UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

Sabrina Keitty Gomes do Nascimento

A Materialidade do Gênero nas Roupas de Bebês no Polo de Confecções do Agreste

Recife
2020

Sabrina Keitty Gomes do Nascimento

A Materialidade do Gênero nas Roupas de Bebês no Polo de Confecções do Agreste

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos

Orientadora: Prof.ª Dra. Maria Alice Vasconcelos Rocha

Coorientadora: Prof.ª Dra. Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa

Recife

2020

Catalogação na fonte
Bibliotecária Jéssica Pereira de Oliveira – CRB-4/2223

N244m Nascimento, Sabrina Keitty Gomes do
A materialidade do gênero nas roupas de bebês no Polo de Confecções do Agreste / Sabrina Keitty Gomes do Nascimento. – Recife, 2020.
109p.: il.

Orientadora: Maria Alice Vasconcelos Rocha.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2020.

Inclui referências e apêndices.

1. Cultura Material e Moda. 2. Design da Informação. 3. Vestuário e Gênero. I. Rocha, Maria Alice Vasconcelos (Orientadora). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2021-98)

Sabrina Keitty Gomes do Nascimento

A Materialidade do Gênero nas Roupas de Bebês no Polo de Confecções do Agreste

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design, da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design.

Aprovada em: 18/12/2020

BANCA EXAMINADORA

_____

Profª. Drª. Maria Alice Vasconcelos Rocha (Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco

_____

Prof. Dr. Hans da Nóbrega Waechter (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

_____

Profª. Drª. Ana Beatriz Nunes da Silva (Examinadora Externa)

Universidade Federal de Pernambuco

Dedico a ti, Regina Araújo

Saudades

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer à minha vó e à minha mãe, que sempre me apoiaram em tudo que eu decidi realizar em minha vida.

Sou grata à espiritualidade, que, por diversas vezes, me guiou para os lugares certos e horas corretas.

Agradeço também à professora Maria Alice, por ter me aceitado como orientanda e me direcionado ao raciocínio para realização desta pesquisa.

Sou imensamente grata à minha coorientadora, Flávia Zimmerle, pela paciência, esforço e zelo em suas contribuições.

Agradeço ainda ao meu professor Bruno Barros e ao meu amigo maravilhoso e também professor Adilson Júnior, pelas orientações e incentivos para fazer o processo seletivo e me ajudar no caminho até o fim.

Agradeço também aos respondentes que se dispuseram a contribuir pra esta pesquisa.

Gratidão à minha amiga Regina Araújo, que faleceu este ano e infelizmente não pôde me ver chegar à etapa final do curso.

Gratidão ao universo, pelo movimento de me trazer até aqui, à conclusão.

À Universidade Federal de Pernambuco, pela oportunidade

Por fim, agradeço imensamente à CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) pela concessão da minha bolsa de estudos.

“Há um livro em cada um de nós, dizem”. (LISPECTOR, 1977, p.96).

RESUMO

Por entendermos que as marcações de gênero são subjetividades construídas culturalmente, a presente pesquisa objetiva compreender como os pais e cuidadores de crianças até três anos de idade interpretam o gênero feminino e masculino a partir dos elementos de design dispostos em peças de roupas infantis. Para cumprimento dos objetivos foram utilizadas algumas etapas metodológicas, entre elas um levantamento bibliográfico que norteou a aquisição de dez peças de vestuário infantil no Polo de Confecções do Agreste. Os entrevistados indicaram suas preferências de uso para seus filhos/filhas e/ou responsáveis, que apontaram os motivos de suas escolhas. A partir desse ponto, construímos um *corpus*, organizamos e triangulamos os dados por categorias e funções para que chegássemos às linhas de significação que satisfizessem os objetivos. Os resultados mostraram que, embora a sociedade atualmente discuta sobre diversidade de gêneros, foi possível observar que os respondentes preferem que as roupas infantis demarquem o gênero, dividido de forma binária e tradicional, seja por meio de elementos do design, como cores, estampas e formas, ou por acessórios que culturalmente estão associados ao feminino e ao masculino. Em tenra idade, é de responsabilidade dos tutores representar a criança de acordo com as atividades culturais vigentes, baseados em crenças e valores culturalmente construídos, e o designer, como profissional, supre essas necessidades de mercado, de acordo com o que o consumidor está disposto a consumir.

Palavras-chave: Cultura Material e Moda. Design da informação. Vestuário e Gênero.

ABSTRACT

As we understand that gender markings are culturally constructed subjectivities, this research aims to understand how parents and caregivers of children up to three years of age interpret the female and male gender from the design elements arranged in children's clothing. To achieve the objectives, some methodological steps were used, among them a bibliographic survey that guided the acquisition of ten pieces of children's clothing at the Polo de Confecções do Agreste. The interviewees indicated their preferences of use for their children and / or guardians and they pointed out the reasons for their choices. From that point on, we built a corpus, organized and triangulated the data by categories and functions so that we could reach the lines of meaning that satisfied the objectives. The results showed that, although society currently discusses gender diversity, it was possible to observe that respondents prefer children's clothes to demarcate gender, divided in a binary and traditional way, either through design elements such as: colors, prints and shapes or through accessories that are culturally associated with feminine and masculine. Because at a young age, it is the responsibility of the guardians to represent the child according to the current cultural activities, based on culturally constructed beliefs and values. And the designer as a professional supplies these market needs according to what the consumer is willing to consume.

Keywords: Material Culture and Fashion. Information Design. Clothing and Gender.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Tríade teórica da pesquisa.....19
Figura 2 – Marc Ferréz e Família (1912) 37
Figura 3 – Família Imperial do Brasil século XIX 38
Figura 4 – Linguagens Visuais Forma e cor 48
Figura 5 – Linguagens Visuais Textura e Tipografia 48
Figura 6 – Linguagens Visuais - Masculino 48
Figura 7 – Linguagens Visuais - Feminino 48
Figura 8 – Triangulação dos dados.....65
Figura 9 – Peças apresentadas na entrevista.....66

LISTA DE QUADROS

Quadro 1–Lista de expressões e identidades de gênero.....27
Quadro 2 – Lista de orientações sexuais.....28
Quadro 3 – Caracterização dos sujeitos 54
Quadro 4 – Peça 1.....55
Quadro 5 – Peça 2.....56
Quadro 6 – Peça 3.....57
Quadro 7 – Peça 4.....58
Quadro 8 – Peça 5.....59
Quadro 9 – Peça 6.....60
Quadro 10 – Peça 7.....61
Quadro 11 – Peça 8.....62
Quadro 12 – Descrição das Categorias.....63
Quadro 13 – Descrição de funções.....64
Quadro 14 – Trecho de fala 1.....66
Quadro 15 – Trecho de fala 2.....67
Quadro 16 – Trecho de fala 3.....68
Quadro 17 – Trecho de fala 4.....69
Quadro 18 – Trecho de fala 5.....70
Quadro 19 – Trecho de fala 6.....72
Quadro 20 – Trecho de fala 7.....73
Quadro 21 – Trecho de fala 8.....74
Quadro 22 – Trecho de fala 9 75
Quadro 23 – Trecho de fala 10.....76
Quadro 24 – Trecho de fala 11.....78
Quadro 25 – Trecho de fala 12.....79
Quadro 26 – Trecho de fala 13.....80
Quadro 27 – Trecho de fala 14 81
Quadro 28 – Trecho de fala 15.....82
Quadro 29 – Trecho de fala 16.....83
Quadro 30 – Trecho de fala 17.....84
Quadro 31 – Trecho de fala 18.....85
Quadro 32 – Trecho de fala 19.....86

LISTA DE SIGLAS

ABIT	Associação Brasileira da Indústria Têxtil
ABVTEX	Associação do Varejo Têxtil
AGRESTEX	Feira de Máquinas, Serviços e Tecnologia para a Indústria Têxtil
IEMI	Inteligência de Mercado LTDA.
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....13
1.1 PROBLEMÁTICA DA PESQUISA 17
1.2 OBJETO DE ESTUDO.....18
1.3 OBJETIVOS.....19
1.4 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA 20
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....22
2.1 POLO DE CONFECÇÕES DO AGRESTE.....22
2.2 GÊNERO, SEXO E SEXUALIDADE.....24
2.3 DEMARCAÇÕES DE GÊNERO E VESTUÁRIO.....29
2.3.1 Demarcações históricas de gênero e a moda.....29
2.3.2 Demarcação de gênero na infância.....34
2.4 CULTURA MATERIAL, VESTUÁRIO E GÊNERO.....39
2.4.1 Cultura Material e sociedade de consumo.....39
2.4.2 Cultura Material, vestuário e construção de gênero.....44
2.5 A COMPOSIÇÃO DA INFORMAÇÃO VISUAL E A REPRESENTAÇÃO DE GÊNERO.....45
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS 49
3.1 DESCRIÇÃO DA UTILIZAÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS.....51
3.1.1 Entrevistas individuais e entrevistas grupais qualitativas.....52
3.2 ÉTICA NA PESQUISA.....53
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....54
4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS.....54
4.2 CARACTERIZAÇÃO DOS OBJETOS.....54
4.3 ANÁLISE.....63
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 88
REFERÊNCIAS.....92
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....98
APÊNDICE B – ENTREVISTAS.....99

1 INTRODUÇÃO

Durante os últimos onze anos tenho lidado com vestuário, estando dentro de fábricas que trabalham com malharia, jeans e tecidos planos, ora dentro da produção, ora dentro do setor de criação e modelagem. Há três anos tenho me dedicado a roupas infantis, o que vinha protelando nos oito anos anteriores, pois enxergava tal atividade com um nível de dificuldade alto, haja vista que crianças até cerca oito anos não possuem uma marcação exata de quadril, cintura e busto, medidas que considero fundamentais para elaboração da modelagem.

A partir da observação e do exercício da atividade constatei que as medidas masculinas e femininas são as mesmas entre seis e oito anos de idade, oposto das medidas dos adultos que são totalmente diferentes. Adicionalmente, observei que o que diferenciava as peças infantis masculinas e femininas não era a modelagem nem o padrão antropométrico, e sim as cores, os aviamentos ou até mesmo um banho de um botão de metal (prata, dourado, envelhecido, etc.). Sabendo que existe uma demanda e as empresas confeccionam as roupas dos bebês de acordo com esta, então me questionei com relação a isso.

O período de uso dessas roupas é tão curto, posto que bebês de um ano não vestem mais as roupas que usaram na saída da maternidade. Comecei a pensar na possibilidade de as roupas serem confeccionadas sem demarcação de gênero, para as quais não fosse necessário ter que escolher algo pelo gênero e sim pela função da roupa. Mas, ao mesmo tempo, refleti com relação à importância para os pais em montar o quarto, o guarda-roupa e todo o enxoval para o filho que ainda vai chegar e surgiram vários questionamentos a respeito disso.

Atualmente, atribuir uma identidade de gênero ao ser humano é uma verdadeira jornada e começa no momento em que os pais descobrem a gravidez. Alguns optam por saber o sexo no momento do nascimento; outros, ansiosos, por saber ainda durante a gestação, por meio do exame de ultrassonografia. Apenas recentemente surgiu um modismo em se fazer um evento social com a família e amigos mais íntimos com o intuito de revelar o sexo do bebê de forma coletiva.

O chamado “chá revelação” exige toda uma preparação: o local do evento é decorado com objetos que remetem ao feminino e ao masculino, geralmente cabe aos familiares organizarem a comemoração, a qual incluem momentos festivos, em que servem comidas e bebidas até que seja revelado o sexo biológico do bebê. Esta

revelação ocorre geralmente com uso das cores azul e rosa, e é divulgada de forma descontraída para o público que está no local.

Segundo Fischer e Gainer (1993), os chás de bebês são tidos como um rito de passagem, semelhante ao parto ou aniversário do bebê; geralmente, as convidadas são mulheres a partir da fase adolescente, pois consolida uma atmosfera de maternidade, à qual 'necessitam' se familiarizar. A partir da descoberta do sexo do bebê é que o vestuário, mobiliário e demais itens que são utilizados após o nascimento da criança começam a ser adquiridos, com as características 'ideais' que os pais consideram importantes para denotação de gênero, mediante estruturas sociais preestabelecidas.

Lurie (1997) afirma que a distinção de gênero nas roupas se inicia com o enxoval e que as cores rosa e azul representam, respectivamente, sentimentos e trabalho. As estampas com motivos esportivos e animais são voltadas ao público masculino, enquanto as estampas com motivos florais e cores mais claras voltam-se às meninas. As roupas masculinas sempre tiveram a intenção de sugerir domínio, força muscular e independência, posto que as vestes femininas envolvem os sentimentos da maternidade. A respeito disso, Crane (2016) afirma que o vestuário desempenha um importante papel na construção da identidade de gêneros.

Por outro lado, o consumo e a posse de artefatos, sejam eles duráveis ou não duráveis, produzem significados e auxiliam na leitura das sociedades e dos indivíduos. O vestuário tem sido um importante marcador social, além da função básica de cobrir e proteger o corpo, ao possuir uma importante função social: comunicar mensagens. Segundo Lurie (1997), o idioma das roupas é igual às línguas faladas e escritas, e ele está sempre mudando, acompanhando o contexto social e as mudanças econômicas. Ela afirma que as roupas infantis que conhecemos atualmente sofreram mudanças de acordo com o contexto social em que estavam inseridas. Até metade do século XVIII, as crianças eram tratadas como adultos em miniatura e suas vestes eram produzidas de forma igualitária em tamanho reduzido, com golas, franzidos, chapéus, saltos altos, sem nenhuma preocupação com o conforto. Vale salientar que essas escolhas materiais fazem parte de um modo de vida vigente, em que a cultura tem peso central nessas escolhas.

Miller (2006) ressalta a importância dos estudos de cultura material para a compreensão das relações entre pessoas e objetos, indicando a possibilidade de fazer uma leitura das sociedades por meio dos bens que foram consumidos em seus

respectivos períodos. Crane (2006) corrobora com essa informação quando diz que as roupas eram consideradas parte dos bens de um cidadão no século XIX, em que aquele terno comprado teria que durar uma vida inteira para ser usado no casamento e em outras ocasiões especiais.

Miller (2006) analisa que o consumo se tornou objeto de crítica por estar associado ao capitalismo, como se consumir bens fosse algo frívolo, hedonista e supérfluo. É como se o consumidor fosse uma marionete do capitalismo, e que a palavra *consumo* está associada apenas ao destrutivo, esgotamento de recursos naturais ou desperdício, entre outras definições, visto sempre de forma moralista. Para Miller (2006), alguns produtos são vistos como vulgares, sem valor, a ponto de serem considerados um desperdício consumi-los, como se a própria palavra *materialidade* fosse algo ofensivo, significando a idolatria das pessoas e seus objetos, e isso servisse como uma afronta à luta pela eliminação da pobreza. O autor ressalta que esse ponto de vista não torna as outras linhas de pensamento equivocadas, mas que é necessário abandonar o puritanismo e ver o consumo dentro da cultura material de forma mais ampla, atribuindo significado às formas de consumir bens. Afinal, as pessoas vêm consumindo bens desde os primórdios da humanidade, sejam eles artesanais, sejam provenientes de um escambo ou compra. Assim, a história do consumo não pode ser confundida com a história da moralidade do consumo.

Por meio do uso e interação de pessoas com objetos, sejam roupas, mobiliário ou mesmo um smartphone de última geração, podemos compreender as identidades individuais e sociais, o que torna os estudos sobre cultura material essenciais para compreensão do ser humano. O entendimento dessa abordagem, então, ilumina e subsidia o nosso objeto de estudo. Tilley (2006) afirma que as coisas fazem parte do mundo social no momento que o indivíduo cria e modifica o ambiente do qual faz parte e, ao morrer, deixa artefatos que objetificam sua existência com relação ao modo de vida, circulação de pessoas e de ideias. Esses objetos vão se reciclando ao longo do tempo e têm seus significados redefinidos ou adaptados. Assim, as relações entre sujeito e objeto podem sofrer alteração de acordo com a interação com os indivíduos e suas culturas.

Essa interação entre sujeito e objeto estabelece ligações entre o material e o social, legitimando as diferenças do traje feminino do masculino, o infantil do adulto, em que as funções sociais de cada um implicam direta e indiretamente na forma como ‘devem’ se vestir. Lurie (1996) aponta que até a Idade Média não havia a necessidade

de separar as roupas por gênero, posto que até os seis anos de idade meninos e meninas vestiam batas compridas, e a partir dos sete anos começavam a vestir os mesmos trajes dos adultos em tamanho reduzido. Hollander (1996) afirma que a grande gênese do traje ocorreu na metade do século XVII, quando mulheres começaram a exercer a atividade de alfaiate e as diferenças ficaram mais latentes. No período anterior, as roupas femininas e masculinas eram semelhantes em alguns aspectos: salto alto, cabelos longos encaracolados, golas volumosas e grandes perucas. Nos séculos seguintes, XVIII e XIX, as diferenças foram ficando mais aparentes e a moda feminina adquiriu ares mais frívolos, enquanto as vestes masculinas ficavam simplificadas, mas sempre com o intuito de separar as identidades sexuais.

No contexto social atual podemos observar que a constituição dos corpos contemporâneos tem sofrido alterações e sido objeto de luta por igualdade de direitos e exercício da cidadania. Le Bront (2014) afirma que gênero, sexo e sexualidade estão totalmente desassociados, mas que as convenções de gênero estão socialmente atreladas ao sexo biológico dos indivíduos, onde o masculino e o feminino são repetições de um modelo pré-estabelecido nas representações culturais e sociais.

No contemporâneo identificamos que o vestuário tem sido uma das formas de luta pela igualdade de direitos individuais e coletivos, principalmente o direito de se possuir a identidade de gênero que quiser. Pautados nesse desejo social, marcas como C&A, Louis Vuitton e Alexandre Herchcovitch têm ousado ao criar coleções que servem para ambos os gêneros. Portinari, Coutinho e Oliveira (2018) afirmam que, embora as mulheres possam usar calças, o vestido e a saia estão longe de fazer parte do guarda roupa masculino, pois esse tipo de roupa propõe feminilidade. Desse modo, segundo os autores, a moda e a indumentária assumem conjuntamente o papel social de materializar diferenças de gênero que foram socialmente estruturadas.

Unissex, *agender, genderless, gender neutral* são termos utilizados para definir as roupas sem demarcação de gênero, que servem ao gosto de quem se habilitar a usá-las. A criação dessa moda agênero poderia ser descrita apenas como uma tentativa de oferecer mais um nicho de mercado e mais uma opção de produtos para consumo e alimento para o capitalismo. Contudo, podemos pensar que tais iniciativas são parte de um desejo social latente e mais amplo por liberdade e igualdade entre as pessoas; o mercado, numa sociedade capitalista, apropria-se desse discurso e o

converte em capital a ser explorado, sendo este apresentado para o consumidor como uma conquista (SANCHEZ; SCHIMITT, 2016).

1.1 PROBLEMÁTICA DA PESQUISA

Até a década de 1960, as grávidas não tinham como saber o sexo do bebê por meios científicos; desta forma, lançava-se mão de métodos insipientes sem nenhuma comprovação científica, tal como observar a textura do cabelo e da pele da mãe, o formato da barriga e até a quantidade de peso ganho. A inconsistência de tais métodos rudimentares tinha frequentemente como consequência a aquisição de um enxoval direcionado ao gênero incorreto, frustrando fortemente os pais da criança. Com a evolução tecnológica, por volta dos anos de 1970, surgiu o exame de ultrassom obstétrico, o qual identifica o sexo da criança entre a 15ª e 18ª semana de gestação.

Um dos motivos em querer saber com rapidez e exatidão o gênero da criança é para iniciar a montagem do enxoval, pois esta informação norteará a estética do que será consumido. Comumente, para as meninas, são escolhidas temáticas de princesa, em que as “cores de meninas”, como rosa e vermelho, são incorporadas também na decoração do quarto e, para os meninos, tons de azul, verde e temas de super-heróis. Essas escolhas são realizadas quase sempre de forma binária, baseadas nos sexos biológicos masculino e feminino, portanto, desconsiderando a multiplicidade de gêneros hoje apontadas pelos estudos como coexistentes e as ideias sociais de liberdade de escolha e de inclusão das diferenças. A sociedade clama por respeito às escolhas individuais, seja no âmbito da religião, das identidades e/ou da orientação sexual. Apesar do discurso social reconhecer e incentivara pluralidade, quando escolhemos as roupas infantis, o gênero é, em geral, demarcado e comumente guiado pelas estruturas binárias preestabelecidas socialmente. Ao fazê-lo, estamos levando em consideração a diversidade? O que sustenta e faz resistir essa forma de escolher/consumir?

Nesse contexto, a referente pesquisa se alicerça, já que partimos do pressuposto de que como o conjunto dos elementos informacionais como cor, aviamentos e bordados são determinantes na classificação do gênero do vestuário, e que esses servem de embasamento para as escolhas e decisões de compra de consumidores no que tange ao vestuário infantil. Afinal, sob efeito de ausência de

significados destes marcadores, o gênero da peça dificilmente teria sua classificação determinada com clareza.

Com isso, diante de um cenário em que o respeito e a liberdade de escolha se tornaram um valor social, a aplicação de procedimentos metodológicos específicos nos abriu uma possibilidade de identificar como o consumidor de produtos infantis faz suas escolhas mediante os sentidos que atribui a tais elementos? Entendemos que cabe ao design, em seu mais amplo sentido, equacionar os aspectos da linguagem deste, que é um sistema de comunicação, portanto também de informação, uma vez que o corpo decorado e suas mensagens pode ser considerado uma mídia primária, e é o vestuário que posiciona a moda como uma mídia secundária (GARCIA; MIRANDA, 2005).

Tendo em vista isso, uma análise de como tal comunicação é compreendida pelo consumidor pode auxiliar na organização e apresentação de dados que se tornam informações interessantes, válidas e significativas, potencializando a reflexividade perante a informação produzida (PORTUGAL, 2010). Assim, a partir de um cenário cultural, tais aspectos da linguagem – semânticos, sintáticos ou pragmáticos, podem tornar-se indicadores do conjunto de elementos que balizam o planejamento de um produto e produzem sua interface gráfica direcionada a determinado público-alvo, por entender o design da informação nessa macro dimensão.

Acreditamos que nossos resultados podem iluminar o entendimento de como seria, por exemplo, a comunicação e aceitação de produtos de moda-vestuário agênero para crianças. Nossos resultados se prestam ainda como norteadores para estratégias de criação e inserção de produtos infantis para o mercado. Ainda, entendemos que estes contribuem para uma reflexão de como as mudanças estruturais iniciam e requerem um longo tempo para serem aceitas; afinal, são “verdades” historicamente constituídas, portanto, presentes nas decisões de compra dos consumidores, que devem ser levadas em conta pelo design em suas propostas informacionais para o mercado.

1.2 OBJETO DE ESTUDO

Nosso objeto de estudo foi a representação do gênero presente nas peças de vestuário infantil, dadas pelo conjunto de elementos de design que lhe constituem. O

gênero nas roupas infantis foi aqui estudado em sua materialidade; ou seja, interessou suas expressões ou informações construídas pela recepção, a partir do conjunto de elementos informacionais: matérias-primas, cores, estampas e aviamentos, cujo conjunto representa o que socialmente se considera adequado, pelas práticas de consumo, para o uso de meninas e de meninos.

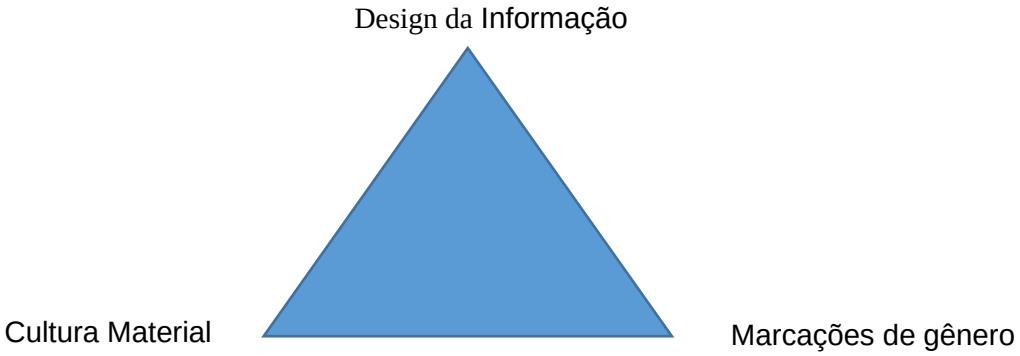
1.3 OBJETIVOS

Por entendermos que as marcações de gênero são subjetividades historicamente constituídas e, desse modo, profundamente arraigadas nas decisões de compra dos consumidores, questionamo-nos como elas vêm sendo ressignificadas diante do contexto em que cada vez mais se firmam discursos por igualdade, liberdade de expressão e de direitos civis, políticos e sociais. Esta proposta tem como objetivo geral compreender como os pais e cuidadores de crianças até dois anos de idade interpretam o gênero feminino e o masculino a partir dos elementos de design dispostos em peças de roupas infantis, disponíveis para consumo.

Assim, como objetivos específicos buscamos: (1) Identificar quais elementos são utilizados para denotar gênero feminino e masculino nas roupas de bebês disponíveis no Polo de Confecções do Agreste; (2) entender como esta leitura afeta a decisão dos pais sobre o uso das roupas; (3) nortear o Design de moda para construção e produção de informações significativas acerca de roupas para bebês.

A tríade teórica (Figura 1) da pesquisa refere-se ao objeto de estudo como centro da pesquisa e configura-se a partir de três grandes áreas: cultura material, design da informação e marcações de gênero, as quais deram suporte teórico para elaboração da presente dissertação de mestrado.

Figura 1 - Tríade Teórica da Pesquisa



Fonte: Elaborado pelo autor

1.4 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Ao nascermos, não temos a capacidade nem o discernimento para nos autorrepresentar; a escolha do que usaremos fica a cargo de nossos pais e responsáveis, que, de modo geral, representam nosso gênero de acordo com nosso sexo biológico. Após essa explanação, assumimos que a materialidade das coisas orienta a construção do gênero de acordo com o sexo biológico e estruturas sociais existentes.

