

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLOGIA - CCET
DEPARTAMENTO DE DESENHO E TECNOLOGIA - DEDET
CURSO DE DESIGN**

MARIA CLARA ABOUD LEITE

**AZUL X ROSA: A RELAÇÃO ENTRE O DESIGN E A
CONSTRUÇÃO VISUAL DE GÊNERO DO PÚBLICO INFANTIL**

São Luís
2024

MARIA CLARA ABOUD LEITE

**AZUL X ROSA: A RELAÇÃO ENTRE O DESIGN E A CONSTRUÇÃO VISUAL DE
GÊNERO DO PÚBLICO INFANTIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Design da Universidade Federal do Maranhão, como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Márcio James Soares Guimarães.

Departamento de Desenho e Tecnologia da Universidade Federal do Maranhão - UFMA

São Luís

2024

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Leite, Maria Clara Aboud.

AZUL X ROSA: A RELAÇÃO ENTRE O DESIGN E A CONSTRUÇÃO
VISUAL DE GÊNERO DO PÚBLICO INFANTIL / Maria Clara Aboud
Leite. - 2024.

50 f.

Orientador(a): Márcio James Soares Guimarães.

Curso de Design, Universidade Federal do Maranhão, São
Luís, 2024.

1. Design Visual. 2. Gênero. 3. Cor. 4. Brinquedos
Infantis. 5. . I. Guimarães, Márcio James Soares. II.
Título.

MARIA CLARA ABOUD LEITE

**AZUL X ROSA: A RELAÇÃO ENTRE O DESIGN E A CONSTRUÇÃO VISUAL DE
GÊNERO DO PÚBLICO INFANTIL**

Aprovado em:

BANCA EXAMINADORA

ORIENTADOR

Prof. Dr. Márcio James Soares Guimarães

MEMBRO 1 DA BANCA

Profa. Dra. Gisele Reis Correa Saraiva

MEMBRO 2 DA BANCA

Profa. Dra. Priscila Andrade Silva

AGRADECIMENTOS

Eu nada seria se não fossem os meus. Há, em mim, um infinito de gerações a quem devo reverenciar e agradecer. Sou três Marias em uma: Verônica Maria, minha avó materna, Maria Etelvina, minha avó paterna, e Maria Preta, que ajudou a criar meu pai e minhas tias. Nessa constelação divina, me crio. Viviane Barbosa Leite e Abdelaziz Aboud Santos Junior me deram o dom da vida, e a eles devo a minha. Esse trabalho entra nessa conta. Entrego a eles, orgulhosamente, a minha formação. Não só esta, acadêmica, mas a humana que me integra. Afinal, eles me fizeram gente. Gente que vê através do outro, e somente com ele, o sentido da vida. Gente que acessa a ciência, mas que encontra os porquês na experiência. No toque. Na intuição. Gente bilíngue: que dialoga no português e no respeito.

É claro: agradeço à minha família, como um todo. A meus avós, Aziz Santos e Lauro Leite, pela guiança. À minha madrinha Vilna Vadja e ao meu padrinho Abdomacir Santos, pela referência. Às minhas tias, todas, pelo apoio incessante. Aos meus irmãos Pedro Cauê e João Ângelo, e aos meus primos, todos, pela parceria eterna. Ao meu amor, Anna Clara, e às minhas amigas, todas, pelo companheirismo certo e fundamental.

Também, mas não menos importante, ao meu professor orientador, Márcio Guimarães, por absorver a mim e ao meu trabalho de forma tão sensível e respeitosa, características inerentes a ele, que estão representadas na dedicação profissional ao Design e às crianças.

Por último, a mim, à minha dedicação, capacidade, habilidade, vulnerabilidade, empatia e respeito. Por honrar comigo mesma e com os meus propósitos. Por fazer desta, mais uma etapa vencida. Eu mereço.

Às que vieram antes de mim, *saluba*. Às que estão aqui, e às que virão:

A iúna.

