mais próximas aos bens de consumo, bem como, dos meios de comunicação que levam estrategicamente a publicidade dirigida a este segmento específico do mercado (Junior, Fortaleza e Maciel, 2009).

Até recentemente, a mídia visava o consumo dos adultos, mas com o passar do tempo e a chegada das décadas de 70 e 80, a criança se constitui em novo público-alvo, representando uma fatia importante do mercado. Numa grade de programação infantil, conforme Sampaio (2000), a criança passa a ser alvo do interesse da mídia, da propaganda e do marketing e deixa assim de ser de interesse exclusivo dos pais e educadores. Os programas infantis só permanecem no ar devido ao financiamento da propaganda e as crianças brasileiras que assistem a esta grade de programação específica estão expostas a quatro mil comerciais por mês (Pereira Júnior, 2002).

As propagandas e/ou comerciais, são produções de curto tempo e enfoque direto ao produto, que mostram pessoas interagindo, demonstrando o grau de parentesco que as une e a boa relação entre estas e o produto a ser adquirido pelo consumidor. A influência deste processo é tema de estudos e o resultado do efeito da publicidade nas crianças apresenta-se de forma ambígua, pois alguns autores acreditam que as crianças não sejam particularmente vulneráveis, como Goldstein (1994, 1995), Young (2003) e outros.

Contudo, a American Psychological Association ao investigar os efeitos da publicidade na televisão sobre o público infantil, concluiu que os efeitos atingidos são mesmo aqueles buscados pela propaganda: as crianças lembram o conteúdo de um comercial e a partir dele dá preferência por um determinado produto, o que se torna mais forte com a repetição (Wilcox et al., 2004).

A habilidade para reconhecer marcas se dá antes de se conseguir recordá-las, assim, o telespectador treina o reconhecimento das marcas através da repetição (Valkenburg e Buijzen, 2005). Chandler (1997) declara que as propagandas tornam-se cada vez mais reais, associando os produtos à ideia do cotidiano, com filmes bem feitos para que se entenda com clareza a intenção da propaganda, os recursos não-verbais são poderosos aliados deste entendimento. Jarlbro (2001), pesquisando sobre o tema, afirma que as crianças, somente a partir dos 5 anos iniciam a distinção entre as mensagens comerciais dos outros gêneros de informação, até então, elas não entendem que a atração que assistia foi interrompida por um comercial. Apenas após 10 ou 12 anos, são capazes de entender qual a verdadeira proposta da propaganda que está implícita em relação ao consumo dos produtos. (Cádima, 1997).

O segredo de um bom comercial para crianças é investir na fantasia, na mágica, na aventura, com temas que envolvem relações afetivas e familiares visando vender o produto, a marca ou mesmo o comportamento (Sampaio, 2000). Para manter a atenção deste público, as empresas gastam muito em campanhas publicitárias, com técnicas que aproveitam a inocência, ingenuidade e credulidade deste público, tornando desigual e desleal a abordagem fornecedor / consumidor (Britto, 2008).

O comportamento da criança e dos adultos hoje é muito influenciado por estilos valorizados pela mídia através de filmes, novelas, comerciais, revistas e outras fontes; há um padrão de referência para modelo físico, posição social, moda, etc (Canclini, 2002).

Assim, há uma aceleração do desenvolvimento da criança e esta passa a comportar-se como um adulto quanto a alguns hábitos de consumo, porém sem a chance de compreensão de um adulto (Cohen et al, 1999). Entretanto, os efeitos dessa exposição para a vida social da criança são ainda pouco investigados (Garcia et al, 2007).

A propaganda preenche de simbolismos a vida da criança, influenciando a formação cultural das mesmas. Assim, acostumam-se a consumir para além do

que a publicidade indica, absorvendo o modo de ser proposto pelo produto (Moreira, 2003).

Há estratégias para produzir a linguagem televisiva que nunca rompem com o que é dito de fato, ou seja, mostrar o que deseja ser vendido e convencer de comprá-lo, ao mesmo tempo em que procura se dar conta das práticas culturais, articulando entre o foco teórico e os materiais empíricos (Fischer, 2002).

Segundo Linn (2006), as crianças brasileiras estão extremamente expostas à mídia, fato observado em 2005 pelo Painel Nacional de Televisão do IBOPE, indicando que crianças de 4 a 11 anos passam em média 4h, 51min e 19s por dia em frente à televisão, ocupando assim o primeiro lugar mundial em consumo de mídia televisiva. Passam mais tempo assistindo TV, cerca de 33 horas semanais, contra as 23 horas que permanecem na escola.

Esta é uma tendência mundial, em geral as crianças com acesso à TV passam mais tempo em frente ao aparelho que convivendo com amigos, praticando esportes, realizando atividades extracurriculares, fazendo tarefas ou estudando (Affini, 2004). A criança torna-se a cada dia uma consumidora em potencial, fato que incentiva empresas a investir no desenvolvimento de produtos para este mercado. A criança não apenas consome, mas também influencia na decisão de compra de produtos. Estima-se que cerca de 30 bilhões de reais circulem anualmente no Brasil sob a forma de mesada ou renda própria de crianças e adolescentes (Sambrana, 2003).

Philippe Ariès na obra *História Social da Criança e da Família* (1981), propõe a criança como um sujeito histórico e social, não apenas sujeito passivo, mas participante ativo das culturas. Para ele, ao final do século XVII a infância passa a ser entendida como uma fase autônoma à idade adulta. Do mesmo modo, os estrategistas do marketing privilegiam a faixa etária entre 4 e 14 anos como específica por relação à adulta, representando a “infância funcional” para a mídia e para a classe publicitária.

Grossi et al (2007) ao considerarem a situação econômica de uma família, apontam que as mais pobres só consomem o “fast food” via televisão. Já os menos pobres consomem realmente estes e outros bens, mostrando que a

desigualdade social não é menos dura com as crianças. Porém, o ato de ter normalmente está vinculado à mediação de um adulto e quanto a isto, Calligaris (1996) fala do amor narcísico em relação à infância. Os adultos esperam que as crianças gozem de uma plenitude e de uma felicidade tamanha, que acabam por não considerar as possibilidades de frustrações e insatisfações.

Os estudos de Piaget (1980), ao descrever os estágios de desenvolvimento do pensamento na criança, deixam claro que o público-alvo desta pesquisa, (0 a 07 anos de idade), vivenciam os Estágios Sensório-Motor e Pré-Operatório. Crianças cuja faixa etária engloba diferentes níveis de organização do conhecimento, o que é essencial para quem intervém neste processo, tanto para ensinar algo útil, quanto para envolvê-la no consumismo a partir da transição destas fases da organização dos conhecimentos e do desenvolvimento cognitivo.

No Estágio Sensório-Motor, que se dá do nascimento até aproximadamente 02 anos de idade, a criança apoia-se mais no aprendizado de suas atividades motoras, seu pensamento nasce da ação e em função dela, incapaz de formular representações abstratas. Mais tarde, com o domínio da marcha, a criança passará ao estágio Pré-Operatório, que vai dos 02 aos 07 anos de idade, onde será capaz de começar a simbolizar, desenvolver a imaginação, tenta se satisfazer a partir de pequenas experiências que melhoram a cada dia, conforme aprimora suas capacidades nos diversos saberes próprios da idade, como a linguagem, o desenho e atividades práticas. A partir dos 03 a 04 anos será capaz de centrar suas atenções às atividades de caráter lúdico e fantástico, começa a inventar ficções. Já neste momento passa a ficar exposta às intervenções do meio que utilizem destes recursos para convencê-la de consumir algo específico, através dos recursos simbólicos contidos nos comerciais (Chagas, Romão e Leal 2006)

Maciel (2006) sugere que a criança vem claramente sendo introduzida na economia, seja como produto, ao vender sua mão de obra, ou como consumidora, quando consome bens ou serviços. Nas economias modernas, a criança consumidora é a de maior valor, dividindo-se em três subtipos:

- Criança Potencialmente Consumidora: aquela que passou a adquirir os valores de consumo e apropriou-se dos signos que a propaganda carrega em si;
- Criança Consumidora: aquela capaz de decodificar e transformar estes signos em algo não inerente ao objeto, enquanto busca algo que não seja uma necessidade material real e sim um desejo a ser realizado;
- Criança Catalizadora do Consumo de Terceiros: aquela que já consegue pressionar adultos ao consumo e influenciar nas escolhas dos pais

Os hábitos, atitudes e valores de um cidadão são construídos desde a mais tenra idade, hoje em dia em um momento em que estão super-expostos à mídia e às mensagens publicitárias, que colaboram para a formação desses conceitos. Imaturos ainda, sem uma percepção crítica do quanto pode estar sendo persuadido, sofrem o despertar de vontades e desejos que farão parte de seus modos e valores. O problema maior não está em se poder consumir ou não, mas sim na forma de agir em relação ao desejo de ter. No Brasil, a exemplo de outros países, esta preocupação começa a se tornar efetiva quanto a proteger as crianças e adolescentes das campanhas publicitárias de abordagem persuasiva (Britto, 2008).

Recentemente surgem no Brasil propostas contra a exploração desse público via indução do consumo, seja por leis ou pela ação organizada de instituições várias. Um grande problema é a estrutura de modulação da adequação da propaganda, para o que formou-se um conselho auto-regulador vinculado às agências de propaganda conhecido como Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária – CONAR, organização da sociedade civil fundada em São Paulo em 1978 (Junior, Fortaleza e Maciel, 2009).

O CONAR tem a atribuição de estabelecer e aplicar as normas do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, aprovado em 1978 pelo III Congresso Brasileiro de Propaganda. Na ocasião, foram seus principais redatores os publicitários Mauro Salles e Caio Domingues, proprietários de grandes agências de propaganda. As normas estão dispostas em 50 artigos e 21 anexos específicos, sobre publicidade de alimentos, refrigerantes, cervejas, vinhos e demais bebidas alcoólicas, automóveis, medicamentos isentos de receita médica

etc, com a função de zelar pela liberdade de expressão comercial e defender os interesses das partes envolvidas no mercado publicitário, inclusive os interesses do consumidor (Conar, 2012).

Atendendo às demandas da sociedade e para acompanhar a evolução da comunicação comercial, o Código foi atualizado várias vezes. A última, em 2011, disciplina os apelos de sustentabilidade, contudo esse estatuto social não impede que os abusos existam, pois ele não possui caráter coercitivo (Junior, Fortaleza e Maciel, 2009).

A Seção 11 do CONAR destina-se às crianças e jovens, onde foram adotados os parâmetros definidos no art. 2º do Estatuto da Criança e do Adolescente: “Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade” (DOU, Lei nº 8.069/90).

De acordo com Junior, Fortaleza e Maciel, (2009).O Artigo 37 da sessão 11 do CONAR:

“Os esforços de pais, educadores, autoridades e da comunidade devem encontrar na publicidade fator coadjuvante na formação de cidadãos responsáveis e consumidores conscientes [...] (é vedado) empregar crianças e adolescentes como modelos para vocalizar apelo direto, recomendação ou sugestão de uso ou consumo, admitida, entretanto, a participação deles nas demonstrações pertinentes de serviço ou produto [...] respeitar a dignidade, ingenuidade, credulidade, inexperiência [...] (do consumidor). Este Código condena a ação de merchandising ou publicidade indireta contratada que empregue crianças, elementos do universo infantil ou outros artifícios com a deliberada finalidade de captar a atenção desse público específico, qualquer que seja o veículo utilizado.” (Conar 2012).

Quanto aos sapatos, foco deste estudo, o CONAR apresenta diversas decisões ligadas ao produto, entre elas a Representação 51 de junho de 2003 contra o anunciante Grendene e agência W Brasil sobre uma propaganda

baseada em fotos de bonecas que representam corpos de crianças e adolescentes em poses sensuais (Figuras 35 e 36). (Conar, 2012).



Figura 35: Antes de apelar para o silicone, tente o plástico.

Fonte: Andrade e Costa, 2010.



Figura 36: Conforme o plástico vai tomando forma a inocência vai saindo de fininho

Fonte: Andrade e Costa, 2010.

Apelos pedófilos, duramente condenados nos discursos que circulam na mídia, são incitados na representação erotizada das meninas/bonecas. E mesmo

recorrendo a recursos gráficos de editoração que criam um híbrido conveniente (a menina/boneca ou a boneca/menina) é a imagem da infância que está em jogo, mercantilizada, servindo a interesses e negócios corporativos. É a infância que está sendo usada para vender sandálias e, no mesmo pacote, para vender meninas e seus corpos que suscitam pensamentos e desejos condenados pela sociedade (Costa, Jimenes e Fraga, 2009).

Entre as campanhas de 2013 que geraram indignação e mensagens de repúdio dos consumidores está a grife Cearense Couro Fino, que para o dia das crianças publicou em sua *fanpage* um ensaio de modelo infantil usando joias e maquiagem, gerando fotos adultizadas e em menos de 3 dias o CONAR recebeu mais de 100 notificações contra o ensaio fotográfico. A marca publicou em sua página no Facebook uma nota pedindo desculpas pelo desconforto causado. Embora o CONAR tenha determinado a suspensão da propaganda, a marca teve apenas uma advertência (Portugal, 2013).



Figura 37: Ensaio fotográfico para grife de sapatos

<http://exame.abril.com.br/jornalistas/mirela-portugal> acesso em 26/12/13

Assim, embora o site do CONAR na internet seja atualizado frequentemente, o assunto “Crianças” apresenta um dos maiores portfólios temáticos julgados pelo Conselho. Contudo, vale refletir que o grande número de ocorrência pode demonstrar a desatenção dos profissionais de propaganda quanto às suas produções, o que poderia ter possivelmente origem numa precária formação ético-acadêmica (Costa, Jimenes e Fraga, 2009).

Como já dito, os meios de comunicação de massa possuem grande influência sobre a moderna sociedade de consumo e a propaganda por sua vez, inserida nesses meios e apoiada por seus modelos persuasivos, consegue modificar a atitude de milhares de consumidores que desejam satisfazer suas necessidades pela aquisição de produtos e serviços. Isso é um fenômeno mundial. A população, inclusive a infantil, pode desejar adquirir produtos que nem pensava em adquirir. Assim o CONAR tem a função ética de acompanhar e fiscalizar os conteúdos publicitários, contudo o Código de Defesa do Consumidor é o único instrumento legal que pode penalizar empresas pelo descumprimento do mesmo, enquanto o CONAR detém-se na advertência, alteração do anúncio e sustação deste quando lesivo (Costa, Jimenes e Fraga, 2009).

Houve ainda a redação do Projeto de Lei 1885/11 que pretendia proibir a confecção de calçados com saltos maiores de 2 centímetros para meninas de até 12 anos, proposto pelo Deputado Federal Décio Lima (PT/SC), o parlamentar apoiava-se em aspectos relacionados ao desenvolvimento ósseo e muscular das meninas nesta faixa etária e ainda a conceitos de erotização precoce. O projeto foi rejeitado pela Comissão de Desenvolvimento Econômico, Indústria e Comércio da Câmara dos Deputados em maio de 2012 pelo relator Molling (2012), concluindo que seria impossível esse controle, uma vez que há mulheres adultas com pés notadamente pequenos e crianças com pés de dimensões notadamente maiores para a idade e assim, essas meninas continuariam tendo acesso aos sapatos com salto, bem como, o projeto, por mais nobre, interferiria na forma como o brasileiro se veste, o que não é dever do Estado (Brasil, 2011).

Dentre tantos produtos de consumo dirigidos ao universo feminino, sobretudo às crianças, o calçado possui grande poder de sedução. A variedade de

modelos e seus diferentes usos são na maior parte das vezes propagandeados tendo valorizados seus aspectos estéticos, em detrimento de sua função primordial, de ser confortável, seguro e de uso adequado para a marcha e o desenvolvimento da criança. O mesmo pode-se dizer de muitos alimentos, jogos eletrônicos, brinquedos, desenhos animados e programas de televisão, mas trataremos neste trabalho especificamente do calçado, nos aspectos em que podem comprometer o desenvolvimento saudável de crianças.

Contudo, Britto (2008) pensa que, ao afirmar que as mensagens publicitárias devem ser controladas, acaba-se diante de um conflito de interesses: o direito fundamental à liberdade de expressão, indiscutível para a oferta de produtos e serviços (direito humano universal, proclamado pela Assembléia Geral das Organizações das Nações Unidas na Declaração Universal dos Direitos Humanos e pela Convenção Americana sobre Direitos Humanos no Pacto de São José da Costa Rica); e o direito fundamental de proteção aos consumidores e às crianças, defendidos também no Pacto de São José da Costa Rica, artigo 12 § 4º, onde se encontram ressalvas a este direito, relativizado frente ao desrespeito à saúde, moral, segurança, etc. Há ainda a Convenção Internacional dos Direitos da Criança, que reconhece os meios de comunicação em massa como agentes de educação e informação de menores, permitindo assim, que os mesmos sofram restrições quando for necessário no que se refere à divulgação de mensagens ao público infantil.

A liberdade de expressão na publicidade é relativa, pois só existe e se justifica para que as pessoas possam ter acesso a informações corretas e imparciais, o interesse de maior peso é o da liberdade de informação que desempenha função social nos interesses coletivos e encontra seus limites nos interesses dos indivíduos (Henriques, 2006). De maneira que, os princípios constitucionais coexistam, colidam, mas não se anulem, permanecendo, portanto aquele que tiver maior peso no contexto. Porém, quando se trata de crianças, obviamente, os interesses do fornecedor e do publicitário terão peso muito menor que a representação da proteção à moral das crianças contra valores adultos precocemente apresentados (Sarmiento, 2003).

As campanhas publicitárias, considerando o comportamento infantil, lançam mão do uso do “*Nag Factor*”, traduzido como “Fator amolação ou azucrinção”, que nada mais é que o poder de persuasão das crianças na tentativa de vencer o adulto pelo cansaço. Esse integrante do repertório infantil começou despertar o interesse dos publicitários, que ao equacionarem essas possibilidades observaram diferentes fatores de persuasão, nos quais deveriam investir (Rossi, 2007).

A relevância do *Nag Factor* foi demonstrada em estudo conduzido pela Western Media International (atualmente Interative Media Worldwide), e pela Lieberman Research Worldwide, em 1998, onde observou-se que situar a criança no centro da família, com capacidade de interferir no processo de decisão de compra é muito significativo. Foram identificados dois tipos de amolação: a **persistente**, onde a criança repete exaustivamente seu pedido até alcançá-lo e a **de importância**, onde as crianças demonstram justificativas que embasam suas solicitações. Ao final deste estudo, surgiu um curioso relatório designado à imprensa com o título: *The fine art of whining: why nagging is a kids best friend* (A arte de choramingar: por que a amolação é a melhor amiga da criança). Os pais, obviamente também foram classificados em categorias: os **indulgentes** (que cedem), os **companheiros** (querem se divertir com os filhos), os **conflitantes** (que se influenciam pela culpa), os de **necessidades básicas** (que conseguem identificar o que é importante para seus filhos e decidem sozinhos), podendo situar o confronto entre filhos e pais quando da efetivação ou não do consumo (Linn, 2006).

