



Septiembre 2016 - ISSN: 1988-7833

DESIGNAÇÕES DE GÊNERO NA MODA PARA BEBÊS: UM OLHAR REFLEXIVO

Marianna Ribeiro Pires

Bacharel em Moda, Universidade Feevale (Brasil)
mariannaribeiropires@gmail.com

Claudia Schemes

Possui graduação em História pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos-UNISINOS (1987), mestrado em História Social pela Universidade de São Paulo - USP (1996) e doutorado pela Pontifícia Universidade Católica do RS - PUC (2006). Professora dos cursos de graduação de História e Design de Interiores e do Programa de Pós Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale (Brasil)
claudias@feevale.br

Denise Regina Quaresma da Silva

Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq. Pós-doutora em estudos de Gênero Psicóloga, docente da Universidade Feevale (Brasil) do curso de Psicologia, do Programa de Pós-Graduação em Diversidade e Inclusão Social e do Centro Universitário Unilasalle (Brasil) do curso de Psicologia e do Programa de Pós-Graduação em Educação
denisequaresmadasilva@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Marianna Ribeiro Pires, Claudia Schemes y Denise Regina Quaresma da Silva (2016): "Designações de gênero na moda para bebês: um olhar reflexivo", Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales, (julio-septiembre 2016). En línea: <http://www.eumed.net/rev/ccss/2016/03/bebes.html>

RESUMO: Este trabalho promove uma discussão sobre as designações de gênero presentes na moda para bebês, analisando se as roupas ofertadas pela moda infantil levam em consideração o que está definido culturalmente como sendo de menino ou de menina no que se refere a estilo, cores, estampas e/ou elementos decorativos, e se os modelos que apresentam características que tradicionalmente são considerados para uso exclusivo de bebês de determinado sexo, são confeccionados para ambos. Teoricamente, resgatamos alguns aportes para a compreensão do tema, especificamente a partir dos Estudos de Gênero. Metodologicamente, trata-se de um estudo bibliográfico, qualitativo e de natureza exploratória. Concluímos que as marcas brasileiras, de um modo geral, seguem um padrão baseado na distinção de sexos, porém existem marcas de roupas infantis em outros países que apresentam novas possibilidades para pais e mães refletirem sobre as construções de gênero ao vestirem seus filhos e filhas, permitindo liberdade e democracia na moda, apontando novos rumos para construir uma sociedade com mais igualdade de gênero.

PALAVRAS-CHAVE: Vestuário Infantil, Gênero, Cultura.

GENDER DESIGNATION ON BABIES' FASHION: A REFLECTIVE LOOK

ABSTRACT: This paper promotes a discussion about gender constructions in baby fashion, since most of the brands have a traditional modeling that maybe strongly identified as male or female orientated as regards a style, colors, prints or decorative elements, and if models have characteristics that are traditionally considered exclusive for one particular sex of babies, are made for both. Theoretically, we redeemed some contributions to the understanding of the subject, specifically from the Gender Studies. Methodologically, it is a bibliographical study,

qualitative and exploratory. We conclude that the Brazilian brands, in general, follow a pattern based on the distinction between sexes, but there are children's clothing brands in other countries with new opportunities for parents to reflect on gender constructions to dress their sons and daughters, allowing freedom and democracy in fashion, pointing new directions to building a society with more gender equality.

KEY WORDS: Children`s, clothing, Gender, Culture.

INTRODUÇÃO

Este estudo propõe-se a problematizar as designações de gênero presentes no vestuário infantil no segmento bebê. O mesmo se faz importante, pois existem estudos de gênero em outras áreas, como na educação, por exemplo, porém na moda praticamente inexistem estes estudos.

Neste sentido, buscamos analisar se as roupas dos bebês ofertadas pela moda infantil levam em consideração as designações de gênero, no que se refere a estilo, cores, estampas e/ou elementos decorativos, já definidos culturalmente como sendo de meninos ou de meninas? Os modelos que apresentam características que tradicionalmente são considerados para uso exclusivo de bebês de determinado sexo, são confeccionados para ambos os sexos?

Metodologicamente, trata-se de um estudo bibliográfico, qualitativo e de natureza exploratória, pois “tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando sua definição e seu delineamento” (PRODANOV; FREITAS, 2009, p.62).

Postulamos que a discussão e exploração destas indagações possam contribuir com o planejamento e desenvolvimento de produtos de vestuário destinados ao público infantil.