Esta pesquisa justifica-se pela necessidade de coletar dados mais detalhados para a academia e para a prática do Design, trazendo informações mais atualizadas que possam dar suporte para realizações de novos estudos na área de moda infantil. Justifica-se pela necessidade em compreender a materialidade do gênero presente nas roupas, um conjunto de elementos de design que transmitem essa informação e definem as escolhas feitas pelos pais e cuidadores no momento de sua aquisição e uso. Entendemos que, ao revelar como os pais e cuidadores significam o que é ou não adequado para os gêneros, norteamos o designer para o desenvolvimento de coleções e comunicações destas, consideradas mais assertivas pelo consumidor em termos de adequação para o público infantil na faixa etária pesquisada.

Esta pesquisa justifica-se também por seu *lócus*. Trata-se da busca de informações, portanto, de melhorias e desenvolvimento para o Polo de Confecções do Agreste, o segundo maior núcleo de empresas de confecção têxtil do Brasil, onde há um faturamento anual bruto de 1 bilhão de reais (SEBRAE, 2013) e que fornece para compradores de todo o país: moda feminina, masculina, adulto, moda praia, *streetwear*, *surfwear* e moda infantil. Ademais, este segmento é um setor que cresceu 6% no ano de 2013, enquanto o adulto declinou 9,8% segundo dados do SEBRAE (2013). Ressaltamos que dados quantitativos recentes, especificamente sobre moda infantil na região do Agreste, também são escassos, fato que apoia a necessidade da realização da pesquisa.

Quanto à relevância social desta investigação, acreditamos que esteja no fato de melhor entendermos como atender aos desejos e necessidades sociais de consumidores. Compreender as necessidades e também as aspirações – que, segundo Löbach (2001), não é derivada de faltas ou deficiências – é papel do Design, que busca saciá-las pela concepção e/ou aperfeiçoamento de objetos, adequando-os para o melhor uso. Cabe ao Design entender seu público-alvo e acompanhar suas

aspirações. Contudo, embora exista discursivamente o desejo latente por respeito e inclusão de minorias, e isso aconteça fortemente em relação ao gênero, esta pesquisa aponta a existência de um abismo entre os discursos e a prática social em relação às demandas de produtos infantis.

Assim, compreendemos que nossa principal contribuição social esteja no fato de revelarmos como se dão as mudanças sociais; revelarmos que, para algumas situações, as mudanças giram em torno da representação do outro, portanto, demoram muito mais tempo para se desvincularem das estruturas mais tradicionais, como é o caso do público desta pesquisa. Como o que é dito como anseio ainda não é praticado, cabe ao Design ter a sensibilidade de entender a presença natural desse “gap” e acompanhar a mudança, em termos de necessidades, bem próximo ao seu público-alvo. Salientamos que a concepção de produtos de vestuário-moda agênero voltadas ao público infantil aumentaria o ciclo de vida do produto, visto que elas poderiam ser usadas por crianças de ambos os sexos, e mais facilmente reaproveitadas, contribuiriam para as questões de sustentabilidade, outro discurso social atual.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresentamos as bases teóricas que nortearam esta pesquisa. Inicialmente falamos acerca do *lócus* em que se deu a investigação, por sua relevância econômico-cultural em termos do objeto aqui pesquisado. A seguir tratamos das diferenças de gênero, sexo e sexualidade, que são a base da relação com os demais temas; perpassamos pela demarcação de gênero nas roupas durante a infância e como isso se deu ao longo de toda a História. Posteriormente, abordamos a relação entre a cultura material, as marcações de gênero e o vestuário. A cultura material explica o uso dos objetos (a relação homem-objeto) como demarcadores sociais de gênero; inclusive o faz considerando o sistema de moda que, por sua vez, há muito tempo está presente como um pilar orientador de estruturas em nossas sociedades. Por fim, ponderamos sobre a composição da comunicação visual, relacionando os temas aqui tratados.

2.1 POLO DE CONFECÇÕES DO AGRESTE

Com quase 200 anos no país, a moda brasileira é referência na confecção, seja ela jeans*wear*, moda praia e *homewear*. Há mais de 100 escolas de moda espalhadas pelo país e uma das semanas de moda mais badaladas do mundo. O Brasil é o quarto maior produtor de denim do mundo, quarto maior produtor de malha e atualmente o país do Ocidente que possui a cadeia têxtil mais completa, incluindo a produção de algodão e de outras fibras, tecelagens, fiações, beneficiamentos, confecção de diversos artigos e vendas em atacado e varejo por todo o país. Com a descoberta do pré-sal e os investimentos no petróleo, o país deixou de importar para exportar fibra têxtil sintética (ABIT, 2019).

Dados recentes de 2019 afirmam que o faturamento do setor de confecção a nível nacional é cerca de US$ 48,3 bilhões; as exportações ficaram a cerca de US$ 2,6 bilhões e as importações foram de aproximadamente US$ 5,7 bilhões. Houve um investimento no setor de U$ 894,4 milhões, comparando ao ano de 2017, que foi de U$ 985 milhões, em que podemos observar uma queda significativa. Incluindo o faturamento anual de 2017, totalizou uma soma de US$ 52,2 bilhões, US$ 3,9 bilhões a menos que em 2019. A produção média de confecção: 8,9 bilhões de peças; (vestuário + meias e acessórios + cama, mesa e banho), enquanto a produção média têxtil foi de 1,2 milhão de toneladas. Com relação à criação de empregos, o setor é o

segundo maior empregador, perdendo apenas para o setor de alimentos e bebidas (juntos), gerando1,5 milhão de empregos diretos e 8 milhões de empregos indiretos, sendo 75% da mão de obra feminina. O número total de empresas formais é de 25,2 mil em todo o país que, de uma forma geral, representa 16,7% dos empregos e 5,7% do faturamento da Indústria de Transformação (ABIT, 2019).

Dados do Inteligência de Mercado LTDA (IEMI, 2017) apontam que Pernambuco possui cerca de 964 empresas formais voltadas à área de vestuário, que contam com 43,5 mil trabalhos diretos, sem levar em conta as oficinas de costura (facções) que prestam serviços terceirizados para essas empresas. Esse volume contabiliza 3,9% do total de peças produzidas no país e 4,1% de profissionais ocupados, conforme o IEMI:

> Em Pernambuco, o universo de pequenos produtores já formalizados (com CNPJ), são responsáveis pela geração de 4,2 mil empregos diretos e formais (registrados) e algo em torno de 10,3 milhões de peças de roupas confeccionadas em 2017. Ou seja, se adicionarmos a produção dessas empresas com até 4 funcionários à produção das empresas com porte industrial, chegamos num montante estimado de R$ 235 milhões obtidos com a comercialização de roupas fabricadas pelo estado em 2017 (IEMI, 2007, 74).

No Agreste pernambucano, a cidade de Caruaru produz cerca de 70,8 milhões de peças, sendo responsável por um total de 29% da produção de Pernambuco, seguida por Santa Cruz do Capibaribe com 24%, 16% em Recife e 6% em Toritama. Com relação ao mix de produtos da região, 38% correspondem à linha casual, 24% à linha *jeanswear* e 15% à linha de moda íntima, sendo os demais percentuais distribuídos com a linha praia, profissional, escolar, *fitness*, segurança e inverno. Com relação à divisão por gênero, a cada mil peças produzidas, 51,5% são voltados às roupas femininas, 43,4% às roupas masculinas e 5,1% para roupas de bebê. Adicionalmente, sabe-se que apenas 22% das empresas formais trabalham com desenvolvimento de coleção (IEMI, 2007).

O SEBRAE (2013) define que as dez principais cidades que compõem o Polo de Confecções do Agreste são: Agrestina, Brejo da Madre de Deus, Caruaru, Cupira, Riacho das Almas, Santa Cruz do Capibaribe, Surubim, Taquaritinga do Norte, Toritama e Vertentes, tendo o maior destaque Caruaru, Toritama e Santa Cruz do Capibaribe. As principais formas de comercialização dos produtos são as grandes feiras que acontecem nas cidades citadas como destaque, e nas rodadas de negócios, que contam com visitantes e clientes de todo país. Historicamente, por conta das feiras

que ocorriam na cidade para comercialização dos produtos e os baixos preços da mercadoria, o polo era conhecido como “sulanca”, nome que foi considerado depreciativo conforme os anos foram passando.

Atualmente, o Polo de Confecções do Agreste é considerado referência em confecção no Brasil e no mundo e, embora a crise financeira de 2016 tenha retardado um pouco do crescimento, dados da AGRESTEX (2019) afirmam que é notável uma recuperação, visto que o PIB nacional cresceu apenas 1%, enquanto o polo teve um crescimento de 3,5%. Existe um esforço árduo para melhoria dos produtos, mais investimento em desenvolvimento e melhoria dos processos, em que 30 empresas estão em busca do selo ABVTEX, uma das mais respeitadas certificações brasileiras que capacita a empresa para que ela trabalhe com ética, sustentabilidade e respeitando os direitos humanos (AGRESTEX, 2019).

Existe uma dificuldade muito grande em encontrar dados detalhados a respeito do consumo e da confecção de moda infantil e os sub segmentos que existem dentro deste. Consequentemente, temos um panorama generalizado do setor, no qual observamos seu crescimento de forma insipiente sem mensurar com profundidade o setor. Como nossa pesquisa foi efetuada com respondentes moradores desse polo e tratou de seu principal produto, o vestuário, achamos pertinente apresentar sua representatividade em termos econômicos, sociais e culturais, posto que isso reforça a importância de nossa contribuição social. A seguir, trataremos da questão de gênero, sexo e sexualidade, que será relacionada ao vestuário.

2.2 GÊNERO, SEXO E SEXUALIDADE

Gênero, sexo e sexualidade: é ‘impossível’ pensar em um destes termos e não pensar no outro, embora eles não sejam sinônimos. De acordo com Bento (2018), o sexo está ligado a características externas ao corpo, como, por exemplo, os órgãos sexuais masculinos e femininos. A respeito da legislação, o ministro da justiça, Filipe Salomão, em Recurso especial à ação de retificação de registro de nascimento para troca de prenome e de sexo (gênero) masculino para feminino, afirma que para a pessoa transexual há desnecessidade de cirurgia de transgenitalização. O Art. 55, 57, 58 da lei 6.015/76[1] explica sexo da seguinte forma: existe o sexo cromossômico, aquele que é definido pelos pares de cromossomos apresentados pelo indivíduo,

[1]Ver também:L6.015compilada (planalto.gov.br)

sendo “XX” para feminino e “XY” para masculino; o sexo endócrino, que é determinado pelas glândulas reprodutoras (ovário e testículos); o sexo morfológico, definido pela aparência e suas genitálias externas (pênis, testículos e vagina), o sexo psicossocial, que é a visão de gênero que a pessoa tem de si mesma, e por fim, o sexo jurídico, que diz respeito ao registro civil de nascimento (STJ, 2016, on-line).

Há uma necessidade de distinguir os seres humanos em categorias sociais, o “macho” e a “fêmea”; a sociedade se prende a características puramente biológicas para definir o lugar de cada um na sociedade. Seria um pouco trivial afirmar, mas para um biólogo “macho” significa produzir gametas pequenos e “fêmea” produzir gametas grandes (ROUGHGARDEN, 2005). Já o gênero diz respeito a comportamentos culturais pré-estabelecidos dentro de uma sociedade sempre voltados ao binarismo “masculino” e “feminino” (ROUGHGARDEN, 2005).

Embora o sexo biológico seja sempre relacionado ao gênero, Le Bront (2014) trata o termo *gênero* como uma construção social, em que masculino e feminino tornam-se algo totalmente inventado e teatralizado, de acordo com as expectativas contidas no imaginário coletivo. Corroborando essa informação, Butler (2003) diz que o gênero é culturalmente construído, sendo os corpos recipientes passíveis de interpretações, “[...] o gênero pode ser compreendido como um significado assumido por um corpo (já) diferenciado sexualmente; contudo esse significado só existe em relação a outro significado oposto” (BUTLER, 2003, p. 28).

A partir de uma perspectiva feminista, Perlin e Kistmann (2018) afirmam que os gêneros (feminino e masculino) são construções histórico-sociais estabelecidas através de relações de poder entre homem e mulher e classificadas por determinações biológicas. A construção de masculinidade pelo patriarcado traz a figura do homem como controlador e dominador, e a figura feminina como a reprodutora. Nessa classificação binária de gênero se estabelecem as funções sociais, comportamento feminino e masculino, vestuário, tornando qualquer modelo que fuja desse patrão ilegítimo. Existe um sistema paradoxal sexo-corpo-gênero, que é naturalizado socialmente, posto que o gênero é perfomatizado e tais performances fazem parte de um sistema regulatório baseados na heteronormatividade. Le Bront (2014) ressalta que no contemporâneo, o sexo regula o gênero, que essa estrutura foi montada a partir do século XVIII, e que anteriormente o gênero era definido por socializações específicas, e o sexo não era uma preocupação a ponto de produzir uma distinção que os dividisse. Ainda a respeito disso, o autor fala que na Idade

Média, quando se nascia hermafrodita, os padrinhos escolhiam o sexo, e quando a criança ficava adulta, ela mesma escolhia se conservava ou não a decisão tomada pelos padrinhos.

> Posteriormente, a partir do século XVIII, a livre escolha desapareceu, e um — “verdadeiro sexo” era atribuído pelos médicos no momento do nascimento da criança, revelando uma — “verdade anatômica” por trás da confusão do corpo. Ao longo do tempo, nossas sociedades acabaram aceitando, não sem reticência, que certas pessoas que se sentem em desacordo com o sexo atribuído socialmente possam mudá-lo, para assumir, enfim, o — “sexo correto”, algumas vezes, até mesmo além das aparências (LE BONT, 2014, p. 30).

Problematizando gênero e sexo, Butler (2003) afirma que não há razão para que o gênero seja contabilizado apenas em dois e que essa relação binária de gênero é o que resulta em supor que este decorra do sexo, embora seja culturalmente construído. Nesta perspectiva, o corpo é um recipiente nulo, no qual a identidade torna-se algo adquirido ao longo do tempo. As influências sociais e o desejo de ser e pertencer a algum lugar ou a algum grupo específico é algo que vai sendo transmutado e escolhido pelo indivíduo ao longo de sua existência. Existem padrões pré-moldados na sociedade, em que nascer do sexo feminino implica ser mulher, e nascer do sexo masculino implica ser homem. Assumir uma identidade de gênero oposta ao sexo biológico é um desafio dentro de uma sociedade patriarcal e preconceituosa. Os movimentos feministas e LGBTQ+ (lésbicas, gays, bissexuais, transgêneros, queers e outros) trazem à tona questões de gênero e sexualidade em suas discussões e lutas, em que buscam respeito, direitos jurídicos reconhecidos e igualdade social. Perlin e Kistmann (2018) acreditam que discutir e popularizar a moda sem gênero é oferecer qualidade de vida e explorar a pluralidade de identidades, em que os sujeitos possam expressar sua identidade de gênero da maneira que lhes convém.

A respeito de identidade de gênero, Jesus (2012) aponta que as pessoas denominadas cis ou cis gênero são aquelas que se identificam com o gênero do seu sexo biológico de nascença e as trans ou transgênero são as que não se identificam, e que são considerados diferentes dos travestis e transexuais. É importante salientar que a identidade de gênero não está relacionada à orientação sexual ou à sexualidade do indivíduo; uma dimensão independe da outra, sendo a identidade de gênero totalmente pessoal e referente à forma como o indivíduo se sente representado, como “macho” ou “fêmea. A orientação sexual está relacionada à atração afetiva sexual

entre duas pessoas que podem ser cis ou transgênero, entre outras alternativas de identidades de gênero (JESUS, 2012).

Para explicar diversas nomenclaturas de gênero, Reis (2018) traz alguns tipos de identidades e expressões de gênero (Quadro 1), são eles:

Quadro 1 - Quadro de expressões e identidades de gênero

Expressões	Definições
Agênero	Indivíduo que não se identifica com nenhum gênero
Androginia	Indivíduo que assume postura social relacionada à vestimenta e estilo de ambos os sexos
Binarismo de gênero	Ideia de que só existe “macho” e “fêmea”
Cisgênero	Refere-se ao indivíduo que se identifica com seu sexo biológico
Drag Queen	Homem que se veste com roupas do vestuário feminino, de forma exagerada e satírica, com objetivo artístico
Drag King	Versão masculina de *Dragqueen*, ou seja, mulher que se veste de homem de forma exagerada e satírica, com objetivo artístico
Gênero Fluido	Indivíduo que se identifica com os dois sexos, um dia se sente mulher, outros dias se sente homem
Transformista	Indivíduo que se veste com roupas consideradas socialmente do gênero oposto
Transgênero	Indivíduo que transita entre os gêneros, possui definições não convencionais de sexualidade
Transexual	Indivíduo cuja identidade de gênero ao qual se identifica é a do sexo biológico oposto
Mulher Trans	Indivíduo que nasceu do sexo biológico masculino, mas identifica-se como sendo do gênero feminino
Homem Trans	Indivíduo que nasceu do sexo biológico feminino, mas identifica-se como sendo do gênero masculino
Travesti	Atualmente é um termo considerado pejorativo para indivíduos que possuem determinado sexo biológico de nascença, mas se representa como sendo do sexo oposto
Queer	Indivíduos que não são exclusivamente heterossexuais, mas que não gostam de rótulos. Podem ser gays, lésbicas e bissexuais

Fonte: Reis (2018, p. 25)

A respeito de sexualidade, no manual de comunicação LGBTQI, Reis (2018) afirma que orientação sexual diz respeito à atração emocional, sexual e afetiva que os indivíduos sentem pelo mesmo gênero, pelo gênero oposto com quem tem relações íntimas (Quadro 2). São elas:

Quadro 2 - Quadro de orientações sexuais

Orientações	Definições
Assexual	Indivíduo que não sente atração sexual por nenhum gênero
Bissexual	Indivíduo que se relaciona com pessoas de ambos os sexos
Heterossexual	Indivíduo que se relaciona com pessoas do sexo oposto
Gay	Indivíduo do sexo masculino que se relaciona com pessoas do mesmo sexo
Lésbica	Indivíduo do sexo feminino que se relaciona com pessoas do mesmo sexo
Homossexual	Indivíduos que se relacionam com pessoas do sexo oposto (gays, lésbicas)
Homoafetivo	Adjetivo utilizado para descrever a multiplicidade de relações afetivas e sexuais entre pessoas do mesmo sexo biológico
Pansexual	Indivíduo que se relaciona com pessoas do mesmo sexo biológico, com o sexo oposto, com mesmo gênero ou gênero oposto. A pansexualidade rejeita a orientação sexual.

Fonte: Reis (2018, p. 21)

Segundo Dias (2010), a sexualidade faz parte da condição humana e é um direito constitucional, natural e inalienável. Assim, possuir a identidade de gênero com a qual o cidadão se identifica é garantido pelo respeito à dignidade humana e à liberdade. “A orientação sexual adotada na esfera da privacidade não admite restrições, o que configura afronta a liberdade fundamental, a que faz jus todo ser humano, no que diz com sua condição de vida” (DIAS, 2010, p. 4). Carrara (2015) explica que os direitos sexuais estão pautados dentro dos direitos dos cidadãos e que na atual conjuntura política brasileira, as intervenções estatais político-religiosas estão obstruindo esses direitos.

Historicamente existe uma problematização a respeito da sexualidade e dos prazeres sexuais, toda uma “moral” foi instituída desde que o Cristianismo foi implantado e a sexualidade livre sempre foi relacionada ao mal, afirma Foucault (1984). A instituição do casamento binário com finalidade procriadora se opõe à aceitação que ocorria na Grécia e Roma Antiga; tudo está relacionado ao tempo e às expressões culturais da sociedade. Assim:

> Pode-se muito bem admitir a tese corrente de que os gregos dessa época aceitavam muito mais facilmente que os cristãos da idade média ou que os europeus do período moderno, certos comportamentos sexuais pode-se muito bem admitir igualmente que as faltas e as más condutas nesse campo suscitavam, então, menos escândalos e expunham a menos retorção, tanto mais que nenhuma instituição – pastoral ou médica – pretendia determinar o que, nessa ordem de coisas, é permitido ou proibido, normal ou anormal: pode-se também admitir que eles atribuíam, a todas essas questões, muito menos importância que nós (FOUCAULT, 1984, p. 48).

A prática sexual faz parte da natureza humana e de qualquer espécie existente na Terra, visto que é por meio dela que as espécies se reproduzem, embora socialmente exista uma medida do que é conveniente praticá-la. Por meio de escritos produzidos por filósofos como Sócrates e Platão, Foucault (1984) elabora que os indivíduos possuem três apetites fundamentais: alimentação, bebida e procriação, e é nesse contexto que a desvalorização moral pelos exageros que vão além da necessidade, embora o “exagero” sexual seja o que mais preocupa a sociedade. Não sucumbir aos prazeres da carne seria considerada uma “vitória” sobre si mesmo e uma demonstração de autocontrole; por outro lado, abrir mão de um determinismo natural seria podar a própria liberdade (FOUCAULT,1984).

Embora aparentemente as práticas sexuais não impliquem diretamente na identidade de gênero dos indivíduos, as perspectivas de Le Bront (2014) e Butler (2003) afirmam que o gênero é perfomatizado e o corpo, sendo um recipiente nulo, é capaz de adquirir e transmitir qualquer tipo de significado. Demarcar os gêneros sempre foi algo que os indivíduos fizeram ao longo da História da humanidade, e o vestuário sempre foi uma forma de classificar, identificar e demarcar identidades, como abordaremos a seguir.

2.3 DEMARCAÇÕES DE GÊNERO E VESTUÁRIO

Neste subcapítulo trataremos as demarcações de gênero no vestuário e na moda ao longo da História e suas significações na vida adulta e na infância, bem como a importância do vestuário como demarcador de gênero, poder aquisitivo, status social individual ou coletivo, classe e identidade, e como o indivíduo o utilizou para tal ação ao longo do tempo.

2.3.1 Demarcações históricas de gênero e a moda

Desde os primórdios da sociedade que o vestir é uma das formas que a humanidade encontrou para diferenciar classe social, gênero, poder aquisitivo, profissão, status social e outros. Crane (2006) afirma que o vestuário tem sido uma das formas de construção social de identidade, sendo uma das mais evidentes marcas de status social e gênero, e que até hoje constitui um meio de identificação do indivíduo em espaços públicos. Zambrini (2016) discorre sobre o tema e diz que essa organização do vestir se consolidou no final do século XVIII, e que podemos entender

o vestir como práticas culturais e que o feminino e o masculino trazem cargas simbólicas de suas representações sociais.

A respeito disso, Lipovetsky (2009) analisa que a moda não pertence a todas as épocas e que só a partir da Idade Média é que podemos reconhecer um sistema de configurações coletivas. Segundo o autor, “[...] A difusão da moda foi menos uma forma de coação social do que um instrumento de representação e de afirmação sociais, menos um tipo de controle coletivo do que um signo de pretensão social” (LIPOVETSKY, 2009, p. 40). Corroborando essa informação, Sanchez e Schimitt (2016) afirmam que a consolidação do binarismo de gênero nas roupas se deu por volta do século XVIII, com um processo de instituições de papéis sociais. Novos valores na sociedade foram instaurados, como a importância da família heterossexual com filhos e a idealização de um ambiente doméstico, em que o homem é o chefe responsável pela manutenção do lar e a mulher é dedicada a funções domésticas. Nessa divisão binária de modos e papéis, a vestimenta também foi dividida; as roupas das mulheres tornaram-se mais adornadas e as dos homens mais sóbrias e práticas (SANCHEZ; SCHIMITT, 2016).

Um marco importante para a ‘separação’ do vestuário feminino e masculino foi a criação de espaços liderados por costureiras e alfaiates femininas no século XVI com a permissão do rei, pois até então as roupas de homens e mulheres eram criadas, idealizadas e confeccionadas por alfaiates masculinos, em que a mão de obra da costureira era utilizada apenas para executar a confecção do produto e jamais idealizar. Hollander (2001) aponta esse fato como principal motivo das roupas serem semelhantes nos séculos anteriores ao século XVII e que tal mudança influenciou os séculos seguintes e as vestimentas atuais. Após o século XVIII, as roupas masculinas sofreram poucas alterações na modelagem, caimento e no corte; já as femininas mudavam com mais frequência, adquiriram silhuetas mais criativas, adornos divertidos para cabeça, e essas características fizeram, muitas vezes, serem consideradas como uma moda frívola e/ou fútil. O traje moderno masculino surgiu no século XVII, substituindo o gibão; surgiu o ancestral mais próximo do paletó, mesmo período em que a roupa infantil começou a sofrer mudanças significativas: um casaco de botões acompanhado de ceroulas, calças e uma gravata. Eram modelagens mais confortáveis, mais soltas, embora os acessórios estivessem em alta entre homens e mulheres. Perucas, golas e laços grandes, fitas, tecidos finos, chapéus enormes,

bordados e salto alto compunham o guarda-roupa da sociedade desse período (HOLLANDER, 2001).

No final do século XVII e início do século XVIII houve uma separação na caracterização do vestuário masculino e feminino. As roupas de ambos se tornaram mais sóbrias, devido à guerra que ocorria na Europa; as masculinas ganharam uma aparência militar, ousada e agressiva com bolsos, abas, cintas para colocar espada. Já o vestuário feminino ganhava um destaque para o busto com o uso de espartilhos, laços e fitas decorativas. Neste período surgiram algumas modas mais ousadas destinadas aos homens, com uso de acessórios e aviamentos que atualmente consideramos do guarda-roupa feminino, laços, fitas, rendas e perucas. Tais cavalheiros que aderiram a este estilo eram considerados efeminados e a moda não vingou. No século XIX houve algumas mudanças sociais na vida e no traje feminino e um retorno no interesse, acredito que comercial, de alfaiates masculinos em confeccionar roupas para mulheres (HOLLANDER, 2001).