O *Kids Power*, levantamento sobre o hábito de consumo infantil, com auxílio de mães e filhos, realizado no Brasil, Chile, México e Argentina em 2007, comprovou a influência das crianças sobre as escolhas maternas nas compras de produtos. Os fatores que mais influenciaram estas escolhas foram: em primeiro lugar os anúncios de TV, em segundo a associação de produtos e serviços a personagens famosos e em terceiro lugar as embalagens. Este levantamento aconteceu em 2007, porém esses fenômenos já aparecem no Brasil desde a década de 1980 com o advento das apresentadoras de TV para o público infantil

(Xuxa, Angélica e Mara Maravilha), mostrando uma tendência mercadológica (Linn, 2006).

A percepção de oportunidade de negócio não é própria de algum ramo isolado de publicidade dirigida às crianças, pelo contrário, é a tônica geral e muito bem alimentada por constantes atualizações e a busca por fidelizar o consumidor “do berço ao túmulo”, que expressa a importância voltada às crianças e adolescentes pura e simplesmente por se encontrarem em fase de formação de valores, significados, referências e sensibilidades (Giglio, 2005).

A criança consumidora não é um indivíduo qualquer que foi incorporado à lógica do consumo; viabilizar a construção desse padrão nas crianças é como beber no imaginário social para compor a ritualização de um discurso que culmina com a apresentação de um produto e o desejo por ele, pois o objetivo é fazer a criança reconhecer-se no anúncio, e assim, participar da construção da própria infância (Rossi, 2007).

O advento da criança consumidora foi então incrementado pela criação de programas de televisão direcionados a ela, principalmente quando na década de 1980 abriram espaço para os adultos infantilizados à frente de programas infantis, que incorporavam sua imagem a diversos produtos, que ganharam status de mercadoria quando associados a estes apresentadores que passaram a fazer parte do cotidiano das crianças. Assim, as (na maioria das vezes) loiras, altas e esguias, de olhos claros e voz infantil aliaram o ideal de beleza a uma mal disfarçada sensualização de suas atitudes. As meninas passaram facilmente a espelharem-se nelas e qualquer mercadoria associada às apresentadoras, seriam agentes de composição de suas identidades ainda em formação. A maior representante dessa leva até hoje é a apresentadora Maria das Graças **Xuxa** Meneghel, desde sua estreia em 1983 até os dias de hoje, a “Rainha dos Baixinhos”, ainda faz sucesso. Chegou a ter mais de 300 produtos licenciados com seu nome, entre sabonetes, sopas instantâneas, roupas, brinquedos e os calçados para meninas estiveram entre os mais procurados (Rossi, 2007).

Edgar Morin muito antes desses fenômenos, ainda em 1972, afirmou que: “[...] a estrela não é apenas sujeito, mas também objeto da publicidade: ela

apresenta perfumes, sabonetes cigarros etc., multiplicando assim sua utilidade comercial.”

As roupas de Xuxa eram criadas por Sandra Bandeira e os modelos nunca eram repetidos, dois anos depois da estreia do Xou da Xuxa (1986) a apresentadora já havia usado 759 modelos diferentes de roupas e acessórios, sempre seguindo os mesmos padrões estéticos que a referida figurinista determinava: shorts curtos, botas muitas vezes de saltos e canos altos, barriga de fora, brincos grandes e coloridos, além dos elásticos de cabelo que ficaram conhecidos como “xuxinhas” (Maior, 2006).

A publicidade deve ser completamente distinguida como tal e o “*merchandising*” testemunhal (Figura 37), onde o apresentador de um programa ou artista utiliza ou consome o produto no contexto da trama é uma proposta totalmente avessa a essa perspectiva. Enquanto o artista (figura 37) ou apresentador de programa infantil avaliza o uso do produto em questão, a criança fica confusa e acaba desejando mais pelo que representa o ídolo que o demonstrou, do que pela necessidade que ela tenha deste produto. Nos países desenvolvidos a propaganda deve ocorrer dissociada do programa e com tempo restrito, assim como é proibida a prática do “*merchandising*” dirigida às crianças (Chagas, Romão e Leal, 2006).



Figura 38: Campanha publicitária de loja de departamentos com apresentadora infantil

Fonte: <http://www.riachuelo.com.br/imprensa/4/35/maisa-silva-estrela-de-dia-das-criancas-ela-empresta-seu-alto-astral-a-filme-publicitario.aspx> Acesso em 05/08/13

O abuso desta tática comercial, fez com que em 2006 o CONAR coibisse a tática de venda: “*peça para sua mãe*”. No entanto essa prática não é mais necessária, pois já está incorporada ao comportamento infantil, pedir aos pais é prática usual do comportamento dos filhos. Porém, pedir é diferente do pedido baseado no que um artista ou personagem sugeriu, pois este transforma-se num pedido revestido de um significado simbólico de unicidade, perspectiva reforçada nos anos 1980 pelos apresentadores de programas infantis, pois a construção do simbólico começou a possuir a personalidade do apresentador, (figura 38) o que faz o produto tornar-se único (Rossi, 2007).



Figura 39: Sapatos da Xuxa

Fonte: www.designinforma.com.br Acesso em 10/08/2013.

Hoje em dia os programas infantis não mantêm mais essa estrutura que garantiu o sucesso. Atualmente as crianças estão mais adeptas aos canais da TV paga, afinal elas não requerem mais a personificação humana em relação às mercadorias, não necessitam mais do aval de um adulto travestido de criança, dispensam intermediários. A tônica de hoje na publicidade direcionada às crianças é a *cartoonização*, um neologismo justificado pela relação mercadoria/personagem. Ninguém, nem mesmo a Xuxa precisa apresentar a

sandália da Hello Kitty (Figura 39), a personagem por si só garante o sucesso de seus desenhos junto às meninas (Rossi, 2007).



Figura 40: Sapato Hello Kitty

Fonte: www.magazinemartinense.com.br Acesso em 10/08/2013

Após a consolidação da criança como consumidora, limitada pelo o Estatuto da Criança e do Adolescente – ECA, a propaganda direcionada à criança, passou por um processo de reestruturação. A criança consumidora atual não requer mais abordagens diretas: como já possui consciência da sua autonomia de escolha, as mensagens podem ser suavizadas, a publicidade amenizou o tom e a agressividade atual direciona-se mais ao volume de informações e à velocidade de como são apresentadas. Esse fiel público por sua vez aguarda cada vez mais ansioso e responde positiva e crescentemente aos apelos da publicidade (Rossi, 2007).

As novidades de consumo são resultado de novas tecnologias, do crescimento das regiões, transformação dos modelos familiares, do culto à beleza e saúde. Para as crianças, o consumismo vai além do comportamento, pode interferir na formação dos jovens e seus valores, surtir influência na saúde, na educação e nos juízos da sociedade do futuro (Grossi e Santos, 2007).

No Brasil, a exemplo dos Estados Unidos, a partir da década de 1980, o mercado, apoiado pelo marketing e publicidade, conta com estudos profundos do comportamento infantil elaborados por profissionais como pedagogos e psicólogos, ou seja, a manipulação é feita com embasamento científico,

contribuindo diretamente na eficácia e eficiência dos resultados que demonstram o consumo. O grande problema está na finalidade das propagandas, pois em boa parte delas o foco são produtos deletérios à saúde das crianças. As crianças que valorizam demais os bens de consumo estão mais propensas a serem infelizes e terem qualidade de vida inferior do que aquelas que valorizam recompensas internas e não-materiais como o afeto, a criatividade, a competência e a contribuição à sociedade; como no mundo adulto, as crianças passam a ser medidas pelo que consomem e possuem, e não pelo que são (Linn, 2006).

Assim, a sociedade reconstrói seu regime de verdades, corroborando afirmações de Michael Foucault (2012): “a verdade não existe fora do poder ou sem o poder”, pois “os mecanismos de discurso que ela acolhe, fazem-nos funcionar como verdadeiros e permitem distinguir os enunciados verdadeiros e falsos à medida que sanciona uns e outros”.

Em nossa sociedade, a verdade assume características historicamente construídas, das quais se destacam: (a) a forma do discurso científico e as instituições que o produzem; (b) o controle de aparelhos políticos e econômicos dominantes (Universidade e os meios de comunicação) Zolin-Verz (2013).

Devemos lembrar que, como precursora do fenômeno de consumo, Xuxa como modelo de feminilidade e promoção de uma ideia de cultura e modernidade baseada no consumismo, possui uma história pregressa rodeada de fatores impróprios ao que seria desejável ao público infantil como exemplifica sua participação no filme de cunho erótico Amor Estranho Amor (1982), além dos ensaios nus para revistas masculinas, pouco antes de mergulhar no universo infantil que lhe rendeu a fama e o sucesso. Essas fases jamais foram motivo de censura ou provocaram receios de que sua participação pudesse incentivar a sensualidade precoce nas crianças, quando não incitar fantasias sexuais com crianças por parte dos adultos. Ao contrário, essas participações tornaram-se parte da admiração e validam os papéis de gênero que, como a Barbie, definem a beleza feminina e a perfeição (alta, magra, loira e branca): Barbie, o brinquedo mais popular da história e Xuxa a “Rainha dos Baixinhos” brasileiros (Simpson, 1993).

Fica evidente que um dos aspectos fundamentais em jogo é a perspectiva do corpo feminino como um corpo de exibição, um corpo-espetáculo. Este modelo parece se dirigir, quando se trata de crianças, mais às meninas do que aos meninos. As diferentes maneiras em que ambos irão se apropriar e reelaborar esses modelos sugere que se considere uma abordagem de gênero ao tratar destas questões (Borges Filho e Almeida, 2004).

CAPÍTULO IV:

CALÇADOS PARA MENINAS E OS USOS DO CORPO: DESEMPENHO E LESÕES

“A criança comunica e expressa conhecimentos, emoções, sentimentos e desejos por meio de múltiplas linguagens. Dentre essas linguagens, destacamos o movimento do corpo, que propicia conhecimento de mundo, a expressão do pensamento da criança, as suas ações e as relações com pessoas e objetos.”

Berwanger, 2011.

Como visto, muitos fatores estão relacionados com o indivíduo em desenvolvimento desde o nascimento. As aquisições motoras competem com fatores fisiológicos relacionados ao crescimento e ambos estão inseridos em contextos sócio-histórico e culturais, através dos quais nos reconhecemos como seres humanos distintos por gêneros, culturas e valores que se sedimentam ao longo da vida e das gerações seguintes.

Os calçados são complementos essenciais no modo de vida humano uma vez que, além de proteger as extremidades dos membros inferiores apresentam outros significados como os de sonho, sedução e poder, estes, fortemente presentes no imaginário feminino. É necessário compreender as estruturas históricas, sociais e culturais para compreender a cultura material, neste caso, o calçado.

Neste estudo consideramos que o calçado seja um elemento situado entre o fator ambiental, como perspectiva externa não-corporal, com representação própria, constante e perene ao usuário, participando de praticamente todo o

processo maturacional da marcha humana, envolvido em condições experienciais às quais a criança em desenvolvimento estará exposta.

O calçado é um elemento que a princípio deve contribuir para a saúde dos indivíduos, principalmente na faixa etária de 01 a 07 anos de idade, fase principal do desenvolvimento motor e da consciência corporal. Apesar da longa história dos calçados, ainda hoje há dificuldades para encontrar estudos científicos que definam padrões de adequação, sobretudo quanto aos calçados para crianças e principalmente para as meninas. A existência de diversos modelos de calçados femininos não é exclusividade do público adulto, as meninas também possuem uma variedade grande de calçados.

Estudos realizados nas décadas de 1980 e 1990 pela UDESC (Universidade do Estado de Santa Catarina), na USP (Universidade de São Paulo), UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro), UFSM (Universidade Federal de Santa Maria) por: Lacerda (1994); Machado (1994); Manfio (1995); Mota (1999); Geib (1999); Serrão (1999); Manfio (2001), resultaram em pesquisas relacionadas à investigação antropométrica dos pés da população brasileira.

Zaro, et al (2005) dizem que com a ideia de conforto e adequação, o Brasil deu um salto de qualidade na indústria calçadista em 2002, sendo o primeiro país a criar normas através da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas pelo CB 11 – Comitê Brasileiro de Couro e Calçados, com objetivo de avaliar o conforto dos calçados (NBR 14834 e NBR 14840). Estas normas servem para mensurar parâmetros como temperatura interna, impacto (força de reação ao solo), distribuição de pressão plantar, ângulo de pronação e parâmetros subjetivos de conforto.

A existência de testes e certificações pode ser de utilidade tanto para a produção de calçados, como sendo instrumentos importantes de orientação ao consumidor, para que este possa finalizar uma compra com garantias de que o calçado foi testado e oferece segurança ao usuário.

Dos primeiros passos até que a criança alcance maturidade suficiente para a marcha biomecanicamente semelhante a do adulto, estará exposta a diversas experiências motoras, cognitivas e sociais. Matemáticos gregos, a partir da

observação de imagens plantares das pegadas humanas nas margens de rios, já demonstravam as complexas relações entre o aparelho locomotor, o meio ambiente e as adaptações necessárias à realização das tarefas que culminam com a marcha no ser humano hígido (Paul, 1989).

Embora não exista uma concordância universal quanto ao conceito de postura, a mesma pode ser definida como uma atitude ou posição que o corpo assume e é formada pelo arranjo de suas partes de acordo com cada atividade escolhida, sendo também uma forma individual de sustentação, orientada em função da força da gravidade. O termo *postura* é usado com frequência para determinar o alinhamento biomecânico do corpo e a orientação deste em relação ao ambiente, sempre com um gasto mínimo de energia. Assim a boa postura tem uma íntima relação com o adequado equilíbrio muscular e esquelético, que protege as estruturas de suporte do corpo contra lesões ou deformidades progressivas, independente da atitude (ereta, deitada, sentada, etc), onde as estruturas responsáveis pela manutenção estão trabalhando ou repousando, afinal a postura se dá tanto em atividades de manutenção estática quanto dinâmica. (Kendall, 1990; Shumway-Cook e Woollacott, 2003).

Especificamente na infância, um dos principais fatores que influenciam na postura são os estirões de crescimento, que se apresentam em dois momentos, sendo o primeiro entre os 5,5 - 7 anos de idade em ambos os sexos, onde o peso se mantém estável e a estatura aumenta moderadamente; e o segundo entre os 11 - 13 anos, relacionado com a puberdade e a mudança da composição corporal, com ganho de estatura e massa (Marcondes et al, 2002).

Devido aos estirões de crescimento, ocorrem ainda alterações do equilíbrio pelas mudanças bruscas de estatura neste período, assim, algum desalinhamento pode ser considerado fisiológico, não podendo persistir por acarretarem sobrecarga para o organismo,. Muitos dos quadros dolorosos relacionados aos sistemas ósteo-mio-articular, são resultado da manutenção de um padrão postural inadequado (Penha, 2007).

A mesma autora estudou o padrão postural de 132 meninas entre 07 a 10 anos de idade, através de análise fotográfica, concluindo que algumas das

alterações posturais são próprias da fase de desenvolvimento em que se encontram, havendo uma tendência de que sejam incorporadas com o crescimento, enquanto outras podem ser geradas por demandas diárias, necessitando intervenção fisioterápica precoce.

Para Shumway-Cook e Woollacott (2003), as alterações dimensionais do corpo da criança em desenvolvimento, podem causar maior variabilidade de resposta nas ações posturais, tanto estáticas quanto dinâmicas. Por isso, estudos quantitativos demonstram que as assimetrias posturais apresentam-se em maior prevalência entre as crianças e que as assimetrias fisiológicas diferenciam-se das posturais (Juskeliene, et al 1996 e Nissinen, 1993).

Dos 07 aos 14 anos de idade os sistemas ósseo e muscular passam pela maior fase de alterações em nível de crescimento e estruturação, diversas modificações se dão em busca de um equilíbrio compatível com o desenvolvimento das novas proporções adotadas pelo corpo. Isso posto, pode-se entender que o corpo estará numa fase disponível a adaptar-se às atividades desenvolvidas e que tanto podem estar relacionadas com a má postura acarretando uma formação óssea inadequada, quanto em plena abertura para assimilar as correções e adequações posturais, oferecidas de forma terapêutica ou através da prática de orientações de postura adequada. Esta fase tão intensa de desenvolvimento da estatura e aquisições de hábitos posturais levou Asher (1976) a afirmar que praticamente todos os problemas relacionados com a postura, têm origem na infância, sendo, portanto muito importantes o diagnóstico e as orientações adequadas. As alterações posturais adquiridas na infância podem comprometer a adolescência e a vida adulta quando se tornam permanentes (Neto, 1991).

Há um interesse específico na postura dinâmica do ser humano, caracterizada pela marcha, seja em indivíduos sadios ou com alguma alteração patológica gerada pela postura inadequada, lesão muscular ou neurológica, que gera modelos característicos de marcha. Paul (1989) comenta que apesar do interesse científico desta área já contar com análises sofisticadas e modernas, com estudo de planos especiais do movimento em várias situações, critica que

nenhum deles alcançou a marcha considerada normal, pois os aparelhos necessários acabam inibindo os indivíduos expressarem sua atitude natural e própria para uma tarefa. Para o autor não é possível reproduzir em laboratório as condições necessárias para avaliar, por exemplo, uma corrida para apanhar um ônibus, embora, todos os dados atuais de análise de marcha sejam necessários e aprimorem-se a cada dia, para alcançar a análise do desempenho motor na rotina diária.

O pé é uma estrutura complexa que executa sua função numa combinação de flexibilidade com estabilidade. A grande quantidade de ossos concentrados nesta estrutura, suas formas, tamanhos e disposição anatômica garantem muitas possibilidades motoras, mas também estão sujeitos a alterações devido aos hábitos inadequados da rotina diária (Norkin e Levangie, 2001).

O pé humano é composto por 26 ossos (Figura 39), fundamentais para que o corpo se mantenha em equilíbrio, sua divisão anatômica é feita em três partes: tarso, metatarso e falanges, sendo a região mais estável é a do tarso e metatarso e a mais instável a das falanges, mais suscetível aos movimentos de flexão e sobrecarga no caso do uso de sapatos com saltos altos (Figura 40 e 41) (Berwanger e Pacheco, 2011).

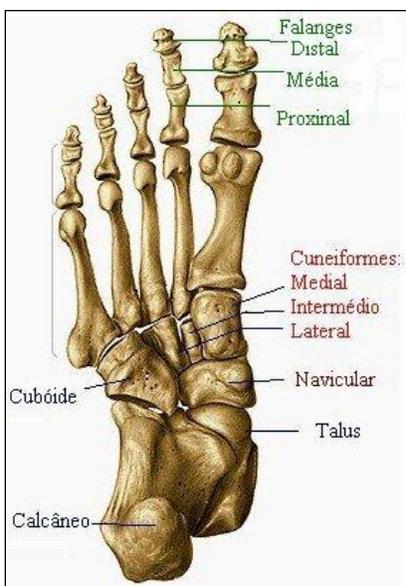


Figura 41: Ossos do pé
Fonte: NETTER, 2000.