1. CONCEITUANDO GÊNERO

O termo gênero vem sendo utilizado para descrever as diferenças sexuais dos indivíduos, porém, estas diferenças não devem estar relacionadas ao determinismo biológico, ou ao argumento de que “homens e mulheres são biologicamente distintos e que a relação entre ambos decorre dessa distinção” (LOURO, 2001, p.20).

Ao contrário, esta autora evidencia que a distinção sexual serve, justamente, para justificar a desigualdade social. Neste sentido, acredita ser necessário demonstrar que a definição de gênero não é propriamente fixada pelas características sexuais, mas sim pela “forma como essas características são representadas ou valorizadas, aquilo que se diz ou se pensa sobre elas que vai constituir, efetivamente, o que é ser feminino ou masculino em uma dada sociedade e em um dado momento histórico” (LOURO, 2001, p.21).

Scott (1989, p. 7) afirma que gênero “é uma maneira de se referir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas dos homens e das mulheres”. Ao tratar do tema, a autora traz ao cerne das discussões a questão da desigualdade, explicando que o termo faz parte das tentativas de feministas contemporâneas em reivindicar certa definição e “insistir sobre o caráter inadequado das teorias existentes em explicar as desigualdades persistentes entre mulheres e homens” (Ibidem, p. 19).

Deste modo, gênero indica uma construção social dos papéis de homem e de mulher, e não uma diferença biológica. Porém, é importante salientar que “gênero se constitui com ou sobre corpos sexuados” (LOURO, 2001, p. 22), ou seja, a questão biológica não é negada, mas uma construção social é produzida sobre as características biológicas.

Nos estudos de gênero, a prática social se dirige aos corpos e se refere ao modo como as características sexuais são representadas; através dessa prática social, são construídas e reproduzidas as relações entre os sujeitos. Neste sentido, gênero passa a ter um enfoque relacional, porém, o caráter social do feminino e do masculino deve considerar as distintas sociedades. O aspecto relacional não deve, no entanto, se referir a papéis masculinos ou femininos, pois estes seriam padrões estabelecidos em uma sociedade aos seus membros, definindo seus comportamentos, seus modos de se relacionar, de se portar e de se vestir, e apesar de utilizada por muitos, “essa concepção pode se mostrar redutora ou simplista” (LOURO, 2001, p.24).

Butler (2012, p. 26) salienta que “a ideia de que o gênero é construído sugere certo determinismo de significados de gênero, inscritos em corpos anatomicamente diferenciados, sendo esses corpos compreendidos como recipientes passivos de uma lei cultural inexorável”. Esta autora conclui que, quando a cultura constrói o gênero nesta lei, “tem-se a impressão de que o gênero é tão determinado e tão fixo quanto a formulação de que a biologia é o destino”, mas que neste caso, “não a biologia, mas a cultura se torna o destino” (BUTLER, 2012, p. 26).

2.VESTUÁRIO INFANTIL: MENINOS NÃO VESTEM ROUPAS COR DE ROSA E NÃO CHORAM...

No Brasil, a grande maioria das marcas trabalha com distinções de sexo, separando as vestimentas em roupas de meninas e meninos. Acredita-se que esta categorização dos sexos, também possa ocorrer em outros países e seja consequência de uma construção social que objetive uma forma de controle, como apontam Maschietto, Ferro e Santos (2012, p.93): “atribuir previamente ao sujeito uma série de categorias é uma forma de manter o controle social [...], não permitindo condutas que fujam à norma”.

Em termos de vestuário, Teófilo (2010, p. 8) nos diz que “os condicionamentos e regras impostas no âmbito do vestir são tão consistentes e vigorosos que parecem naturais da vivência humana quase que inquestionáveis”. Assim, o que se vê na moda infantil, de modo geral, são categorizações que seguem uma normatização. Desta forma, aqueles que são subversivos a códigos sociais ficam sujeitos a situações de exclusão, porém o sentimento de pertencimento por parte de um indivíduo em relação a um grupo exige que a roupa que ele utilize também esteja em sintonia com os demais membros (TEÓFILO, 2010). Isto explicaria a aceitação das pessoas perante as normas estabelecidas, pois produz um sentimento de inclusão social.

É possível afirmarmos que a construção de padrões, ou seja, do que seria aceitável ou não para determinado sexo, é uma forma de dominação, as escolhas que as pessoas fazem muitas vezes acabam sendo as mesmas que seus pais, pois tais papéis foram passados desde o nascimento, e a criança entende suas escolhas como sendo naturais. Aqueles que fugirem das regras e padrões impostos pela sociedade e fizerem escolhas diferentes das hegemonicamente estabelecidas, como por exemplo, uma menina que opta por vestir-se com roupas de aparência masculinizada, ou um menino que gosta de brincar ou vestir roupas que socialmente e culturalmente são determinadas às meninas, possivelmente serão apontados como sendo anormais, com desvios psicológicos e de conflitos de identidade.