O século XIX foi o período em que a vestimenta binária foi de fato instituída, em que os padrões de vestir simbolizam valores opostos, e a roupa masculina foi simplificada e a feminina mais ornamentada. Nesse período houve uma objetificação do corpo feminino que ajudou a preservar o padrão de que ele precisa ser bonito e ornamentado. Nesse mesmo período, a divisão binária da roupa pelo gênero se tornou mais evidente, em que homem e mulher estão sendo representados pelo vestuário de forma oposta, a mulher sempre representando o decorativo e a sedução, e o homem o oposto disso. O espartilho é uma peça de roupa desse período que representa bem a posição social da mulher, visto que impossibilitava alguns movimentos, exceto para a mulher operária, que precisava trabalhar; aí podemos ver também uma diferenciação de classe social (ZAMBRINI, 2016).

Na França, Inglaterra e Estados Unidos, durante o século XIX, as mulheres de classe média, principalmente as solteiras, começaram a ingressar no mercado de trabalho em algumas funções: médica, advogadas, professoras, governantas, costureiras e secretárias. Esse novo comportamento era visto como uma ameaça às instituições sociais de casamento e maternidade; eram vistas com preconceito e como rebeldes, e quanto maior o grau de escolaridade, menor o índice de mulheres de classe média que se casavam (CRANE, 2006).

Esses acontecimentos geraram uma revolução no vestuário feminino; grupos feministas começaram a lutar por um vestuário mais prático e saudável, embora nem

todas as mulheres aderiram. Em 1850, Amélia Bloomer propôs um traje que subvertia a diferença entre os gêneros: era uma saia mais curta com uma calça à mostra por baixo da saia. Isso foi considerado uma afronta para a época, chegando a ser proibido seu uso por lei na França, pois, de certa forma, o traje representava a liberdade e a independência feminina que estava emergindo. Com o surgimento de atividades físicas, no mesmo período houve leis que regulamentavam as vestimentas em locais públicos, todas elas regidas pelo espaço, classe e gênero. Como o esporte era área exclusiva dos homens, algumas mulheres de classe média e alta chegaram a práticas esportivas escondidas, e nas suas roupas voltadas para tais práticas sempre havia acessórios do guarda-roupa masculino, como calças, gravatas, uma casaca que imitava o decote masculino, chapéus de palha e bonés de jóquei. O ciclismo era uma prática considerada “feminina” e elas podiam praticar com uma calça parecida com uma bombacha, pois não havia condições de se fazer com saias; as que usavam bermudões eram xingadas e até agredidas por não satisfazer um padrão de vestuário ‘apropriado’ (CRANE, 2006). A autora salienta que:

> Alguns artigos de jornal retratavam as mulheres como uma antítese do ideal vitoriano: suas roupas, particularmente as calças, eram vistas como algo que “feria sua sexualidade”; vestidas inadequadamente, haviam deixado de ser mulheres para se tornar “criaturas” indecentes, imorais e repulsivas (CRANE, 2006, p. 180).

A calça era considerada algo estritamente do vestuário masculino, mas as operárias do século XIX utilizavam para realização de seus trabalhos, enquanto as mulheres de classe média e alta tinham receio maior de usar e parecer querer passar por cima da autoridade masculina. A partir do século XX houve uma liberdade maior nos cortes de cabelo e no uso das calças, mas sempre com receio de usá-las em lugares públicos. Gabrielle Chanel tentou inserir as calças no guarda-roupa feminino desde a década de 1920, mas sem sucesso; elas foram incorporadas com mais afinco e aceitação na década de 1960 por mulheres de classe mais abastadas; já as operárias adotam as calças durante o Pós-Guerra (CRANE, 2006).

Durante as guerras, as mulheres tiveram que assumir várias funções e cargos em empresas que antes eram consideradas atribuições masculinas. Embora os indícios de emancipação feminina tenham se iniciado antes desse período, a guerra impulsionou esse movimento e a moda acompanhou tais mudanças sociais. Durante o Pós-Guerra, o glamour e a feminilidade estavam em alta e as mulheres começaram a frequentar, cada vez mais, ambientes que antes eram destinados apenas a homens.

Nos anos 1960, com o crescente aumento de movimentos feministas, as roupas ganharam uma cara unissex, as mulheres usavam calças, smokings lançados por Yves Saint-Laurent. Na década seguinte, figuras públicas masculinas, como Mick Jagger e David Bowie, abusavam de gargantilhas, túnicas em lurex, roupas de couro, babados e maquiagens extravagantes, itens que, no início do século, eram considerados parte integrante do guarda-roupa feminino (SANCHEZ; SCHIMITT, 2016).

Na contemporaneidade, podemos destacar a luta pelo direito de possuir a identidade que se deseja, e o vestuário tem sido uma forma de reforçá-lo, sendo instrumento de mudança social e cultural na construção do gênero. Miskolci e Campana (2017) ressaltam que existe atualmente na Europa e na América Latina, principalmente, uma discussão sobre “ideologia de gênero”, a qual seria um instrumento que visa impor uma nova antropologia e, por finalidade, destruiria o atual modelo de sociedade. Isso gerou um ‘pânico moral’, a ponto dos líderes religiosos e alguns líderes de países intervirem para a manutenção da família tradicional.

Lima (2015) afirma que é difícil definir o que é “ideologia de gênero”, pois existem várias definições de gênero: pode ser definido como a diferença entre os sexos ou como papéis sociais culturais construídos que não tem vínculo com sexo biológico. E por essa difícil definição do que é gênero iniciou-se um debate sobre “ideologia de gênero”, que pode se dizer que se trata desse conjunto de ideias.

Dip (2016) explana que o termo gera bastante conflito ao ser confundido com os estudos sobre gênero. Na verdade, os estudos sobre gênero são interdisciplinares, pois nos falam sobre os novos arranjos de família, a posição social do homem e da mulher e questões que perpassam pelos direitos humanos. A importância desses estudos é ratificar que sexo biológico é aquele ao qual nascemos com ele e o gênero é aquilo que a sociedade e a cultura projeta com relação a comportamento. Atualmente, os estudos sobre gênero se aproximam da identidade com a qual as pessoas se identificam, seja ela de etnia, orientação sexual, religião, nacionalidade, etc.

Segundo Herbenick e Baldwin (2017), existem cerca de 51 opções de gênero, mas salienta que não é possível capturar todas as nuances de gênero com os quais os seres humanos se identificam e que não tem nada a ver com sexo ou orientação sexual. São alguns deles: agênero, andrógino, bigênero, cis, gênero fluido, genderqueer, interssex, neutro e outros. O agênero seria alguém que não se identifica

com os gêneros feminino e masculino, ou alguém que não tem uma apresentação de gênero reconhecido. Herbenick e Baldwin (2017) nos dizem que agênero seria alguém que não se sente representado por nenhum gênero ou que não se identifica com nenhuma identidade de gênero. Perlin e Kistmann (2018) explicam que o prefixo pode ser entendido como a ausência de algo, mas que a palavra agênero pode ser definida como neutralidade e representa o indivíduo que não se identifica com gênero algum.

Sanchez e Schimitt (2016) nos dizem que no final do século XX começou-se a questionar tradições milenares da sociedade, inclusive a divisão binária de gênero, visto que os anos 1990 foram marcados por um visual unissex. O *agender, genderless*, *gender neutral, genderfree* são palavras utilizadas para se referir à desconstrução de estereótipos de gênero masculino e feminino. Vale salientar que o unissex se refere a peças que favorecem o corpo feminino e masculino e a moda agênero se refere a roupas neutras que não tenham elementos considerados femininos e masculinos.

Em contrapartida, Perlin e Kistmann (2018) dizem que a moda agênero é um conceito e que cada pessoa deve se vestir como se sentir melhor, seja com uma roupa destinada ao público feminino ou masculino, sem se preocupar com os conceitos de representação que esteja contido nas roupas. A ideia é que o consumidor não tenha essa preocupação com o gênero da roupa e que cada um se vista de acordo com sua personalidade e da forma como queira se sentir representado.

> Atribuir previamente ao sujeito uma série de categorias é uma forma de manter o controle social por parte de certo grupo, não permitindo condutas que fujam à norma, legitimando características humanas como naturais, evitando que sejam questionadas. (MASQUIETTO; FERRO; SANTOS, 2012, p. 93).

Contudo, quando se trata da infância, a demarcação de gênero é um processo de representação social histórico-cultural que envolve educação e aprendizado, dependendo de um tutor que tome decisões no início do processo.

2.3.2 Demarcação de gênero na infância

Na contemporaneidade, a busca por uma identidade social do indivíduo inicia-se muito cedo, a partir do momento em que seus pais descobrem o seu sexo, ou seja, antes do seu nascimento. Mas, o fato de demarcar socialmente pessoas não é algo novo, desde o princípio a humanidade busca estabelecer funções sociais, gênero,

posição familiar, idade e outros atributos. Desde cedo, os pais ensinam seus filhos a falar seu próprio nome, o nome de seus pais e sua idade.

Determinar a idade de alguém, por volta de VI a.C., era considerado uma ciência e os escritos do Império Bizantino inspiraram os livros medievais para organizar as idades da vida. Assim, as faixas etárias foram divididas em sete fases, de acordo com a quantidade de planetas, do seguinte modo: na primeira faixa estava a infância, que durava do nascimento até os sete anos; a segunda idade era chamada de *pueritia* e durava dos sete aos quatorze anos, o que seria nos dias de hoje a pré-adolescência; dos quatorze aos vinte e um entrava-se na adolescência, de fato, momento em que ocorre o desenvolvimento do corpo e a pessoa estava apta a procriar; a fase seguinte era considerada a juventude, em que a pessoa se encontra na plenitude de suas forças, e que dura até os 45 anos, segundo Aristóteles e Isidoro. Entre a juventude e a velhice está a senectude, na qual a pessoa não é velha, porém não é jovem. E a última etapa era chamada de velhice, nome vindo do francês, *viellesse,* referindo-se ao fato de o velho estar senil e não ter os sentidos tão bons como antes.

A partir do surgimento do sentimento de família houve a necessidade de registrar a noção pessoal de idade, e isso começou a ser documentado por volta do século XVI, por meio de pinturas e quadros de família. Esse hábito estendeu-se aos demais objetos que circundavam o ambiente familiar, tais como: camas, baús, etc. Como a atividade ganhou extrema importância, tudo era documentado com precisão, com o intuito de registrar idade, nome, gênero e local a que pertenciam (ARIÈS, 2012).

O fato é que, durante muitos séculos a infância, tal como entendemos hoje, simplesmente inexistia. Até meados do século XII é possível perceber nas pinturas, nas artes sacras, que as crianças eram representadas como adultos em miniatura. As imagens de crianças com mais proximidade do sentido moderno surgiram no século XIII, então representadas pela imagem de Jesus Cristo. No final da Idade Média, o mesmo seria representado de forma nua e em vários momentos de forma assexuada. No século XV, anjos adolescentes eram comuns nas pinturas religiosas, em que eram impressos traços ternos, ingênuos ou gesticulando de forma fraterna e angelical, como foram São João e São Tiago. Essas crianças eram representações alegóricas simbólicas, mas não representavam as crianças reais (ARIÈS, 2012).

Durante um longo período, as vestes das crianças eram iguais às dos adultos; só a partir do século XVII alguns trajes começaram a ser usados, primeiramente pelas

famílias burguesas e nobres, cuja função pretendida era separar as crianças por castas sociais e pela faixa etária. As primeiras vestes dos bebês eram os cueiros, que eram faixas de tecido enroladas ao corpo da criança sem nenhuma modelagem específica; em seguida, meninos e meninas usavam uma saia, vestido e um avental por cima. Esses cueiros eram utilizados para proteger a coluna cervical dos bebês, visto que nos séculos XVII, XVIII e XIX as crianças começaram a serem vistas como frágeis e com necessidades de cuidados especiais (ARIÈS, 2012).

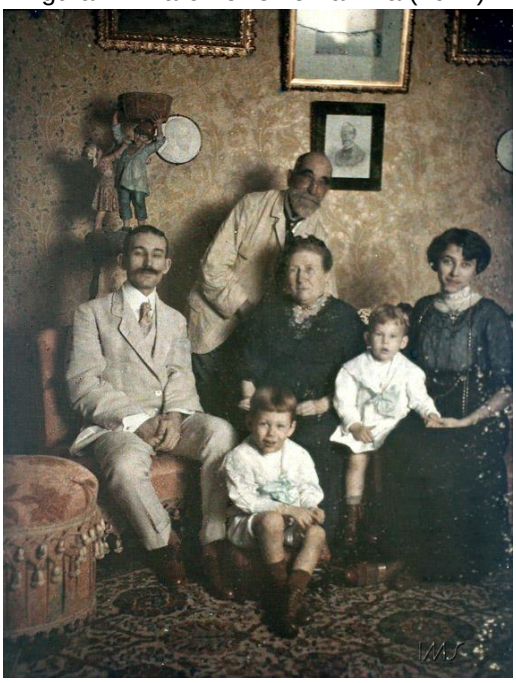
Lurie (1997) aponta que em meados do século XVIII houve uma preocupação social pela forma como as crianças eram tratadas e educadas. Jean-Jacques Rosseau influenciou bastante essa nova forma de pensar; o uso de vestimentas mais fluidas foi uma das formas utilizadas para permitir maior mobilidade e evitar restrição ao crescimento físico. Nesse período, o traje feminino infantil era composto de um vestido de musselina e o masculino por uma calça mais solta abotoada numa jaqueta curta, chamado de traje esqueleto. Nesse mesmo período, a menarca era considerada um marco para mudança de vestuário feminino; as meninas abandonavam os vestidos amplos e passavam a utilizar as mesmas roupas da mãe, quando esse evento ocorria.

No século XIX, quando a criança estava começando a andar (entre 1 e 2 anos), era utilizado um vestido unissex, com faixas-guia para que um adulto pudesse segurá-los e guiá-los. Após essa faixa etária, entre 3 e 5 anos, os vestidos eram mais compridos, perdiam as guias e ganhavam uma gola masculina: eram chamados de *jaquette*, que não eram usadas pelas meninas. Nesta mesma faixa etária, elas já usavam roupas de mulheres adultas em tamanho reduzido. Nesse período, as crianças começaram a ser educadas separadamente dos adultos para compor a família tradicional e atender a essa nova sociedade que surgia, época em que os primeiros registros de vestuário-moda direcionados a crianças começaram a emergir.

Em meados do século XIX, alfaiates se especializaram na criação com foco nesse público, diferenciando tais peças da estética das roupas de adultos. Os meninos usavam uma saia plissada presa no corpo do paletó, as meninas deixaram de usar cópias dos vestidos de suas mães e começaram a utilizar o vestido inglês, um tipo de paletó saco caindo sob uma falsa saia plissada. Outra roupa comum era o traje de marinheiro, unissex, que perdurou até meados do século XX, conservando alguns elementos como a gola quadrada, tornando-se apenas mais confortável. O traje marinheiro sofria algumas alterações de acordo com a idade; na medida em que a criança ia crescendo eram trocadas as saias pelas bermudas para os meninos, e para

as meninas permanecia como um vestido, embora a estrutura superior contivesse as mesmas características para ambos. Não havia a preocupação em separar as crianças pelo gênero e essa distinção só ocorreu no traje infantil após a Primeira Guerra Mundial (ÀRIES, 2012). Podemos ver na Figura 2 uma família do século XIX reunida para a fotografia, na qual se exemplifica o traje marinheiro citado acima.

Figura 2 - Marc Ferréz e Família (1912)



Fonte: ims.com.br/acervos/fotografia/

Durante o século XIX, no Brasil, seguiam-se à risca os costumes europeus, tanto em comportamento quanto em relação ao vestuário - moda francesa para as mulheres e a inglesa para os homens, embora o clima não fosse tão propício ao excesso de roupas utilizadas na época. A Rua do Ouvidor, no Rio de Janeiro, era um grande centro de compras para quem quisesse e pudesse pagar pela moda europeia. Copiavam-se os laços, espartilho, brocados e tecidos aveludados, independente das influências climáticas. Esse período também foi marcado pela escravidão no Brasil e os negros eram proibidos de usar sapatos, forma adotada com o intuito de separá-los por castas e estigmatizá-los como escravos (SANTANA; SENKI, 2016). Podemos observar essas características na Figura 3, em que a família imperial está reunida.

Figura 3 - Família Imperial do Brasil- Século XIX

Fonte: ims.com.br/acervos/fotografia/

Durante a Idade Moderna, a infância passou a ser vista com outros olhos e a noção que a criança é um ser dependente que precisa ser amparado e que necessitava de cuidados especiais foi difundida. A partir daí, a criança começou a ser educada e moldada de acordo com a cultura para tornar-se um adulto moralmente estabelecido dentro da sociedade. Na contemporaneidade, podemos observar uma diversidade de espaços sociais demarcados que foram criados de acordo com a faixa etária não só de crianças, mas também de jovens e adultos. Por esse motivo, a função da família tem sido questionada, pois essa segregação tem gerado, de certa forma, um distanciamento afetivo.

Atualmente cada indivíduo tem um papel bem definido com relação à sua função social e as crianças são educadas nas suas idades iniciais, frequentam locais como creches logo cedo, já que os pais trabalham e isso estabelece uma convivência restrita. Do século XVIII até 1960 houve um culto à inocência da criança e à sua preservação, mas hoje, devido ao grande número de informações disponíveis na mídia, desde as televisões até as redes sociais na internet, é possível entender que houve a reinserção da criança no mundo adulto de uma forma que os pais não conseguem controlar. A inserção da mulher no mercado de trabalho e a descentralização da tarefa de educar os filhos também influenciam nessa nova concepção de infância e de família, visto que os papéis sociais de gênero, feminino e masculino estão cada dia mais mistos (NASCIMENTO; BRANCHER; OLIVEIRA, 2008).

Contemporaneamente, a infância tem personalidade: ela tem cor, forma e uma composição visual. Nas redes sociais podemos observar conteúdos direcionados à infância, seja para consumo indireto dos pais ou direto das próprias crianças, pois o acesso à informação está cada vez mais facilitado. A composição visual das roupas, brinquedos e outros objetos direcionados ao público infantil deve estar harmoniosamente relacionados ao público-alvo, contendo elementos de design que os torna atraentes e consumíveis.

Contudo, as demarcações de representação são dadas pela relação pessoa-objeto, fazem parte da cultura material que nos cerca e orienta, e de uma sociedade compreendida como “de consumo” (BARBOSA, 2004). A seguir estabelecemos essas relações.

2.4 CULTURA MATERIAL, VESTUÁRIO E GÊNERO

Neste subcapítulo trataremos vestuário e gênero na perspectiva da cultura material e como os indivíduos se utilizaram dela para expressar-se e gerar significados, bem como esses indivíduos materializaram esses significados nas coisas a partir da interação homem-objeto.

2.4.1 Cultura Material e sociedade de consumo

Expressar-se culturalmente é uma tarefa realizada a partir do uso e da interação com objetos; eles carregam significados e caracterizam nossa sociedade. A materialidade dos objetos está em dar sentido ao uso e expressar um significado, ou seja, para que um objeto transmita sua mensagem é necessário que haja interação com o ser humano. Desta forma, até o imaterial precisa do material para expressar ou transmitir a mensagem ou representação. Como exemplo, as religiões são referências da representação do imaterial pelo material; elas funcionam como representações sociais coletivas e o uso de estátuas, símbolos representativos como o vinho e o pão que ‘são’ o corpo e o sangue de Cristo. Desta forma, os objetos funcionam como mediadores das significações sociais; eles carregam significados que caracterizam a sociedade como de consumo e isso nos rege enquanto sociedade, mediando nossas relações pessoais (MILLER, 2013).

Sempre que falamos sobre cultura ou sobre consumo nos vêm em mente um termo bastante usual: “cultura de consumo”, que une as duas palavras em um amplo

leque de significados a respeito das sociedades arcaicas e modernas e suas formas de consumir seus artefatos (BARBOSA, 2004). Miller (2013) explana que a construção dos costumes sociais é realizada por meio de artefatos em torno dos indivíduos; exemplificando, ele explica que uma criança criada numa sociedade londrina não é educada para comer com “pauzinhos chineses” e que essas entidades não estão desconectadas. Segundo ele, “ao aprender a interagir com uma profusão de culturas materiais, o indivíduo cresce aceitando as normas que chamamos de cultura” (MILLER, 2013, p. 83). De geração para geração, os conhecimentos de uso e interação com as coisas vão sendo transmitidas, nada é aleatório. Inclusive, as leis que são criadas e adaptadas de acordo com os princípios básicos de boa convivência. É desse modo que a sociedade vai elaborando suas regras, sua constituição, inventando e reinventando o uso das coisas e, assim, construindo a consciência das coisas e os significados. A relação com as pessoas é organizada e mediada pelo uso das coisas, em que apenas as interações com os objetos é quem vão gerar significados que podem ser coletivos ou individuais.

McCracken (2003) afirma que o nascimento da sociedade de consumo surgiu no século XVIII, por conta das novas demandas da revolução industrial. A respeito disso, Barbosa (2004) diz que consumir faz parte da atividade humana e do desenvolvimento de sua subjetividade e que o consumo contemporâneo pode ser dividido em duas categorias. O consumo por necessidade básica ou supérflua e o termo sociedade de consumo vem sendo atrelado ao termo *sociedade de consumidores* e, dependendo da abordagem, pode ser assim chamada. Para Barbosa (2004), cultura material e consumo são os pilares de qualquer sociedade tendo ela momentos diferentes em diversos períodos da história. Miller (2013) discorre sobre o tema e explana que desde os primórdios da humanidade há qualquer tipo de atividade de consumo, seja um bem de valor ou um artefato qualquer, e em toda forma de consumo existe uma produção de significado. O ato de consumir não é apenas possuir um objeto, mas dar sentido a essa pose e usar esse sentido para pertencer ou pra denotar individualidade. Para McCracken (2003), a Revolução Industrial ofereceu uma diversidade de itens a serem consumidos, causando um grande *boom* nas formas de consumo da época. Lipovetsky (2009) afirma que a moda não é um fenômeno de todos os tempos e que podemos notar um sistema com regras a partir da Idade Média, em que:

> [...] é verdade que a moda, desde que está instalada no Ocidente, não tem conteúdo próprio; forma específica da mudança social, ela não está ligada a um objeto determinado, mas é, em primeiro lugar, um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva (LIPOVETISKY, 2009, p. 25).

Durante o século XVIII, a comunicação e o marketing contribuíram para propagar o uso de diversos artefatos de moda e os mascates eram responsáveis em propagar de província em província os bens que estavam sendo consumidos de um lado para o outro. Neste momento, as classes menos favorecidas, que até então não participavam do consumo que ocorria nas classes mais abastadas, agora podiam também fazer parte da cadeia de consumo (MCCRACKEN, 2003).

Muito antes do sistema de moda se instalar, podemos afirmar que os indivíduos sempre consumiram artefatos que proporcionam e proporcionaram significados dentro do meio o qual está inserido. Algumas linhas de pesquisa tratam o consumo como algo frívolo e hedonista, mas McCracken (2003) e Miller (2006) concordam que é necessário compreender a origem histórica e as relações entre cultura e consumo do ponto de vista antropológico. McCracken (2003) afirma que a chamada “revolução do consumo” ocorreu no final do século XIX na França, onde o consumo de determinados bens era restrito à nobreza e a ascendente burguesia lutava para consumir os mesmos bens com o intuito de se igualar ou se equiparar socialmente aos nobres.

Não podemos pensar a cultura material de uma sociedade apenas pelo que era consumido dentro de um sistema de moda, visto que Miller (2013) relaciona as pessoas aos objetos e ao tempo; elas podem encenar quem são e desta forma interpretar papéis inconscientes. Um determinado objeto pode ter um uso, um significado dentro de determinada cultura e o mesmo objeto pode ter outros significados e usos em outras culturas, desta forma:

> A palavra cultura nos diz que as sociedades elaboram o que são e o que fazem de muitas maneiras. Pelo parentesco, pelo ritual e também pelos objetos. Porém, se deixássemos nossas descobertas nesse nível, estaríamos apenas de volta à nossa teoria básica da representação, a da semiótica (MILLER, 2013, p. 75).

A falta de interesse em compreender a materialidade das coisas surgiu de algumas crenças religiosas as quais fomentam que é necessário compreender o interior humano e toda a materialidade é considerada frívola e sem valor; embora as religiões demonstrem o imaterial através do material. Miller (2013) ressalta em seus

estudos que não podemos atribuir mais materialidade a uns objetos e a outros não; temos que enxergar sua significação no ambiente no qual estão inseridos. “Quanto mais a humanidade busca alcançar a conceitualização do imaterial, mais importante é a forma específica de sua materialização” (MILLER, 2013, p. 114). Em exemplo disso, Miller (2013) exemplifica uma obra de arte com valores monetários atribuídos a ela, de acordo com sua conceitualização esotérica, tornando um paradoxo compreender a materialidade das coisas.

A cultura material aborda o consumo de forma macro a partir da interação dos indivíduos com as coisas, independentemente do valor monetário e social daquele bem. Por meio da interação dos indivíduos com as coisas e outras ações como o fazer, o usar, o tocar, o trocar que a objetificação das coisas dá um sentido ao seu uso, tornando possível mediante as Ciências Sociais compreender o comportamento humano (MILLER, 2006). Para entendimento dos estudos de consumo, Barbosa (2004) explica que existem diversas abordagens a respeito da sociedade de consumo e que uma delas visualiza o consumo diante da esfera da vida social, na qual se busca saber os motivos das escolhas dos bens, valores, práticas e as implicações disso na vida das pessoas.

A respeito da objetificação das coisas, Tilley (2006) explica se os objetos compartilham uma materialidade de acordo com suas formas materiais ou se são os grupos sociais que injetam sentido e significância as coisas. Na verdade, sabe-se que o que os seres humanos deixam artefatos ao morrer e que, ao passar das décadas e séculos, são rastros de seu modo de vida, formando, assim, uma ideia de representação coletiva. E é justamente disso que se trata a objetificação dos artefatos e eles podem mudar de significados ou serem alterados de acordo com o local onde estão inseridos. Isso inclui também todo o ciclo de vida do objeto e seu descarte, tudo reflete o modo de vida de determinada população. Sendo assim, indivíduo e objeto, um depende do outro para produzir significado, ambos caminham juntos, são inseparáveis. É por meio desses artefatos que as pessoas se socializam, se comunicam e se subdividem em grupos que usufruem das mesmas ideias e expressam sua identidade mediante objetos que os façam ser percebidos e compreendidos. A cultura material expressa até o que não pode ser dito por meio de palavras, às vezes o que se quer esconder ou até mesmo o que se quer aparentar ser, sem o menor compromisso em ser, de fato, uma verdade (TILLEY, 2006).