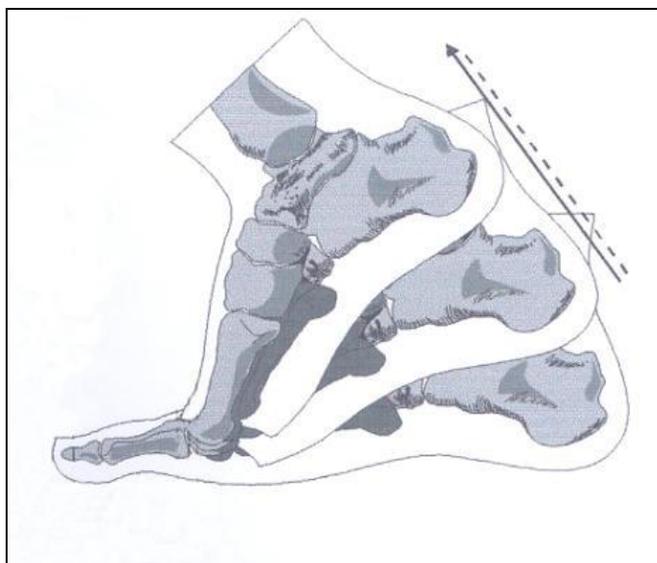


Figura 42: Dinâmica do movimento do pé adaptado de Hartkopf et. al.

FONTE: Hartkopf, 1998

Durante a marcha, o peso é transmitido a partir do osso Tálus, a toda parte de sustentação do pé. Os ossos mantêm-se unidos pelos ligamentos (Figuras 42 e 43) evitando que os mesmos se aplainem e sustentados ainda pelas aponeuroses plantares e os tendões dos músculos intrínsecos e extrínsecos dos pés. Esses ossos modificaram-se durante a evolução humana para a postura bípede, tornando-se ao mesmo tempo flexíveis para o movimento e mais fortes para manter a tarefa de sustentação de todo o corpo (Borges Filho, e Almeida 2004).

Desta forma é possível que haja eficiente sustentação do corpo em posição ereta e força suficiente para impulsionar o peso do corpo durante o movimento na marcha, auxiliando na manutenção do equilíbrio durante mudança de posição. Além disso, com a colaboração do sistema nervoso é possível que haja ainda a adaptação aos diferentes tipos de terreno que o apoio plantar for submetido, buscando sempre a postura mais adequada para produzir uma marcha eficiente (Berwanger e Pacheco, 2011).

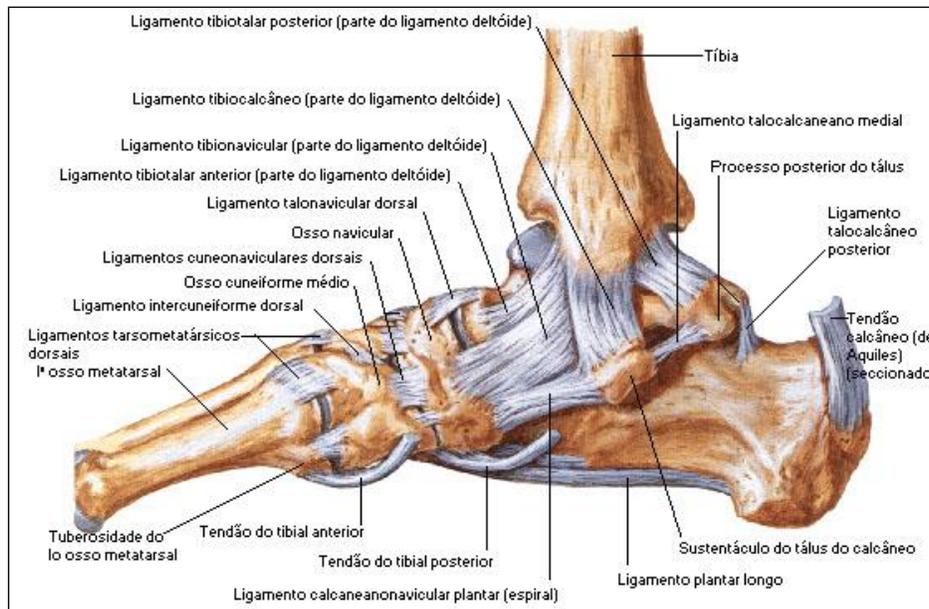


Figura 43: Vista medial das estruturas ligamentares do pé e tornozelo

Fonte: Netter, 2000.

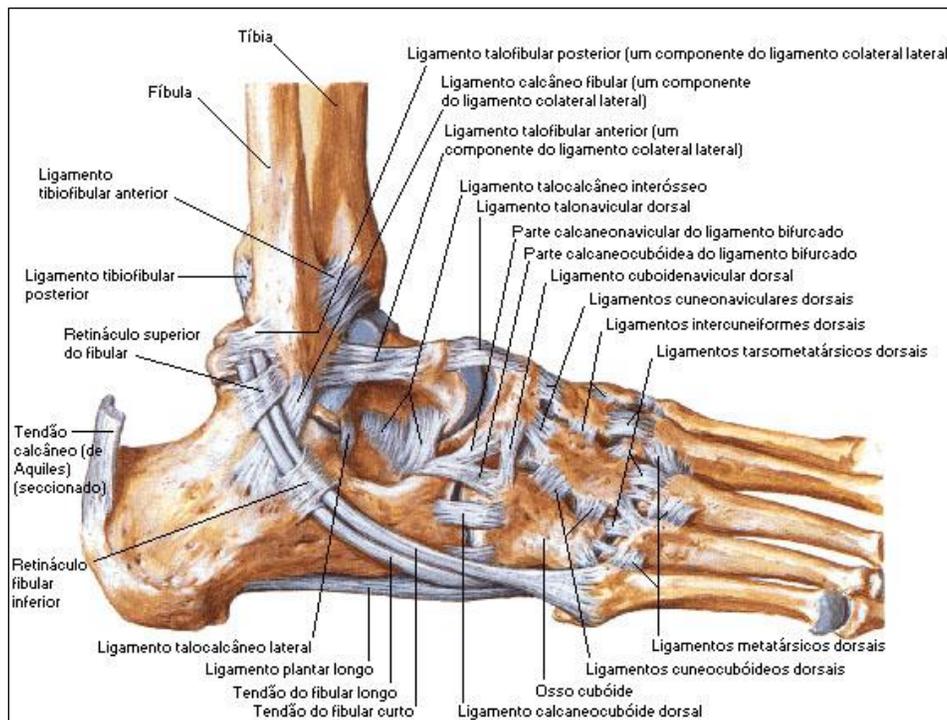


Figura 44: Vista lateral das estruturas ligamentares do pé e tornozelo

Fonte: Netter, 2000.

Os pés e tornozelos atuam como articulação terminal da cadeia cinética de suporte do corpo e se opõem às resistências externas oferecidas pelas diversas superfícies onde deve haver adaptação ao caminhar. Os pés atenuam, dissipam e distribuem ao longo dos membros inferiores forças de compressão, tensão, cisalhamento e torção gerados na fase de apoio plantar. Obviamente que a aplicação inadequada destas forças, pode gerar movimentos anormais que eventualmente levem a stress excessivo, resultando num colapso dos tecidos conectivos e musculares (Donatelli, 1996).

Ao nascimento, os pés dos bebês são livres de arcos plantares, devido ao coxim adiposo formado por tecido subcutâneo e gorduroso e de uma frouxidão articular fisiológica. Já em 1924, Morton (apud Pezzan, 2009) descreveu a formação do arco longitudinal medial pela especialização que se deu pelo contato do pé com o solo, colaborando com o equilíbrio e absorção de impacto durante a postura estática e gerando vantagem mecânica para que os flexores plantares impulsionem o corpo para frente durante a marcha. Isso ocorre devido à ossificação dos ossos navicular e cuneiforme que formam o ápice do arco, bem como pela adaptação dos ligamentos e músculos durante a maturação das atividades motoras (Pezzan, 2009).

A autora descreve grande variabilidade de idades descritas na literatura entre 02 e 08 anos para a formação do arco longitudinal medial (figura 44) enquanto observa-se um consenso quanto à evolução dos pés planos estáticos, onde os autores diversos concordam que até os 06 anos de idade 65% irão se corrigir espontaneamente, 30% deles não se corrigem completamente, porém serão funcionais, 5% dos pés planos chegam a adolescência ainda muito planos, porém, somente 3% deles serão muito dolorosos e comprometerão a funcionalidade do indivíduo.

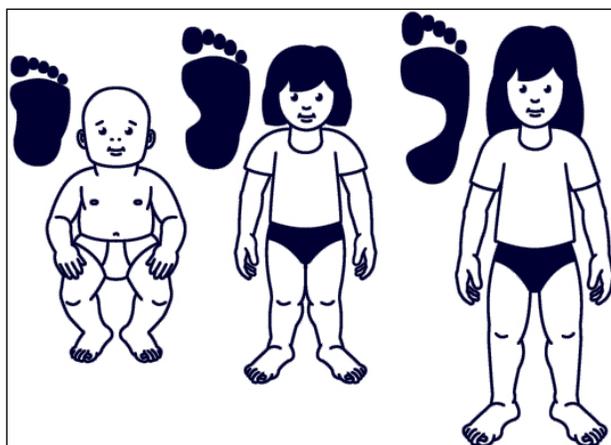


Figura 45: Formação dos arcos plantares: bebê, criança de 05 anos e de 08 anos
 Fonte: Maffi. (2013) <http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/29> Acesso 04/09/13

Um dos fatores que desencadeiam a formação de pés planos (figura 45) é o uso de calçados fechados. Quanto mais precoce seu uso, mais rebaixado será o arco plantar. Os pés planos podem gerar dores na região dos calcanhares, calos, hálux valgo, dores no quadril e na coluna (Pezzan, 2009).

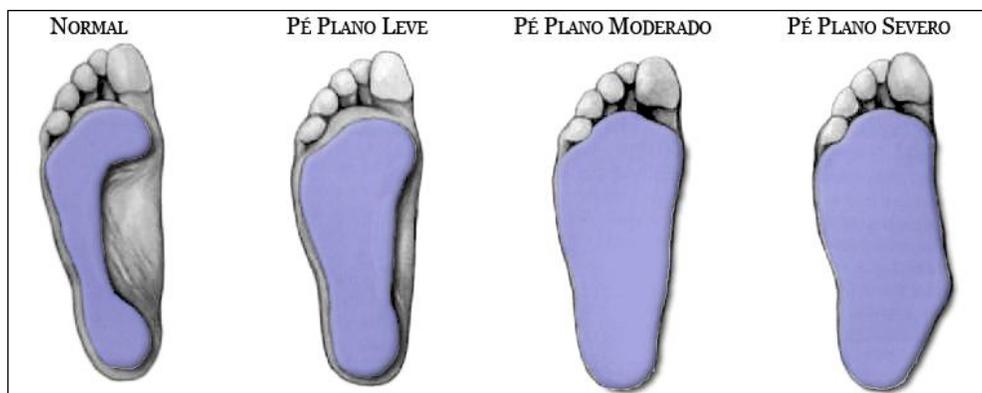


Figura 46: Arcos plantares

Fonte: Maffi. (2013) <http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/29> Acesso 04/09/13

Réssio (1999) realizou um estudo que contempla uma revisão de literatura da análise de marcha e os métodos mais sofisticados para sua avaliação. Concentrou-se na avaliação baropodométrica da influência dos saltos altos em indivíduos normais. A autora disserta sobre a evolução dos mecanismos de análise das forças de reação ao solo e as distribuições de pressões obtidas nas

plantas dos pés com diferentes alturas de sapatos para mulheres: 3,0; 6,0 e 9,6 cm, pois considerou que foram as alturas mais frequentemente comercializadas. Os calçados foram adaptados para a avaliação com sistema F-Scan®, versão 4.02 da Tekscan (Boston, MA) onde foram colocadas palmilhas eletrônicas flexíveis e ultrafinas (0,15 mm), o que as torna praticamente imperceptíveis ao tato quando estão em contato com a pele. São dotadas de 960 sensores eletrônicos dispostos em 60 linhas e 21 colunas formando a matriz ativa capaz de detectar as variações de pressão em pequenas áreas, colocadas na face superior da sola interna garantindo o contato direto do pé com a superfície de mensuração de registros pressóricos.

As palmilhas usadas no estudo de Ressio (1999), respondem às áreas de contato, alterando correntes elétricas onde as pressões são exercidas e informando a ausência de corrente elétrica em áreas que não houver pressão. Estas palmilhas conectam-se a unidades conversoras de sinais analógicos-digitais fixadas aos tornozelos por tiras de velcro nas mulheres analisadas, de onde partem os cabos condutores conectados à placa eletrônica do computador, que permitem caminhar por 10 metros na sala de exames. O sistema colhe amostras continuamente 165 vezes por segundo durante a marcha, permitindo a análise dos dados em tempo real e registra as informações para posteriores análises.

Salasano (1986) descreveram observações realizadas em indivíduos normais num estudo de método eletrônico para mensurar pressões na região plantar dos pés, concluindo que: as crianças de 03 a 04 anos possuem superfície total do pé proporcionalmente maior, mas o suporte de cargas predomina no retropé. Já nas crianças de 06 a 07 anos, a superfície dos pés começa a se aproximar daquela considerada normal para adultos, ocorrendo um equilíbrio de distribuição de pressões entre o retro e o antepé. Ao exame estático, a carga tende a incidir na região do IV metatársico. Quando se referem aos indivíduos adultos, as mulheres apresentam menor superfície de apoio, com carga depositada principalmente em calcâneo quando se encontram na postura ortostática.

Os pés que usam sapatos com saltos aumentam sua pressão sobremaneira no antepé e dedos, principalmente do hálux e I metatársico, à medida que se eleva o tamanho dos saltos, enquanto que na condição descalça o II e III metatársicos possuem maior pressão que no I; o tempo de pressão máxima varia conforme o salto aumenta (Snow, 1992). Ainda, geram alterações biomecânicas e de controle neuromuscular, sendo necessária a permanência por mais tempo numa determinada área do pé, a fim de que se atinja o ponto de equilíbrio para a realização da marcha. Há menor participação da porção lateral do pé, que demonstra o intenso esforço exercido pelas estruturas estáticas e dinâmicas dos pés, para que se mantenham equilibrados pelas condições desfavoráveis impostas pela elevação dos saltos durante a marcha (Ressio, 1999).

Soames, et al (1982) estimaram que o uso de sapatos baixos diminui em 46% o impacto, o uso de tênis em 60%, enquanto as palmilhas reduzem em apenas 17%, sempre quando comparados ao impacto sofrido pelos pés descalços. Com aumento do salto, há também aumento do impacto da pressão na região do antepé em 57% com salto de 4,0 cm e de 75% com salto de 6,0 cm e de 90 a 100% com saltos maiores que 10 cm (figura 46).

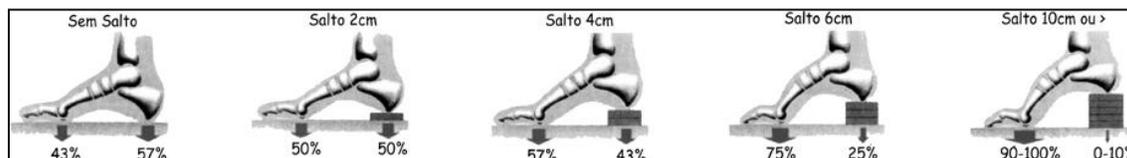


Figura 47: Distribuição do peso corporal com aumento dos saltos

Fonte: Oliveira e Santos, 2013.

Num estudo da cinemática da marcha com saltos altos Opila-Correia (1990), observou alterações posturais na função do pé e aumento do choque de carga como forma de acomodação dos pés a estas condições. Observou diferenças na cinemática da tíbia, joelho, quadril e pelve, pois os indivíduos ao usarem sapatos com saltos altos caminham mais lentamente, diminuem o comprimento do passo e aumentam a porcentagem de tempo na fase de apoio justamente para manterem o equilíbrio. Aumenta-se a flexão de joelho e quadril nas fases de apoio e balanço.

Frey, et al (1993) realizou um estudo com o público feminino de 10 a 18 anos, analisando 672 mulheres e seus hábitos de compra de calçados, concluindo que aos 8 anos é a média de idade de escolha do próprio calçado e para 53% das entrevistadas o estilo do calçado era o fator mais importante na hora da escolha.

Opila-Correia, et al (1988) analisaram a postura de mulheres com salto de 6,4 cm de altura, concluindo que o mesmo altera o centro de gravidade, promovendo um deslocamento para a frente, e com isso uma série de adaptações posturais para manter o corpo na postura bípede e garantir o deslocamento seguro. Para que isso aconteça a coluna torácica e lombar posicionam-se posteriormente a linha da gravidade, enquanto os joelhos e os tornozelos apresentam-se com maior flexão quando comparados aos pés descalços, reduzindo a participação do calcanhar na sustentação do corpo, delegando esta função para o antepé, gerando concomitantemente encurtamento do músculo tríceps sural, diminuindo portanto sua capacidade de contração.

Uma onda de choque se propaga pelo esqueleto após o momento de contato do calcanhar ao solo quando se usa sapatos com salto alto, o que parece gerar danos aos tecidos moles e articulares, sendo responsáveis por queixas de dores nas pernas e coluna (Yung-Hui e Wei-Hsien 2005).

Sabe-se que a deambulação é uma atividade motora altamente eficiente e as estruturas relacionadas ao aparelho locomotor são preparadas para responder ao stress mecânico que possam sofrer, otimizando suas respostas dinâmicas. Contudo, Pezzan (2009) aponta concordância entre diversos autores de que o uso do salto alto provoca alterações biomecânicas durante a marcha, sobretudo nas variáveis cinemáticas, com aumento da flexão de joelho na fase de apoio, aumento da flexão plantar, diminuindo a flexão de joelho e quadril na fase de balanço e diminuindo a velocidade de extensão do joelho durante a fase de balanço e ainda mudanças nas variáveis cinéticas como a Força de Reação ao Solo, uma das grandezas mais importantes na análise biomecânica do movimento, conforme Amado-João (2006): “[...] a Força de Reação ao Solo é a soma algébrica da aceleração da massa de todos os segmentos corporais, ou seja, o total líquido

de todas as forças musculares e gravitacionais atuando em cada instante na fase de apoio.”

São as alterações compensatórias que servem para proteger as estruturas musculares, ligamentares e tendíneas que a sobrecarga dos saltos lhes impõem. Obviamente, no entanto, a repetição das compensações, acaba gerando disfunções articulares de joelhos, quadris e coluna lombar (Sacco et al, 2007).

Pezzan (2009) também realizou avaliação postural da coluna lombar, dos membros inferiores, e análise da força de reação do solo em adolescentes usuárias de calçados de salto alto. Envolveu meninas de 13 a 20 anos de idade, que usassem calçados de saltos altos no mínimo 4 vezes por semana durante 4 horas consecutivas e que tivessem este hábito por pelo menos 1 ano, comparando os resultados obtidos neste grupo com outro grupo de jovens na mesma faixa etária que não fossem usuárias de calçados com saltos altos e ambos os grupos com percentual de massa corpórea abaixo do percentil 85 da curva de IMC do CDC. Os sujeitos de ambos os grupos, deveriam ainda praticar somente as atividades físicas propostas pela escola por no máximo 2 vezes por semana.

As conclusões obtidas por Pezzan (2009) revelaram que o modelo com salto anabella seria o mais prejudicial, pois influencia ainda mais negativamente tanto a postura como a marcha. Com o uso do salto, a postura da coluna lombar apresenta-se com a lordose do segmento aumentada, anteversão pélvica, mantém o ângulo tíbio-társico menor que 90°, promovendo ainda o valgismo dos joelhos e retropé varo.