Até o momento em que as crianças poderão fazer suas escolhas sozinhas, ainda continuarão como seres passivos criticamente e “dessa forma, a imposição de roupas não pode ser por elas questionada” e a “própria noção de infância passada para as crianças dificulta a capacidade de se criar um senso crítico, e facilita a aceitação daquilo que é imposto pela sociedade” (MASCHIETTO; FERRO; SANTOS, 2012, p. 95). Para estes autores “esse processo começa cedo: bebês cujo sexo normalmente não pode ser estabelecido à primeira vista são frequentemente vestidos com cores, tecidos e estilos de roupas que os diferenciam e anunciam seu sexo para o mundo” (Ibidem, p.95).

Nessa assertiva, a roupa é uma extensão da identidade do indivíduo, “a nudez do nascimento permite, então, que o corpo seja tratado como ausente de identidade e o nascimento, portanto, é o primeiro passo para a construção do ser” (MASCHIETTO; FERRO; SANTOS, 2012, p.93). Teófilo (2010, p.9) concorda com esse conceito: “através de tais imposições o vestuário exerce muito bem uma das principais funções que lhe foi destinada, que não se pense tratar-se somente a de nos proteger [...], mas, sobretudo, a de envolver o corpo num conjunto de hábitos conferindo-lhe uma identidade social”. Esta autora conclui que sendo assim, “o vestuário é um dos mais eficazes modos para se conhecer uma sociedade, pois este é fruto da mesma” (TEÓFILO, 2010, p.9).

Mas, na moda infantil, quais imposições seriam essas? Analisando algumas marcas, pode-se perceber alguns costumes no desenvolvimento do vestuário que, pela recorrência, legitimam-se como naturais, ou seja, podemos perceber que no vestuário infantil determinadas cores ou elementos são utilizados tipicamente como sendo de meninos ou de meninas.

Em nossa sociedade ocidental, por exemplo, tem-se o azul como uma cor masculina e cor de rosa como uma cor feminina. Tal imposição é tão forte e tão aceita que, ao se

descobrir o sexo de uma criança que está para nascer, recorrentemente as escolhas das roupas ou das decorações que irão compor o quarto do bebê baseiam-se nessas duas cores: azul para os meninos e rosa para as meninas. O azul simboliza a imensidão do céu e do mar, destinando aos meninos a vida pública, as aventuras, o desbravamento e a coragem. Já a cor de rosa simboliza a delicadeza e a fragilidade atribuídas as mulheres, que por estas designações de gênero, são destinadas a ficarem confinadas na vida privada no lar.

Keller e Araujo (2015, p. 228) nos mostram o valor da simbologia que foi atribuída a essas duas cores, explicando que pouco importa o objeto, mas que as cores parecem importar: “o consumo de objetos das cores rosa ou azul ajuda a constituir uma representação normativa do gênero, pouco importando a função prática do objeto, mas com foco na questão simbólica atrelada à cor”.

Porém, nem sempre a cor azul e rosa foram determinadas da maneira como são na atualidade, pelo contrário, no século XII o azul era uma cor feminina e a cor de rosa uma cor masculina. A cor azul era relacionada ao manto azul da Virgem Maria, assim, criou-se o hábito de associar a cor azul às meninas, que deveriam se manter virgens até o casamento (TEÓFILO, 2010).

Heller (2014, p. 33) também ressalta esta questão quando evidencia que “o azul como cor feminina teve sua importância fundamental na pintura antiga, por ser a cor simbólica da Virgem Maria, a mulher de maior destaque no cristianismo”, e complementa afirmando que “à virgem e ao azul pertencem as tão citadas qualidades femininas, como passividade, reserva, busca por harmonia, amor à ordem [...] o azul é o polo oposto, passivo e tranquilo do vermelho, ativo, forte e masculino”. Sendo assim, a cor de rosa é uma cor que deriva do vermelho e que através das cores também são esperados comportamentos específicos.

Quanto aos elementos decorativos do vestuário infantil, estampas, ou estilos em geral, também é possível identificarmos uma normatização que parece reger as marcas. Dentro desta perspectiva é comum encontrarmos nas roupas para meninas as flores, os corações, os laços e babados, motivos de princesas, entre outros que expressem, de um modo geral, uma certa delicadeza. Já, para os meninos, são recorrentes os motivos de aventura e ação, como estampas de meios de transportes, animais, esportes ou gravuras de heróis. Dessa forma, os criadores de moda infantil parecem não lembrar de que meninas também podem gostar de aventuras, de esportes, de animais e de se sentirem superpoderosas, e de que meninos também podem gostar de flores, corações ou da cor rosa.