Quando nascemos iniciamos nossa jornada de aprendizado, e antes de aprendermos a falar, aprendemos a manusear os objetos que nos cercam. Esses objetos nos falam quem somos e onde estamos inseridos. Em seguida, começamos a indicar para nossos pais ou cuidadores o que queremos por meio de palavras, mas o contato inicial sempre são as coisas. Esse aprendizado também influencia a percepção de gênero e o tudo que nos tornarmos quando ficamos adultos, já que associaremos objetos, cores, formas e funções a um gênero, de acordo com o que nos é ensinado. São informações contidas nas coisas que já encontramos prontas e vamos nos moldando de acordo com elas. Desta forma, todos os seus bens materiais formam sua biografia e falam por si, com relação a seus hábitos, sua personalidade e por esse motivo os objetos são desejáveis. A objetificação ocorre também nos rituais religiosos, crenças, edificações, utilização de utensílios e ferramentas e na arte. A música, a dança, a pintura, o esporte e o estilo de vida que as pessoas levam também são formas de socialização (TILLEY, 2006).

Em muitas situações, os objetos atuam sobre as pessoas, Hoskins (2006) afirma que os objetos podem contar uma história, ter gênero e função, agindo como se tivessem vida própria, como se fossem pessoas. Anteriormente, os objetos eram vistos apenas como passivos, dentro da construção do significado, mas Hoskins (2006) define que os objetos são agentes capazes de agir de forma sociocultural mediada. Esses objetos podem ser recontextualizados de acordo com o meio onde estão inseridos, dependendo da mediação emocional humana. Uma coisa que em um determinado tempo e espaço era apenas um simples objeto, com o passar dos anos pode ganhar apreço e receber outros significados, por exemplo, sendo considerado uma relíquia de família mediando a interação das pessoas que o cercam. Mesmo os objetos que são produzidos para consumo em massa e que, supostamente, deveriam ter o mesmo significado, rapidamente encontram um valor particular, largando a característica de mercadoria padronizada; ainda, existem os objetos públicos que não estão localizados em um tempo e espaço específicos, mas que se realocam de acordo com quem os possui (HOSKINS, 2006).

É notável a importância dos estudos da materialidade das coisas para compreensão do ser humano e seus contextos sociais, pois sempre houve uma íntima relação entre indivíduos e os objetos, pautada com os costumes socialmente compartilhados. O tempo e o espaço influenciam essa relação significativa, e assim foi capaz de deixar registrado na história as mais diversas formas de vida e

comportamentos humanos. A relação entre pessoa-objeto gera sentidos e demarca a construção do gênero, sendo o vestuário um importante elemento nesse cenário comunicativo (GARCIA; MIRANDA, 2005).

2.4.2 Cultura Material, vestuário e construção de gênero

O vestuário desde sempre foi uma importante forma de registro de costumes culturais das pessoas e de um contexto sócio-histórico. Com bastante destreza, McCracken (2003) explana que o vestuário sempre foi visto como uma linguagem, sendo um potente sistema de comunicação simbólica. Por exemplo, é possível distinguir categorias e relações culturais por meio das características do vestuário, tal como o uso da cor vermelha, de peles ou tecidos especiais presentes no vestuário do século XVII, em que apenas a classe dominante tinha acesso (LIPOVETSKY, 2009). O autor discorre como as leis suntuárias regulavam o uso de roupas e acessórios, de acordo com sua classe social, mediante decretos. A respeito disso, McCracken (2003) exemplifica que na época elisabetana, o design dos gibões e vestidos expressavam a organização social do período.

O vestuário também é considerado um rito de passagem, servindo para demarcar o início e o fim de uma determinada fase da vida (McCRACKEN, 2003). No que tange a este fato, Ariès (2012) cita que até o século XVII as crianças se vestiam iguais a adultos, exceto os filhos dos nobres que, nesse período da vida, já não se vestiam mais assim; eles tinham roupas específicas de acordo com sua idade. Nesse período iniciou-se a divisão dos trajes de acordo com a faixa etária, sendo esse um expressivo marco cultural em que o vestuário, mais uma vez, assumiu um papel relevante como forma de representação. Desta forma:

> O vestuário as vezes é a confirmação da mudança e, às vezes, aquilo que dá início a ela. Algumas vezes é um meio de constituir a natureza e os termos de um conflito político; outras, um meio de criar consenso. Algumas vezes é instrumento de uma tentativa de dominação; outras, o arsenal da resistência e do protesto (MACCRACKEN, 2003, p. 88)

Crane (2006) corrobora a importância assumida pelo vestuário, que tem a capacidade de evidenciar a organização de estruturas sociais em diferentes períodos da História; por meio dele, potencialmente, identificamos a identidade do indivíduo, a religião, o gênero, a preferência sexual, o estilo de vida, a classe social e o status. Nesse sentido, Tilley (2006), Miller (2006) e Crane (2006) discorrem a respeito da

influência cultural que os objetos promovem nas atitudes sociais dos indivíduos. Para os autores, os objetos também possuem agência, quase têm vida própria, se considerarmos, por exemplo, como “as roupas como artefatos, ‘criam’ comportamentos por sua capacidade de conferir identidades sociais [...]” (CRANE, 2006, p. 22).

Um objeto funciona como um agente quando tem seu uso mediado por um indivíduo ou um grupo. O objeto tem uma biografia, uma história que ele mesmo conta; ele tem a capacidade de agir socioculturalmente e de ter vida social. A agência funciona quando objeto tem um valor universal de uso e este é culturalmente construído. O objeto tem habilidades, não no que ele é, e sim pelo o que ele faz com sua significância; ele deixa de ser passivo e torna-se ativo (MILLER, 2006).

Porém, um objeto significa em sua materialidade, ou seja, sua composição visual é de extrema relevância para transmitir mensagens, o que é feito por meio da composição de elementos de design que compõe sua linguagem visual.

2.5 A COMPOSIÇÃO DA INFORMAÇÃO VISUAL E A REPRESENTAÇÃO DE GÊNERO

As pessoas e os objetos transmitem mensagens visuais porque são compostos de elementos de design. Isso ocorre porque esses elementos causam sensações individualmente, mas em conjunto formam composições significativas, exploradas pelo Design. O ser humano possui cinco sentidos: tato, olfato, paladar, visão e audição; eles fazem parte de um sistema sensorial que analisa e interpreta as informações. Segundo Donis (2003), a primeira experiência de aprendizagem do ser humano com o sistema sensorial é tátil, mas logo é superada pela visão, pois começamos a aceitar como verdade aquilo que conseguimos ver.

Os registros visuais deixados pelo homem primitivo em cavernas mostram a história da humanidade antes da civilização por intermédio das formas (DONIS, 2003). Bezerra (2009) explana que a linguagem visual produz sentidos de acordo com o repertório do observador e interpreta seus significados e funções. Desta forma, “a linguagem é simplesmente um recurso de comunicação próprio do homem, que evolui desde sua forma auditiva, pura e primitiva, até a capacidade de ler e escrever” (DONIS, 2003, p. 2).

Segundo Donis (2003), os elementos básicos da comunicação são: o ponto, a linha, a forma, o tom, a direção, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento; eles, reunidos, compõem um todo significativo, que transmite uma mensagem. O **ponto** é considerado a mínima representação gráfica e o princípio de qualquer representação; **a linha** possui sensação de direção, seria a união de vários pontos juntos de uma maneira a qual não é possível identificar separado, servindo como elemento base de representações, pode ser delicada, ondulada e discreta.

Por sua vez, **as cores** estão relacionadas à emoção e possuem significados simbólicos, oferecendo uma vasta gama de significados, de acordo com sua composição. Elas podem ter significados universalmente conhecidos ou interpretações pessoais e expressam as informações visuais de forma intensa (GUIMARÃES, 2002). Ainda, as cores podem ser divididas de forma gradativa em nuances, é o que se conhece por matiz; elas podem ser quentes e frias, primárias e secundárias. As cores primárias servem como base para formação das secundárias que, juntas, formam um disco cromático com as cores e suas variações de nuances (DONIS, 2003).

Quando se trata das **formas**, Donis (2003) alega que as básicas funcionam como princípio para a formação de outras, sendo essas: o círculo, o quadrado e o triângulo equilátero. Os limites de um determinado corpo configuram as formas dos objetos que podem ser bidimensionais ou tridimensionais. As formas básicas podem seguir três direções visuais básicas: vertical, horizontal e diagonal, elas causam sensações nos indivíduos. Por exemplo, a horizontalidade tende a causar a sensação de equilíbrio e, em conjunto com outras formas básicas, costumam provocar efeitos visuais significativos**.**

Em relação ao **tom,** Donis (2003) alega que este se relaciona com a luminosidade dos ambientes. Assim, é a luz quando em contato com as coisas que refletem os pigmentos encontrados na natureza. O tom tem por função auxiliar na compreensão da dimensão e perspectiva das coisas representadas, visto que os objetos e os ambientes são tridimensionais.

Já as **texturas** auxiliam nas percepções táteis, embora algumas sejam apenas visuais. Essas percepções podem coexistir como qualidades (táteis e visuais), pois embora nós sejamos condicionados a, em certas situações sociais, ‘não tocar’ as pessoas e as coisas, a maioria de nossas percepções táteis são realizadas de forma ótica (DONIS, 2003).

Porém, seguindo Donis (2003), **a dimensão** só existe no plano real, mas podemos percebê-la visualmente. Pode ser produzida nas fotografias, em imagens gráficas e em outras mídias impressas, pois, de acordo com a ilusão que se quer causar, usamos os efeitos da dimensão para representar o volume. Para o autor**, a escala** está relacionada ao tamanho das coisas e são relativas, pois sempre que observamos algo e consideramos grande ou pequeno com relação à escala sempre precisamos ter um parâmetro de comparação; portanto, a escala não é absoluta e pode ser manejada de acordo com a estrutura da mensagem que se quer transmitir.

Por fim, Donis (2003) trata do **movimento,** aspecto presente no cinema e na TV, sendo uma experiência totalmente visual. Embora alguns outros elementos citados acima como o ponto, a linha, a cor e a textura simulem situações visuais que possam ser percebidas implicitamente como movimentos, apenas juntos esses formam a dinâmica da linguagem visual:

> Todos esses elementos, o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a escala, a dimensão e o movimento são componentes irredutíveis dos meios visuais. Constituem os ingredientes básicos com os quais contamos para o pensamento do desenvolvimento do pensamento e da comunicação visual (DONIS, 2003, p. 82).

No que tange à comunicação e ao gênero, sejam essas implícitas e explícitas no Design e em outras representações gráficas, Waechter (2018) explica que a divisão binária de gênero, masculino e feminino, está diretamente associada a padrões de linguagem visual. Vários objetos, como CDs, brinquedos, revistas, embalagens e anúncios são inseridos no mercado contendo informações de gênero; considerando que hoje essa sinalização também inclui produtos voltados para o público LGBTQI+.

A partir de suas investigações, Waechter (2018) elaborou quadros que contêm informações referentes a formas, cores, texturas, tipografias e imagens. Estas estavam presentes em anúncios publicitários, marcas e embalagens de produtos, direcionados ao público feminino e masculino, obedecendo a uma divisão binária de gênero (Vide as Figuras 4-7).

Figura 4 - Linguagem visual Forma e Cor

Fonte: Waechter (2018)

Figura 5 - Linguagem Visual Textura e Tipografia

Fonte: Waechter (2018)

Figura 6 – Linguagem visual Masculino

Fonte: Waechter (2018)

Figura 7 – Linguagem visual Feminino

Fonte: Waecher (2018)

Neste Capítulo pudemos observar que não existe aleatoriedade nas escolhas direcionadas aos gêneros; formas, imagens, cores, texturas, tipografias são impressas nos objetos para que tenham “a cara” do destinatário. Pela interação de uso, os indivíduos foram gerando significados e se expressando culturalmente para que as mensagens visuais tivessem significado. No capítulo posterior, iremos a campo seguindo uma metodologia para que possamos experimentar as teorias tratadas neste capítulo e compilar as informações obtidas, para, assim, atingirmos os objetivos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para cumprimento dos objetivos dessa pesquisa, foram utilizadas algumas etapas metodológicas. A primeira delas foi o levantamento bibliográfico através do método de abordagem histórico proposto por Lakatos e Markoni (2003) que consiste em pesquisar as raízes de costumes culturais para compreender natureza e função social das escolhas e das construções de realidades. A revisão de literatura norteou a pesquisadora para todo o procedimento aqui realizado, desde sua primeira etapa, que foi a aquisição de 10 peças infantis no mercado local (Polo de Confecções do Agreste) que serviram como uma espécie de guia para o início das entrevistas. A literatura nos indicou, por exemplo, como e quais conjuntos de elementos de design, quando presentes no vestuário infantil, poderiam expressar/significar gênero no senso comum.

Após a aquisição das peças de roupa realizamos a *anamnese vestimentar* de cada uma das peças, via formulário (em anexo). O procedimento, criado por Rocha (2018), foi utilizado com o objetivo de descrever essas peças detalhadamente, de modo a nos auxiliar a apresentá-las, tanto durante as entrevistas aos pais e/ou cuidadores de crianças com menos de dois anos, quanto para ficarem claramente documentadas nesse estudo, auxiliando na compreensão do processo e de seus resultados.

A coleta de dados seguiu as três considerações estabelecidas por Creswell (2014): decisão de quem selecionar como participante, o tipo de estratégia de amostragem e o tamanho da amostra. Os participantes selecionados deveriam ser pais ou cuidadores de crianças de zero até dois anos de idade. Eles foram escolhidos por “amostragem intencional” que, segundo o autor, é uma decisão propositada feita mediante probabilidade de o participante melhor informar sobre o problema de pesquisa. Para o tamanho da amostra, incialmente seguimos a diretriz geral dada pelo autor de coletar amplos detalhes sobre o problema pesquisado. Planejamos inicialmente fazer 10 entrevistas individuais, mas orientados para busca de saturação dos dados durante a construção do *corpus*, entrevistamos um total de 14 respondentes, assim distribuídos: 1 entrevista pré-teste (não considerada nas análises), 10 entrevistas individuais e uma entrevista grupal com 3 participantes. Dentre os participantes das entrevistas individuais, contamos com 4 pais, 9 mães e 2 cuidadoras. Da entrevista grupal participaram 1 pai e 2 mães. A entrevista grupal foi

escolhida objetivando incentivar a interação entre os participantes acerca de suas escolhas, decisão que nos rendeu ricas informações e promoveu a saturação de sentidos/variedades do campo empírico.

Utilizamos para coleta as técnicas de: observação e entrevistas abertas, seguindo um tópico guia (CRESWELL, 2014), cujo primeiro passo era apresentar cada uma das 10 peças, utilizando como apoio sua *anamnese vestimentar* e solicitar que o entrevistado o respondesse se compraria e usaria, ou não, na criança aquela peça e porque tomaria essa decisão. Por fim, ainda questionamos acerca das dificuldades encontradas em comprar roupas infantis em Caruaru-PE, bem como quais os critérios que eles usam para decidir as roupas que as crianças devem ou não usar. Assim, seguindo a literatura, entendemos que a combinação dos métodos tende a melhorar a qualidade dos resultados obtidos e explicar achados específicos que elucidarão as questões investigadas (GASKELL, 2002).

Contudo, frente as condições de afastamento social que nos foram impostas pela pandemia, as entrevistas precisaram ser realizadas via plataforma do *Google-meet*. Assim, no primeiro momento, antes da construção do *corpus*, optamos por realizar um pré-teste para verificar como se daria, tanto a condução da entrevista como a apresentação das peças de modo virtual, sem a possibilidade do toque. No pré-teste avaliamos que o número de 10 peças era excessivo, considerando que o público-alvo possui filhos pequenos, estavam sem as babás e com mais responsabilidades domésticas. Decidimos por apresentar 8 peças e, para diminuir os efeitos da falta de toque, nos apoiar mais na descrição da *anamnese vestimentar.*

Assim, seguindo um princípio qualitativo para coleta de dados, procedemos a construção do *corpus,* e, num movimento circular de coleta e análise, buscamos a saturação dos dados (BAUER; AARTS, 2002; CRESWELL, 2014). Embora sejam funcionalmente equivalentes, essa forma alternativa de coleta é diversa do procedimento de seleção por amostragem convencional; essa se pauta no campo da linguística, é um sistema que cresce, portanto, tem por sentido fazer uma coleta sistemática para realizar a tipificação, partindo dos atributos oriundos do próprio campo empírico, ou seja, as categorias provêm dos dados, não são previamente estabelecidas pela literatura. Nosso *corpus* foi construído seguindo as etapas sugeridas por Bauer e Aarts (2002), que são: a) seleção preliminar para coleta; b) análise dessa variedade; c) ampliação do corpus até sua saturação em termos de variedade.

A análise de discurso funcional foi aplicada para examinar os discursos coletados nas entrevistas; essa análise acontece orientada para a ação da fala no contexto discursivo, ou seja, busca-se o objetivo/intuito pretendido pelas narrações naquelas condições contextuais (GILL, 2002). Como a entrevista foi realizada juntamente com a observação, a transcrição contém detalhes dessa observação, tais como as características da fala e as expressões faciais. Salientamos que a análise de discurso funcional é influenciada pela teoria dos atos de fala. Assim, os processos da organização dos dados e da interpretação ocorreram inter-relacionados, em paralelo à formação do *corpus*, seguindo três etapas: a) agrupamento e simplificação dos dados por temas ou categorias; b) a atribuição de funções aos atos discursivos; c) a significação a partir das regularidades e padrões encontrados no contexto discursivo, etapas chaves de toda análise qualitativa (CRESWELL, 2014).

Por fim, adotamos os critérios de qualidade da pesquisa qualitativa (PAIVA; LEÃO; MELLO, 2011): a) representatividade do *corpus* de pesquisa por meio da riqueza e variedade das informações coletadas; b) a reflexividade no decorrer de todo processo analítico acompanhada do olhar de um pesquisador experiente; c) a triangulação dos dados para validação da análise e c) a descrição rica e detalhada de todo o processo.

3.1 DESCRIÇÃO DA UTILIZAÇÃO DOS INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Como antecipamos, para obtenção dos dados, esta pesquisa foi dividida em 2 fases de coleta multimétodo: a primeira fase foi a realização das entrevistas individuais, realizada de forma online através de aplicativos com chamadas de vídeo. Como não houve a saturação dos dados, foi realizada uma entrevista grupal qualitativa, onde a interação entre os participantes nos deu resultados mais robustos. A opção multimétodo é justificável pelas vantagens e desvantagens das duas formas de entrevistas (CRESWELL, 2014; GASKELL, 2002).

3.1.1 Entrevistas individuais e entrevistas grupais qualitativas

Escolher o melhor instrumento de coleta de dados é uma questão de adequação à pesquisa. Gaskell (2002) afirma que a entrevista em si (grupal ou individual) é um processo social no qual as palavras são o meio principal de troca. As entrevistas individuais podem deixar o entrevistado inibido para responder longamente sobre o tema, pois elas estão relacionadas a experiências individuais. Frente ao contexto pandêmico tivemos dificuldade em marcar as entrevistas e sentimos que os respondentes não dispunham de muito tempo livre para realizá-las. A não saturação dos dados nos levou a decidir pelo método misto, em que foram observadas nuances diferentes com relação aos resultados obtidos. A interação entre o grupo gerou a riqueza dos dados e fez surgir novas ideias, advindas da espontaneidade e de uma identidade compartilhada entre os membros. A ferramenta de entrevista grupal escolhida foi o *focus group*, técnica que nos permitiu observar sentidos que são compartilhados entre os entrevistados escolhidos.

O *focus group* pode ser utilizado como uma ferramenta exploratória ou como um complemento para os métodos quantitativo e qualitativo, pois combina elementos das duas abordagens. Ele tem como objetivo avaliar a interação de um grupo mediante informações emitidas por um mediador; as informações estão relacionadas por um determinado tópico relevante para a pesquisa. Os participantes devem possuir aspectos homogêneos em seus interesses em relação ao tema estudado (OLIVEIRA; FREITAS, 2006).

Para sua realização, seguimos as orientações de Oliveira e Freitas (2006):

1- Antes de iniciar a videochamada, orientamos os participantes a ficarem próximo ao roteador e a posicionarem os celulares de forma a possibilitar vê-los do tronco para cima;
2- Ao iniciar o vídeo, solicitamos aos participantes autorização para gravação do material e informamos o objetivo da pesquisa;
3- Tivemos o cuidado de criar um clima aconchegante, deixando os participantes à vontade para se expressar;
4- No caso do grupo, solicitamos que se apresentassem para os demais, falando nome, idade e nome do(a) filho(a) e sua idade;
5- Apresentamos as peças de roupa, uma por vez;

6- Após cada apresentação, as perguntas foram feitas e buscamos incentivar a conversa nos pontos que consideramos relevantes;
7- Ao final, agradecemos a participação e finalizamos as entrevistas.

Salientamos que na entrevista grupal seguimos o mesmo tópico-guia utilizado pelas entrevistas individuais, mas houve interação entre os participantes. Assim, embora a análise tenha sido efetuada em separado, ela gerou as mesmas categorias e funções, bem como não revelou novas relações. Portanto, as apresentamos no próximo capítulo, sem fazer a distinção entre entrevistas individuais ou a grupal, mas sempre apresentamos o contexto de fala, para que seja entendido nosso processo analítico de inferência de significados.

3.2 ÉTICA NA PESQUISA

Para realização da pesquisa de forma ética e responsável foi utilizado o termo de consentimento livre e esclarecido (modelo disponível no Apêndice), no qual os respondentes ficaram cientes de forma documental acerca dos fins da pesquisa, ao passo que nos consentia a utilização dos dados disponibilizados.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DOS SUJEITOS

Os sujeitos escolhidos para análise foram pais, mães e cuidadores de crianças com até três anos de idade, que consomem do Polo de Confecções do Agreste. O quadro abaixo esmiúça as características de tais sujeitos.

Quadro 3 - Caracterização dos sujeitos

Entrevistado	**Gênero**	**Idade**	**Profissão**	**Idade do filho ou responsável**
Respondente 1	Mulher	33	Professora	2 anos
Respondente 2	Homem	38	Advogado	2 anos
Respondente 3	Mulher	23	Modelista	2 anos
Respondente 4	Homem	28	Enfermeiro	2 anos
Respondente 5	Mulher	33	Designer	2 anos
Respondente 6	Mulher	36	Confeiteira	3 e 2 anos
Respondente 7	Mulher	35	Representante comercial	1 ano e meio
Respondente 8	Homem	28	Radiologista	3 anos
Respondente 9	Mulher	29	Cuidadora	3 anos
Respondente 10	Mulher	22	Cuidadora	1 e 3 anos
Respondente H 11 (focusgroup)	Mulher	28	Costureira	3 anos
Respondente W 12 (focusgroup)	Homem	30	Modelista	1 ano e meio
Respondente C 13 (focusgroup)	Mulher	25	Dona de casa	1 ano e meio

Fonte: Os autores (2020)

4.2 CARACTERIZAÇÃO DOS OBJETOS

Para realização das entrevistas foram adquiridas no Polo de Confecções do Agreste roupas de bebês, às quais fizemos a *anamnese vestimentar*, apresentada abaixo (vide os Quadros: 4-7). As peças foram apresentadas aos respondentes na ordem em que os quadros abaixo estão apresentados.