Quanto à marcha, Pezzan (2009) refere ainda que as usuárias crônicas deste tipo de calçado acabam desenvolvendo estratégias compensatórias para realizar tal atividade motora, para que possam manter a estabilidade e eficiência na locomoção, levando a crer que o calçado tipo anabella parece comprometer o alinhamento postural e biomecânico a ponto de levar à algias, disfunções articulares e musculares que com o tempo poderão resultar em limitações funcionais.

Segundo Manfio (1995), o brasileiro é um consumidor menos exigente consigo mesmo que o norte-americano ou o europeu, devido a múltiplos fatores

como o clima, situação financeira, desenvolvimento do país, desinformação, entre outras razões. Há ainda a prevalência da relação custo-benefício, que nem sempre se traduz em produtos de qualidade e cuidado na fabricação.

Stolt (2005) realizou um estudo com 35 meninas descalças e calçadas na faixa etária entre 10 e 12 anos de idade caminhando numa esteira Kistler® Gaitway. Observou-se que houve diminuição da cadência e aumento do comprimento do passo, contrariando estudo semelhante e mais antigo de Grieve et al (1966) que analisou os parâmetros de adultos e crianças descalços e calçados, porém em piso fixo, encontrado-se aumento da cadência e diminuição da passada em indivíduos calçados.

O'Keefe (1996) descreve o fascínio feminino pelos saltos da seguinte maneira: “[...] as mulheres podem “enfiar” uns chinelos, “calçar” uns tênis ou “pôr” uns sapatos mais confortáveis, mas **“vestem-se”** de saltos altos”.

O mesmo autor refere ainda que 88% das mulheres compram calçados um número abaixo da sua numeração correta e não se importam se são práticos ou confortáveis. Normalmente eles não calçam como uma luva, nem ao menos se ajustam aos contornos naturais do pé: entre a fantasia e a realidade, as mulheres não hesitam em preferir a futilidade ao conforto.

Também Manfio e Ávila (2003), realizaram um estudo com 1296 mulheres entre 18 e 60 anos, concluindo que apenas 35% da amostra calçava sapatos de comprimento compatível ao tamanho ideal para o pé.

O conforto de um calçado é um fator mensurado de forma subjetiva, conferindo ao produto medidas de sentimento e percepção individuais (Iida, 2005), Valente (2007), considera que são quatro os componentes que podem definir o conforto de um calçado:

1. Ausência de queixas físicas: os estímulos físicos causados pelo calçado não podem causar distúrbios, aborrecimentos ou desprazer. Considerando principalmente no público feminino, os esforços necessários para manter a postura e o equilíbrio, além dos pontos de pressão percebidos.

2. Tranquilidade: grau de alívio e relaxamento durante as atividades realizadas usando o calçado analisado.
3. Eficiência: grau de desempenho das atividades consideradas especificamente para o uso do calçado analisado.
4. Individualidade: baseada nos aspectos antropológicos a individualidade considerando aspectos culturais e a condição do usuário diante da sua situação particular e social.

Valente (2007) avaliou 20 mulheres de 18 a 30 anos de idade, com peso médio de 57Kg e altura média de 1,65m, medindo o comprimento e largura de seus pés, observando que 54,51% dos sujeitos não percebe diferenças entre o pé direito e o esquerdo, 14% perceberam diferenças entre os pés e 17,21% acharam este fator indiferente, pois alguns modelos de calçados apresentam a sensação de diferença e outros não. Concluindo entre outros achados que uma numeração intermediária dos calçados poderia contribuir para a adequação destes ao tamanho dos pés, principalmente por se tratar de um estudo feito com brasileiras, considerando suas características específicas e embora os resultados levem a crer que a mulher deseja um sapato mais confortável e bonito, há uma arbitrariedade relacionada à moda e ao desconforto, ou seja, se o sapato atinge os desejos de moda, beleza e consumo, a mulher realiza a compra ainda que o desconforto seja marcante.

Frey (2000) cita a declaração oficial do The American Orthopaedic Foot and Ankle Society (AOFAS):

“... acredita-se que o uso inadequado de calçados alcançou proporções epidêmicas no que se refere aos problemas nos pés. De acordo com pesquisa realizada por esta entidade, nos Estados Unidos da América, em 1991, onde 35 mulheres foram entrevistadas, dentre elas, cerca de 88% utilizavam calçados de números menores que os dos pés e cerca de 80% tinham algum tipo de problema relacionado ao uso de calçados”.

Além da moda, nos esportes, mais especificamente na dança e dentre suas modalidades, o Ballet Clássico, apresenta a especificidade do uso do calçado próprio que exige sobremaneira das articulações dos pés e tornozelos, por isso não poderiam ser deixados de lado neste estudo, ainda que as bailarinas só passem a utilizar as sapatilhas de ponta após alguns anos de prática, que excede os 07 anos preconizados nesta pesquisa.

Assim, com o uso contínuo das sapatilhas de ponta (figura 47) nos treinamentos observa-se um índice alarmante de lesões típicas da prática do Ballet Clássico e se encontra bem documentado na literatura médica, sendo os mais atingidos: os pés com altos picos de pressão plantar sobre os artelhos e primeiro e segundo metatarso, os tornozelos com sobrecarga que podem chegar a 18 Kg, sendo estas as estruturas que mais sofrem lesões, (cerca de 86%) pois adquirem posturas anti-anatômicas extremas e repetitivas, apresentando joanetes, dedos em garra e calosidades. Os joelhos e coluna vertebral. Contudo a forte tradição que acompanha esta prática não permite que modificações sejam feitas, pois estes calçados no meio artístico são considerados uma extensão dos pés (Picon et al, 2002).

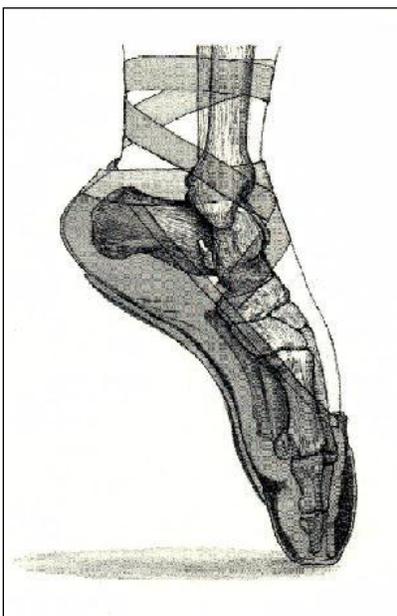


Figura 48: Anatomia do pé da bailarina em ponta

Fonte: www.sapatosonline.com.br. Acesso em 07/08/2013,

Assim, os pés são estruturas anatômicas que podem sofrer com problemas variados. Porém, muitas sensações de desconforto e deformações podem ser provenientes da confecção inadequada de calçados, esse fator tem relação direta com as formas e outros componentes utilizados na confecção dos calçados (Berwanger e Pacheco 2011).

A somatória do uso com problemas pré-existentes ou genéticos e com o passar dos anos, perpetuando o hábito de utilizar o bico afilado, saltos altos e modelos muito instáveis como as sandálias, podem causar, dentre outras, as seguintes lesões:

Joanetes:

Joanete ou Halux Valgo (figura 48) é a situação de afastamento do eixo longitudinal do corpo, que adota o hálux. É a patologia mais comum que ocorre nos pés dos adultos, cerca de 30% da população moderna possui algum grau de deformidade e é dez vezes mais comum nas mulheres, pois usam com frequência sapatos altos e de bico fino (figura 49). Há também fatores hereditários, como os pés planos e frouxidão ligamentar, que só tendem a se agravar com o uso de calçados inadequados (Maffi, 2013).

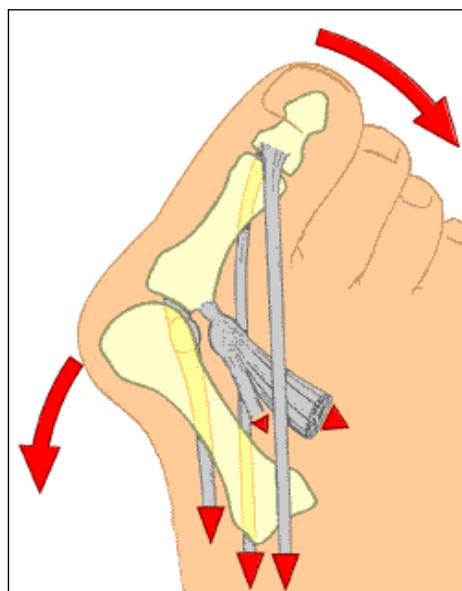


Figura 49: Joanete ou hálux valgo

Fonte: MAFFI, S. (2013) <http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/21> Acesso 04/09/13

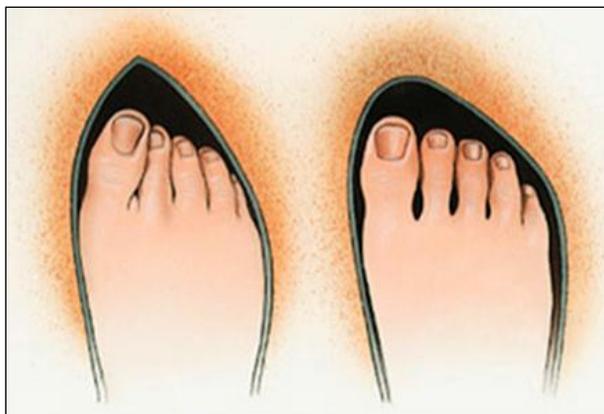


Figura 50: Calçados promovendo o hálux valgus

Fonte: MAFFI, S. (2013) <http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/21> Acesso 04/09/13

Neuroma de Morton:

O Neuroma de Morton (figura 50) foi descrito por Thomas Morton em 1876 como uma lesão não neoplásica, representada por necrose perineural do nervo digital plantar devido a um processo inflamatório. Ocorre em maior frequência entre os 3° e 4° metatarsos e também entre o 2° e o 3° metatarsos. Há uma predileção pelo sexo feminino, o que leva a crer que seja causado pelo uso constante de calçados com saltos altos. Provoca dor que irradia para os dedos, podendo ocorrer até fenômenos parestésicos e sensação de queimação que podem ser agravados por sapatos antifisiológicos (Barbosa et al, 2005).

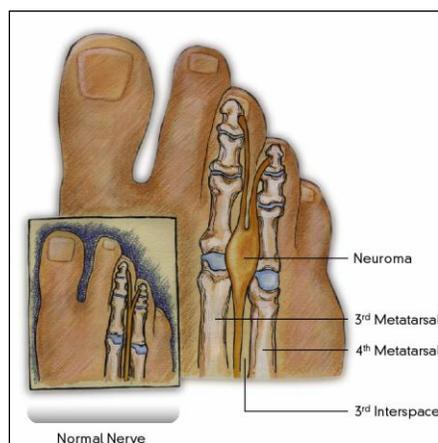


Figura 51: Neuroma de Morton

<http://www.paintopoffoot.com/pain-on-top-of-foot-near-toes-mortons-neuroma/>

Acesso em 04/09/13

Entorses de tornozelo:

As lesões de tornozelo por entorse (figura 51) são causadas por uma súbita aplicação de forças, em movimento violento que excede a resistência dos ligamentos (geralmente os laterais), causando-lhe estiramento ou ruptura (Maffi, 2013).

Os entorse de tornozelo são as lesões do aparelho locomotor mais frequentes encontradas na população ativa, que geralmente envolve lesão dos ligamentos laterais (Rodrigues e Waisberg, 2009).

Estima-se que de 15 a 20% de todas as lesões musculoesqueléticas sejam entorses de tornozelo (Moreira e Antunes, 2008).



Figura 52: Entorse de tornozelo

Fonte: Maffi. (2013) <http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/21> Acesso 04/09/13

Rodrigues e Waisberg (2009) referem os graus de lesão do tornozelo durante um evento de entorse:

- a) Grau I ou leve (estiramento ligamentar): leve lesão com discreto edema, sem perda da função (figura 52).

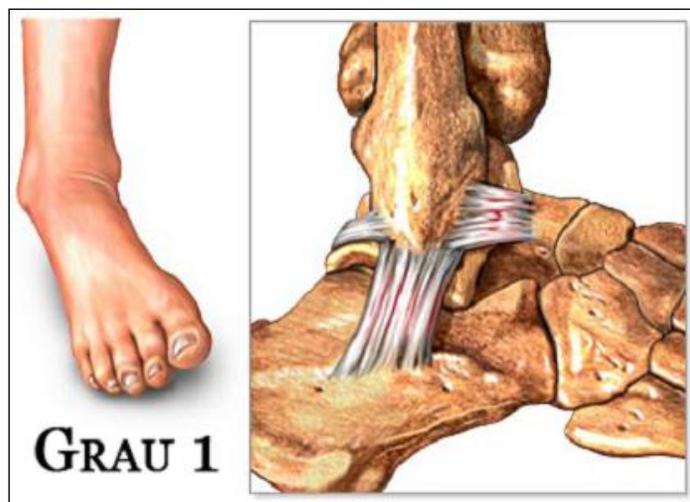


Figura 53: Entorse de tornozelo Grau I

Fonte: Maffi. (2013) <http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/21> Acesso 04/09/13

Grau II ou moderada (lesão ligamentar parcial): edema difuso e instabilidade do tornozelo, incapacidade funcional, lesão parcial dos ligamentos e déficit da marcha (figura 53).

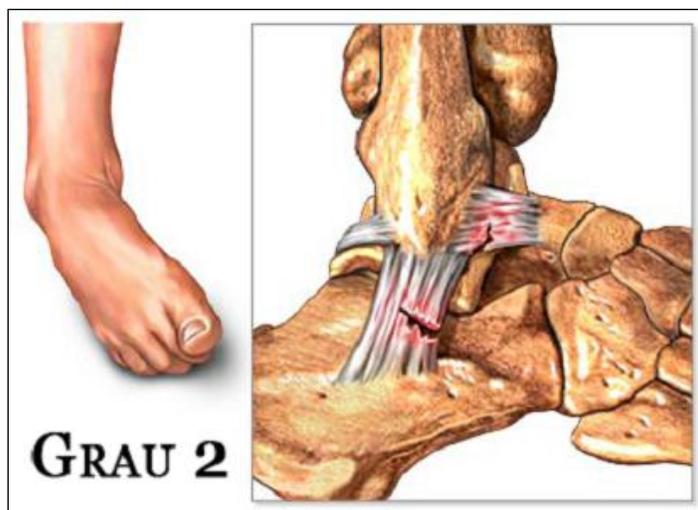


Figura 54: Entorse de tornozelo Grau II

Fonte: Maffi. (2013) <http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/21> Acesso 04/09/13

b) Grau III ou grave (lesão ligamentar total): edema intenso com instabilidade articular, perda completa da função com ruptura completa dos ligamentos (figura 54).

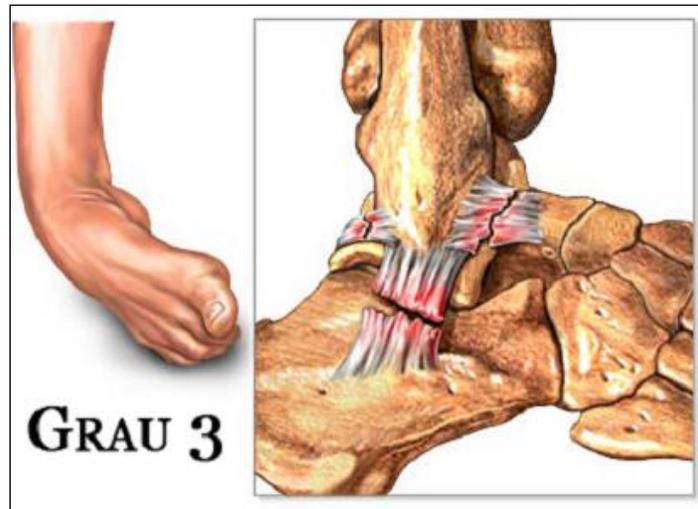


Figura 55: Entorse de tornozelo Grau III

Fonte: Maffi. (2013) <http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/21> Acesso 04/09/13

Enfim, observa-se que o uso de calçados confeccionados com medidas incompatíveis ao desenvolvimento de uma marcha saudável podem causar lesões nas estruturas ósseas, musculares, articulares e sensoriais dos pés. A integridade dos sistemas anatômicos ora descritos influencia diretamente no equilíbrio, alinhamento biomecânico e conseqüentemente na marcha dos indivíduos (Oliveira e Santos, 2013).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO:

*“O homem trás em si as marcas do seu tempo,
marcas que ele próprio constrói.
Também a criança interage com seu mundo, às vezes
de forma menos perceptível.
Talvez por sua posição ainda secundarizada com
relação ao “mundo adulto”!
A cada espaço temporal e social, corresponde uma
concepção do que seja a criança.
Por outro lado, cada momento histórico trás em si,
junto com suas diferentes concepções, sobre o mundo,
a vida, o próprio homem, diferentes problemas.”*

Mendes, 1996

O que pensam as mães?

À medida em que muda a cultura ocidental, mudam também as concepções a respeito da criança. Já no século passado, grandes pensadores chamaram atenção para os primeiros anos de vida da criança, contribuindo Sigmund Freud desde 1905 com questões relacionadas ao amor e à sexualidade, Jean Piaget desde 1936 descrevendo os alicerces das estruturas que permitem ao ser humano interpretar o mundo onde vive. Ambos descreveram elementos que compõem o relacionamento entre os seres humanos e destes com seu ambiente. O fato é que há muito tempo diversos pesquisadores e teóricos estudam o desenvolvimento nos primeiros anos de vida (Freitas, e Shelton 2005).

A teoria de Piaget sobre a cognição estabelece como domínios do conhecimento a instituição social, as condutas psicológicas e os comportamentos cognitivos, sendo que estes últimos são as atividades que a própria sociedade

coordena e qualifica em seus diversos níveis, considerando o quanto os fatores sociais têm importância na aquisição e uso do conhecimento (Fermiano, 2010).

A partir da análise das falas das mães, emergiram 04 temas:

- Comprometimento da marcha
- Família, seus vínculos e cuidados
- Identidade de Gênero
- Sensualização Precoce

A interação da criança com os adultos e com outras crianças é um dos principais elementos para a estimulação no espaço familiar, para que desenvolva a percepção e ainda dirija e controle seus comportamentos. Permite desta maneira que haja a aquisição de conhecimentos e habilidades, estabelecendo relações e construindo seu próprio ambiente físico e social. A mãe tem papel principal entre os atores sociais que constituem e sedimentam esses conhecimentos, experiências perceptivas e habilidades da criança (Souza, 1997).

Isto pode ser claramente observado nas falas seguintes:

“...uma característica que eu percebo nela, é que ela quer muito usar sapato com salto, quando ela vai numa loja comigo de sapatos para adulto, ela olha os sapatos super altos e diz: mamãe eu vou usar isso um dia... e eu digo, é... só quando você for uma mocinha. Talvez...pelo fato dela sempre me ver assim sempre de salto, entendeu?”(D.F)

“...Acho que algumas mães colocam essa sensualidade na cabeça das crianças, querem pular etapas (são as mães que querem pular as etapas), isso não é muito das crianças, é dos pais, depende muito do círculo de amizades principalmente das classes mais

altas, eles estimulam mais o comportamento adulto precoce, entre eles é pior. Eu via isso quando ela estava numa escola na Barra da Tijuca que recebia os “emergentes”, eu gostava da parte pedagógica mas a frequência tinha essas características, acho que se tivéssemos continuado morando no Rio de Janeiro eu tiraria a Carol daquela escola, não dá para acompanhar o ritmo. Aqui em Brasília acho mais tranquilo... deve ser algo regional...” (B.B)

Num exercício socioemocional que se dá no contexto familiar, há a elaboração da identidade de gênero, elemento chave para o desenvolvimento da personalidade, associando as influências no modo de ser e de pensar, através do conjunto acumulado de crenças, atitudes e estereótipos do indivíduo quanto ao gênero, os quais se dão a partir de bases biológicas, psicológicas e sociais. Estes fatores acompanharão o indivíduo ao longo da vida e é a partir deles que perceberá a existência das diferenças sexuais, identificando-se em seguida com papéis e comportamentos femininos ou masculinos (Antoniazzi e Costa, 1999).