3. ANÁLISE DOS DADOS: GÊNERO E VESTUÁRIO INFANTIL

Para problematizar as designações de gênero existentes no vestuário infantil, propomos a análise de algumas marcas de vestuário infantil, como as marcas brasileiras *Zig Mundi* e *Paraíso*, a americana *Handsome in Pink* e a sueca *Polar O. Pyret*. Na continuidade, apresentamos as marcas, com as respectivas justificativas da escolha das mesmas.

Analisando as marcas brasileiras *Zig Mundi* e *Paraíso*, é possível perceber que seus produtos seguem uma tipificação baseada em construções específicas de gênero orientadas pelo sexo da criança. A escolha por estas duas marcas se deu pelo fato de que as duas são de abrangência nacional, sendo a *Paraíso* situada na cidade capital nacional da moda bebê¹, Terra Roxa, no Paraná.

¹ Informação retirada do site oficial do município. Disponível em: < <http://www.terraroxa.pr.gov.br>>. Acesso em: 25/12/2015.

Quadro 1: Produtos sexualmente tipificados das marcas *Zig Mundi* e *Paraíso*



FONTE: Elaborado pelas autoras²

No quadro de número 1, temos exemplos de produtos da marca *Zig Mundi* (figuras 1 e 2) e *Paraíso* (figuras 3 e 4). A figura de número 1, um *body* de cor rosa, é destinado às meninas. Com isso, a marca optou por um produto com atributos considerados socialmente como femininos: além da cor, temos presente uma manga com frufus, a estampa de um *cupcake* e a frase “Meu docinho”, dando a ideia de doçura, meiguice e delicadeza, características atribuídas culturalmente às meninas. Já, na figura de número 2, temos um *body* cuja imagem foi retirada da seção dos meninos no site da empresa, e mostra uma estampa de dinossauro, nos apresentando a ideia de coragem, força e nos remetendo a um contexto de aventura, sugerindo tais características como comuns aos meninos.

Nas figuras de números 3 e 4, da marca *Paraíso*, temos mais alguns exemplos: na figura 3, um macacão rosa, com babados, laço, e pedrinhas que brilham formando o desenho de uma coroa. A leitura que pode ser feita através desse símbolo, é que a roupa se destina a uma “princesa”, colocando as meninas em uma posição romantizada. Já, o que observamos na figura 4 é um macacão azul, apresentando a ideia de movimento através da aplicação de um carrinho, imagem frequentemente usada nas roupas infantis masculinas.

Quadro 2: Produtos que propõem novas construções de gênero das marcas *Handsome in Pink* e *Polarn O. Pyret*

² Figuras 1 e 2 disponíveis em: <<http://lojaonline.zigmundibebe.com.br>>. Acesso em: 25/12/2015.
Figuras 3 e 4 disponíveis em: <<http://paraisomodabebe.com.br/lookbook>>. Acesso em: 25/12/2015.



FONTE: Elaborado pelas autoras.³

No quadro de número 2 apresentamos roupas que propõem novas construções de gêneros para as crianças. As marcas foram escolhidas a partir de uma pesquisa com empresas que já trabalhassem com uma proposta de gênero neutro e que atendessem ao segmento da moda bebê. A partir desta busca, foram encontradas somente marcas estrangeiras, nos fazendo acreditar que em nosso país ainda exista certa resistência quanto a esta questão. Nesse sentido, as marcas escolhidas para a análise foram a americana *Handsome in Pink* e a sueca *Polar O. Pyret*.

Nas figuras de números 1, 2 e 3 analisamos os produtos da *Handsome in Pink*. Na figura de número 1, temos um *body* com a expressão “*Big Guy*”, que em português quer dizer “Grande cara”. O diferencial desse produto é que a expressão que é destinada a um menino está escrita na cor rosa e com *glitter*, evidenciando certa ousadia da marca, em comparação com a grande maioria do que é encontrado no mercado de vestuário infantil.

Nesta mesma linha, observamos na figura de número 2, um *body* unissex na cor roxa, estampado com a figura de uma moto na cor rosa. As cores tipicamente femininas e a moto como elemento tipicamente masculino se integram para um uso democrático por ambos os sexos e gêneros. O mesmo acontece na figura de número 3, uma blusa com estampa de foguete, figura recorrentemente destinada de forma cultural para os meninos, porém em rosa, cor culturalmente destinada para as meninas.