Quadro 4 - Peça 1

Anamnese Vestimentar - Peça 1 (Conjunto)	
Descrição da peça	
Cor/estampa predominantes	Branco, Bege
Descrição do Modelo	Body com calça
Caimento	Justo
Detalhamento da peça	
Composição do tecido	100% algodão
Nome comercial do tecido	Malha de algodão
Aviamentos funcionais	Botão de pressão, elástico
Aviamentos estéticos	Botão de massa na frente
Partes da peça	**Body** **Calça** Frente 1x Frente 2x Manga 2x Costas 2x Costas 1x Punho 2x Punho 2x
Abotoamentos e aberturas	Abotoamento no fundo
Acabamentos (viés, drapeados, babados...)	Viés no decote e na abertura inferior
Etiquetas internas e externas	Etiqueta de gola interna e etiqueta de composição interna
Etiqueta têxtil de conservação interna	
Dimensionamento das peças	
Comprimento da peça (maior dimensão longitudinal da peça numa mesa)	Body - 38 cm Calça - 39 cm
Largura da peça (maior dimensão transversal da peça numa mesa)	Body - 34 cm Calça - 18 cm
Tamanho indicado na etiqueta	P de (2 a 4 meses)
Montagem da peça	
Tipos de Costura (onde e quais costuras ou maquinários foram utilizados)	Chuleio na overlock e viés aplicado na galoneira. Aplicação de elástico na galoneira.
Tipos de Bordados e Aplicações (onde e quais)	Body Bordado com aplicação de pelúcia e tecido
Contextualização da peça	
Público-alvo, de acordo com a seção onde foi comprado (masculino, feminino, unissex, infantil)	Infantil
Associação a alguma época (releitura, inspiração, etc.)	-
Grupo cultural (ocasião, estilo de vida, etc.)	Dia a dia

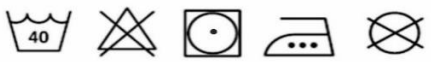
Fonte: Os autores (2020)

Quadro 5 - Peça 2

Anamnese Vestimentar - Peça 2	
Descrição da peça	
Cor/estampa predominantes	Bege
Descrição do Modelo	Body
Caimento	Justo
Detalhamento da peça	
Composição do tecido	100 % algodão
Nome comercial do tecido	Malha de algodão
Aviamentos funcionais	Botão de pressão
Aviamentos estéticos	-
Partes da peça	Frente 1x Manga 2x Costas 1x
Abotoamentos e aberturas	Abotoamento no fundo
Acabamentos (viés, drapeados, babados...)	Viés no decote e na abertura inferior
Etiquetas internas e externas	Etiqueta de composição na gola
Etiqueta têxtil de conservação interna	
Dimensionamento das peças	
Comprimento da peça (maior dimensão longitudinal da peça numa mesa)	41 CM
Largura da peça (maior dimensão transversal da peça numa mesa)	33 CM
Tamanho indicado na etiqueta	P
Montagem da peça	
Tipos de Costura (onde e quais costuras ou maquinários foram utilizados)	Chuleio na overlock e viés aplicado na galoneira
Tipos de Bordados e Aplicações (onde e quais)	-
Contextualização da peça	
Público-alvo, de acordo com a seção onde foi comprado (masculino, feminino, unissex, infantil)	Infantil
Associação a alguma época (releitura, inspiração, etc.)	-
Grupo cultural (ocasião, estilo de vida, etc.)	Dia a dia

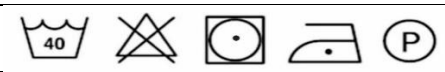
Fonte: Os autores (2020)

Quadro 6 - Peça 3

Anamnese Vestimentar- Peça 3	
Descrição da peça	
Cor/estampa predominantes	Fundo rosa com estampa de sorvete
Descrição do Modelo	Body
Caimento	Justo
Detalhamento da peça	
Composição do tecido	100 % algodão
Nome comercial do tecido	Malha de algodão
Aviamentos funcionais	Botão de pressão
Aviamentos estéticos	-
Partes da peça	Frente 1x Manga 2x Costas 1x
Abotoamentos e aberturas	Abotoamento no fundo
Acabamentos (viés, drapeados, babados...)	Viés no decote e na abertura inferior
Etiquetas internas e externas	Etiqueta de composição na gola
Etiqueta têxtil de conservação interna	
Dimensionamento das peças	
Comprimento da peça (maior dimensão longitudinal da peça numa mesa)	43 cm
Largura da peça (maior dimensão transversal da peça numa mesa)	35 cm
Tamanho indicado na etiqueta	P
Montagem da peça	
Tipos de Costura (onde e quais costuras ou maquinários foram utilizados)	Chuleio na overlock e viés aplicado na galoneira
Tipos de Bordados e Aplicações (onde e quais)	-
Contextualização da peça	
Público-alvo, de acordo com a seção onde foi comprado (masculino, feminino, unissex, infantil)	Infantil
Associação a alguma época (releitura, inspiração, etc.)	-
Grupo cultural (ocasião, estilo de vida, etc.)	Dia a dia

Fonte: Os autores (2020)

Quadro 7 - Peça 4

Anamnese Vestimentar - Peça 4	
Descrição da peça	
Cor/estampa predominantes	Estampa de quadrinhos com cores predominantes: bege, marrom, azul e cinza
Descrição do Modelo	Body
Caimento	Justo
Detalhamento da peça	
Composição do tecido	100% algodão
Nome comercial do tecido	Tricoline
Aviamentos funcionais	Botão de pressão e elástico
Aviamentos estéticos	-
Partes da peça	Frente 2x Manga 2x Costas 1x
Abotoamentos e aberturas	Abotoamento no fundo
Acabamentos (viés, drapeados, babados...)	Viés embutindo a gola e elástico rebatido na galoneira
Etiquetas internas e externas	Etiqueta na gola
Etiqueta têxtil de conservação interna	
Dimensionamento das peças	
Comprimento da peça (maior dimensão longitudinal da peça numa mesa)	48 cm
Largura da peça (maior dimensão transversal da peça numa mesa)	38 cm
Tamanho indicado na etiqueta	P
Montagem da peça	
Tipos de Costura (onde e quais costuras ou maquinários foram utilizados)	Chuleio na overlock, elástico rebatido na galoneira, abanhado, aplicação de gola na reta
Tipos de Bordados e Aplicações (onde e quais)	
Contextualização da peça	
Público-alvo, de acordo com a seção onde foi comprado (masculino, feminino, unissex, infantil)	Infantil
Associação a alguma época (releitura, inspiração, etc.)	-
Grupo cultural (ocasião, estilo de vida, etc.)	Dia a dia

Fonte: Os autores (2020)

Quadro 8 - Peça 5

Anamnese Vestimentar - Peça 5	
Descrição da peça	
Cor/estampa predominantes	Estampa com fundo branco e barcos na cor azul
Descrição do Modelo	Body
Caimento	Justo
Detalhamento da peça	
Composição do tecido	100 % algodão
Nome comercial do tecido	Malha de algodão
Aviamentos funcionais	Botão de pressão
Aviamentos estéticos	-
Partes da peça	Frente 1x Costas 1x
Abotoamentos e aberturas	Abotoamento no fundo
Acabamentos (viés, drapeados, babados...)	Viés aplicado na galoneira
Etiquetas internas e externas	Etiqueta na gola
Etiqueta têxtil de conservação interna	
Dimensionamento das peças	
Comprimento da peça (maior dimensão longitudinal da peça numa mesa)	40 cm
Largura da peça (maior dimensão transversal da peça numa mesa)	20 cm
Tamanho indicado na etiqueta	P
Montagem da peça	
Tipos de Costura (onde e quais costuras ou maquinários foram utilizados)	Chuleio na overlock e viés aplicado na galoneira
Tipos de Bordados e Aplicações (onde e quais)	-
Contextualização da peça	
Público-alvo, de acordo com a seção onde foi comprado (masculino, feminino, unissex, infantil)	Infantil
Associação a alguma época (releitura, inspiração, etc.)	-
Grupo cultural (ocasião, estilo de vida, etc.)	Dia a dia

Fonte: Os autores (2020)

Quadro 9 - Peça 6

Anamnese Vestimentar - Peça 6	
Descrição da peça	
Cor/estampa predominantes	Estampa com preto e estampas brancas com desenho de leite
Descrição do Modelo	Body
Caimento	Justo
Detalhamento da peça	
Composição do tecido	100 % algodão
Nome comercial do tecido	Malha de algodão
Aviamentos funcionais	Botão de pressão
Aviamentos estéticos	-
Partes da peça	Frente 1x Costas 1x
Abotoamentos e aberturas	Abotoamento no fundo
Acabamentos (viés, drapeados, babados...)	Viés aplicado na galoneira
Etiquetas internas e externas	Etiqueta na gola
Etiqueta têxtil de conservação interna	
Dimensionamento das peças	
Comprimento da peça (maior dimensão longitudinal da peça numa mesa)	41 cm
Largura da peça (maior dimensão transversal da peça numa mesa)	22 cm
Tamanho indicado na etiqueta	P
Montagem da peça	
Tipos de Costura (onde e quais costuras ou maquinários foram utilizados)	Chuleio na overlock e viés aplicado na galoneira
Tipos de Bordados e Aplicações (onde e quais)	-
Contextualização da peça	
Público-alvo, de acordo com a seção onde foi comprado (masculino, feminino, unissex, infantil)	Infantil
Associação a alguma época (releitura, inspiração, etc.)	-
Grupo cultural (ocasião, estilo de vida, etc.)	Dia a dia

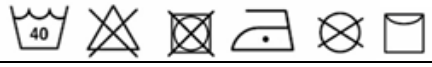
Fonte: Os autores (2020)

Quadro 10 - Peça 7

Anamnese Vestimentar - Peça7	
Descrição da peça	
Cor/estampa predominantes	Estampa de corações: vermelho, rosa e prata, cor predominante: azul marinho
Descrição do Modelo	Body
Caimento	Justo
Detalhamento da peça	
Composição do tecido	100% algodão
Nome comercial do tecido	Malha de algodão
Aviamentos funcionais	Linha e fio e botão de pressão
Aviamentos estéticos	-
Partes da peça	Frente 1x Costas 1x
Abotoamentos e aberturas	Abertura inferior
Acabamentos (viés, drapeados, babados...)	Viés aplicado na galoneira nas cavas e gola
Etiquetas internas e externas	Etiqueta de gola
Etiqueta têxtil de conservação interna	
Dimensionamento das peças	
Comprimento da peça (maior dimensão longitudinal da peça numa mesa)	36 cm
Largura da peça (maior dimensão transversal da peça numa mesa)	28 cm
Tamanho indicado na etiqueta	P
Montagem da peça	
Tipos de Costura (onde e quais costuras ou maquinários foram utilizados)	Chuleio na overlock e viés aplicado na galoneira
Tipos de Bordados e Aplicações (onde e quais)	-
Contextualização da peça	
Público-alvo, de acordo com a seção onde foi comprado (masculino, feminino, unissex, infantil)	Infantil

Fonte: Os autores (2020)

Quadro 11 - Peça 8

Anamnese Vestimentar- Peça 8	
Descrição da peça	
Cor/estampa predominantes	Estampa de bichos selvagens: Leão, jacaré, girafa, macaco, etc. Cor predominante bege e as demais azul marinho, marrom e cinza
Descrição do Modelo	Body
Caimento	Justo
Detalhamento da peça	
Composição do tecido	94% algodão 33% elastano
Nome comercial do tecido	Cotton
Aviamentos funcionais	Linha e fio e botão de pressão
Aviamentos estéticos	-
Partes da peça	Frente 1x Costas 1x
Abotoamentos e aberturas	Abertura inferior
Acabamentos (viés, drapeados, babados...)	Viés aplicado na galoneira nas cavas e gola
Etiquetas internas e externas	Etiqueta de composição interna e etiqueta de gola
Etiqueta têxtil de conservação interna	
Dimensionamento das peças	
Comprimento da peça (maior dimensão longitudinal da peça numa mesa)	36 cm
Largura da peça (maior dimensão transversal da peça numa mesa)	28 cm
Tamanho indicado na etiqueta	G
Montagem da peça	
Tipos de Costura (onde e quais costuras ou maquinários foram utilizados)	Chuleio na overlock e viés aplicado na galoneira
Tipos de Bordados e Aplicações (onde e quais)	-
Contextualização da peça	
Público-alvo, de acordo com a seção onde foi comprado (masculino, feminino, unissex, infantil)	Infantil
Associação a alguma época (releitura, inspiração, etc.)	-
Grupo cultural (ocasião, estilo de vida, etc.)	Dia a dia

Fonte: Os autores (2020)

4.3 ANÁLISE

Seguindo as três fases gerais em uma análise de pesquisa qualitativa (CRESWELL, 2014), iniciamos por realizar o agrupamento dos dados por categorias. No campo discursivo encontramos sentidos vinculados aos aspectos emocionais e aos materiais em relação aos valores atribuídos pelos pais aos elementos de design nas peças apresentadas, no que tange ao gênero. Esses formaram as seis categorias descritas no Quadro 12.

Quadro 12 **–** Descrição das Categorias

	Categorias	**Descrição**
Aspectos Materiais e Imateriais	Cor	Refere-se aos sentidos atribuídos pelos respondentes às peças de vestuário, em relação aos aspectos de cor e sua relação com o gênero da criança.
	Estampa	Refere-se aos sentidos atribuídos pelos respondentes às peças de vestuário, em relação aos aspectos dos motivos de estampas e sua relação com o gênero da criança.
	Shape	Refere-se aos sentidos atribuídos pelos respondentes às peças de vestuário, em relação aos aspectos de detalhes como golas, decotes, mangas, etc., conferidos ao que é tido como “de menino ou de menina”.
	Conforto	Refere-se aos sentidos atribuídos pelos respondentes às peças de vestuário, em relação a alguns aspectos tidos como conforto: o térmico, o estético e a usabilidade. Por conforto térmico enquadram-se as características de dizem respeito ao peso e a composição têxtil das peças para ambos os gêneros; no que tange ao conforto estético estão os aspectos das peças mais diretamente vinculados ao que é característico de menino ou de menina, ou seja o que é considerável socialmente aceitável; por fim, por usabilidade estão os atributos das peças que facilitam o seu vestir e desvestir, além das características que ajudam a manter a criança sempre apresentável – com a roupa no lugar, sem amarrotar, apesar da desenvoltura típica desse usuário, englobando ambos os gêneros.
	Beleza e/ou exclusividade	Refere-se aos sentidos atribuídos pelos respondentes às peças de vestuário, em relação a alguns aspectos da boa apresentação social, tais como o bom gosto, o estar na moda, a exclusividade, refletindo uma preocupação com a aparência da criança em relação aos padrões culturais compartilhados em relação ao gênero.
	Adequação às situações sociais	Refere-se aos sentidos atribuídos pelos respondentes às peças de vestuário, em relação à sua adequação as diversas situações sociais. Nessa categoria existe a clara divisão do que deve ser usado para sair e para ficar em casa e, nessa segunda opção, nota-se um afrouxamento do que pode ser usado por ambos os gêneros.

Fonte: Os autores (2020)

Como segunda fase analítica, os atos de fala, em cada categoria, foram analisados em relação às suas funções. Analisamos as respostas dadas pelos entrevistados juntamente com suas respectivas linguagens corporais e considerando os contextos em que se deram (AUSTIN, 1990). Assim, cada comentário sobre gênero

teve sua função identificada. As funções reveladas no campo discursivo estão descritas no Quadro 13.

Quadro 13 – Descrição das funções

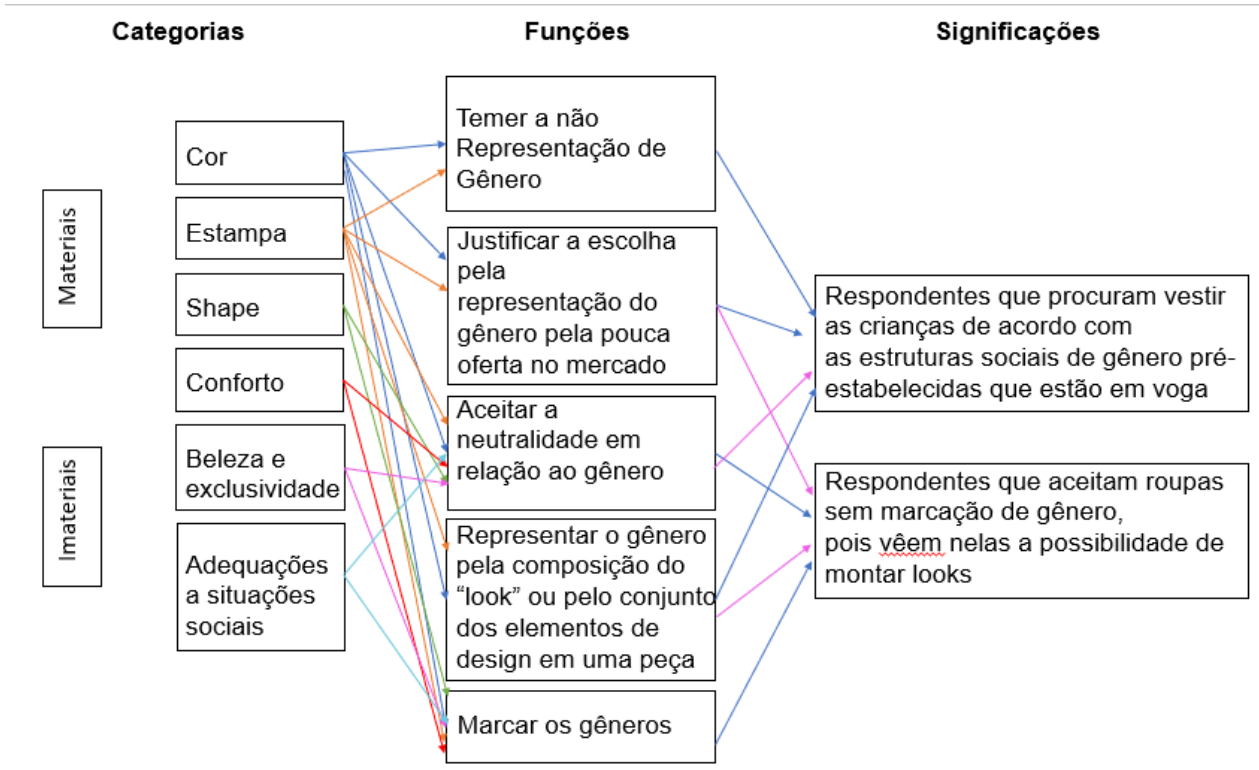
Função	Descrição
Temer a não representação de gênero	Essa função representa as ações do campo discursivo que tiveram por objetivo justificar a escolha ou não escolha de determinadas peças devido ao receio de que não fossem capazes de sinalizar o gênero da criança de acordo com as regras sociais.
Justificar a escolha pela representação do gênero a partir pouca oferta no mercado	Aqui, as ações discursivas se voltam para desculpabilizar uma escolha de representação frente à pouca diversidade de escolhas que encontram para compra.
Aceitar a neutralidade em relação ao gênero	Nesse caso, as ações discursivas se estabelecem objetivando indicar o conforto por uma escolha que seja neutra em relação ao gênero.
Representar o gênero pela composição do “look” ou pelo conjunto dos elementos de design em uma peça	A função afirma uma decisão pelo conforto em relação à neutralidade, desde que possa ser acompanhada de outros elementos que, no conjunto, representem o gênero. Notadamente, essa função foi mais determinante em relação às escolhas de estampas do que de cores.
Marcar o gênero	As ações discursivas nessa função objetivaram esclarecer sua opção declarada pelas marcações sociais de gênero tradicionais.

Fonte: Os autores (2020)

Na terceira fase analítica realizamos a triangulação dos dados, na qual relacionamos as categorias aclaradas às funções encontradas no campo discursivo, de acordo com os atos de fala. A triangulação nos apontou os significados presentes nos discursos (vide Figura 8), sentidos esses que elucidaram as respostas para nossa questão de pesquisa.

Para triangulação dos dados foi construída a Figura 8, a partir de uma planilha que continha todas as categorias encontradas nas entrevistas e posteriormente agrupadas e separadas de acordo com as categorias e funções. E, por último, foram classificadas por linha de significação, para que pudéssemos visualizar de uma forma sintetizada o conteúdo da planilha e compreendêssemos os dados encontrados.

Figura 8 - Triangulação dos dados



Fonte: Os autores (2020)

Com o resultado da triangulação chegamos a duas significações gerais acerca de como os respondentes geram sentidos aos elementos de Design que compõem a roupa infantil, consideradas adequadas para os gêneros feminino e masculino. A partir dessa etapa apresentaremos as linhas de significado geradas, ilustrando-as com trechos de fala e discutindo-as com base nas teorias. Como os comentários sempre vêm em sequência à determinada peça mostrada, a Figura 9 apresenta o conjunto de peças utilizadas e uma numeração, a qual vamos nos referir, na medida em que a imagem for relevante para compreensão do contexto de fala do respondente.

Figura 9 - Peças apresentadas nas entrevistas

Fonte: Os autores (2020)

A categoria cor apareceu no campo discursivo interligado a todas as funções encontradas. O comentário a seguir ilustra uma dessas relações:

Quadro 14 - Trecho de fala 1	
	#2- “Eu não usaria por causa da cor, é desgastante ter que ficar explicando as pessoas porque o meu filho está usando uma roupa daquela cor e ainda ter que ouvir: ‘por que não coloca logo um laço nele?’”.

Ao apresentarmos a peça nº 3, na categoria Cor, o comentário acima teve a função: temer a não representação de gênero, e no contexto discursivo se referiu à significação: respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga. Esse comentário foi feito pela mãe de um menino quando foi lhe apresentada uma roupa na cor rosa, portanto, uma cor representativa dos sentimentos e fortemente vinculada ao gênero feminino (LURIE, 1997). Para alguns respondentes, o gênero precisa ser claramente demarcado. Isso aconteceu com mais frequência em relação ao gênero masculino. Podemos entender isso quando eles justificam que as crianças pequenas são iguais, ou seja, não apresentam diferenças de gênero, portanto, cabendo ao vestuário e aos adornos desempenhar esse importante papel na produção da identidade de gênero (CRANE, 2016).

Na categoria Cor a função Justificar a escolha pela representação do gênero pela pouca oferta no mercado também surgiu, como ilustramos no seguinte comentário:

Quadro 15 - Trecho de fala 2	
	#18- “[...] quando a gente vai comprar roupa para menino, não temos muita oferta de cor. Tento fugir do azul, mas não consigo. O que mais cheguei perto foi de um cinza e de um bege, e não era isso que eu queria”.

Nessa passagem, a peça que anteriormente havia sido apresentada foi a de nº 1. Em sua resposta inicial, a mãe havia respondido que não usaria por causa da cor. Mãe de um menino, na continuidade da conversa, explicava que tentou fazer um enxoval sem cores que demarcassem o gênero, mas ela não conseguiu encontrar no mercado algo que fosse realmente atrativo. No contexto de fala, percebemos que ao mesmo tempo que existe uma preocupação em vestir os filhos de acordo com as estruturas sociais vigentes (rosa é de menina), a respondente comenta que aceitaria montar looks sem marcação de gênero. Contudo, ela justificou que no mercado existe uma escassez de roupas que lhe dê essa opção. Inclusive, a respondente se queixa da divisão entre gêneros nas seções de compra e cita que, quando comprou o

enxoval, adquiriu um lavador de mamadeira lilás e citou: “a vendedora logo sinalizou: ‘Ei, isso é de menina, viu!’. Aí eu respondi: ‘É, mas quem vai usar sou eu, a criança não vai lavar suas próprias mamadeiras’”. Assim, a relação entre a categoria e a função nos levou à mesma linha de significação anterior: Respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga. Contudo, o comentário da respondente é significativo, pois nos revela que ela se preocupa em não imprimir seu gosto pessoal (a cor lilás) nas escolhas feitas para seu filho, já que se trata da representação do outro, sob o qual ela tem a tutela e a responsabilidade social.

A questão envolve representar esse outro perante a sociedade por meio de uma imagem construída (FÜRSICH, 2016), mas também é parte do papel assumido pelos pais no ensino de regras, normas e convenções sociais, assim contribuindo para sua formação identitária (CARDOSO, 2005). A respeito das cores, Donis (2003) explica que estão relacionadas com as emoções, e seus significados são simbólicos, de acordo com as construções sociais e o imaginário coletivo. As cores têm significados atribuídos de acordo com associações que o ser humano fez ao longo do tempo e, a cada escolha por uma cor, revelamos para o mundo traços de nossa personalidade.

Quando nos referimos à categoria Cor na função de Aceitar a neutralidade em relação ao gênero, podemos vê-la representada no comentário a seguir:

Quadro 16 - Trecho de fala 3

	#69- “Usaria nos dois, tranquilo. É neutro, o preto. Colocando uma roupinha por cima, uma peça branca, uma saia pra a menina. Porque as garrafinhas de leite não mostram se é pra menino ou pra menina, tá bem neutro (a estampa), tá unissex”.

A entrevistada é mãe de um menino e de uma menina, de 1 e 3 anos, respectivamente. Ao ser-lhe apresentada a peça de nº 6, nota-se que em alguns momentos ela concede o uso da mesma roupa nas duas crianças, de acordo com a possibilidade de destacar seu gênero, mediante um conjunto de elementos que o identifique. Desta forma, esse comentário está contemplado na linha de significação

Respondentes aceitam roupas sem marcação de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks. Em outros momentos da entrevista, outros pais falaram que poderia diferenciar os filhos com laços, brincos, calças, saias e outros acessórios que seriam usados para demarcar gênero, reforçando essa linha de significação, pois mesmo que seja uma roupa considerada pelos pais de cor neutra, a necessidade de marcar gênero permanece.

Embora tendo outra função no contexto discursivo, o comentário abaixo, referente à peça nº 2, nos levou da categoria Cor para a mesma linha de significação. Quando foi apresentada à mãe de uma menina e de um menino, dentro da categoria Cor, esteve relacionada à função Representar o gênero pela composição do "look" ou pelo conjunto dos elementos de design em uma peça, contemplando a linha de significação Pais que aceitam roupas sem marcação de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks.

Quadro 17 - Trecho de fala 4	
	#109 – "Sim, usaria, porque qualquer peça que eu colocasse embaixo ficaria bom, porque é bem neutro a cor, uma saia, um short, uma calça, né?".

Neste contexto de fala, a mãe afirma que usaria a mesma peça de roupa nos dois filhos, pois ela iria diferenciar um do outro mediante outras peças de roupas que seriam usadas em conjunto com a peça apresentada. Embora Donis (2007) proponha a compreensão de uma linguagem visual em forma da decomposição em seus elementos, ela entende que é no conjunto, na composição, que esses elementos visuais imprimem sentidos subjetivos; o processo visual, para a autora, depende da cultura e da percepção individual. Ainda, Puelles (2014) explica que a individualidade do ser humano está nos detalhes e os acessórios possibilitam expressar essa personalidade e ainda inserir o indivíduo em um grupo. Estudos realizados por Leite e Waechter (2013) apontam que existem elementos plásticos percebidos como femininos, alguns deles são: babados, plissados, brilho, decotes, laços, drapeados, transparências, entre outros, que podem atribuir a quem os usa algumas qualidades, tais como sensualidade, jovialidade, modernidade, formalidade, etc.

Sempre que as peças nº 3 e nº 5 foram apresentadas, os entrevistados foram diretos e objetivos nas respostas, direcionando, respectivamente, a primeira roupa para menina e a segunda para menino. Embora a roupa de nº 5 apresente um certo afrouxamento de seu uso para meninas, quando se trata do menino constatamos a presença de um cuidado a mais em relação às cores das roupas. Foi possível observar esse fato no comentário abaixo, dentro da categoria Cor, em que a mãe apontou insistentemente que a roupa nº 5 seria apenas destinada a menino, assim apresentando como função dessa categoria marcar gênero.

Quadro 18 - Trecho de fala 5	
	#99- “Usaria no meu menino, na menina por conta da cor não. Eu gosto de usar nela as roupas rosinha mesmo, lilás, amarelo. Eu tenho um body amarelo que eu visto nos dois, tipo se tiver uma roupinha dele suja ou estiver enxugando eu visto as dela nele, mas meu esposo reclama”.