Cada cultura então inscreve nos corpos de suas crianças os gêneros feminino ou masculino e deixa suas marcas em cada um. Esta perpetuação de ordem dos gêneros é sustentada fortemente pela ação conjunta de instituições sociais diversas como a família, a igreja a escola e o Estado agindo sobre estruturas inconscientes (Gomes, 2006).

Os pais são apontados como os maiores responsáveis pelo desenvolvimento de estereótipos do papel de gênero nas crianças e de maneira sutil estão ligados ao feedback que as próprias crianças oferecem a eles (Fisher-Thompson, 1990). É importante salientar que ao citar gênero, não se nega a biologia, mas destaca-se o aspecto sociocultural de sua construção, a maneira que as aparências biológicas e os efeitos conscientes que o longo trabalho coletivo de socialização do biológico e biologização do social, produziu nos corpos e nas mentes (Gomes, 2006).

Observa-se que as mães ficam divididas entre o que considera certo e como as questões sociais se colocam perante a família:

“Tem coisas que eu não estímulo, ela passa um batonzinho de brilho, mas quando sai de casa já comeu todo o baton e não fica com cara de palhaça. Hoje deixei passar esmalte escuro por causa do carnaval, foi lá no baile de carnaval, tinha uma moça pintando as unhas das meninas, eu deixei, mas amanhã já vai tirar. Mas ela já tem coleguinhas que passam esmalte escuro como as adolescentes, verde, azul para ir ao colégio...”
(B.B)

A família está interposta entre a cultura individual e coletiva, nela filtram-se as influências culturais devido as suas próprias regras culturais e sociais, valores e crenças. Isso acontece, pois se constitui de um grupo composto por várias personalidades que interagem entre si, permitindo a evolução de fases de crescimento e desenvolvimento humano, sendo a mediadora entre o indivíduo e a sociedade (Waidman e Elsen, 2005).

Assim, as famílias observam o quanto é importante seu papel na constituição dos sujeitos e acreditando nesta influência, surge uma fala:

“O que está acontecendo hoje é que está se encurtando a infância, isso influencia a vida de qualquer pessoa, quando você tem uma infância bem vivida, uma infância bonita, que você tem boas referências, que pôde ter amor e carinho eu acho que é uma das fases mais bonitas da vida.” (C.P)

Para Bandura e Hudson (1961), a aprendizagem do gênero é consequência da imitação de um modelo que podem ser os pais ou outras pessoas. Ao brincarem de adultos, as crianças acabam sendo reforçadas por eles. Isto leva a

marcha a adaptar-se aos calçados que estão sendo oferecidos, alterando a desenvoltura da mesma no plano ortopédico e muscular, desencadeando, portanto alterações de equilíbrio, velocidade e precisão dos passos.

A imagem do adulto caminhando é imitada pela criança, inicialmente de modo caricato e engraçado, tanto para ela quanto para o adulto. Aos poucos a habilidade nos movimentos e a estimulação dos adultos vai dando os contornos valorizados sócio-culturalmente para o andar e para o movimento próprios do adulto, numa representação cada vez mais perfeita. Esse comportamento, que para o adulto tem significados adequados às fases da vida, relativas a um desenvolvimento dos caracteres sexuais secundários (pós-púberes), na criança pré-púbere assenta-se em uma estrutura psíquica incapaz de perceber os significados adultos do movimento, estabelecendo uma dicotomia e uma assimetria entre o que a criança sente e o que é evocado na representação do adulto sobre o movimento de andar.

Esta observação aparece na seguinte fala:

“Particularmente eu acho um absurdo, acho que fica até ridículo assim... a criança mal consegue andar, eu já vi criança de bota com salto. Fica implícita uma sensualidade, uma coisa desnecessária, uma maturidade que não existe, pula fases e eu acho isso errado, eu tento não fazer é pular fases... cada coisa a seu tempo. O Calçado pra mim é fundamental, porque o sapato pede uma roupa, a roupa um acessório, uma maquiagem...” (D.F)

Bobbio (2006) refere que influências internas parecem também interferir no desenvolvimento motor entre gênero, onde as meninas atingem maturidade neurológica e hormonal antes dos meninos, levando este fato a tornar todo resto de seu desenvolvimento mais precoce quando comparada ao gênero masculino. Isso acontece não só como resultado das diferenças físicas de origem genética,

mas também pelo fato de existirem diferenças nas expectativas e práticas do meio cultural que cerca meninos e meninas.

Desde muito cedo as meninas são expostas a modelos de condutas que já ensaiam a partir de brincadeiras e dramatizações. Para Winnicott (1996), a brincadeira é um ensaio para a vida adulta, que as crianças vivenciam através dos exemplos em casa e pela exposição da mídia através das propagandas de diversos artigos de consumo como roupas, acessórios e brinquedos que estimulam a aquisição de estereótipos.

A publicidade direcionada ao público infantil do sexo feminino, aposta na construção de uma imagem de feminilidade baseada na delicadeza feminina e maior interesse em questões ligada à moda, aparência, beleza, etc. Assim, pela dificuldade que as crianças têm de compreender a mensagem publicitária, o direcionamento a este público constitui-se como abusivo, a medida que as mensagens publicitárias transmitem valores distorcidos, contribuindo com o consumismo, erotização precoce, entre outros, violando inclusive a legislação: Constituição Federal, Estatuto da Criança e do Adolescente, Convenção das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças e o Código de Defesa do Consumidor (Gonçalves, 2009).

Simone de Beauvoir, desde 1967 em seu livro *O Segundo Sexo* já afirmava:

“Compreende-se que a preocupação da aparência física possa tornar-se para a menina uma verdadeira obsessão; princesas ou pastoras é preciso sempre ser bonita para conquistar o amor e a felicidade.”

As mães entendem os limites entre a realidade e a fantasia:

“...ela pode brincar de princesa, mas não precisa ser princesa o tempo todo” (C.P)

Desde a brincadeira já se expressam os desejos próprios dos adultos quanto à forma de se vestir, de ser e ter bens de consumo, visto o slogan de uma

campanha de boneca – “*Barbie: tudo que você quer ser!*” O que reporta aos pensamentos de Rubem Alves (2009), quando diz em uma de suas crônicas, que a Barbie é uma bruxa, afinal ela é uma das principais responsáveis, entre outras coisas, pelo início da experiência de consumo para as meninas.

As mães observam a imposição do consumo, mas demonstram entender que esta é uma escolha da família:

“O consumismo... os pais têm uma influência nisso! Começa desde muito cedo e isso que você está me perguntando sobre os sapatos é só um dos itens de consumo e para os sapatos a mãe é muito referência para as meninas... elas querem usar o que a mãe usa, a mãe é referência...” (B.B)

O mundo globalizado impõe maior velocidade ao ritmo de vida o que constrange e altera os ritmos biológico e psíquico necessários para adaptação do ser humano a novas situações. A velocidade dos comportamentos exigidos dificulta a tomada de consciência, seja de si mesmo ou dos outros, refletindo em comportamentos inadequados ou pouco racionais principalmente no que tange ao consumo. Há tendências da globalização que são rapidamente incorporadas pela família, escola, amigos e outras redes de socialização, sendo que a criança ainda não construiu uma lógica para relacionar as causas e conseqüências destes fenômenos (Fermiano, 2010).

Há demandas concretas na sociedade contemporânea e as crianças assumem um lugar social na relação com os adultos, em suas famílias, escolas, movimentos sociais, trabalho, meios de comunicação, tecnologias e a cultura do consumo. Pode-se perceber como e quanto é urgente questionar uma suposta inferioridade do sujeito da criança em relação ao adulto. Observa-se uma infância que quer tornar-se adulta cada vez mais cedo, o corpo da criança, seus modos de vestir e agir, são signos que refletem nossa época, as crianças e os adultos de hoje são moldados para o consumo, para o culto do prazer efêmero, sem restrições. A publicidade direcionada ao público infantil, mostra uma criança líder,

capaz de tomar decisões, resolver problemas, algumas travestidas de intelectuais mirins, outras precocemente erotizadas (Souza, 2008).

As aparências podem ser significativas: não vestimos mais crianças de crianças, mas de “adultos em miniatura” e particularmente aqui no Brasil são também os adultos que se vestem como crianças (Calligaris,1994). Há, portanto de se observar lacunas neste desenvolvimento, principalmente no quesito consciência corporal, uma vez que a menina acaba se afastando de uma expressão física infantil e espontânea para a idade, enquanto brinca de ser adulta. O problema é que essa brincadeira se perpetua para a rotina diária e provavelmente haverá interferências na aquisição de uma marcha segura e bem estruturada, assim como um comportamento adequado à outra faixa etária.

Este fator fica muito claro para as mães e as falas se repetem com a observação de uma sensualização precoce, a influência de esteriótipos que causam espanto:

“Acho que a roupa é pior, mas o sapato pede uma roupa que combine e uma coisa puxa a outra, as meninas estão usando muito preto, oncinha e o sapato vai nessa onda sexy. Desde que ela nasceu tenho acompanhado a moda e vejo muito uma onda de acompanhar o modelo adulto e jogar para o infantil, cores estampas de oncinha. Agindo assim, concordando com isso os pais permitem, oferecem, dão esta opção e buscam sempre que a filha apareça mais em relação às outras meninas da mesma idade, do mesmo grupo.” (B.B)

“Geralmente as sandalinhas que a gente vê no mercado, são muito altas, com solado anabela, plataformas que são enormes, com saltinho mesmo. Antes eu não comprava com salto nenhum, agora eu

compro no máximo com 2 dedos (mostrou o tamanho) e converso com ela... ela quer, porque a coleguinha tem, e aí eu entro num acordo de comprar com no máximo 2 dedos, mas no máximo isso. E não é o salto fininho, porque você também acha.” (D.F)

“Eu acho que as roupas e calçados hoje em dia estão provocando uma erotização precoce da criança e com o salto ela acha que já é maior, mais velha mesmo, vai querer imitar o jeito de uma mulher adulta, ela vai se sentir mulher antes da hora. Ela vai pensar “eu já estou moça, uso sapato de salto, então não vou correr, não posso subir num brinquedo porque estou de sapato de salto” assim não dá pra correr, jogar bola, brincar. Corre o risco dela pensar que ela é moça e por isso não vai mais brincar.”(E.A)

“...acho que esse negócio de sapato com salto está muito precoce na vida delas, hoje em dia uma menina de 9 anos parece que tem 12, 13... até as roupas estão muito diferentes, elas usam roupa de mocinha, usam salto, usam maquiagem, usam esmalte forte, uma coisa vai puxando a outra.” (S.B)

Considerando que a família é o primeiro e principal ambiente social das crianças, entende-se que a aprendizagem das habilidades sociais se inicia na infância enquanto estão imersas neste ambiente. Também a socialização do consumidor infantil, ocorre inicialmente ao acompanhar os pais às compras em lojas ou supermercados e posteriormente tendo a influência dos colegas e da mídia, delineando o perfil de um novo consumidor (Fermiano, 2010).

Os programas de televisão influenciam diretamente nas escolhas e formas de agir das crianças, elas podem se espelhar e utilizar esses exemplos:

“Eu acho que o tipo de calçado influencia muito e não é legal. A televisão também mostra isso né? As meninas tudo de salto... tinha até uma menina na novela Ti Ti Ti, ela tinha um blog que falava de moda...”
(S.B)

“As propagandas de TV influenciam muito, sempre que ela vê algo na propaganda logo diz que quer e tenho observado que ela não pede brinquedos, ela pede sapatos e outras coisas da propaganda. Também pede quando vê uma amiguinha usando o que viu na TV. Mas eu procuro contornar e comprar o que acho mais correto.” (B.B)

Os pais ao investirem nessa relação acabam modelando as características comportamentais de seus filhos em busca de um desenvolvimento socioemocional e cognitivo, considerados saudáveis. A qualidade desta relação depende de muitos fatores relacionados e acaba se sustentando na capacidade de ajustamento e resiliência, próprios da infância (Del Prette e Del Prette, 2005).

Por outro lado, os próprios pais podem ser veículos para modelar as características comportamentais dos filhos de forma adversa:

“O status pesa muito, não basta estar com uma roupinha bonitinha, tem que ser de marca e de marca estrangeira ainda por cima! Isso é o resultado da obsessão dos pais pelo status.” (B.B)

As concepções de adultos e crianças veiculadas pelas mídias revelam como a cultura, produzida no campo social constitui subjetivamente os indivíduos, controlando o modo de ser e agir. É importante lembrar que somos protagonistas

destas concepções, o fato delas se transformarem nesta ou naquela coisa, depende de cada um de nós e de todos ao mesmo tempo (Souza. 2008).

A maturidade da marcha humana é um processo longo mas que entre três e quatro anos de idade está bem estabelecido. As mudanças no crescimento do indivíduo continuam até a puberdade e o processo de aquisição de estatura acaba influenciando as medidas de tempo/distância do comprimento do passo, da velocidade da marcha que aumenta e da cadência que diminui. Estes parâmetros tempo/distância só se estabilizarão aos vinte anos de idade permanecendo constantes durante a vida adulta, o que pode ser observado nas figuras 55, 56 e 57 (Sutherland e col., 1988).

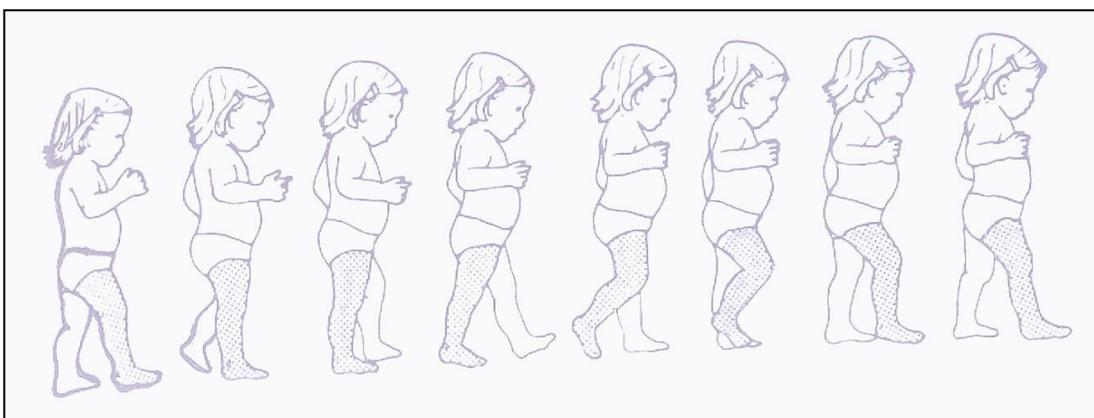


Figura 56: Fases do Ciclo da Marcha aos 12 meses de idade

Fonte: Sutherland, D.H. & Valencia, F. *Pediatric Gait Normal and Abnormal Development*. Chapter 2, The Child's Foot and Ankle. New York: J.C. Drennan Raven Press Ltda, 1992.

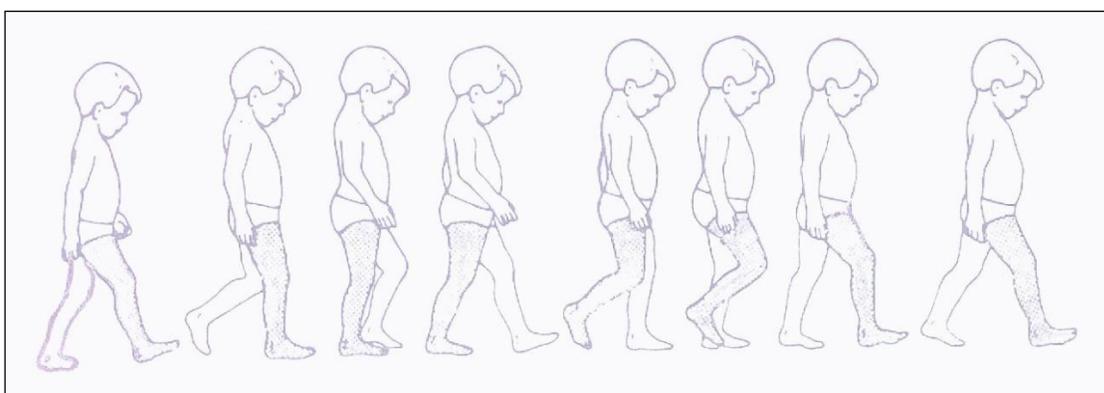


Figura 57: Fases do Ciclo da Marcha aos 03 anos de idade

Fonte: Sutherland, D.H. & Valencia, F. *Pediatric Gait Normal and Abnormal Development*. Chapter 2, The Child's Foot and Ankle. New York: J.C. Drennan Raven Press Ltda, 1992.

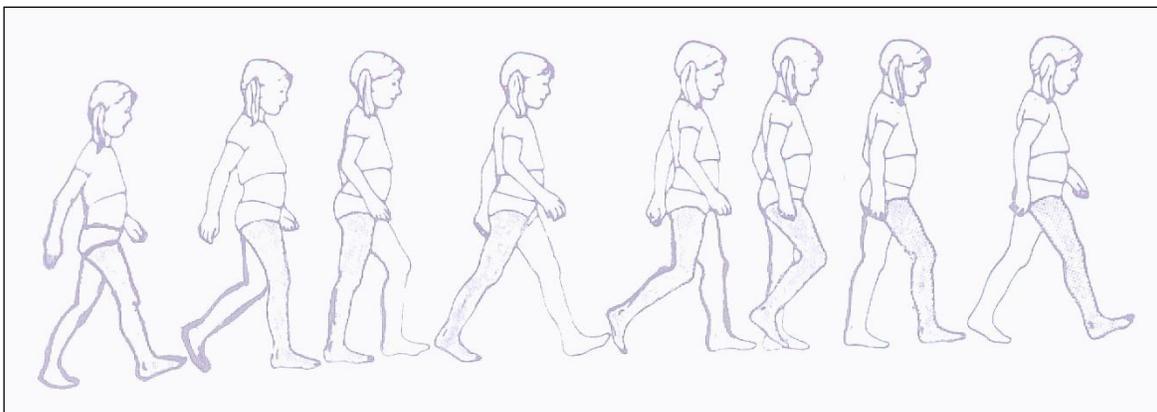


Figura 58: Fases do Ciclo da Marcha aos 07 anos de idade
Fonte: Sutherland, D.H. & Valencia, F. *Pediatric Gait Normal and Abnormal Development*. Chapter 2, The Child's Foot and Ankle. New York: J.C. Drennan Raven Press Ltda, 1992.