Ainda na linha de novas construções de gênero, apresentamos nas figuras de números 4, 5 e 6, os produtos da marca Polar. O Pyret. Na figura de número 4 temos um *body* em tons de branco, roxo e rosa, com predominância da cor rosa, em um padrão de estampas de leões. O leão é um animal frequentemente visto nas roupas de meninos e que simboliza a coragem, pelo fato do animal ser conhecido como o “rei da floresta”, indicando, desta forma, um contexto de aventura e poder. Porém, ao integrar a estampa de leões com as cores rosa e roxo, a marca parece sugerir novas possibilidades, permitindo, desta maneira, o uso da roupa tanto por meninas quanto por meninos.

Já na figura de número 5, apresentamos um vestido com estampa de carrinhos, tornando-se um diferencial entre tantas outras marcas infantis. Sob o viés da marca sueca, essa peça nos passa a ideia de libertação e oferece para as meninas o direito de gostarem de brincadeiras que envolvam carros, ação e movimento. Como vimos, o carro é um elemento tipificado como masculino, e a marca propõe um novo olhar sobre esse padrão estabelecido.

³ Figuras 1,2 e 3 disponíveis em: <<http://www.handsomeinpink.com/hip>>. Acesso em: 25/12/2015. Figuras 4,5 e 6 disponíveis em: <<http://www.polaropyretusa.com>>. Acesso em: 28/12/2015.

Por fim, na figura de número 6, trazemos uma calça com joelheiras, remetendo a uniformes esportivos, mas em um tom de rosa avermelhado. É interessante destacar que a calça é apresentada no site da empresa nas seções masculina e feminina, mostrando que a peça foi pensada para ambos os gêneros.

4.ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Podemos inferir que a análise realizada, a partir de uma perspectiva que leve em conta as designações de gênero presentes no vestuário infantil, que as marcas brasileiras, de um modo geral, seguem um padrão baseado na distinção de sexos, porém existem marcas de roupas infantis em outros países que apresentam novas possibilidades para pais e mães refletirem sobre as construções de gênero ao vestirem seus filhos e filhas, permitindo liberdade e democracia na moda, apontando novos rumos para construir uma sociedade com mais igualdade de gênero.

Relacionando os estudos de gênero com a moda bebê, chegamos a conclusão de que as marcas brasileiras, na sua maioria, seguem padrões estabelecidos sobre as masculinidades e feminilidades hegemonicamente estabelecidos na cultura. Ou seja, os vestuários que se mostram tipificados, específicos para meninos ou meninas, com cores e elementos decorativos, que ao longo do tempo, foram determinados culturalmente e socialmente para uso exclusivo de determinado sexo biológico, designando desta forma, a partir da escolha das vestimentas, o gênero.

Já as marcas estrangeiras analisadas, possuem um enfoque diferente em relação as designações de gênero. Desta forma, democratizando a moda bebê, direcionando seus produtos a ambos os sexos, propondo um vestuário neutro, ou ainda, incentivando que cores e estampas de uso comum de determinado gênero possam ser utilizadas por outro.

Na estampa de carrinhos para uma peça feminina, para além do vestuário, há toda uma designação: meninas podem identificar-se com o desbravamento de estradas, a partir dos carrinhos que desde tenra idade vestem seus corpos. No uso da cor rosa no vestuário dos meninos, eles usam cor de rosa e oxalá, possam chorar, sem receio de serem julgados ou discriminados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero. Feminismo e subversão da identidade**. 4 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: GG, 2014.
- KELLER, Daniel; ARAUJO, Denise Castilhos de. **Azul ou rosa: manifestações indenitárias de gênero sob o viés normativo do consumo**. Revista PerCursos. Florianópolis, v. 16, n.30, p. 221 – 235. Jan. /abr. 2015.
- LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- MASCHIETTO, Cassia Manso; FERRO, Clarita Maria de Godoy; SANTOS Gabriel Carlos Souza. **O gênero e as roupas: a moda infantil na categorização dos corpos**. Arqueologia Pública, Campinas, n.6, 2012.
- PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo, RS: Editora Feevale, 2009.
- SCOTT, Joan. **Gênero: uma categoria útil de análise histórica**. Texto original: Joan Scott – Gender: a useful category of historical analyses. Gender and the politics of history. New York, Columbia University Press. 1989.
- TEÓFILO, Ana Patrícia Correia. **Com que linhas se cose o gênero- a importância do vestuário infantil na construção do gênero**. Dissertação (Mestrado) Universidade Nova de Lisboa, 2010.