O comentário acima foi feito por uma mãe de gêmeos (um menino e uma menina) e pertence à linha de significação Respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga. Em alguns momentos, a entrevistada ficou visivelmente irritada com as perguntas relacionadas à cor das roupas apresentadas, bem como com a possibilidade de usar quaisquer peças; podemos constatar isso pelo comentário abaixo, em que a entrevistada expôs suas crenças, justificando o motivo pelo qual não usaria a roupa nº 3 no menino:

> #89- Porque hoje eu uso assim! Rosa na menina e azul no menino. Além de eu ter determinado isso, por outras questões que eu acredito. Tipo, ele brinca com a bonequinha dela e com o bonequinho dele, mas as vezes eu deixo bem claro que a boneca é dela, tome aqui seu bonequinho, esse é o seu. Entendeu? Por uma questão social mesmo do que eu acredito, é realmente do que eu acredito essa questão de cores, eu dou camisa rosa para meu esposo, mas ele é adulto então tá tranquilo, mas ele criança não. Eu que defino as cores pra ele, as cores que eu acredito que são de menino e as cores que eu acredito que são de menina.

Sendo mãe de um casal da mesma idade, a respondente indica que os veste para serem facilmente identificados, pois crianças, diferentemente de adultos (o pai

pode usar rosa) não possuem muitos demarcadores de gênero em seu corpo. Entendemos que, ao sair com as crianças, essa mãe busque demarcar suas diferenças de gênero e evitar qualquer confusão por parte de estranhos, ou perguntas que devem se dar de modo recorrente acerca de quem é ele e quem é ela. Contudo, em reforço à linha de significação, podemos ver em seu comentário a importância que é dada à educação dos filhos em relação ao gênero – boneca é da menina. Nesse sentido, a representação social de gênero é apontada por Bezerra (2014) como estimulada pelos pais desde a saída da maternidade, e perpassam a escolha dos brinquedos que são oferecidos junto com as respectivas brincadeiras. Os meninos desde cedo são estimulados a correr, escalar, pular, e as meninas estimuladas a dançar, maquiar-se, cuidar do lar, sendo parte da educação e da cultura. Consequentemente, essas crianças escolhem brincar com outras do mesmo sexo, pois reproduzem comportamentos sociais semelhantes. A autora ainda aponta que a partir dos três anos de idade a criança já se identifica com algum gênero, ela já sabe se é menino ou menina; isso indica a responsabilidade dos pais e parentes próximos nos anos anteriores para a organização cognitiva do mundo social da criança. A vestimenta é apenas um instrumento marcador do gênero.

Quanto às cores, Apinagé e Santos (2019) afirmam que não existe nenhum tipo de relação psicológica que indique que crianças com menos de 2 anos e meio de idade tenham preferências por cores. Segundo os autores, esse sentido foi socialmente construído e reforçado/influenciado pelo *marketing*, visto que até o século XIX meninos vestiam rosa, pois essa cor estava associada ao vermelho, considerada uma cor forte, e o azul era direcionado às meninas, pois se tratava de uma cor mais suave. Um dos fatores que vincula a cor a contextos culturais e ao compartilhamento social de repertórios pode ser compreendido como linguagem visual, potencial de transmitir informações culturais. A cor possui uma ampla capacidade de significação para linguagem visual e participa ativamente do repertório socialmente compartilhado (GUIMARÃES, 2002).

Contudo, na cultura popular contemporânea, a cor rosa foi convencionalmente direcionada para meninas e a azul para menino. Coulthard e Leeuwen (2004) afirmam que o azul e suas escalas cromáticas, tanto quanto as demais cores escuras, estão hoje associadas à masculinidade, por sua vez, interligado a uma vida cotidiana agitada, construção, mistério, aventura e outras características que são incorporadas como naturais à vida do homem. Já a cor rosa está associada à feminilidade e

interligada à vida familiar, à inocência, em que o mistério e as aventuras desaparecem. Os autores analisam que se pode interpretar as diferentes tonalidades de azul e de rosa como indicadores de personalidades masculinas e femininas diferenciadas, dos tons pastéis aos mais escuros, podendo se atribuir sensualidade e inocência para ambos os gêneros. Quanto à percepção e distinção de gênero, um dos elementos da linguagem visual mais evidentes nas citações dos entrevistados foi a cor, que, segundo Donis (2003), possui um valor inestimável para os comunicadores visuais. Nela, as informações ficam impregnadas e evidenciadas e carregam consigo uma ampla gama de significados, e se torna capaz de provocar diversas sensações no ser humano.

A categoria estampa, tal como a cor, também surgiu vinculada a todas as funções do campo discursivo. Essa categoria, quando interligada à função Temer a não representação de gênero, pode ser ilustrada pelo comentário que emergiu quando da apresentação da peça de n°7:

Quadro 19 - Trecho de fala 6	
	#169 – “Embora seja azul, é uma estampa feminina. Eu não usaria no meu filho”.

Na interação, questionamos ao entrevistado, um pai de menino, a possibilidade de mudar a cor da peça, permanecendo a estampa (de corações), o qual continuou firme em seu comentário, afirmando que o ‘problema’ era justamente esse, a estampa, e que não importava a cor predominante. Esse comentário satisfaz a linha de significação Respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga.

Nesse exemplo ilustra-se uma observação que fizemos no contexto de todas as entrevistas: a cor pareceu menos importante do que a estampa das peças. Nesse caso, em especial, a estampa se sobressaiu e, de acordo com os respondentes, esta deve estar de acordo com o repertório social de gênero – coisas de menina e coisas de menino. O contexto nos remete novamente à questão da importância da

composição, formada por elementos visuais que, no conjunto, imprimem os sentidos subjetivos (DONIS, 2003). Reiterando a questão, Bezerra (2016) afirma que a preocupação inicial do projeto criativo gráfico, seja ele aplicado à moda ou a outros objetos, é a de inserir características inerentes ao público-alvo, em que são levados em consideração as cores, as formas e os materiais que, juntos a outros elementos, compõem uma mensagem visual, que geralmente está atrelada ao gênero e possui informações relacionadas à sua representação, em que ação, aventura, agilidade e perigo são características mais direcionadas aos meninos, e beleza, maternidade, moda, flores e cuidados com a família e o lar são mais indicadas para compor o universo feminino.

Na categoria Estampa, o comentário abaixo tem como função Justificar a escolha pela representação do gênero pela pouca oferta no mercado; ele é indicativo de como os pais acreditam que as estampas são sempre direcionadas ao gênero e, por esse motivo, fica difícil 'fugir' das marcações de gênero das roupas existentes no mercado. No comentário abaixo, referente à roupa de n° 8, a mãe de um menino que tem uma sobrinha justifica que tenta fugir de uma possível representação de gênero, mas o mercado não disponibiliza essa opção; assim, por vezes, ela compra na seção direcionada aos meninos roupas que julga ter uma estampa mais neutra (talvez para que a sobrinha possa aproveitar a peça). Contudo, ela se mostra insatisfeita com os produtos existentes e questiona o motivo de haver seções separadas por gênero nas lojas:

Quadro 20 - Trecho de fala 7	
	#179 – "É uma das estampas que mais encontramos na sessão masculina e eu acho sem gênero, qualquer uma criança pode usar. Embora nunca vi na sessão feminina, às vezes vou lá quando vou presentear minha sobrinha".

Em relação ao mercado, entendemos que seja natural que as ofertas infantis estejam direcionadas aos gêneros, pois isso já é feito em relação às peças de adultos e, como justificou Bezerra (2016), direcionar a um público é a preocupação inicial de um projeto criativo gráfico, mas também o é para a ação mercadológica dos produtos

de um modo geral (KOTLER, 2005). E, certamente, tal disposição nas lojas tende a agradar aos consumidores de vestuário. A insatisfação da mãe certamente se refere à sua necessidade/condição particular.

O comentário seguinte refere-se à categoria Estampa e tem como função Aceitar a neutralidade em relação ao gênero:

Quadro 21 - Trecho de fala 8	
	#279 – “Ela já teve uma roupa assim. Usaria sim, a estampa tá neutra, animais combina com menino e menina. E a cor da estampa também é neutra”.

A mãe fez o comentário acima acerca da peça n° 8, que possui uma estampa de bichinhos e uma cor bege ao fundo. Durante a entrevista, ela falou que usava na sua filha tudo que ela achasse que era confortável, independentemente da cor ou da estampa carregada pela peça. Embora, a afirmação da mãe tenha sido feita no sentido de não se incomodar com as demarcações sociais de gênero, foi possível observar pelas vestes da criança (presente na videochamada), a marcação de gênero sendo efetuada através de outros elementos. No caso de uma menina, essas marcações ocorrem de muitas formas: pode ser um brinco, um laço, um babado ou na composição do look, por outra peça de roupa que denote gênero feminino. Por essa razão, pautados na observação e no contexto discursivo, esse comentário vinculou essa categoria e função à significação Pais que aceitam roupas sem marcação de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks. Como antecipamos, Leite e Waechter (2013) analisaram como a presença de elementos numa composição a torna feminina. Do mesmo modo, Donis (2003) indica a importância da composição para a transmissão de uma mensagem.

Contudo, não podemos deixar de considerar que na atualidade é possível observar a recorrência de discursos referentes à liberdade de uso das roupas e a expressão de um desejo de afrouxamento dos padrões sociais, embora eles ainda não ocorram amplamente. Sanchez (2016) discute que no início do século XXI houve uma intensificação de discursões a respeito do uso de roupas sem gênero. Podemos

entender que, atualmente, o binarismo tem ficado cada dia mais flexível e que a proposta voltada para romper com as normas promove a plena expressão de identidades mais fluidas.

Entretanto, a expressão promovida por um conjunto de elementos apareceu abertamente como função da categoria Estampa: representar o gênero pela composição “look” ou pelo conjunto de elementos de design em uma peça, podendo ser ilustrada pelo seguinte comentário referente a peça de n°5:

Quadro 22 - Trecho de fala 9	
	#229 – “Usaria em qualquer um dos dois, não está tão masculino por conta da estampa de barquinho, dá pra usar na menina também. Mesmo parecendo masculino por conta da estampa, dá pra usar na menina, porque é só enfeitar a menina. Colocando uma saia, a gente consegue quebrar o peso da estampa; se fosse ao contrário, por exemplo, aquele body rosa não tem como fazer essa quebra com o menino, porque é muito feminino. Tem roupas de menina que é impossível usar em um menino, mas as roupas de menino a gente consegue usar na menina”.

O comentário acima foi feito por uma mãe de um casal. É importante frisar que essa mãe sempre se referia aos dois filhos, a cada peça apresentada, destacando a importância de diferenciá-los. Mas com relação à peça de n°5, ela viu a possibilidade de montar looks na menina, identificando seu gênero por uma composição feita com outras peças de roupa ou outros acessórios (laços, fitas, brincos), entre outros. Pela fala da respondente, fica evidente como a representação masculina deixa menos espaço para que sejam feitas essas composições, permitindo ao gênero feminino a possibilidade de um uso mais liberto. Como antecipamos, a divisão binária nos padrões do vestir data do século XIX, simbolizando valores opostos, sendo a roupa masculina simplificada e a feminina cada vez mais ornamentada (ZAMBRINI, 2016). Lurie (1997) aponta que, nesse período, usar a roupa do sexo oposto era considerado algo repugnante para os adultos, tendo em vista que a mulher ocupava um papel de representar as posses do marido por meio de sua roupa e de seus adornos. Como vemos, a condição de composição mais amplas para as peças femininas remete a uma questão histórico-cultural que ainda parece dominar nossa razão do vestir.

A categoria Estampa também surgiu vinculada à função marcar gênero. O trecho de fala abaixo ilustra com clareza a rígida divisão das roupas que são

apropriadas para menino e para menina por meio das estampas; a possibilidade de uso que contrarie às normas apresentou-se como algo considerado cômico, e a resposta da entrevistada veio em tom de sarcasmo:

Quadro 23 - Trecho de fala 10	
	#239 – “Só na menina, porque esse coraçãozinho tá muito rosa, muito chamativo, bem ‘acesinho’ (deu uma gargalhada). Parecendo que tá se destacando como uma estrela. Um céu estrelado de coração (sendo bem irônica). Pra o menino já chama demais atenção, usaria não, no meu filho. Só na menina mesmo”.

O comentário acima foi feito pela mãe de um menino e de uma menina, de 1 e 3 anos de idade, respectivamente, quando lhe foi apresentada a peça de n° 7 e questionado o motivo de ela não usar a peça também no menino. No momento da resposta, a entrevistada sorriu, esclareceu que não era uma pessoa preconceituosa, porém seu gosto era tradicional, “das antigas”, e que preferia continuar usando as roupas nos seus filhos de acordo com a estrutura vigente. O comentário exemplifica como a categoria e a função levaram à linha de significado Respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga.

A partir do resultado das entrevistas, percebemos que os elementos do design mais marcantes para representação de gênero nas peças infantis foram as cores e as estampas, não necessariamente juntos. As estampas parecem mais significativas nesse aspecto, pois mesmo no caso em que a cor foi azul marinho, “de menino”, como no caso da peça de nº 7, se a estampa for entendida como composta de signos femininos, essa será considerada inapropriada para meninos. Segundo Chevalier e Gheerbrant (1995) e Lurie (1997), as cores têm significados que podem ser universais. Com relação às estampas, Medina Filho (2013) explana que as imagens são um sistema de comunicação não verbal que, portanto, carrega muitos significados e esses sentidos podem ser individuais e/ou coletivos.

Como sabemos, as imagens são formadas por um conjunto de elementos de design, sendo a cor apenas um deles (DONIS, 2003). Curiosamente, embora a cor seja um dos primeiros elementos de design percebidos numa composição, seja

considerada como um dos fatores importantes das nossas vidas (FARINA,1995) e esteja estruturalmente associada psíquica e simbolicamente ao nosso mundo subjetivo (GOLDEMAN, 1962), essa nos pareceu ficar em segundo patamar de importância frente às estampas. Seguindo a literatura, esperávamos que a cor tivesse uma importância ímpar para a representação de gênero, uma vez que, para o autor, constituem uma linguagem não verbal que opera abaixo do nível de consciência, tais como o são os sinais de gênero - socialmente internalizados e participantes ativos dos repertórios compartilhados (GUIMARÃES, 2002).

Contudo, podemos destacar que nos diversos comentários acima, existe uma preocupação dos respondentes em construir a representação das crianças para o meio social, visto que estão sob sua tutela e ainda não conseguiriam fazer isso por si mesmo. Segundo Fürsich (2016), a imagem construída carrega conotações ideológicas no meio social, assim: “uma vez que que as representações podem produzir sentido cultural compartilhado, representações problemáticas” (FÜRSICH, 2016, p. 52). Dentro desse contexto, Cardoso (2005) afirma que os pais são os primeiros agentes de socialização da criança e desempenham o papel inicial de guiar valores, práticas sociais e regras, reponsabilidade que implica diretamente a escolha das roupas com que as crianças vão se apresentar. Os critérios de compra dos pais têm um peso significativo na escolha das roupas para os filhos. Posteriormente, quando a criança começa a escolher suas próprias roupas, espera-se que ela dê continuidade àquilo que lhe foi ensinado como regra. Assim,

> Desde muito cedo as crianças já sabem o tipo de roupa e as cores que são indicadas para cada sexo. O vestir das crianças reflete a atitude dos pais em ensina as regras, as normas e as convenções sociais, contribuindo para formação e sua própria identidade [...] (CARDOSO, 2005, p. 170).

O vestuário e todas as outras coisas que manuseamos representam nossos ideais, nossa personalidade, classe social, profissão, orientação sexual e a qual meio nós pertencemos. A respeito disso, Miller (2013) nos diz que as interações com os objetos são formas que o indivíduo encontrou de socializar, interagir e elaborar suas regras de convivência e de identificação. Os significados dos usos são fluidos e podem sofrer modificação ao longo do tempo ou quando inclusos em sociedades diferentes, sejam esses relativos aos objetos materiais ou imateriais. Lurie (1997) afirma que as roupas começaram a ser separadas por gênero a partir da Idade Média, e antes disso a interação do homem com as suas vestes era algo fluido e sem demarcação.

Recentemente, entre os anos 1940 e 1960, as roupas dos recém-nascidos eram brancas e passavam de filho para filho, fosse menino ou menina, dentro de uma mesma família. O que podemos entender é que, naquele período, a marcação de gênero parecia ser menos importante, ao menos no que tange ao vestuário do bebê. Contudo, não podemos deixar de entender que isso certamente ocorria ainda na maternidade e nos batizados, situações em que a criança usava um timão branco bem longo, expressando o desejo da família por uma vida igualmente longa e sadia, frente a um alto índice de mortalidade infantil.

Na categoria Shape podemos observar na função aceitar a neutralidade do gênero, relação ilustrada pelo seguinte comentário:

Quadro 24 - Trecho de fala 11	
	#501 – “Gosto de usar body diariamente porque são peças práticas para trocar a fralda com mais frequência. E como é neutro, dá pra usar em menino ou menina”.

Este comentário foi feito a respeito da roupa de n° 2, quanto à forma – sem mangas, sem gola e com abotoamento na parte inferior e apontou para linha de significação Respondentes que aceitam roupas sem marcação de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks. Muitas vezes, os respondentes enfatizaram a praticidade dessa peça, mesmo o modelo sendo igual aos demais apresentados. O seu uso foi tido como possível para ambos os sexos por ser uma peça de roupa considerada neutra por sua cor e forma. Vemos que, apesar de se referirem à forma, os respondentes atentam para o conjunto de elementos de Design e tem na cor a ideia de frescor, neutralidade e conforto. É próprio ao conteúdo visual de uma comunicação ser composta pelo conjunto de elementos visuais (DONIS, 2003). Porém, a categoria Shape se constituiu na medida em que os respondentes expressaram que o design da peça – body, é adequado para ambos os gêneros, embora não o seja para os adultos. Em outros momentos das entrevistas, os pais sempre falavam que o conforto era prioridade para as suas escolhas, mas, quando as demais peças foram

apresentadas, os elementos que primeiramente chamaram atenção foram a cor e a estampa. A seguir, quando as peças tidas como neutras foram apresentadas, os comentários se voltaram para exaltar sua forma (*shape*), sempre atrelado à possibilidade de montar looks como opção de uso, remetendo para essa linha de significação.

A categoria Shape apresentou também por função marcar gênero, levando à linha de significação Respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga. O comentário abaixo exemplifica a relação, quando foi apresentada a peça de n° 4:

Quadro 25 - Trecho de fala 12	
	#409 – “O formato, o design, essa gola só combina pra menino, fica melhor. Essa é minha opinião, né?”.

A partir da forma dessa peça de roupa (com gola e abotoamento frontal), alguns respondentes fizeram a leitura de que ela seria adequada apenas para o gênero masculino. Donis (1997) explica que as formas quadradas os retangulares estão associados a retidão, esmero e honestidade, características que podem ser atribuídas ao gênero masculino. Nessa perspectiva, Lurie (1997) aponta que as roupas direcionadas ao público masculino apresentam seriedade, trabalho, força e virilidade, e a gola e o abotoamento frontal possuem tais características voltadas ao masculino. Waechter (2018) analisa que existem padrões de linguagem visual que estabelecem o que é feminino e o que é masculino. As formas consideradas femininas são: as orgânicas, curvilíneas e sinuosas; as masculinas são: as geométricas, as retilíneas e agudas, tais como se apresentam nessa peça a forma da gola e as linhas de abotoamento. Em relação às texturas visuais femininas, o autor engloba as orgânicas, naturais e espontâneas; já para as masculinas ele indica as geométricas, artificiais e repetitivas, pois “[...] elas transmitem diversos conteúdos em suas mensagens

relacionados a vários aspectos representativos, configurativos, estéticos, sociológicos e tecnológicos” (WAECHTER, 2018, p. 102).

A comunicação acontece devido aos elementos básicos da comunicação visual presentes nos objetos; Donis (1991) discute que os elementos visuais constituem a informação dispostas de forma harmônica nas coisas. O ponto, a linha, o movimento, a direção, a cor, o tom, a forma, a textura, a dimensão e a escala. Estes elementos estão todos presentes nas roupas infantis apresentadas aos entrevistados de forma unificada. O designer é responsável em manipular esses elementos, bem como designar quais deles terão maior ênfase ao serem observado. Dentro dos princípios do design da informação, o designer tem como função mediar essa comunicação, dando sentido e valor permitindo a recepção e a interpretação dos dados (QUINTÃO; TRISKA, 2013). Leite e Waechter (2013) afirmam que as imagens construídas pela sociedade e apresentadas como meio de informação nas mídias contribuem para a construção social do indivíduo, em que já existem ideias formadas - legitimadas - a respeito da cor, forma e textura que são associadas a um gênero. Os autores explicam que, quanto à forma, a silhueta em “Y” está associada ao gênero masculino, pois destaca os ombros e está presente em roupas formais de trabalho, tais como ternos e smokings. As roupas femininas apresentam uma silhueta mais justa que evidenciam as curvas do corpo, tornando a forma um elemento de comunicação visual mais ostensivo.

Na categoria Conforto foi possível observar três funções: a primeira é: Aceitar a neutralidade em relação ao gênero, levando ao significado Respondentes que aceitam roupas sem marcação de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks. A relação dessa linha de sentidos pode ser vista no seguinte comentário a respeito da peça de n°1:

Quadro 26 - Trecho de fala 13	
	#551- “Usaria, porque é super prático pra tirar e combina pra qualquer ocasião, pra sair, pra ficar em casa. Dá pra usar em menino e em menina, pois o body combina com uma saia ou com uma bermudinha [...] e serve pra qualquer ocasião, mas não seria minha primeira opção de compra”.

De forma geral em todas as entrevistas, observamos que esse conjunto de roupa (peça nº1) não seria uma primeira opção de compra e de uso pelos respondentes, pois além de se tratar de uma roupa considerada neutra, que não marca gênero, não é dotada de elementos visuais atrativos, tal quanto as demais peças apresentadas. Desse modo, entendemos que também por sua composição – o acompanhamento de uma calça, o seu uso foi mais relacionado ao conforto térmico e a sua funcionalidade, talvez por assemelhar-se a um pijama.

De acordo com os comentários a respeito dessa peça, do ponto de vista do uso, esse tipo de roupa parece se adequar perfeitamente a tarefa: dormir confortavelmente. Segundo Gonçalves e Beirão filho (2008), uma roupa que atende aos princípios de usabilidade e conforto foi assim planejada em seu projeto de desenvolvimento, pois, certamente, este visou atender às necessidades do usuário. O comentário dos autores faz sentido quando os demais respondentes comentam que o uso da calça seria preventivo contra mosquitos e ajudaria a criança no processo de aprender a andar, posto que ela protegeria os joelhos.

A segunda função encontrada na categoria Conforto foi Representar o gênero pela composição do “look” ou pelo conjunto dos elementos de design em uma peça, levando à linha de significado: Respondentes que aceitam roupas sem marcação de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks. O comentário a respeito da peça de n° 2 ilustra a linha de significação:

Quadro 27 - Trecho de fala 14	
	#531 – “Eu usaria sim, porque é básico e quando tá friozinho eu coloco um casaquinho por cima, aí é bem prático por causa disso. Body é bom porque não fica subindo, aí é bem prático por isso. Meu filho é um menino, mas se fosse uma menina, eu também usaria com uma saia ou com um lacinho, fazendo uma combinação.

Esse comentário foi feito pela mãe de um menino, e enfatizou que sua decisão pelo uso desse body se deu pela sua condição de funcionalidade prática aliada à neutralidade, o que possibilitava a composição do look. A peça, isenta de elementos significativos, pode ser usada junto a outras peças de vestuário que, ao mesmo tempo

em que monta um visual mais interessante, também é passível de adquirir marcadores de gênero.

A terceira função encontrada na categoria Conforto foi Marcar gênero, ilustrado no seguinte comentário, a partir da apresentação da peça de n° 4, levando à linha de significação: Respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga.

Quadro 28 - Trecho de fala 15	
	#521 – “Achei masculina. Acho que não é confortável, pelo tecido também, não usaria na minha filha”.

A mãe de uma menina afirmou que não usaria a peça porque era masculina e possuía um tecido que, aparentemente, não era confortável. Claramente, o trecho de fala trata da sensação de conforto estético, uma vez que não houve a possibilidade de tocar ou sentir o material da peça. Questionamos o motivo de entender a peça como masculina, e ela respondeu que simplesmente achou masculina pela totalidade de sua aparência, não enfatizando as características que carregavam tais signos.

Nessa categoria foi possível observar que a dúvida do uso ou do não uso de uma peça foi sempre por eles justificado pelo conforto ou pela falta dele. O que chamamos de conforto estético se refere a esse entendimento, ou seja, devido à existência de aspectos nas peças mais diretamente vinculados ao que é característico de menino ou de menina, ou seja, o que é considerado socialmente aceitável para cada gênero, impulsiona essa escolha e gera a sensação de conforto. A partir da observação e das respostas de outras entrevistadas com relação à mesma roupa, a gola e os botões da frente foram apontados como características masculinas. Como diz Hollander (1996), as roupas são muito significativas para separar as identidades sexuais e, apesar de gênero e sexo biológico serem coisas diferentes, existem completamente atrelados nas convenções sociais (LE BRONT, 2014). O vestuário objetifica a existência social da criança, possibilitando a representação de sua

identidade social (TILLEY, 2006), sendo essa escolha uma responsabilidade assumida pelos pais nessa idade (CARDOSO, 2005).

Relacionando-se à categoria Beleza e/ou exclusividade, elucidamos a seguinte função: Aceitar a neutralidade em relação ao gênero, levando à linha de significação: Respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga, aqui exemplificada pelo comentário:

Quadro 29 - Trecho de fala 16	
	#761 – “Ainn, linda também (enquanto eu ainda estava abrindo a peça) achei linda essa, usaria também. É muito difícil a gente encontrar roupa preta para bebê”.