Assim, muitos anos se seguem após o nascimento para a total adaptação do ser humano com o ambiente, ainda que já execute a marcha independente, fatores relacionados à força muscular, estirões de crescimento, equilíbrio e postura, fatores ambientais, onde os calçados estão inseridos, estarão diretamente ligados com o indivíduo em desenvolvimento participando do processo de desenvolvimento e maturação da deambulação.

A discussão aqui apresentada sobre estudos relativos ao desenvolvimento da marcha humana, serve para fomentar a contra-indicação de calçados com salto, com solados muito duros, solados de plástico e escorregadios, chinelos, tamancos, enfim, toda interferência ambiental que leve à insegurança ou causem quedas e acidentes, podem interferir negativamente na aquisição da marcha.

A criança hígida, objeto deste estudo, certamente alcançará com êxito a marcha independente, apesar das interferências ambientais; o que está em questão são os hábitos posturais e atitudes inadequadas, que apesar da tenra idade, elas podem adquirir e perpetuar para a adolescência e a vida adulta.

Pinho (2005) considera que a escolha do tipo de calçado deveria basear-se nas características do uso. Num primeiro momento considerando as superfícies, ou ainda de acordo com as circunstâncias relacionadas ao dia-a-dia que pode ter um caráter casual, esportivo, social ou mesmo considerando aspectos relacionados a segurança no trabalho. Os indivíduos apresentam singularidades

na adaptação morfológica dos calçados aos pés, principalmente devido às experiências sensório-motoras e características anatômicas herdadas. Quanto maior o número de modelos comerciais que somem o maior número de características que aliem os parâmetros de conforto, saúde e elegância, melhor será a satisfação dos consumidores. Portanto, ainda são válidas as observações do anatomista Pieter Camper (1781), que em sua dissertação sob a forma dos calçados coloca que:

“É surpreendente que a humanidade, em todas as épocas tenha prestado mais atenção aos calçados dos eqüinos, asininos, bovinos e outros animais de carga e tração, negligenciando aqueles da sua própria espécie, abandonando-os à ignorância daqueles que só fazem calçados seguindo os princípios e rotinas determinados pelos absurdos da moda ou do depravado gosto de cada época. Desta forma, desde a infância, os calçados servem mais para produzir dedos deformados e cobrir os pés de calos tornando a marcha dolorosa e, em alguns casos, impossível.”

Frey et al (1993) considera que na atualidade, ainda com o peso da comunicação e educação, as mulheres continuam a usar calçados incompatíveis com a forma e função dos pés.

Observa-se que na busca incessante de estar de acordo com a moda, o consumidor muitas vezes usa sapatos inadequados que desprezam regras básicas da fisiologia, o que se resume em dores, estas que podem ser oriundas de um calçado com defeito de fabricação, ou devido ao pé ter características incompatíveis ao modelo escolhido (Tecnicouro, 2000).

“Os sapatos com saltos são inadequados, pois a criança corre, pula, pode torcer o pé, por isso as meninas são mais mal servidas. Os meninos não têm muita variedade, nesse aspecto a gente compra sempre o mesmo, não tem muita opção, mas tem mais conforto. Já as meninas, tem muito sapato bonitinho, mas que não dá pra usar!” (E.A)

“Com certeza acho que os sapatos das meninas piores que os dos meninos, eu não sou profissional nesta área, mas acho que salto não faz bem.” (M.C)

Valente (2007) em seu estudo sobre a análise da percepção de desconforto/conforto e antropometria em usuárias de calçados femininos, onde aborda o design ergonômico, observa que os calçados femininos são um produto de interface com os pés e por isso devem ser projetados a partir de padrões ergonômicos, destacando-se as questões antropométricas e biomecânicas dos membros inferiores, além da percepção de conforto pelas usuárias. A ergonomia com seus princípios metodológicos conferirá ao design um padrão científico. Há ainda, na confecção de calçados, aspectos relacionados à moda, cujas influências antropológicas, filosóficas, sociais e culturais são expressas.

“Se ela está usando um sapato que está desconfortável, que está forçando a pisada de outra forma, a criança vai acabar se adequando a isso. Ela não anda da mesma maneira, um tamanco que não é firme no pé modifica o passo e a criança acaba arrastando o pé e o salto acaba também modificando a pisada.” (E.A)

Uma série de problemas tem ocorrido com o uso inadequado de calçados, causando doenças na região do antepé que estão relacionadas com questões antropométricas de inadequação da largura, comprimento e altura, ou ainda do perímetro dos pés serem incompatíveis com os perímetros dos calçados. As patologias mais relacionadas ao tipo dos calçados são o hallux valgus, desvios em dedos de martelo (hiperextensão da articulação metatarso-falangeana, hiperflexão da articulação interfalangeana proximal e hiperextensão na porção distal da articulação interfalangeana), os neuromas interdigitais (compressões do nervo interdigital na área entre as cabeças dos metatarsos abaixo do ligamento

transverso profundo). Ainda que a etiologia destas doenças remontem a possíveis traumas, entorses, fraturas, doenças neuromusculares, artrites reumatóides ou até mesmo psoríase, o alto índice de ocorrência destes casos em mulheres numa proporção de 9:1 em relação aos homens, fica claro que há necessidade ainda de se colocar dentre os fatores etiológicos o uso de calçados inadequados, sobretudo com saltos altos e bico fino (Frey, 2000).

“...por experiência própria: minha sobrinha torceu o tornozelo brincando de correr com sapatinho de salto. Eu tinha acabado de falar do sapato dela que não era certo aquele salto e não deu outra, caiu e torceu o tornozelo.” (C.R.P)

“Ah, acho inadequado com salto claro! Porque a criança pode torcer o pé, pode se machucar mesmo, quebrar a perna. A criança corre, não tem jeito, não tem maturidade para isso.” (C.P)

Mesmo assim, apesar do desconforto, da insegurança para a marcha, as mulheres muitas vezes caem nas armadilhas das exigências da moda e mesmo querendo o melhor para suas filhas e sabendo que para elas são espelho e exemplo de conduta, ainda cometem os mesmos erros, o que pode ser observado na fala abaixo:

“Já me arrependi em comprar calçados... inclusive este que estou no pé eu me arrependi de ter comprado (risos), foi pelo conforto... ele aperta, machuca porque na hora eu achei que seria confortável, neste caso o 37 ficou grande e pensei que o 36 iria lacear, mas isso não aconteceu e ele continua apertado. Tem sapato que eu

*usei 1 ou 2 vezes e me desfiz dele porque machucava.”
(D.F)*

Cada um vê a si próprio passando pela maneira como é visto pelos outros, a aquisição da consciência dos limites do próprio corpo é uma parte importante da diferenciação do eu e do outro e da construção da própria identidade (Brasil, 1998).

Do ponto de vista sócio-cultural, pode-se dizer que a marcha da mulher adulta é cultuada desde a infância, causando em uma mesma dinâmica as alterações posturais, os problemas que daí advém, movimentos esteriotipados, considerados adequados dentro de padrões femininos social e culturalmente valorizados.

Infelizmente, o uso de calçados inadequados é encorajado por artistas que, talvez inadvertidamente, permitem que seus nomes sejam vinculados a produtos inadequados para o uso de crianças em desenvolvimento (Hebert, 2004). Sobre a carência de normas técnicas são necessárias adaptações de conceitos estabelecidos para a mulher adulta no aspecto da adequação do calçado.

“...essas “Melissinhas” assim (mostra o sapato da filha), essas baixinhas das princesas que ela adora, esse por exemplo já está ficando pequeno mas ela é apaixonada por ele, porque é das princesas, porque brilha, é rosa, é a paixão dela, mas ela tira porque tem o hábito de brincar descalça. Mas ela tem um outro supre-fofo, da Hello Kittie e ela tira pra não sujar, porque teve um outro que ela estava brincando e na hora de correr chutou o chão e arranhou o sapato, ah...ela ficou arrasada” (C.P)

Por outro lado, à parte, o prejuízo estrutural e funcional, há questões fundamentais inerentes à marcha e ao movimento, que se constituem em valores sócio-culturais, talvez mais impactantes negativamente, do que a estrutura e função do aparelho locomotor e seus prejuízos. São questões que permeiam a construção dos pensamentos da menina, que passa a ter uma conduta adulta em detrimento de tudo aquilo que a constitui como criança.

“...está tudo muito banalizado. Se você vê na TV aquele sapatinho das princesas com saltinho né? Eu vi pra idade dela de 2 anos! Ela está calçando 21/22 e já tem sapatinho de salto pra ela. Eu acho um absurdo! Com certeza isso vai influenciar a forma dela se comportar. Já pensou, com 10 anos ela vai estar querendo usar um saltão!” (M.C)

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O desenvolvimento humano se dá sob um conjunto de fatores que envolvem a biologia e o contexto sócio-cultural onde a criança está inserida. Partindo dessa premissa, houve um longo tempo de reflexões, pesquisas e observações sobre como dissertar sobre a influência dos calçados nas aquisições motoras. Essas reflexões passaram por diversos campos: História, Sociologia, Pediatria, Ortopedia, Fisioterapia, Psicologia, Normas Técnicas para confecção de calçados, Cinesiologia, Biomecânica, Saúde Pública, Publicidade e Televisão, Desenvolvimento Neuropsicomotor, Pedagogia, Pesquisa Qualitativa, Sexualidade, Estudos de Gênero em crianças, Educação, Ética, Consumismo, Ergonomia, Postura, Marcha Humana, Controle Motor, Lesões do Aparelho Locomotor e Legislações diversas.

O marketing direcionado ao público infantil criou um tipo de consumidor (a criança), com aspectos muito peculiares. Pela falta de maturidade para dialogar com as peças publicitárias submete-se sem maiores críticas aos seus apelos. É um sujeito que não participa do mundo do trabalho, portanto não produz renda, porém possui um atalho direto à representação ideal para o consumidor ideal: ávido, exigente, sensível e eficiente, ainda que os produtos não sejam exatamente ideais a este público infantil.

Assim, os filhos influenciam por meio da insistência a compra de bens e serviços de magnitudes diversas, e o sapato é apenas um deles.

Ao olhar para o calçado, olha-se exclusivamente para uma parte do todo; da mesma forma, ao pensar nas alterações ortopédicas podemos observar apenas um pequeno detalhe dos tantos significados que se pode ter: o consumo exagerado e desnecessário, a sensualização precoce, negando assim as etapas do desenvolvimento.

Há uma tendência na atualidade de que os pais ofereçam experiências inadequadas para a idade dos filhos, como jogos em celulares ou tablets quando até recentemente estariam aconchegados no colo materno; outro exemplo é o uso

de andadores antes mesmo de engatinharem e ainda, como foi visto neste estudo, o salto alto para meninas em desenvolvimento.

Não podemos negar a mudança dos tempos, mas não se pode negar também que há uma natureza inerente ao desenvolvimento, que se define à medida que as aquisições motoras novas se apresentem a partir da consolidação de experiências anteriores.

Ao remeter os pensamentos à história dos calçados, observa-se que certos momentos marcaram a função de proteção que os calçados apresentavam inicialmente, e paulatinamente, foram dando espaço às mudanças de exaltação ao design e elegância, em detrimento do conforto e segurança. Mudanças estas que não serão apenas temporárias, pois cada dia mais se mostra absorvida e assimilada pela sociedade.

Quanto às questões levantadas, que antecederam a realização desta pesquisa, pude observar que os calçados oferecidos no mercado para as meninas na faixa etária eleita para esta pesquisa, não são totalmente adequados, por apresentarem saltos altos e confeccionados com materiais pouco indicados para os pés em desenvolvimento, como o plástico e outros materiais sintéticos. A flexibilidade do solado normalmente não é adequada, bem como as diferentes formas de prender o sapato aos pés das meninas, que deixa o caminhar instável e sujeito a lesões.

Os resultados obtidos com as entrevistas demonstraram que as meninas filhas das entrevistadas têm acesso a diversos modelos de calçados, que desejam tê-los por causa dos comerciais e principalmente personagens de desenhos animados e muitas vezes é difícil controlar a aquisição de produtos que as famílias consideram deletérios e por insistência acabam comprando.

Assim, por mais que as famílias tentem combater, as crianças estão sendo induzidas ao consumo e não têm controle sobre os efeitos prejudiciais que possam estar sofrendo.

Cabe-nos uma reflexão quanto à relação pais e filhos, as crianças frequentemente amadurecidas no exercício de sua autonomia, sem arcar com suas consequências, relacionam-se com adultos infantilizados em uma sociedade

que os valoriza como tais. Forma-se um novo processo cultural de fronteiras embaçadas e seus territórios assediados por estratégias de venda, afinal a publicidade não vende produtos e sim estilos de vida consolidados em mercadorias cuja ostentação remete a um lócus social.

As mães acabam tendo um papel importante e preponderante nas questões de gênero que constituem as meninas como fazendo parte do universo feminino. Elas são concentradoras e efetivadoras das escolhas relacionadas ao vestuário dos filhos, em especial das meninas na faixa etária considerada nesta pesquisa.

Há assim uma construção de esteriótipos e conceitos que acontecem na família, referentes ao “modo de ser” das crianças, que o mercado mantém em sintonia através das mães, no momento das decisões de compra, o que é considerado aceitável.

Provavelmente, no momento da decisão da compra, deste ou daquele calçado, a mãe estabelece uma relação especial entre o desenvolvimento da criança quanto aos aspectos físicos e sócio-culturais, seu papel como principal promotora do bem-estar dos filhos, sua posição central no cruzamento entre as expectativas das crianças e suas próprias expectativas quanto à saúde, individualidade e adequação sócio-cultural de seus filhos.

Há, enfim que se observar lacunas no desenvolvimento, principalmente no quesito consciência corporal, uma vez que a menina acaba se afastando de uma expressão física infantil e espontânea para a idade, enquanto brinca de ser adulta. O problema é que essa brincadeira, tratada hoje com pouca naturalidade e muita inabilidade pelos adultos, é a porta de entrada para a perpetuação da rotina diária e provavelmente haverá interferências na aquisição de uma marcha segura e bem estruturada, assim como um comportamento adequado a sua faixa etária.

Ao brincar de ser adulta a menina acaba se desviando do processo de aquisição do movimento adequado da marcha e insere-a num movimento que induz à sensualidade precoce, trocando a brincadeira de cuidar de um bebê, por brincar de ser sensual, desviando assim a atenção da criança do seu mundo de fantasias para um mundo de demandas eróticas, as quais não estão física nem mesmo mentalmente preparadas para lidar.

Nesse sentido, pode-se perceber fissuras na concepção de infância como período protegido do mundo adulto para o desenvolvimento pleno de potencialidades, que vem norteando os esforços das sociedades contemporâneas nos últimos três séculos. Movimento que deu origem a todos os investimentos sócio-culturais de amparo a esse período da vida, significando novos valores e novas práticas no âmbito das famílias, assim como inúmeras instituições e profissões especializadas na infância.

Aparentemente, por fora das famílias e das instituições específicas para a criança, que existem em função de um ideal de infância, vem ocorrendo vivências que tensionam essa separação infância/adulthood, vivências essas suportadas por novos modos de educar as crianças, e pela exposição intensa ao “mundo adulto” principalmente pela mídia, com todos os seus comemorativos.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

ABNT, Normas Técnicas NBR 14834 a 14840, Ed. ABNT, 2002.

ABONIZIO, J. Outros olhares sobre os outros – a presença incômoda dos corpos modificados em blogs. *Polêmica*. 2011; v. 10, n. 3: 484 – 493.

AFFINI, M. Valores e potencialidades de um terço dos brasileiros. *Revista Meio e Mensagem*. 2004; v. 10: 5-15.

ALVES, R., A Barbie In: ALVES, R. A maçã e outros sabores. São Paulo Editora Papirus, 2009; 63-67.

AMADO-JOÃO, S.M. Bases Cinesiológicas, Biomecânicas e Avaliação da Marcha. In: SACCO I.C.N, Amado-João SM (Org). *Métodos de Avaliação Clínica e Funcional em Fisioterapia*. São Paulo SP: Editora Guanabara Koogan; 2006.

ANDRADE, S.A. SANTOS, D.N. BASTOS, A.C. PEDROMONICO, M. R. M. ALEMEIDA-FILHO, N. BARRETO, M.L. Ambiente familiar e desenvolvimento infantil: uma abordagem epidemiológica. *Rev. Saúde Pública*. 2005; 39 (4): 606 – 611.

ANDRADE, P.D. COSTA, M. V. Usando crianças para vender: infância e consumo na publicidade de revistas. *Reflexão e Ação*. 2010; v. 18, n. 2: 230 – 248 p.

ANTONIAZZI, A. S. & COSTA, F. O. A influência da socialização primária na construção da identidade de gênero: percepções dos pais. *Paidéia, FFCLRP – USP*. 1999, jun: 67 – 75.

ARAÚJO, G. B, SPERB, T. M. Crianças e a construção de limites: narrativas de mães e professoras. *Psicologia em Estudo*. jan./mar. 2009; v. 14, n. 1: 185-194.

ARIÈS, P. História Social da Criança e da Família. Rio de Janeiro: LTC Livros Técnicos e Científicos Editora S/A; 1981. 275 p.

ASHER, C. Variações de postura na criança. São Paulo Ed Manole, – SP, 1976. 126p.

ASSMAR, E. M. L. FERREIRA, M. C. NOVAES, E. TOMAZ, M. Premissas histórico-socioculturais sobre a família brasileira em função do sexo e da idade. 2000; Psicol. Refl. Crit. vol.13 n.01: 89-96.

AULAGNIER, P. La violence de l'interpretation. Paris: PUF, 1975. 363p.

BACHELARD, G. A formação do espírito científico: contribuição para uma psicanálise do conhecimento. Contraponto 1.ed., Rio de Janeiro 1996. 309p.

BANDURA, A. HUDSON, A. Identification as a process of incidental learning. Journal of Abnormal and Social Psychology. 1961; v. 63, n.2: 311-318.

BARBOSA, G. TIRADENTES, G.M. IGNÁCIO, H. CARVALHO FILHO, G. CHUEIRE, A.G. Estudo retrospectivo do tratamento cirúrgico do Neuroma de Morton por via plantar. Acta Ortop Bras. 2005; 13 (5): 258-260.

BEAUVOIR, S. O Segundo Sexo, Difusão Européia do Livro. São Paulo, 1967, 500p.

BERGSTEIN, R. Do tornozelo para baixo – a história dos sapatos e como eles definem as mulheres. Casa da Palavra, Rio de Janeiro, 2013, 271 p.

BERWANGER, F. Os saberes do movimento do corpo na Educação Infantil: o contexto da formação de professores nas licenciaturas em pedagogia de Curitiba - Paraná [Dissertação]. Curitiba (PR): Universidade Federal do Paraná, 2011.

BERWANGER, E.G. PACHECO, J. L. Variáveis antropométricas do pé feminino em diferentes alturas de salto como fundamento para o conforto de calçados. Design & Tecnologia. 2011; v. 2 n.03: 10 - 21.

BOBBIO, T. G. Avaliação da coordenação apendicular em escolares de dois níveis socioeconômicos distintos. [Dissertação] Campinas (SP): Universidade Estadual de Campinas, 2006.

BOGDAN, R. C. BIKLEN, S.K. Investigação Qualitativa em Educação – Uma introdução à teoria e aos métodos. Porto Editora, 1994. 336p.

BOREL, M. J. Essai de Logique Naturelle. 2ed. Paris: Peter Lang, 1992.

BORGES, E. M. Identidade e resistência: as crianças e as representações televisuais de corpo e sexualidade. [Tese - Doutorado] Campinas (SP) Universidade Estadual de Campinas; 2004.

BORGES FILHO, R. ALMEIDA, S. J. A. Locomoção humana: diretrizes terapêuticas com base nos conhecimentos evolutivos. Arq Ciênc Saúde. 2004;11(2): 72 – 75.

BOSSAN, M. J. The art of the shoe. Parkstone International, 2004. 288p.

BRANDÃO, Z. Entre questionários e entrevistas. In: NOGUEIRA, M. A.; ROMANELLI, G.; ZAGO, N. (orgs.). Família & escola. Rio de Janeiro: Vozes, 2000: 171-83.

BRASIL, Lei nº 8069 de 13 de julho de 1990. Esta lei dispõe sobre a proteção integral à criança e ao adolescente.

BRASIL, Ministério da Educação e do Desporto, Secretaria de Educação Fundamental. Referencial curricular nacional para a educação infantil. Brasília, MEC/SEF, v.3; 1998.

BRASIL. Projeto de Lei 1885, de 08 de fevereiro de 2011 Veda a comercialização de calçados femininos equipados com saltos altos destinados à faixa etária que especifica. Câmara dos Deputados, Brasília; 2011.

BRITTO, I. R. O dano moral coletivo da publicidade dirigida a menores. Instituto Alana, 2008. 49p.

BUJES, M. I. E. A invenção do eu infantil: dispositivos pedagógicos em ação. Revista Brasileira de Educação. 2002; nº21: 17 - 39.

CÁDIMA, R. Estratégias e discursos da publicidade. Lisboa: Vega. 1997. 160p.

CALLIGARIS, C. Vestida de feliz, a criança é a caricatura da felicidade impossível. IN: CD-ROM FOLHA DE SÃO PAULO, 1995. Folha de São Paulo. Caderno Mais. p.3- 6, 24 jul, 1994.

_____, Crônicas do individualismo cotidiano. São Paulo: Editora Ática, 1996. 264p.

CAMPOS, C. J. G. Método de análise de conteúdo: ferramenta para análise de dados qualitativos no campo da saúde. Rev Bras Enferm. 2004; 57(5): 611-4.

CANCLINI, N. G. Cidades e Cidadãos imaginados pelos meios de comunicação. Opinião Pública. 2002; vol.8, nº1: 40-53.

CAPRA, F. O Ponto de Mutação. A ciência, a sociedade e a cultura emergente. 22ª ed. São Paulo: Cultrix, 1982. 447p.

CASSORLA, R. M. S. Prefácio. In: Egberto Ribeiro Turato. (Org.). Tratado de Metodologia da Pesquisa Clínico-Qualitativa. 2003; Vozes: 19-32.

CHAGAS, C. M.F, ROMÃO, J. E. E, LEAL, S. O abuso do merchandising televisivo dirigido à criança: argumentos da Psicogenética. Brasília: Artecor Gráfica e Editora, 2006. 320p.

CHANDLER, D. Children's understanding of what is 'real' on television: a review of the literature. Journal of Educational Media.1997; v. 23 n. 01: 65-80.

CIA, F. Envolvimento dos pais na educação dos filhos. Comunicação e participação pais-filhos: correlação com habilidades sociais e problemas de comportamento dos filhos. Paidéia. 2006; 16(35): 395-406.

CIDADE, F. CAMPHREGHER, I. ESPUDARO, I. C. ALMEIDA, L. K. Pesquisa qualitativa em saúde: saber fazer, saber ver, saber sentir. BIS. 2004; dezembro, nº34: 25-27.

COHEN, M. CAHILL, E. Getting older younger: developmental differences in children and the challenge of developmental compression. International Journal of Advertising and Marketing to Children. 1999; 1 (4):271-278.

CONAR. Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária. Disponível em: <[http:// www.conar.org.br](http://www.conar.org.br)>. Acesso em: 01 abr. 2012.

COSTA, R. JIMENES, R. FRAGA, J. Ética na propaganda. Revista da Faculdade de Direito, São Paulo, 2009; 205-227.

DANESI, M. Of cigarettes, high heels, and other interesting things. New York: St Martin's Press; 1999. 235p.

DEL PRETTE, Z. A. P. DEL PRETTE, A. Psicologia das habilidades sociais na infância: In: Teoria e Prática. Petrópolis. 2005; Vozes: 148-173.

DEL PRIORI, M. Histórias Íntimas – Sexualidade e Erotismo na História do Brasil. Editora Planeta. 2011. 256p.

DONATELLI, R. A. The biomechanics of the foot and ankle. Second edition, F.A. Davis Company, Philadelphia. 1996. 283p.

DUARTE, R. Pesquisas qualitativas: reflexões sobre o trabalho de campo. Cadernos de Pesquisa. 2002; n. 115: 139 -154.

FERMIANO, M. A. B. Pré-adolescentes (“tweens”) - desde a perspectiva da teoria Piagetiana à da psicologia econômica. [Tese - Doutorado] Campinas (SP) Universidade Estadual de Campinas, 2010.

FERREIRA, N.R.A. O calçado como artefato de proteção à diferenciação social: A história do calçado da antiguidade ao século XVI. Ciência Et Praxis, 2010; v.3, N. 6: 83.

FISHER-MIRKIN, T. O código do vestir: significados ocultos da roupa feminina. Rio de Janeiro. Ed Rocco, 2001. 241p.

FISCHER, R. M. B. Uma análise foucaultiana da TV: das estratégias de subjetivação da cultura. Currículo sem Fronteiras. 2002; v.2, n.1: 41-54.

FISHER-THOMPSON, D. Adult sextyping o children's toys. Sex Roles. 1990; 23: 291-303.

FLAUBERT, G. Madame Bovary. Fernanda Ferreira Graça (trad). Biblioteca Visão - 28. 2000.

- FOUCAULT, M. Microfísica do poder. Organização e tradução de Roberto Machado. São Paulo: Graal, 2012. 432p.
- FRANCO M. L. P. B, O que é análise de conteúdo. São Paulo: PUC; 1986. 79p.
- FREITAS. L. SHELTON, T. L. Atenção à Primeira Infância nos EUA e no Brasil. Universidade Federal do Rio Grande do Sul e University of North Carolina at Greensboro2. Psicologia: Teoria e Pesquisa. 2005; Vol. 21 n. 2: 197-205.
- FREUD, S. Sobre o narcisismo: uma introdução. V. 14, 1996.
- FREUD, S. Sexualidade Feminina. In: Obras Completas de Sigmund Freud. Vol. XXI. Rio de Janeiro: Editora Imago, 1974; 271-272.
- FREY, C. THOMPSON, F. SMITH, J. SANDERS, M. HORSTMAN, H. American Orthopedic Foot and Ankle Society Women's Shoe Survey. Foot Ankle. 1993; 14(2): 78-81.
- FREY, C. Foot Health and Shoewear for Women. Clinical Orthopaedics and Related Research. 2000; n. 372: 32-44.
- GARCIA, A. et al. Convivendo no intervalo: relacionamento interpessoal de crianças em comerciais de televisão voltados para o público infantil. Psicologia em Revista. 2007; v. 3, n. 1: 107.
- GIGLIO, E.M . Comportamento do Consumidor. Pioneira Thomson Learning. São Paulo. 2005, 573 p.
- GEIB, F. O. Relação dos perímetros dos pés com a forma e o calçado segundo critérios de conforto. [Dissertação - Mestrado]. Santa Catarina (SC): Universidade do Estado de Santa Catarina, 1999.

GONÇALVES, J. R. S. Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios. In: Coleção Museu, Memória e Cidade. Ministério da Cultura, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Departamento de Museus e Centros Culturais. Rio de Janeiro, 2007.

GOLDSTEIN, J. H. Children and advertising: policy implications of scholarly research. London: The Advertising Association, 1994.

GOLDSTEIN, J. H. Children and television commercials; a review prepared for the European advertising tripartite. London The Advertising Association. 1995: 25-35.

GOMES, V. L. O. A construção do feminino e do masculino no processo de cuidar de crianças em pré-escolas. In: Texto Contexto Enferm, 2006; 15(1): 35-42.

GONÇALVES, T. A. Publicidade dirigida a crianças e a formação de valores. Instituto Alana, 2009.

GRANERO, A. E. A linguagem das marcas de calçado da moda: um enfoque publicitário. . [Tese - Doutorado]. São Paulo (SP): Universidade de São Paulo; 2006.

GRIEVE, D. W. GEAR, R. J. The relationships between length of stride, step frequency, time of swing and speed of walking for children and adults. Ergonomics. 1966; v.9, n.5: 379-399.

GROSSI, P.K. SANTOS, A. M. Infância Comprada: hábitos de consumo na sociedade contemporânea. Textos & Contextos. 2007; nº 8.

GUIMARÃES, A. C. A. NEVES, J. P. Lesões no Ballet Clássico. Revista da Educação Física/UEM Maringá. 2001; v. 12, n. 2: 89-96.

HARTKOPF, H. H. Manual de tecnologia do calçado. Novo Hamburgo, CT Calçado SENAI, Abicalçados; 1998: 80.

HEBERT, S.K. Ortopedia para Pediatras: queixas comuns na prática diária. Artmed - Porto Alegre, 2004. 192p.

HENRIQUES, I. V. M. Publicidade abusiva dirigida à criança. Curitiba: Juruá Editora; 2006. 238p. v1.

IEA – INTERNATIONAL ERGONOMICS ASSOCIATION et al. Definição internacional de ergonomia. Santa Mônica: USA, 2000.

IIDA, I. Ergonomia, projeto e produção. São Paulo: Ed. Edgard Blucher, 2005.

JACOBBI, P. Eu quero aquele sapato!. Rio de Janeiro: Editora Objetiva; 2004. 134 p.

JARLBRO, G.. Children and television advertising: the players, the arguments and the research during the period 1994-2000. Stockholm: Swedish Consumer Agency, 2001

JUNIOR, J.E.G.S. FORTALEZA, C. H. G. MACIEL, J. C. Publicidade Infantil: o estímulo à cultura de consumo. In: Infância e Consumo: estudos no campo da comunicação. Coordenação Veet Vivarta - ANDI: Agência de Notícias dos Direitos da Infância e Instituto Alana; 2009. 22 – 34 p.

JUSKELIENE, V. MAGNUS, P., BAKKETEIG, L. S., DAILIDIENE, N., JURKUVENAS, V, Prevalence and risk factors for asymmetric posture in preschool children aged 6-7 years. J Epidemiol. 1996; 25(5): 1053 1059.

KARAHAN, A; BAYARACTAR, N. Determination of the usage of body mechanics in clinical settings and the occurrence of the low back pain in nurses. *International Journal of Nurse Studies*. 2004; v. 41, n.1: 67-75.

KENDALL, F. P, McCREARY, E. K., PROVANCE, P. G., ABELOFF, D., ANDREWS, P. J., KRAUSSE, C. C. *Músculos Provas e Funções*. 3ª Edição. São Paulo: Ed Manole LTDA;1990. 380p.

LACERDA, D. F. *Medição antropométrica dos pés*. [Dissertação -Mestrado]. Rio de Janeiro (RJ): Universidade Federal do Rio de Janeiro; 1984.

LA TAILLE, Y. *Desenvolvimento moral: a polidez segundo as crianças*. *Cadernos de Pesquisa*. 2001;114: 89-119.

LEOPOLDO e SILVA, F. *Conhecimento e Razão Instrumental*. *Psicologia USP*. 1997; Vol 8, número 1: 11 - 31.

LÈVI-STRAUSS, C. *As estruturas elementares do Parentesco*. Tradução de Mariano Ferreira. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Edusp. Trabalho original publicado em 1949. 1976.

LINDEN, J. C. S. V. D. *Um Modelo Descritivo da Percepção de Conforto e de Risco em Calçados Femininos*. [Tese -Doutorado]. Porto Alegre (RS); Universidade Federal do Rio Grande do Sul; 2004.

LINN, S. *Crianças do consumo: a infância roubada*. São Paulo: Instituto Alana; 2006. 328 p.

LINDER, M. SALTZMAN, C. L. *A history of medical scientists on high heels*. *International Journal of Health Services*. 1988, v. 28, n. 2: 201-225 p.

LIPOVETSKY, G. A Era do Vazio: ensaios sobre o individualismo contemporâneo. Barueri: Manole. 2005. 197 p.

LÖBACH, B. Design Industrial: Bases para a configuração dos produtos industriais. São Paulo: Editora Edgard Blucher, 2001. 206 p.

MACIEL, J. C. A cultura de consumo e a infância na pós-modernidade. Ágora. Campo Grande. 2006; v.1 n.5.

MACHADO, D. B. Estudo de características dinâmicas do caminhar humano em função do calçado. [Dissertação -Mestrado]. Santa Maria (RS) Universidade Federal de Santa Maria; 1994.

MAFFI, S. Clínica e Cirurgia do Pé Silvio Maffi,
in:<http://www.clinicaecirurgiadope.com.br/artigos/34>, acessado 04 de setembro de 2013.

MAIOR, M. S. Almanaque da TV Globo. Editora Globo. São Paulo, 2006. 512 p.

MANFIO, E. F. Estudo de parâmetros antropométricos e biomecânicos do pé humano para a fabricação de calçados segundo critérios de conforto, saúde e segurança. [Dissertação - Mestrado]. Santa Maria (RS) - Universidade Federal de Santa Maria; 1995.

_____ Um estudo de Parâmetros Antropométricos do pé. [Tese –Doutorado] Santa Maria (RS) Universidade Federal de Santa Maria; 2001.

MANFIO, E. F. AVILA, A. O. V. Um estudo de Parâmetros Antropométricos do pé feminino brasileiro. In: Revista Brasileira de Biomecânica. 2003; ano 4 supl. 1: 39-48.

MANNING, D. P. JONES, C. High heels and polished floors: the ultimate challenge on slip-resistance. *Safety Science*. 1995; v. 19: 19-20.

MARCONDES, E. OKAY, Y. VAZ, C. ADOLFO, F. RAMOS, J. L. A. *Pediatria Básica*. 9ª Edição, Ed Sarvier. São Paulo – SP, 2002. 843 p.

MELLO, G. A. A integralidade do cuidado à criança na rede Pública de saúde de Campinas sob a perspectiva da atenção básica. [Dissertação - Mestrado]; Campinas (SP). Universidade Estadual de Campinas, 2004

MENDES, R. T. Trabalho e doutrina: os caminhos da prática pediátrica nos centros de saúde. [Tese - Doutorado]; Campinas (SP). Universidade Estadual de Campinas, 1996.

MOLLING, R. Rejeição do PL 1885. Disponível em:
http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=991567&filename=Parecer-CDEIC-15-05-2012 acessado em 03/04/2013.

MOREIRA, A. S. Cultura midiática e educação infantil. In: *Educ. Soc.*, Campinas. 2003; vol. 24, n. 85: 1203-1235.

MONTEIRO, V. Ergonomia, Design e conforto no calçado feminino. [Dissertação - Mestrado]. Rio de Janeiro (RJ) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 1999.

MORTON D. J. Evolution of the Longitudinal Arch of the Human Foot. *J Boné Joint Surg*;1924; 6: 56-90.

MONTI, M. R. Contrato narcisista e clínica do vazio. *Rev. Latinoam. Psicopat. Fund.* 2008; São Paulo, v. 11, n. 2: 239-253.

MOREIRA, V. ANTUNES, F. Entorses do tornozelo, do diagnóstico ao tratamento – Perspectiva fisiátrica. *Acta Med Port* 2008; 21(3): 285-292.

MOTA, C. B. Concepção e Implementação de um sistema de medição do pé humano baseado no processamento digital de imagens. [Tese - Doutorado] Santa Maria (RS). Universidade Federal de Santa Maria, 1999.

MOURÃO, B. Produção corporativa da cultura e construção da infância. *Rev. Sociol. Polít.*, Curitiba, 2004; 22: 223-226.

MOSCOVICI, S. Representações sociais. *Investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.

MOYSÉS, M. A. A. Metodologias Qualitativas de Pesquisa. Aula expositiva apresentada durante o Curso de Pós-graduação em Saúde da Criança e do Adolescente na FCM – Unicamp em 09 de 12 de 2004.

NAGATA, H. Occupational Accidents while walking on stairways. *Safety Science*. 1991; v. 14: 199-211.

_____, Rational index for assessing perceived difficulty while descending stairs with various tread/rise combinations. In: *Safety Science*. 1995; v. 21: 37-49.

NETO, F.R. Avaliação postural em escolares de 1ª à 4ª série do 1º grau. *Rev Brás Ciênc Mov* 1991; 5(2): 7-11.

NETTER, F. H. *Atlas de Anatomia Humana* 2ed. Artmed, 2000. 624 p.

NISSINEN, M. HELIÖVAARA, M. SEITSAMO, J. POUSSA, M. Trunc asymmetry, posture, growth and risk of scoliosis. A three-year follow-up of finnish prepubertal school children. *Spine*. 1993; 18(1): 8-13.

NORKIN, C. C. LEVANGIE, P.K. Articulações: Estrutura e Função – Uma Abordagem Prática e Abrangente. 2º ed. Rio de Janeiro (RJ). Editora Revinter; 2001. 498 p.

NOVAES, G. C. C. Os Sapatos ao Longo da Existência Humana e sua Contemporaneidade. AntennaWeb – IBModa [online] 2006 [acesso em 10 mai 2012] edição n.2. Disponível em:
<http://www.antenaweb.com.br/edicao2/artigos/artigo4.htm>

O'KEEFFE, L. Sapatos: uma festa de sapatos de salto, sandálias, chinelos. New York: Workman Publishing, 1996. 510 p.

OLIVEIRA, T. T. CALDANA, R. H. Mães psicólogas ou psicólogas mães: vicissitudes na educação dos filhos. Estudos de Psicologia. 2004;9 (3): 585-593.

OLIVEIRA, V. A. SANTOS, R. M. Revisão Bibliográfica sobre condições de Saúde dos pés e o uso dos calçados. In: III Encontro Científico do Grupo de Estudo de Produção – Gestão de Produção Industrial da Faculdade de Tecnologia de Jaú, 2013. Jaú – SP. p.1-13.

OPILA-CORREIA, K. A. WAGNER, S.S. SHIOWITZ, S. CHEN, J. Postural Alignment in Barefoot and High-Heeled Stance. Spine 1988; 13(5): 542-47.

OPILA-CORREIA, K. A. Kinematics of hight-heeled gait. Arch Phys Med Rehabil. 1990; 71: 304-309.

PAUL, J. P. Gait analysis. Ann Rheum Dis. 1989; 48: 179-81.

PEREIRA JÚNIOR, L. A vida com a TV; o poder da televisão no cotidiano. Editora Senac, São Paulo:2002. 280 p.

PENHA, P. J. Caracterização Postural de crianças de 7 e 8 anos. [Dissertação - Mestrado]. São Paulo (SP) Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, 2007.

PEZZAN, P. A. O. Avaliação postural da coluna lombar, dos membros inferiores, e análise da força reação do solo em adolescentes usuárias de calçados de salto alto. [Dissertação – Mestrado]. São Paulo (SP) Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, 2009.

PHELAN, S. T. Fads and fashion: the price woman pay. In: Prim Care Update Obstetrics/Gynecology. 2002; v. 9: 138-143.