Esse comentário refere-se à peça de n° 6 e foi feito pela mãe de uma menina. No contexto do diálogo havíamos apresentado duas peças pertinentes ao contexto masculino, que foram a de números 4 e 5. A mãe parecia ansiosa por se identificar com mais alguma e, ao ver a preta, cor incomum para peças de crianças, ela imediatamente afirmou que a escolheria. Ela comentou que adorou, pois achou bonita, que pode ser usada por meninas e meninos, é diferente, incomum, portanto, difícil de encontrar para venda no mercado. Notadamente, a mãe valora a exclusividade e, certamente, observa a questão de a peça não determinar o gênero, pois abordou o tema durante sua fala. Curiosamente, nesse momento ela falou a respeito de algumas superstições presentes em sua família a respeito das cores escolhidas para bebês; apesar de ela ter amado a peça nessa cor e sua filha ter uma, a avó de sua filha sempre comenta sua preferência em evitar cores muito escuras. A conversa seguiu pelo contexto de superstições em relação às cores e, por exemplo, ela cita que a avó entende que cor amarela para roupas de recém-nascidos pode fazer a criança adoecer. Essas tradições, embora antigas, certamente fomentam a falta de alguns artigos com cores e/ou estampas, influenciados pela demanda. Ressaltamos como esses posicionamentos são naturais, pois o consumo é uma atividade iminentemente cultural em que as crenças e valores tem lugar garantido (CRANE, 2006; DOUGLAS;

ISHERWOOD, 2009; MILLER, 2006), o design é desenvolvido, tendo por base o usuário e suas necessidades (LÖBACH, 2001) e o mercado oferece para consumo aquilo que o consumidor demanda ou necessita (KOTLER, 2005).

A categoria Beleza e/ou exclusividade também esteve vinculada à função Marcar gênero, levando à mesma linha de significação: Respondentes procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gênero pré-estabelecidas que estão em voga. O trecho de fala abaixo mostra como se deu essa ligação:

Quadro 30 - Trecho de fala 17	
	#671 – “Usaria, porque é azul, tem o barquinho, é super assim, o estilo que eu gosto pra meu bebê, achei lindo, eu super usaria”.

Esse comentário foi feito pela mãe de um menino, a respeito da peça de n° 5. Quando ela se refere ao ‘estilo’, ela trata do conjunto de elementos de design que a roupa apresenta, tais como cor, estampa e shape. Notamos que, em geral, as peças que os entrevistados escolheram como sendo as mais ‘bonitas’ foram justamente as tidas como clássicas para um dos gêneros, aquelas que tinham cores ou estampas bem direcionadas ao sexo biológico do seu filho(a).

Assim, a categoria Beleza/exclusividade possuiu duas funções no campo discursivo – uma optando por demarcar o gênero e outra aceitando a neutralidade em relação a esse, mas ambas levando apenas à linha de significação que, abertamente, indica uma preferência por seguir os padrões de gênero em voga. Na Categoria Adequação social é possível ver as funções Aceitar a neutralidade em relação ao gênero e marcar gênero, respectivamente, presentes nos seguintes comentários:

Quadro 31 - Trecho de fala 18	
	#811 – “Assim, como minha filha ainda é um bebê, eu usaria nela, porque esse body é neutro. Você ataca embaixo e ele não fica subindo, porque quando anda com ela no braço, não fica aquela roupa lá em cima no pescoço do menino, calça embaixo e o ‘bucho’ mostrando. O body não, o body prende embaixo e não fica subindo; o menino não fica desmantelado. Eu coloco um sapato rosa nela, um laço e fica bem arrumadinha”.

Esse comentário foi feito a respeito da roupa de n° 6, em que a mãe de uma menina enfatizou as características utilitárias da roupa, reforçando a importância da função prática da roupa e sua adequação a determinada situação social. Afinal, especialmente para as mães, ficou evidenciado a importância da criança, ao estar em público, estar bem apresentada. Apesar de os motivos pela escolha dessa peça (cor incomum) em sua maioria estarem classificados na categoria exclusividade, nesse contexto, a escolha enfatizou a adequação social no sentido da criança não se apresentar “desmantelada”. Sendo uma peça de cor preta, portanto, neutra, as marcações de gênero podem ser feitas por meio de outras peças de roupa ou acessórios como sapatos, laços, saias, brincos e outros acessórios associados ao universo feminino, que funcionam como marcadores de gênero, tal como foi falado.

Assim, essa relação entre categoria e função levou à linha de significação: Respondentes que aceitam roupas sem marcação de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks. No que tange à cultura de consumo, esse comportamento do consumidor de separar de forma binária o que é feminino e masculino (roupas, acessórios, comportamento, etc.) é uma conduta cultural relacionada às construções de significado coletivos e individuais de acordo com McCracken (2007), como podemos entender que também o seja o fato de não se apresentar “desmantelado”. Alguns depoimentos nesse sentido nos levaram a entender que, para esses respondentes, a criança deve sair de casa sempre bem vestida, por isso, algumas peças por nós mostradas não cumpriam esse requisito.

O comentário abaixo reforça a questão. Ele está relacionado às roupas de n°3 e n° 4, em que a mãe de uma menina faz um comparativo entre as duas peças, reforçando que uma delas (a peça nº 3) não serve para eventos externos, pois, de acordo com seu repertório, aquela estampa só é adequada para ser usada em casa.

Questionamos à mãe acerca do porquê dessa resposta, posto que esta foi a única entrevistada que suscitou essa opinião, e ela falou que perto de sua casa alguns fabricantes de pijamas trabalhavam com aquele tipo de estampa e hoje ela não consegue desassociar essa estampa com tal situação social. Em sua fala, a entrevistada escolheu a peça tida como a mais masculina, em detrimento da mais feminina para sua filha (ambas assim classificadas de acordo com a opinião dos demais respondentes). Assim, a linha de significação entre a categoria adequação social se relacionou com a função aceitar neutralidade em relação ao gênero, levando à significação Respondentes que aceitam roupas sem marcação de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks.

Quadro 32 - Trecho de fala 19

		#821 – “Eu compraria esse body de estampa de gibi, com ele eu posso usar com uma saia pra deixar a roupa com cara de menina. Já esse body rosa eu não compraria pra sair pra minha menina, porque achei essa estampa com cara de pijama”.

A respeito disso, Lurie (1997) afirma que as roupas funcionam como um discurso falado, que contam uma história ao entrarem em contato com o meio social e por esse motivo elas se ‘adequam’ socialmente de acordo com as circunstâncias. Vestir-se apropriadamente com a situação significa que estamos envolvidos nela e que a chance de sermos excluídos de tal ciclo social é menor. Crane (2004) explica que a escolha das roupas que vão ser usadas em público faz parte da imagem a qual queremos projetar e a construção do eu não é apenas baseada em demonstração de status econômico e imitação de classes superiores se tornou algo secundário.

Sobre a representação social, Waetcher (2018) afirma que o gênero continua sendo representado de forma binária (masculino e feminino), em que as demais representações não têm inserção na sociedade. Assim, embalagens, rótulos, cores, formas, tipografias, entre outros elementos do design são representados de forma

binária; desse modo, tais elementos marcam a dualidade de papéis - feminino e masculino, indicando/demarcando suas funções na sociedade.

Porém, para Pinelli (2015), como os gêneros e suas representações estão diretamente ligados ao comportamento familiar e atualmente surgiram novas configurações de família acompanhados de mudanças no papel social da mulher, ele indica que as condições vêm influenciando na forma como a sociedade vê o gênero. Divórcios, nascimentos fora do casamento, fecundidade adiada, a educação de terceiro grau da mulher, a participação da mulher no parlamento, a participação da mulher no mercado de trabalho e sua renda como parte integrante da renda familiar, são características de mudanças sociais e que devem ser levadas em consideração quando falamos sobre a família e sua representação social. Mas, em nosso campo, talvez por se tratar de representar o outro sob “nossa tutela”, o discurso, por vezes, se dizia bem aberto às mudanças, mas a prática se mostrava enraizada na tradição.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta pesquisa foi compreender como os pais e cuidadores de crianças até dois anos de idade interpretam os gêneros feminino e masculino a partir dos elementos de Design dispostos em peças de roupas infantis disponíveis para consumo. Para tanto, adquirimos dez peças infantis no mercado local (mas só utilizamos oito), tendo por base a literatura consultada acerca do conjunto de elementos significativos de marcações de gênero, que serviram como uma espécie de guia para o início das entrevistas. Realizamos uma *anamnese vestimentar* em cada uma das peças, seguindo o protocolo desenvolvido por Rocha (2018), e essa etapa se mostrou muito relevante, principalmente porque as entrevistas tiveram que ser realizadas de modo virtual.

Nosso corpus foi formado por dez entrevistas individuais e uma entrevista grupal com três participantes, que foram selecionados por “amostragem intencional”, e a coleta se deu em paralelo às análises até atingir a saturação em termos de variedade. A análise de discurso funcional foi aplicada para examinar os discursos coletados nas entrevistas, sempre contextualizados pelo momento discursivo e complementadas pelos resultados da técnica de observação. Durante as entrevistas, as peças eram apresentadas uma a uma e era solicitado ao entrevistado que respondesse se compraria e usaria a peça na criança e por que tomaria essa decisão. A conversa se estendia a partir daí e, sendo uma entrevista aberta, o papel do entrevistador era conduzir/estimular a conversa norteado pelos tópicos-guia estabelecidos, que visavam entender a importância da demarcação do gênero no vestuário e como os elementos de design significavam essa questão para os respondentes.

Como resultados analíticos encontramos seis categorias discursivas; três delas possuíam sentidos vinculados aos aspectos emocionais (conforto, beleza e/ou exclusividade, e adequação às situações sociais) e três mais ligados aos aspectos materiais (cor, estampa e shape), todos em relação aos valores atribuídos pelos pais aos elementos de Design nas peças apresentadas no que tange ao gênero. O campo discursivo apresentou cinco funções, que foram: temer a não representação de gênero; justificar a escolha pela representação do gênero a partir da pouca oferta no mercado; aceitar a neutralidade em relação ao gênero, representar o gênero pela composição do “look” ou pelo conjunto dos elementos de Design em uma peça e

marcar gênero. A triangulação de dados efetuada entre as categorias e funções nos levou a duas linhas de significação: Respondentes que procuram vestir as crianças de acordo com as estruturas sociais de gêneros pré-estabelecidas que estão em voga; e Respondentes que aceitam roupas sem marcações de gênero, pois veem nelas a possibilidade de montar looks.

Os resultados nos indicaram que, apesar de ser comum no discurso dos respondentes o fato de se entender como respeitoso e necessário assegurar a liberdade para que a própria criança escolha como quer ser representada, todos os entrevistados terminam por priorizar a marcação de gênero, seja essa de modo mais aberto ou efetuado por um conjunto de marcadores que são incorporados às peças para, enfim, no conjunto, sinalizarem o gênero da criança. Inclusive, tivemos um caso em que a mãe afirma sua preocupação em não imprimir seu gosto pessoal nas escolhas feitas para seu filho – um menino. Contudo, em se tratando de crianças tão pequenas, o que é feito aqui é representação “do outro”, alguém que ainda não pode ainda escolher e encontra-se sob a tutela do respondente que, então, parece sentir que essa marcação é uma responsabilidade social que ele(a) assume para com a criança. A literatura aponta que a representação social é estimulada pelos pais ou responsáveis, pois estes ocupam o papel de socializadores das crianças e devem guiar seus gostos e valores.

Quanto aos sentidos dados aos elementos de Design pelos respondentes, os mais marcantes em termos de gênero foram as cores e as estampas, esses não necessariamente juntos. Embora a cor seja considerada pela literatura um dos elementos mais significativos no conjunto de elementos comunicativos, nos surpreendeu o fato de que a estampa pareceu receber mais importância. Para os respondentes, ela precisa estar de acordo com o repertório social de gênero, pois existem coisas que são próprias de menina e coisas que são de menino. O contexto nos remeteu à importância da composição numa comunicação; afinal, a estampa é formada por elementos visuais para além da cor; são imagens que, no conjunto, imprimem sentidos subjetivos formando um sistema de comunicação não verbal. Seguindo a literatura, esperávamos que a cor tivesse uma importância ímpar para a representação de gênero, por sua condição de operar abaixo do nível de consciência, trazendo sentidos socialmente internalizados, e recorrentemente lembrados mesmo antes do nascimento, como nas cerimônias do Chá Revelação. Ainda em relação aos aspectos materiais, tivemos a significação do shape que, seguindo a literatura, indicou

que a linguagem visual masculina pede linhas mais retilíneas e formas mais agudas, detalhes que surgiram na gola e no abotoamento de uma das peças.

Em relação aos aspectos imateriais, destacamos que para ambos os gêneros se valorizam igualmente a beleza e/ou exclusividade, e adequação às situações sociais. Todos fazem distinção da estética própria para sair ou para ficar em casa, sem conotações específicas de gênero. Entretanto, apesar do conforto ter sido sempre apontado como prioridade nas escolhas, ele surge no momento em que são apresentadas as peças mais neutras em relação ao gênero. Adjetivamo-os por "conforto estético", pois foi possível observar que ele surgia como uma justificativa nos casos de dúvida acerca do uso de uma peça mais neutra, ou ainda nas escolhas mais caracteristicamente marcadas como "de menino" ou "de menina", ou seja, respeitando o que é considerado socialmente aceitável para cada gênero e assim gerando a sensação de conforto. Afinal, as roupas funcionam como um discurso e contam algo sobre seu usuário.

Por fim, de forma geral, as peças que os entrevistados escolheram como sendo as mais 'bonitas', foram justamente as tidas como clássicas para um dos gêneros, aquelas que tinham cores ou estampas bem direcionadas ao sexo biológico. Ainda, pudemos observar como a representação masculina deixa menos espaço para que sejam feitas as composições, permitindo ao gênero feminino a possibilidade de um uso mais liberto, sendo essa uma condição sócio-histórica. Certamente, por tratar-se da escolha de tutores, apesar das mudanças sociais estarem em andamento e influenciarem no modo de entendermos a representação de gênero, em nosso campo, a prática da escolha mostrou-se totalmente enraizada nas estruturas tradicionais de representação. Apesar de os pais afirmarem que não tiveram opção de compra no mercado, o consumo confirmou-se como atividade cultural que, embasado em crenças e valores, leva o designer a desenvolver peças com base no que necessita o usuário e o mercado as oferece, tudo de acordo com que o consumidor está preparado para comprar.

Assim, respondemos à seguinte pergunta de pesquisa: como o consumidor de produtos infantis faz suas escolhas mediante os sentidos que atribui a tais elementos? E atingimos os objetivos que foram de forma geral: compreender como os pais materializam o gênero nas roupas infantis e especificamente: Identificar quais elementos são utilizados para denotar gênero feminino e masculino nas roupas de bebês disponíveis no Polo de Confecções do Agreste; entender como essa leitura

afeta a decisão dos pais sobre o uso das roupas; nortear o design de moda para construção e produção de informações significativas acerca de roupas para bebês de forma satisfatória. Infelizmente, o momento atual de pandemia impediu que os encontros fossem de modo presencial, tornando esse fato um importante limitador e dificultador da pesquisa. Foi idealizada uma atmosfera coletiva, onde os entrevistados iriam pegar, sentir e ver pessoalmente as peças escolhidas para coleta, opinando de forma assertiva sobre o conjunto de elementos visuais dispostos nas peças, pois haveria um contato mais direto com o material. Desdobramentos dessa pesquisa poderiam ser feitos de forma presencial, em um momento em que os danos causados pela pandemia estejam sanados.

Esta pesquisa tem contribuições positivas para a sociedade, mercado local e para o Design de moda que desenvolve esses produtos, apresentamos um panorama geral sobre os produtos oferecidos em Caruaru-PE e as preferências dos consumidores no momento da compra. Foi possível compreender que essas preferências são alicerçadas sob construções sociais e que há indícios de mudanças tanto no mercado quanto nas práticas sociais. Existe uma carência de referência bibliográfica de moda dentro do Design da Informação, posto que é uma área oriunda do design gráfico, e esse trabalho é uma contribuição para a área e para possíveis pesquisas acerca dessa temática. Há possíveis desdobramentos de pesquisas científicas voltadas à representação do outro com as contribuições do Design da Informação em moda infantil.

REFERÊNCIAS

ABIT**. Associação Brasileira da Indústria Têxtil e Confecção**. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 27 jul. 2019.

AGRESTEX. **Feira de Tecnologia para Indústria de Confecção**. Disponível em: http://www.agrestetex 2019. Acesso em: 10 mar. 2019.

APINAGÉ, M. D. B. S.; SANTOS, J. S. dos. Uma Análise discursiva do enunciado: “Meninos vestem azul e meninas vestem rosa”. IX SEAD. A análise do discurso e suas condições de produção. **Anais eletrônicos**, Recife – PE, 2019.

ARIÈS, Philippe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2004.

BAUER, M. GARKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, Imagem e som: um manual prático. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.

-

BAUER, M. AATS B. In: BAUER, M. GARKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, Imagem e som: um manual prático. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 39-63.

BENTO, K. S. **O reconhecimento da identidade de gênero das pessoas transsexuais pelo STF:** Alcances e efeitos legais e sociais. 2018. 71 f. Monografia (Graduação em Direito), UFRJ. Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Rio de Janeiro, 2018.

BEZERRA, M. F. C. G. F. **Brincando com a roupa:** um estudo sobre o público infantil e a compreensão das roupas que atuam como brinquedo. 2009. 181 f. Dissertação (Mestrado em Design) - UFPE,2009.

BEZERRA, M. F. C. G. F. **Design e gênero:** Diretrizes metodológicas para validação do uso da linguagem visual na roupa infantil. 2014. 255 f. Tese (Doutorado em Design) - UNESP, São Paulo, 2014.

BOUCHER, F. **História do Vestuário no Ocidente**. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

BUTLER, Judith. **Problemas de Gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CARDOSO, A. Uma perspectiva parental sobre a influência das crianças na compra de vestuário. **Revista da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais**. Porto. ISSN 1646-0502. 2.p.162-190, 2005. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10284/661>. Acesso em: 8 dez. 2019.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de símbolos**: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números. 9. ed. Tradução de Vera da Costa e Silva et al. Rio de Janeiro: José Olympio, 1995.

CRANE, Diane. **A moda e seu papel social:** classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo: SENAC, 2006.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa:** métodos qualitativo, quantitativo e misto. Tradução: Luciana de Oliveira da Rocha, 2 ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DIAS, Maria Berenice. **Homoafetividade e o direito a diferença**. 2010. Disponível em: http://mariaberenice.com.br/manager/arq/(cod2_633)26__homoafetividade_e_o_direito_a_diferenca.pdf.

DIP, Andrea. **Existe "ideologia de gênero"?** Agência de reportagem e jornalismo investigativo (online) 30 de mar. de 2016. Disponível em: <http://www.mobilizadores.org.br/wp-content/uploads/2017/10/Existe-%E2% 80%9Cideologia-de-g%C3%AAnero%E2%80%9D.pdf>. Acesso em: 05 set. 2019.

DONIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual.** São Paulo: Martins Fontes, 2007.

DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

FARINA, Modesto. **Psicodinâmica das cores em Publicidade**. São Paulo: Edgard Blücher, 1975.

FISHER, E.; GAINER B. Baby showers: A rite of passage in transition. **Advances in Consumer Research**. Volume 20, York University, p. 320-324,1993.

FOUCALT, Michel. **História da sexualidade 2**: O uso dos prazeres. Tradução de Maria Tereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

FÜSHICH, E. O problema em representar o Outro: mídia e diversidade cultural. **Revista** Parágrafo. Jan/Jun. 2016, v. 4, n. 1 (2016) ISSN: 2317-4919. Disponível em: <https://www.researchgate.net>. Acesso em: 20 out. 2020.

GARCIA, C.; MIRANDA, A. P. **Moda é comunicação**: experiências, memórias, vínculos. Editora Anhembi Morumbi, 2005.

GASKELL, George. In: BAUER, M. GARKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, Imagem e som: um manual prático. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.

GILL, Rosalind. In: BAUER, M. GARKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 264-270.

GOLDEMAN, Simão**. Psicodinâmica das cores**. Porto Alegre: Champagnat, 1962.

GONÇALVES, E.; BEIRÃO FILHO, J. A. Usabilidade: Vestuário infantil. **Moda e palavra periódicos**. Ano 1, n.1, pp. 107 – 118, jan-jun 2008. Disponível em: <http//periódicos.puc.rio.br> Acesso em: 10 de ago de 2019.

GUIMARÃES, Luciano. **A autonomia da significância das cores**. Intercom. São Paulo, 2002. Disponível em: <http//www.Intercom.org.br/papers/xxi-ci/gt08/GT0810.PDF>. Acesso em: 18 out. 2020.

HERBERICK, D. BALDWIN, A. **What Each Facebook's 51 news gender options means**. 14 de abr. 2017. Disponível em: <https://www.thedailybeast.com/what-each-of-facebooks-51-new-gender-options-means>. Acesso em: 05 set. 2019.

HOLLANDER, Anne. **O sexo e as roupas**: a evolução do traje moderno. Tradução de Alexandre Tort. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

HOSKINS, Janet. Agency, Biography and Objects. In: TILLEY, C. et al. **Handbook of Material Culture**. London, Sage Publications, pp.74-84, 2006.

IEMI. **Pesquisa e inteligência de mercado**, 2017. Disponível em <http:www.iemi.com.br>. Acesso em: 13 abr. 2020.

IMS. **Instituto Moreira Salles**. Disponível em: **https://ims.com.br/** acervos/fotografia/**.** Acesso em: 04 dez. 2018.

JESUS, Jaqueline Gomes de. **Orientações sobre identidade de gênero**: conceitos e termos. 2 edição: Brasília, 2012.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

LAGUNA, M. **Além de Tiffany**, outros casos de diversidade de gênero no esporte. Revista Veja (on-line). 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/esporte/alem-de-tifanny-outros-casos-de-diversidade-de-genero-no-esporte/>. Acesso em: 16 jun. 2019.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LE BRONT, David. In: FERRARI, A. et al. (Eds.). **Corpo, gênero e sexualidade**. Lavras - MG, 2014.

LEITE, Iracema Tatiana R.; WAECHTER, Hans da N. A informação de moda nas capas das revistas femininas: uma análise sobre o vestuário proposto na capa da revista Manequim e seus efeitos. In: COUTINHO, Solange G. et al. (orgs.). **Proceedings of the 6th Information Design International Conference, 5th InfoDesign, 6th CONGIC**. São Paulo: Blücher, 2014. ISSN 2318-6968, ISBN 978-85-212-0824-2 DOIhttp://dx.doi.org/10.5151/designpro-CIDI-80.

LIMA, Jônatas Dias. **O que é “ideologia de gênero”?** Gazeta do Povo. 2016. Disponível em: <https://www.semprefamilia.com.br/o-que-e-ideologia-de-genero/> Acesso em: 01 set. 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seus destinos na sociedade. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo. Companhia das Letras, 2009.

LÖBACH, B. **Design industrial**: bases para configuração dos produtos industriais. São Paulo: Editora Blücher, 2001.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Tradução de Ana Luiza Dantas Borges. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MCCRACKEN, G. **Cultura e Consumo**. Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Tradução de Fernanda Eugênio. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003.

MASQUIETTO, et al. **O gênero e a roupa**: A moda infantil na categorização dos corpos. **Arqueologia Pública**. São Paulo, N. 6, p. 92-106. Disponível em: < https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rap/article/view/8635736. Acesso em: 20 mar. 2018.

MEDINA FILHO, A. L. A importância das imagens na metodologia de pesquisa em psicologia social. **Psicologia & Sociedade**, 25(2), 263-271, 2013. Disponível em: < https://www.scielo.br/pdf/psoc/v25n2/03.pdf> Acesso em: 13 ago. 2020.

MILLER, Daniel. Consumption. In. TILLEY, C. et al. **Handbook of Material Culture**. London, Sage Publications, 2006.

_____. **Trecos, Troços e Coisas**: estudos antropológicos sobre a cultura material. Tradução Renato Aguiar. Rio de Janeiro. Jorge Zahar editor LTDA, 2013.

MISKOLCI, R.; CAMPANA, M. Ideologia de gênero: notas para a genealogia de um pânico moral contemporâneo. **Soc. estado.** [online], vol. 32, n. 3, pp.725-748, 2017. ISSN 1980-5462. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-69922017.3203008>. Acesso em: 25 abr. 2020.

NASCIMENTO, C. T.; BRANCHER, V. R.; OLIVEIRA. V. F. A Construção Social do Conceito de Infância: algumas interlocuções históricas e sociológicas. **Contexto e Educação**. Editora Unijuí, ano 23 nº 79 Jan./Jun, p. 47-23, 2008.

OLIVEIRA, M.; FREITAS, H. Focus Group: instrumentalizando o seu planejamento. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-de-MELLO, R. SILVA, A. B. (Orgs.) **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais**: paradigmas, estratégias e métodos. São Paulo: Saraiva, 2006.

PAIVA, F. G.; LEÃO JR., A. L. M. S.; MELLO, S. C. B. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração. **Revista de Ciências da Administração**, v13, n31, p.190-209, 2011.

PERLIN, R. L.; KISTMANN, V. B. A percepção da moda sem gênero na visão do público. **Estudos em Design** Revista (online), v. 26; n. 1, p. 5-28, 2018. Disponível em: <http://emnuvens.com.br)>. Acesso em: 10 jan. 2020.

PINELLI, A. **Gênero e família nos países desenvolvidos**. Associação Brasileira de estudos populacionais, 2015. Disponível em: < http://www.abep.org.br/publicacoes/ index.php/series/article/view/60>. Acesso em: 30 out. 2020.

PORTINARI, D. B.; COUTINHO, F. R.; OLIVEIRA, J. M. da S. Moda agênero: Uma proposta de moda que descontrói as fronteiras de gênero? **Revista Dobras**: Revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, ISSN 1982-0313, ISSN-e 2358-0003, Vol. 11, Nº. 23,p. 140-156, 2018.

PORTUGAL, C. Questões complexas do design da informação e da interação. **Brazilian Journal of Information Design**, v. 7, n. 2, p.1-6, 2010.

PUELLES, A. A.L. **O vestuário e seus acessórios em São Paulo em meados do século XIX**: uma construção de vocabulário pra compreender indumentária. Dissertação (Pós-graduação Interunidades em Museologia) USP, 2014.

QUINTÃO, F. S.; TRISKA R. Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos. **Revista Brasileira de Design da Informação/ Brazilian Journal of Information Design** São Paulo | v. 10 | n. 2, p. 105 – 118 | ISSN 1808-5377, 2013.

REIS, T. (org.). **Manual de Comunicação LGBTI+.** Curitiba: Aliança Nacional LGBTI / Gay Latino, 2018.