PIAGET, J. O juízo moral na criança. São Paulo: Editora Summus.1994. 302 p.

PIAGET, J. Seis estudos de psicologia. Trad. Maria A.M. D'Amorim; Paulo S.L. Silva. Rio de Janeiro: Forense, 1980. 146p.

PICON, A.P. LOBO DA COSTA, P. H. SOUZA, F.SACCO, I. C. N. AMADIO, A. C. Biomecânica e “ballet” clássico: uma avaliação de grandezas dinâmicas do “sauté” em primeira posição e da posição “en pointe” em sapatilhas de pontas. Rev. paul. Educ. Fís. 2002; São Paulo, 16(1): 53-60.

PINHASI, R. GASPARIAN, B.ARESHIAN, G. ZARDARYAN, D. SMITH, S. BAROZ, G. HIGHAN, T. First Direct Evidence of Chalcolithic Footwear from the Near Eastern Highlands. PLoS One. 2010; v 5 (6): 2-5.

PINHO, A. S. Estudo da distribuição do peso corporal entre retopé e antepé em blocos simuladores e calçados de salto. [Dissertação de Mestrado]. Florianópolis (SC) Universidade do Estado de Santa Catarina, 2005.

PIRES, S. F. S. e BRANCO, A. U. Protagonismo infantil: co-construindo significados em meio às práticas sociais. *Paidéia*. 2007; 17(38): 311-320.

PORTUGAL, M. 10 campanhas que foram parar no COANR em 2013. *Revista Exame* 2013 dez [acesso em 26 de dezembro de 2013]; Disponível em: <http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/10-campanhas-que-foram-parar-no-conar-em-2013#4>

QUEIROZ, M.I.P. O Pesquisador, o Problema da Pesquisa, a Escolha de Técnicas: Algumas Reflexões. *Reflexões sobre a pesquisa sociológica*. 2ª ed, Textos. 1999; série 2, nº 3: 13-24,.

RESSIO, C. Avaliação baropodométrica da influência dos saltos altos em indivíduos normais. [Dissertação - Mestrado] São Paulo (SP) Universidade Federal de São Paulo. Escola Paulista de Medicina, 1999.

RIBEIRO, I. RIBEIRO, A. C. T. Família e desafios na sociedade brasileira: Valores como um ângulo de análise. Rio de Janeiro; Editora Loyola Centro João XXIII, 1994. 470 p.

RODRIGUES, F. L. WAISBERG, G. Entorse de tornozelo. *Diretrizes em Foco*. *Rev. Assoc. Med. Bras.* 2009; v.55 (5): 497-520.

ROSSI, E.P.B. A criança consumidora: a genealogia de um fenômeno contemporâneo 1950-2000. [Dissertação - Mestrado]. Uberlândia (MG). Universidade Federal de Uberlândia, 2007.

RUIZ, R. S. Sapatos: imagem fetiche na arte contemporânea. *Revista Pos LPC*, CEARTE – UDESC, Santa Catarina, 2004.

SACCO, I.C.N. TESSUTTI, V. D. ALIBERTI, S. HAMAMOTO, A. N. GOMES, D. R. COSTA, M. S. X. Força reação do solo durante a marcha com uso do tênis e sandália plataforma. *Fisioterapia em Movimento*. Curitiba. 2007; 20(3): 55-62.

SALASANO, V. Misurazione elettronica delle pressione in plantari in fase statica e dinamica. *Chir Piede*. 1986;10(6): 499-507.

SAMBRANA, C. Geração teen. In: *Isto É/Dinheiro*, 307, 54-57, 2003.

SAMPAIO, I. S. V. *Televisão, Publicidade e Infância*. Annablume; Fortaleza: Secretaria de Cultura e Desporto do Estado do Ceará, 2000.

SANTOS, A. M. C. Análise cinética da marcha de mulheres em três condições: descalça e utilizando calçados de salto baixo e salto alto. [Dissertação - Mestrado] Florianópolis (SC) Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

SARMENTO, D. A ponderação de interesses na Constituição Federal. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2003. 220 p.

SERRÃO, J. C. Aspectos Biomecânicos da influência do calçado esportivo na locomoção humana. [Tese - Doutorado] São Paulo (SP) Universidade de São Paulo, 1999.

SIMPSON, A. *Xuxa: The Mega-Marketing of Gender, Race, and Modernity*. Philadelphia: Temple University Press, 1993. 238 p.

SMITH, E. O. HELMS, W. S. Natural Selection and high heels. *Foot and Ankle International*. 1999; v. 20, n. 1: 55-57.

SNOW, R. E. WILLIAMS, K. R. HOLMES, G. B. The effects of wearing high heeled shoe on pedal pressure in women. *Foot Ankle*. 1992; 13(2): 85-92.

SOAMES, R. W. STOT, J. R. R. GOODBODY, A. BLAKE, C. D. BREEWERTON, D. A. Measurement of pressure under the foot during function. *Med Biol Eng Comput.* 1982; 20: 489-95.

SCWARCZ, L. M. Dos Males da Medida. *Revista de Psicologia da USP - Psicologia e Razão Instrumental.* 1997; vol 8 número 1: 33 - 45.

SHUMWAY-COOK, A. WOOLLACOTT, M. H. A Life Span Perspective of Mobility. *Motor Control Theory and Practical Applications.* 2ª edição. Philadelphia: Williams & Wilkins, 2003. 409 p.

SILVA, E. L.; MENEZES, E. M. Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação. 4. ed. rev. atual. Florianópolis: UFSC, 2005. 138p.

SIMIONATO-TOZO, S. M. P. O cotidiano e as relações familiares em duas gerações. *Paidéia.* 1998; FFCLRP – USP Rib. Preto: 137-150.

SOUZA, R. M. A criança na família em transformação: um pouco de reflexão e um convite à investigação. *Psic Rev* 1997; (5): 33-51.

SOUZA. S. J. Crianças e adolescentes: construção histórica e social das concepções de proteção, direitos e participação. In: ANAIS do Encontro “Criança e Adolescente: Direitos e Sexualidade” promovido pela Associação Brasileira de Magistrados, Promotores de Justiça e Defensores Públicos da Infância e da Juventude (ABMP) e pelo Instituto WCF – São Paulo, Brasil. novembro de 2008.

STEINEM, G. Memórias da Transgressão: momentos da história da mulher do século XX. Rosa dos Tempos. Record. Rio de Janeiro, 1997. 448 p.

STOLT, L. Características dinâmicas e espaço temporais da marcha e meninas descalças e calçadas. In: XI. Congresso Brasileiro de Biomecânica, 2005, João Pessoa. Anais. João Pessoa.

SUTHERLAND D. H, KAUFMAN, K. R. MOITOZA, J. R. Cinemática da marcha humana normal. In: Rose J, Gamble JG. A Marcha Humana. 2 ed. São Paulo: Premier; 1998. 23 – 44 p.

SUTHERLAND, D.H. VALENCIA, F. Pediatric Gait Normal and Abnormal Development. In: Chapter 2, The Child's Foot and Ankle. New York: J.C. Drennan Raven Press Ltda, 1992. 19- 35 p.

TECNICOURO. Ergonomia do pé: conceito preventivo contra o calçado inadequado. In: Novo Hamburgo. 2000; fev-mar: 38-39.

THOMPSON, J.B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRUJILLO FERRARI, A. Metodologia da pesquisa científica. São Paulo, McGraw-Hill do Brasil, 1982.

TURATTO, E. R. Tratado da metodologia da pesquisa clínico qualitativa: Construção teórico-epistemológica, discussão comparada e aplicação nas áreas de saúde e humanas. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. 685 p.

VALENTE, E. S. Análise da percepção de desconforto/conforto e antropometria em usuárias de calçados femininos: uma abordagem do design ergonômico. [Dissertação - Mestrado]. Bauru (SP) Universidade Estadual Paulista, 2007.

VALIM, R. L. M. A incorporação de requisitos ergonômicos na indústria calçadista: um modelo em prol da saúde dos diabéticos. [Dissertação - Mestrado]. Rio de Janeiro (RJ) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2006.

VALKENBURG, P. M. BUIJZEN, M. Identifying determinants of young children's brand awareness: television, parents, and peers. *Journal of Applied Developmental Psychology: an International Lifespan Journal*. 2005; 26 (4), 456-468,

WAIDMAN, M. A. P; Elsen, I. Imagens e família: uma reflexão baseada nas obras de Rubem Alves. *Fam. Saúde Desenv.* 2005; Curitiba, v.7, n.2: 164-170,

WAGNER, A. A família e a tarefa de educar: algumas reflexões a respeito das famílias tradicionais frente as demandas modernas. In: T. Feres-Carneiro (Org), *Família e casal: arranjos e demandas contemporâneas* Ed. PUC Rio. 2003. 27-33 p.

WILCOX, B. L. KUNKEL, D. CANTOR, J. DOWRICK, P. LINN, S. PALMER, E. Report of the APA task force on advertising and children. In: *American Psychological Association*. Washington - DC. 2004. 64 p.

WINNICOTT, D. W. *Tudo começa em casa*. 2ª ed. São Paulo, Martins Fontes, 1996

YOUNG, B. Does food advertising influence food choice? A critical review of some of the recent literature. *International Journal of Advertising*. 2003; 22 (4), 441-459.

YUNG-HUI, L. WEI-HSIEN, H. Effects of shoes inserts and heel on foot pressure, impact force, and perceived comfort during walking. *Appl Ergon*. 2005; 36: 355-62.

ZARO, M. A.; ÁVILA, A.; NABINGER, E.; ANDRADE, M.C.; SANTOS, A. M. C.;

BORGES JR, N.G.; RAUBER, M.P.M. Biomecânica e as normas brasileiras para certificação do conforto do calçado. Revista Tecnicouro. 2005; Novo Hamburgo, v. 26, n. 5:118-122.

ZOLIN- VESZ, F. O discurso científico/colonialista norte-americano sobre Xuxa. Revista Brasileira de Linguística Aplicada. 2013; Belo Horizonte, v. 13, n. 1: 245-257.

ANEXO I



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
FACULDADE DE CIÊNCIAS MÉDICAS**

**MESTRADO EM CIÊNCIAS
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO:
SAÚDE DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE**

ENTREVISTA SEMIDIRIGIDA

**“PRESSÃO DE CONSUMO E ESCOLHA DAS MÃES:
O CASO DOS SAPATOS PARA MENINAS
DE 01 A 07 ANOS”**

Entrevista nº: _____

Local: _____

Cidade e Data: _____

Início: _____: _____ h Término: _____: _____ h Total: _____

Entrevistador: Renata Augusto Martins

Assinatura: _____

Parte I: Dados Pessoais de Identificação do Entrevistado

- 1) Nome Completo:
- 2) Naturalidade:
- 3) Telefone:
- 4) E-mail:
- 5) Idade:
- 6) Grau de Escolaridade:
- 7) Profissão:
- 8) Renda familiar:
- 9) Número de filhos:
- 10) Idade das filhas:

Parte II: Dados da Entrevista semi-dirigida de questões abertas (gravada)

1. Como a senhora escolhe sapatos para sua filha?
2. Se necessário provocar:
 - a) Para o dia a dia
 - b) Para festas
 - c) Para sair e passear
3. O que pesa mais na sua decisão?
Se necessário provocar:
Preço
Conforto
Adequação ao uso
Vontade
4. A senhora já se arrependeu de ter comprado um sapato? Por quê?
5. A senhora considera algum tipo de sapato inadequado para a criança?
Qual? Por quê?

6. Sua filha tem sapatos, sandálias ou tamancos com salto alto (maior que 3 cm)?

Se necessário mostrar as amostras (fotos):

7. Sua filha tem algum sapato de plástico? E “Crocs”?

8. (Excluir sandálias tipo havaianas)

9. A senhora pensa que o sapato possa definir ou influenciar o modo de caminhar de sua filha? Como?

Se necessário provocar:

A senhora acredita que ela anda da mesma maneira usando uma Croc, um tênis, um sapato de plástico, um chinelo ou um sapato de salto?

10. A senhora já se arrependeu de comprar um sapato para sua filha? Por quê?

11. A senhora pensa sobre como o movimento do andar pode influenciar o modo de ser de sua filha?

ANEXO II

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Nome do Projeto: “PRESSÃO DE CONSUMO E ESCOLHA DAS MÃES: O CASO DOS SAPATOS PARA MENINAS DE 01 A 07 ANOS”

Responsável pela coordenação da pesquisa:

Renata Augusto Martins – Fisioterapeuta

Orientador do Mestrado:

Dr Roberto Teixeira Mendes – Médico Pediatra

Dados da criança:

Nome _____

Idade: _____ DN: _____

Dados da mãe:

Nome da mãe: _____

Endereço e telefone para contato: _____

Esta pesquisa é destinada ao Mestrado em Pediatria – Saúde da Criança e do Adolescente pela UNICAMP – Universidade Estadual de Campinas e visa observar o tipo de calçado utilizado por meninas hípidas, ou seja, saudáveis, na faixa etária entre 01 a 07 anos de idade, para saber quais modelos de calçados são mais utilizados por estas crianças nas diferentes atividades sociais as quais está inserida, ou seja, escola, passeios e ao permanecer em casa.

A criança não será submetida a nenhuma forma de avaliação física que envolva procedimentos fisioterapêuticos, somente à observação, não envolvendo nenhum procedimento que afete sua saúde.

A mãe em questão será entrevistada através de um rápido questionário e terá suas respostas gravadas. Após a transcrição as falas verbais serão descartadas,

aproveitando apenas as falas transcritas nos resultados da pesquisa, sem que haja identificação das participantes ou mesmo de suas filhas.

A participação nesta pesquisa é totalmente voluntária. Nenhum dos procedimentos realizados oferecem risco algum à saúde da criança e que todas as informações colhidas terão garantia de sigilo, bem como o nome e a imagem serão preservados. Esses servirão para estudo científico.

O Comitê de Ética e Pesquisa pode ser consultado em caso de denúncias ou reclamações com relação aos aspectos éticos desta pesquisa através dos telefones: (19) 3521 8936 / FAX: (19) 3521 7187 ou pelo e-mail CEP@fcm.unicamp.br . Ou ainda pelo endereço a seguir:

Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

Faculdade de Ciências Médicas (FCM)

Comitê de Ética em Pesquisa (CEP)

Rua Tessália Vieira de Camargo, 126

Distrito de Barão Geraldo

Campinas – SP

CEP: 13083-887

As possíveis dúvidas que possam surgir sobre a pesquisa propriamente dita, podem ser esclarecidas com a pesquisadora pessoalmente no momento das entrevistas, por e-mail: renata.martins1@gmail.com ou pelo telefone de contato (61) 82611598.

() sim, aceito participar da pesquisa e concordo com a gravação da entrevista

() não aceito participar da pesquisa com perguntas gravadas.

Assinatura da mãe _____

Renata Augusto Martins: _____

Data: / /

ANEXO III

PLANILHA DE OBSERVAÇÃO

TIPO DE CALÇADO E MODELO	DESCRIÇÃO
<p data-bbox="310 533 610 569">CHINELO DE DEDO</p> 	<p data-bbox="867 615 1544 758">Calçado rasteiro (sem salto) preso ao pé por tiras dianteiras fixadas entre o hálux e o segundo dedo e ao lado da borda externa do pé e arco medial.</p>
<p data-bbox="321 909 599 945">SANDÁLIA BAIXA</p> 	<p data-bbox="867 917 1544 1205">Calçado preso ao pé por tiras abaixo dos maléolos interno e externo com ou sem fivela, com tira dianteira na direção das falanges proximais e metatarsos ou tiras dianteiras fixadas entre o hálux e o segundo dedo e ao lado da borda externa do pé e arco medial, apresentando salto de até 2 cm ou menos, sem plataforma frontal.</p>
<p data-bbox="329 1281 591 1316">SANDÁLIA ALTA</p> 	<p data-bbox="867 1482 1544 1661">Calçado preso ao pé por tiras abaixo dos maléolos interno e externo e fivela, com tira dianteira na direção das falanges proximais e metatarsos, apresentando salto maior que 2 cm com ou sem plataforma frontal.</p>

TAMANCO BAIXO



Calçado com salto até 2 cm, com ou sem plataforma dianteira e sem tiras abaixo dos maléolos, preso ao pé por tira dianteira na direção das falanges proximais e metatarsos, ou por tiras fixadas entre o hálux e o segundo dedo e ao lado da borda externa do pé e arco medial.

TAMANCO ALTO



Calçado com salto maior que 2 cm, com ou sem plataforma dianteira e sem tiras abaixo dos maléolos, preso ao pé por tira dianteira na direção das falanges proximais e metatarsos, ou por tiras fixadas entre o hálux e o segundo dedo e ao lado da borda externa do pé e arco medial.

TÊNIS ESPORTIVO



Calçado fechado, confeccionado de couro ou tecido sintético, preso ao pé por cadarço ou por modelo que utilize de elásticos ou tecido que ajuste ao peito do pé, ou mesmo preso por velcros, solado flexível, próprio para a prática de esportes, com elevação do calcâneo de até 2 cm.

TÊNIS DE PASSEIO



Calçado fechado de couro ou tecido com solado rasteiro, sem elevação de calcâneo, preso ao pé por cadarços, velcros ou tecido elástico que ajuste ao peito do pé.

BOTA BAIXA



Calçado com cano médio (até a metade da tíbia) ou longo (até a região poplítea), que se fixa ao pé pelo fechamento com zíper na parte medial, com salto menor ou igual a 2 cm, com ou sem plataforma dianteira.

BOTA ALTA



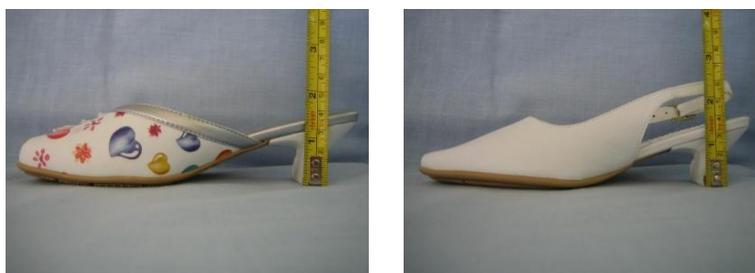
Calçado com cano médio (até a metade da tíbia) ou longo (até a região poplítea), que se fixa ao pé pelo fechamento com zíper na parte medial, com salto maior que 2 cm, com ou sem plataforma dianteira.

SOCIAL BAIXO



Calçado com traseiro e fechado na parte frontal até no mínimo os metatarsos e preso ao pé por tira sobre o peito do pé ou com tira abaixo dos maléolos externo e medial, sem salto, ou seja, mantendo o calcâneo sem elevação.

CALÇADO SOCIAL ALTO



Calçados fechados na parte dianteira e que podem ser abertos atrás ou fechados com tira sobre o calcâneo, ou traseiro alto e salto maior que 2 cm.

CALÇADO FECHADO DE PLÁSTICO



Calçados fechados confeccionados de material plástico, tendo ou não áreas de respiro para a pele, podendo ser semelhante às descrições dos modelos de sandália alta ou baixa (quanto aos saltos e plataformas) e que possuam traseiro e cubram a parte dianteira dos pés até pelo menos a altura dos metatarsos (como nos sapatos boneca), podendo ser completamente fechados quando imitarem os tênis ou as botas.