ROCHA, M. A. V. **Apostila da Disciplina Vestuário, Cultura e Moda**. 1 Semestre. Departamento de Ciências Domésticas. UFRPE, 2018.

ROCHA, R.C. História da Infância: Reflexões Acerca de Algumas Concepções Correntes. **Revista ANALECTA**, Editora Unicentro. Guarapuava, Paraná v. 3 n 0, 2 p. 51- 63 jul/dez. 2002.

ROUGHGARDEN, Joan. **Evolução do gênero e da sexualidade**. Tradução: Maria Edna Tenório Nunes, Londrina: Editora Planta, 2004.

SANCHEZ, G., SHIMITT, J. **Moda sem gênero**: Conceituação e contextualização das tendências não-binárias. In: 12 Colóquio de Moda. 9 Ed. internacional. III Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda, 2016.

SANTANA, L. W. A.; SENKO, E. C. Perspectivas da era vitoriana: Sociedade, vestuário, literatura e arte entre o século XIX e XX. **Revista Diálogos Mediterrânicos**, Paraná. n 10, pp. 189-215 jun/.2016

SEBRAE. **Estudo Econômico do arranjo produtivo local de confecções do agreste pernambucano.** Relatório final Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Pernambuco Sebrae / Pernambuco, 2013.

SOUZA, Gilda de Mello. **O espírito das roupas**: a moda no século XIX. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

STJ. **RECURSO ESPECIAL**: REsp 1626739 RS 2016/0245586-9. Relatar: Luiz Felipe Salomão. DJ: 11/10/2016. JusBrasil, 2016. Disponível em: <https://stj. jusbrasil.com.br/jurisprudencia/484087877/recurso-especial-resp-1626739-rs-2016-0245586-9/inteiro-teor-484087902j>. Acesso em: 29 ago. 2019.

TILLEY, Christopher. Objetification. In. Tilley, C. et al. **Handbook of Material Culture**. London, Sage Publications, pp.60-73, 2006.

VILLA DIGITAL. **Coleção Benício Dias**. Disponível em: <http://villadigital.fundaj.gov.br/>. Acesso em: 04 dez. 2018.

WAECHTER, Hans. **Gênero e memória Gráfica**. In: VALADARES, P. (org.). **Memória Gráfica no Agreste**, pp.98-105, 2018.

ZAMBRINI, Laura. Olhares sobre a moda e design a partir da perspectiva de gênero. **Dobras** (online). v.9, n.19, 2016. Disponível em: <https://dobras. emnuvens.com.br/dobras/article/view/452>. Acesso em: 01 set. 2019.

APÊNDICE A - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e/ou participar na pesquisa de campo referente ao projeto/pesquisa intitulado(a) A MATERIALIDADE DO GÊNERO NAS ROUPAS DE BEBÊS NO POLO DE CONFECÇÃO DO AGRESTE, desenvolvida(o) por Sabrina Keitty Gomes do Nascimento. Trata-se de uma pesquisa com objetivo de compreender como pais de crianças interpretam o gênero feminino e masculino nas roupas que adquirem para seus filhos, a qual possui fins totalmente acadêmicos. Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada por Maria Alice Vasconcelos Rocha e Flávia Zimmerle da Nóbrega Costa, a quem poderei contatar/consultar a qualquer momento que julgar necessário através dos e-mails sabrinakeitty@hotmail.com, modalice.br@gmail.com e flaviazimmerle@hotmail.com.

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa. Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais, é compreender a materialidade do gênero nas roupas infantis. Minha colaboração se fará de forma anônima, por meio dos aplicativos de vídeo interativo a ser gravada a partir da assinatura desta autorização. O acesso e a análise dos dados coletados se farão apenas pelo(a) pesquisadora e suas orientadoras. Fui ainda informado(a) de que posso me retirar deste(a) estudo pesquisa a qualquer momento, sem prejuízo para meu acompanhamento ou sofrer quaisquer sanções ou constrangimentos. Atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, conforme recomendações da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP).

Caruaru, ____ de _____ de _____ .

Assinatura do(a) participante:

_____

Assinatura do(a) pesquisador(a):

_____

APÊNDICE B - ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1

Peça 1- Sim. – Porque é confortável, prático para o dia a dia.

Peça 2- Gosto de usar body diariamente porque são peças práticas para trocar a fralda com mais frequência.

Peça 3- Eu não usaria por causa da cor, é desgastante ter que ficar explicando às pessoas porque o meu filho está usando uma roupa daquela cor e ainda ter que ouvir: “por que não coloca logo um laço nele?”. – Quando a gente vai comprar roupa para menino não temos muita oferta de cor. Tento fugir do azul, mas não consigo. O que mais cheguei perto foi de um cinza e de um bege e não era isso que eu queria.

OBSERVAÇÃO: Nesse momento, Natália olha para o marido como se esperasse aprovação para responder o contrário do que respondeu.

Peça 4- Eu não usaria por causa do tecido, que acho que não é confortável, por essa gola também, não são roupas práticas de usar.

Peça 5- Acho que a roupa azul pra menina é mais aceitável que a roupa rosa pra menino. E essa estampa é “fofa”, é neutra. Antônio tinha uma calça lilás com estampa floral, mas a gente só usava em casa. Não usava pra sair, porque eu não queria que me questionassem do porquê ele estava usando aquela cor, aquela estampa. Mas eu gosto de lilás, inclusive no dia em que eu comprei o enxoval, comprei junto um lavador de mamadeira lilás e a vendedora logo sinalizou: “Ei! Isso é de menina, viu!” Aí eu respondi: “É, mas quem vai usar sou eu, a criança não vai lavar suas próprias mamadeiras”.

OBSERVAÇÃO: Ela fez uma expressão de quem não gostou do questionamento da vendedora.

Peça 6- É difícil encontrar roupas dessa cor pra menino, é sempre azul, branco e cinza. A gente quase não encontrou roupa dessa cor.

Peça 7- Estampa de coração faz parte do universo feminino, como os sorvetes, arco-íris, unicórnio, mas eu repito: que eu sempre busco evitar ter que dar explicação às pessoas do porquê meu filho estar usando isso ou aquilo.

PEÇA 8- É uma das estampas que mais encontramos na seção masculina, e eu acho sem gênero, qualquer uma criança pode usar, embora nunca vi na seção feminina. Às vezes vou lá quando vou presentear minha sobrinha.

ENTREVISTA 2

Peça 1-Usaria sim, porque a calça protege dos insetos, isso é bom.

Peça 2- Usaria sim, é básico.

Peça 3- Não, mas não por causa da cor. Eu tenho várias roupas cor-de-rosa, mas essa estampa de sorvete é feminina. Se fosse uma peça rosa com uma estampa mais masculina, eu usaria, mas essa não.

Peça 4- Não usaria, aparentemente é desconfortável.

Peça 5- Usaria sim, estampa bem de menininho.

Peça 6- Eu gosto de preto, eu me visto muito preto, mas não tem muita opção dessa cor de roupa, só tem azul bebê, verde bebê, e a gente comprou essas cores por falta de opção mesmo. Quando ele era menor, eu queria ter vestido ele mais parecido comigo, mas não consegui

Peça 7- Não!! Imagina, uma roupa azul ou preta com estampa de unicórnio! Não é uma roupa masculina, não ia ficar legal.

Peça 8- Usaria, gosto de estampa de animais. É bacana.

ENTREVISTA 3

Peça 1- Usaria sim, pelo conforto

Peça 2- Não é uma peça que chamaria minha atenção numa loja, mas, sim, usaria.

Peça 3- Sim, claro.

OBSERVAÇÃO: Ela sorriu antes que eu fizesse a pergunta, por se tratar de uma roupa cor-de-rosa, eu acredito.

Peça 4- Achei masculina. Acho que não é confortável, pelo tecido também

Peça 5- Usaria, talvez não usaria pra sair na rua, usaria em casa.

Peça 6- Sim. É uma cor que não é de menino ou de menina, embora ela não tenha roupas dessa cor.

Peça 7- Embora seja azul, é uma estampa feminina.

Peça 8- Eu acho lindo temática de animais, eu usaria.

ENTREVISTA 4

Peça 1- Usaria, usaria tranquilamente, me parece ser confortável.

Peça 2- Usaria sim, é bonita.

Peça 3- Sim, é uma roupa de menina, bonita, confortável.

Peça 4- Eu achei essa estampa de menino e essa gola é muito masculina, não gostei. Não usaria nela.

Peça 5- Eu não usaria na minha menina, achei de menino essa estampa com essas cores.

Peça 6- Ela ganhou muitas coisas e vieram roupas bastante coloridas, e ainda não tivemos a oportunidade de comprar roupas para ela nesse estilo. E essa estampa não é de menino ou menina. Eu usaria sem dúvida

Peça 7- Usaria, por conta da estampa.

OBSERVAÇÃO: Nesse momento percebi a importância da mistura de cores com a estampa que existe preestabelecido o que é uma estampa feminina e masculina, e que a opinião alheia é algo que é levado em consideração no momento da escolha da roupa.

Peça 8- Só usaria se ela ganhasse uma roupa dessas, mas não compraria. Ainda acho que é uma estampa um pouco masculina.

ENTREVISTA 5

Peça 1- Para a idade dele, agora, 1 ano e 6 meses, não, mas quando ele era bebê, eu usava bastante e era esse tipo de conjuntinho que eu usava, o body e a calça. Mas agora, com 1 ano e 6 meses, não.

Peça 2- Eu usaria sim, porque é básico, e quando tá friozinho, eu coloco um casaquinho por cima, aí é bem prático. Por causa disso, body é bom, porque não fica subindo, aí é bem prático por isso. Meu filho é um menino, mas se fosse uma menina eu também usaria com uma saia ou com um lacinho, fazendo uma combinação.

Peça 3- Não usaria. Não só pela cor, a estampa é muito feminina, aí eu não usaria. Não é que eu não use rosa no meu bebê, mas eu acho que o sorvetinho junto com o rosinha puxa mais pra o feminino. Se fosse só rosa, eu usaria combinando com outra cor.

OBSERVAÇÃO: Observei que a entrevistada media as palavras pra justificar a resposta, por receio de parecer preconceituosa.

Peça 4- Usaria, porque esse estilo de gibi e tal é bem o estilo que eu gosto pra meu bebê, e tem uma aparência mais social com essa golinha, e também é mais

prático ainda, porque ele abre de cima até embaixo. Porque numa emergência, se ele faz um cocozinho que vazou, aí eu já abro logo e limpo.

Peça 5- Usaria, porque é azul, tem o barquinho, é super assim, o estilo que eu gosto pra meu bebê, eu super usaria. E também é sem manga, no calor é ótimo.

OBSERVAÇÃO: Ela ficou bem entusiasmada com a apresentação dessa peça, acredito que pela peça seguir as características tradicionais de roupas direcionadas ao gênero masculino.

Peça 6- Usaria sim, preto é básico, combina com várias cores. A estampa remete a leite, apesar do meu bebê ser alérgico a leite, mas não tem nada a ver eu usar a roupinha nele com leite, não tem nada a ver. Sem manguinhas também, por causa do calor é bom.

Peça 7- Esse não usaria, mesmo sendo azul marinho, os corações e tal, remete mais a menina.

OBSERVAÇÃO: Mais uma vez as estampas se sobressaíram das cores e foram significativamente os motivos das escolhas dos respondentes.

Peça 8- Sim, as cores e a estampa remetem a menino, o azul junto com o laranja remete bem a menino.

ENTREVISTA 6

Peça 1- Sim, achei linda, usaria na mais novinha pelo tamanho, no menino de 2 anos não dá mais nele, se desse, eu usaria nele também. Porque a cor bege é neutra, colocaria um sapatinho ou lacinho nela. O aplique tá lindo.

Peça 2- Usaria tranquilo, tanto nele quanto nela, você pode combinar o body com uma sainha com um short-saia, com calça com bermuda, uma malhinha boa, usaria tranquilo.

Peça 3- Usaria só na menina, usaria no menino em casa, se por acaso faltasse roupa, estivesse frio, por conta da cor rosa. Eu ainda sou retrógrada em colocar uma roupa rosa com aparência de menina em um menino. A cor rosa está em destaque, os sorvetes estão nas cores rosa, bem feminina, uma roupinha bem feminina, mesmo se colocar uma calça jeans no menino ainda ia ficar estranho. Não iria ficar legal, mesmo combinado com uma bermuda, a blusa não ficaria bom não. O tecido é bom, uma malha fresquinha, mas a cor não. Porque tem camisas que, mesmo sendo rosa, com padrão masculino, dá pra usar. Se fosse uma camisa de gola dava pra usar, um

rosa liso sem estampa, porque essa estampa ajudou ficar mais feminino. Tá muito rosa! (esbravejou a entrevistada). O rosa no sentido muito menina (sorriu).

OBSERVAÇÃO: A respondente respondeu de forma bem humorada com a possibilidade de usar uma roupa rosa no seu filho. Mãe de dois, ela procura seguir a linha tradicional de uso de roupas.

Peça 4- Assim, a peça está aparentemente masculina, né? Fica perfeito uma bermudinha, uma calça. Mas eu também usaria na menina, porque você pode pôr um lacinho, uma sainha jeans lisa. Fica bonito se fizer uma composição diferente, mesmo tendo uma estampa masculina, mas fica bonito. Eu usaria nos dois.

Peça 5- Usaria em qualquer um dos dois, não está tão masculino por conta da estampa de barquinho, dá pra usar na menina também. Mesmo parecendo masculino por conta da estampa, dá pra usar na menina, porque é só enfeitar a menina. Colocando uma saia, a gente consegue quebrar o peso da estampa; se fosse ao contrário, por exemplo, aquele body rosa não tem como fazer essa quebra com o menino, porque é muito feminino. Tem roupas de menina que é impossível usar em um menino, mas as roupas de menino a gente consegue usar na menina.

Peça 6- Usaria nos dois, tranquilo. É neutro, o preto. Colocando uma roupinha por cima, uma peça branca, uma saia pra a menina. Porque as garrafinhas de leite não mostram se é pra menino ou pra menina, tá bem neutro (a estampa), tá unissex.

Peça 7- Só na menina, porque esse coraçãozinho tá muito rosa, muito chamativo, bem ‘acesinho’ (deu uma gargalhada). Parecendo que tá se destacando como uma estrela. Um céu estrelado de coração (sendo bem irônica). Pra o menino já chama demais atenção, usaria não no meu filho. Só na menina mesmo.

Peça 8- Eu usaria nos dois, mesmo tendo uns bichinhos puxando mais pra o azul eu usaria, tem uma cor de terra, né? Neutro, tá bonito. Eu usaria nos dois, animalzinho com fundo claro, né? Tá lindo.

ENTREVISTA 7

Peça 1- Sim, usaria nos dois. Porque é prático, fica mais preso à blusinha e quando eles estiverem engatinhando, não fica saindo a blusinha. E usaria nesse momento por que está frio, então eu usaria esse tipo de calça neles. Como eles estão engatinhando, usaria por esse motivo também. Se fosse numa cor mais viva, eu preferiria outra tonalidade, mas o modelo em si tá bonitinho, eu uso.

Peça 2- Usaria também, mesmo ele não tem aplique, não tendo nada, porque o que importa é o tecido bom, que ele seja 100% algodão ou com algum 'elastanozinho'.

Peça 3- Só usaria na menina.

OBSERVAÇÃO: Ela não falou os motivos e eu refiz a pergunta, pedi pra que ela explicasse os motivos.

Porque hoje eu uso assim! Rosa na menina e azul no menino, além de eu ter determinado isso, por outras questões que eu acredito. Tipo, ele brinca com a bonequinha dela e com o bonequinho dele, mas, às vezes, eu deixo bem claro que a boneca é dela, tome aqui seu bonequinho, esse é o seu. Entendeu? Por uma questão social mesmo do que eu acredito, é realmente do que eu acredito essa questão de cores. Eu dou camisa rosa para meu esposo, mas ele é adulto, então tá tranquilo, mas ele, criança, não. Eu que defino as cores pra ele, as cores que eu acredito que são de menino e as cores que eu acredito que são de menina.

Peça 4- Eu usaria no meu menino, desde que coubesse nele, na menina, não. Porque eu acho que é uma camisa com mais carinha de menino, olhando assim, sei que não caberia. Por exemplo, esse tipo de camisa não dá nele, porque ele é gordinho. Os dois não gostam de nada apertado, sempre compro roupa maior. Na verdade, eles não gostam de roupas que tenha dificuldade de vestir. Não gosto de vestir nada que dê muito trabalho, por mais que fique bonito. Aparentemente, essa roupa não é fácil de vestir.

Peça 5- Usaria no meu menino, na menina por conta da cor não. Eu gosto de usar nela as roupas rosinha mesmo, lilás, amarelo. Eu tenho um body amarelo que eu visto nos dois. Tipo, se tiver uma roupinha dele suja ou estiver enxugando, eu visto as dela nele, mas meu esposo reclama. Aí eu digo: “Pronto, ele não sabe nem o que é isso”. Aí eu acabo aceitando, mas já aconteceu isso. Mas isso só dentro de casa, não faço na rua. Até porque minha menina é a cara do pai, então se eu não vestir uma roupinha de menina nela, ela fica parecendo um menino. Então se eu não vestir as roupinhas direito, o povo pensa que é ao contrário. Como ele é galeguinho, careca, então às vezes as pessoas pensam que eu tenho duas meninas e comentam: “suas duas meninas são lindas”. Aí eu digo: “não são duas meninas, é um menino e uma menina”. Ou acham que são dois meninos, como ela é a cara do pai, então ela passar por menino. Então tem que definir, tem que colocar uma roupinha nela e pôr o lacinho e o brinquinho que é pra diferenciar mesmo.

Peça 6- Usaria nos dois, mas prefiro não usar roupas pretas em crianças, não acho legal. É uma cor muito escura.

Peça 7- Achei essa peça linda, mas, por conta da estampa, não usaria no meu menino.

Peça 8- Achei bem a cara do meu menino, não usaria nela.

ENTREVISTA 8

Peça 1- Não, pois não tem aspecto de roupa de menina, por conta da cor. O bichinho combina com os dois.

Peça 2- Compraria, porque é uma cor neutra.

Peça 3- Esse, sem dúvida, eu compraria (risos). Já sorrio ao retirar a peça da mochila, tá lindo!

Peça 4- Esse tá na cara que é pra menino (risos). Não que eu seja preconceituoso, mas parece que tem uma gravata na frente, essa roupa foi feita exclusivamente pra menino (risos).

Peça 5- Cara fechada (acenou logo com a cabeça negativamente) também não. Pelo azul, que é uma cor de menino, não é pela estampa. Acho até que o desenho serve pra menina, mas azul, não.

Peça 6- Compraria o pretinho básico, acho que o preto é pra todos os sexos. Acho neutro por conta da cor e da estampa.

Peça 7- É azul, mas a estampa é de menina, um menino jamais usaria estampa de coraçãozinho. Esse eu compraria, mesmo eu achando que azul é de menino, a estampa não é. Bicho, bonecos são pra meninos. Vão dizer que o menino é fresco usando essa estampa, deixa pra ele descobrir o que ele quer ser quando crescer (risos).

Peça 8- Ela já teve uma roupa assim. Usaria sim, a estampa tá neutra, animais combina com menino e menina. E a cor da estampa também é neutra.

ENTREVISTA 9

Peça 1- Usaria, porque é super prático pra tirar e combina pra qualquer ocasião, pra sair, pra ficar em casa.

Peça 2- Sim, usaria, porque qualquer peça que eu colocasse embaixo ficaria bom, porque é bem neutro a cor, uma saia, um short, uma calça, né?

Peça 3- Usaria, porque também serve pra todas as ocasiões. O bebê fica mais à vontade pra ficar em casa e pra sair.

Peça 4- Não usaria, eu achei a estampa agoniada, muita informação, desproporcional. Não usaria, também porque tem gola, acho muito quente. Por questão de conforto.

Peça 5- Usaria, porque deixa o bebê mais à vontade, e por questão de conforto, não tem manga, não aperta. Sempre prezo pelo conforto, porque a criança não fala e não sabe dizer o que tá incomodando. Então dou preferência ao conforto independente de cor ou estampa.

Peça 6- Usaria, se fosse no menino porque achei a estampa diferenciada.

Porque você usaria só no menino e não na menina?

Peça 7- Porque o preto é um tom muito fechado e acho que combina mais com menino, achei masculino.

Peça 8- Usaria, porque é uma estampa diferenciada que quase ninguém tem. E ela se sentiria confortável. Como falei antes, gosto de conforto, praticidade e estampas diferenciadas.

ENTREVISTA 9

Peça 1- Usaria. Eu usaria mais pra o menino, mas usaria na menina também. Mas assim, eu usaria mais no menino, combina mais.

Peça 2- Sim usaria, porque qualquer peça que eu colocasse embaixo ficaria bom, porque é bem neutro a cor, uma saia, um short, uma calça, né?

E você, Rogério?

Peça 3- Usaria só nana menina (risos).

COMENTÁRIO DA RESPONDENTE: Ai que linda, eu gostei!!! (a mãe enquanto eu apresentava a peça)

Peça 4- Usaria só no menino, achei esse modelo bem masculino, por causa da estampa.

Peça 5- Usaria nos dois, porém, se eu fosse fazer o enxoval pra uma menina, eu não compraria, eu preferiria comprar outras cores, mas usaria nos dois. Não que eu não use azul em meninas, mas quando eu vou comprar pra presentear, prefiro outras cores.

OBSERVAÇÃO: Percebo aqui e em falas anteriores que as pessoas temem a forma como irão falar sobre os assuntos e explicar os motivos que as fazem usar ou não uma roupa numa criança. As pessoas temem em serem chamadas de preconceituosas.

Peça 6- Eu usaria nos dois. Preto é universal

Peça 7- Eu só usaria na menina. Por conta da estampa, achei que não combina muito pra menino.

Peça 8- Eu usaria nos dois, acho unissex.

Focus group

Peça 1

W- Esse eu não compraria de jeito nenhum. Achei essa cor muito feia. Uma cor muito apagada, não gostei desse conjunto.

H- Não gosto nesse tipo de tecido, mas se fosse num brim ou tactel, eu compraria. Ela parece algo já desgastado. E essa cor dá essa impressão. E a criança ainda nem usou e quando usar vai ficar desgastada mais rápido, né? Eu acho isso.

C- Usaria, porque é super prático pra tirar e combina pra qualquer ocasião, pra sair, pra ficar em casa. Dá pra usar em menino e em menina, pois o body combina com uma saia ou com uma bermudinha [...] e serve pra qualquer ocasião, mas não seria minha primeira opção de compra.

Peça 2

W- Gosto de usar body diariamente, porque são peças práticas para trocar a fralda com mais frequência. E como é neutro, dá pra usar em menino ou menina.

H- Eu usaria sim, porque é básico e quando tá friozinho eu coloco um casaquinho por cima aí é bem prático por causa disso, body é bom porque não fica subindo, aí é bem prático por isso. Meu filho é um menino, mas, se fosse uma menina, eu também usaria com uma saia ou com um lacinho fazendo uma combinação.

C- Eu gosto de comprar verde, azul marinho, azul piscina, preto, branco, puxando mais pra essas cores, mas essa paleta marrom, bege, eu não compra muito pra ele não. Ele tem uma calça meio laranja, meio caqui, mas de outro material.

Peça 3

H- Eu não compraria, achei a estampa desse com cara de pijama

Peça 4

W- Compraria, se fosse um rosinha goiaba com essa estampa, não gostei dessa cor de fundo.

H- Eu compraria esse body de estampa de gibi, com ele eu posso usar com uma saia pra deixar a roupa com cara de menina. Já esse body rosa, eu não compraria pra sair pra minha menina, porque achei essa estampa com cara de pijama.

R- Não compraria, achei que o tecido parece desconfortável.

Peça 5

W- É básico, mas é bem a cara de menino. Compraria sim.

H- Compraria se eu tivesse um menino, as roupas pra menino é geralmente mais difícil de encontrar mesmo. Quando eu estava grávida do menino, eu tinha muita dificuldade de encontrar e sempre encontrava as mesmas coisas: branco, verde e azul marinho. Acho que o mercado deveria investir mais nisso.

C- Roupa pra menina tem mais opção, pra menino é aquelas mesmas golas carecas em lojas diferentes. Pra menina, as roupas têm uma variedade maior de cor, estampa e leva outros enfeites, como pérolas, laços, bordados... A variedade de menino é menor, é como se fosse qualquer coisa, muda coleção e eles ficam fazendo a mesma coisa, e a de menina mais elaborada. Essa eu compraria mesmo assim.

Peça 6

W- É difícil encontrar roupa preta pra criança, mas eu compraria, sim.

C- Sim, básico e bonito, gostei.

H- Eu achei lindo, compraria também.

Peça 7

H**-** Assim, como minha filha ainda é um bebê, eu usaria nela porque esse body é neutro. Você ataca embaixo e ele não fica subindo, porque quando anda com ela no braço, não fica aquela roupa lá em cima no pescoço do menino, calça embaixo e o ‘bucho’ mostrando. O body não, o body prende embaixo e não fica subindo, o menino não fica desmantelado. Eu coloco um sapato rosa nela, um laço e fica bem arrumadinha.

C- Geralmente, coração a gente não vê muito em menino não. Já esse preto, você pode usar nos dois, combina, é unissex. Geralmente, esse azul clarinho é o que se usa mais em menino, né? Eu tô vendo aqui um barquinho, acho os dois de baixo mais masculino. Mesmo sendo o mesmo modelo, porque todos são bodies, né? São as estampas que são mais masculinas.

W- O do coração, eu não compraria não, mesmo variando a cor. Porque coração remete à estampa feminina, e pra ele eu não usaria.

Peça 8

W- Gostei, usaria sim.

H- Gostei, mas não seria minha primeira opção de compra, só usaria se ela ganhasse.

C- Assim, sinto falta de encontrar roupa básica. A gente encontra muita coisa com tema, estampada com carro, como boneco. E eu sinto falta de encontrar algo liso, sem nenhuma temática. Esse body é bonito, mas prefiro roupa lisa. A gente comprar as roupas dele parecidas com a do pai, com o mesmo estilo.