*“Quebra a cabaça
Espalha a semente
Planta do lado que o sol nascer
Tapindaré, ê, Tapindaré, ê
Ele é caboclo Tapindaré”*

Domínio Popular

RESUMO

O presente trabalho buscou refletir sobre a relação entre o Design Visual e a construção de gênero do público infantil através do uso das cores azul e rosa como agentes divisores. Para isso, foi realizado um estudo de caso sobre como essas cores são utilizadas em brinquedos infantis, a fim de perceber a associação entre os elementos visuais descritos e os debates de gênero na contemporaneidade. A pesquisa de cunho bibliográfico qualitativo, partiu de uma revisão sistemática de estudos relacionados à cultura, semiótica e representação de gênero que formaram uma base de critérios utilizados na análise dos materiais selecionados. A discussão dos temas culminou em um estudo de campo, através de formulário, que verificou e confirmou a influência das cores na representação dicotômica dos gêneros feminino e masculino. Os principais dados resultantes foram revertidos em infográfico, disponibilizado no presente trabalho.

Palavras-chave: Design Visual; Gênero; Cor; Brinquedos Infantis.

ABSTRACT

This study aimed to reflect on the relationship between Visual Design and the construction of gender for children through the use of blue and pink colors as divisive agents. To achieve this, a case study was conducted on how these colors are used in children's toys, in order to understand the association between the described visual elements and contemporary gender debates. The research, which was qualitative and bibliographic, began with a systematic review of studies related to culture, semiotics, and gender representation, which formed a foundation of criteria used in the analysis of the selected materials. The discussion of these themes culminated in a field study, conducted through a survey, which verified and confirmed the influence of colors on the dichotomous representation of female and male genders. The main resulting data were presented in an infographic, which is provided in this work.

Keywords: Visual Design; Gender; Color; Children's toys.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O modelo SENS/ORG/INT. Fonte: CSILLAG, Paula. Um mapeamento de estudos de cores frente ao Modelo SENS|ORG|INT de percepção visual de modo a identificar princípios cromáticos que tendem a ser generalizáveis aos seres humanos. *InfoDesign*, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 39–47, jul./dez. 2011. ISSN 1808-5377.

Figura 2 – Pesquisa na internet “brinquedo infantil feminino”. Fonte: GOOGLE IMAGENS. Acesso em: 20 ago. 2024.

Figura 3 – Pesquisa na internet “brinquedo infantil masculino”. Fonte: GOOGLE IMAGENS. Acesso em: 20 ago. 2024.

Figura 4 – Balde de areia e ferramentas da cor azul (masculino). Fonte: *Ri Happy*. Disponível em: <https://www.rihappy.com.br/kit-balde-de-praia-com-regador-redondo---forminhas-de-30cm-1002760334/p>. Acesso em: 22 mai. 2024.

Figura 5 – Balde de areia e ferramentas da cor rosa (feminino). Fonte: *Ri Happy*. Disponível em: <https://www.rihappy.com.br/kit-balde-de-praia-com-regador-redondo---forminhas-de-30cm-meninas-1002760376/p>. Acesso em: 22 mai. 2024.

Figura 6 – Participação por Gênero. Fonte: da autora (2024).

Figura 7 – Gênero Infantil. Fonte: da autora (2024).

Figura 8 – Idade Infantil. Fonte: da autora (2024).

Figura 9 – Gênero Infantil. Fonte: da autora (2024).

Figura 10 – Análise do Comportamento. Fonte: da autora (2024).

Figura 11 – Exceções. Fonte: da autora (2024).

Figura 12 – Infográfico Geral do Estudo de Campo. Fonte: da autora (2024).

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 Objetivos	12
1.1.1 Objetivo Geral	12
1.1.2 Objetivos Específicos	13
REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 Cultura Visual e Gênero	15
2.2 Cor e Infância	19
3 MÉTODOS E TÉCNICAS	23
3.1 Tipo da Pesquisa	23
3.2 Metodologia	23
3.3 Questões Éticas	24
3.4 Etapas e Procedimentos	26
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES	29
4.1 Análise dos Dados Coletados	29
4.2 Discussão dos Resultados	34
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	41
APÊNDICE	45

1 INTRODUÇÃO

No universo infantil, envolvido por brinquedos, roupas, e acessórios, é evidenciada uma fronteira de gênero que os caracteriza “femininos” ou “masculinos”. Em suas análises, Louro (2008, p. 22) considera que “Não, a diferença não é natural, mas sim naturalizada. A diferença é produzida através de processos discursivos e culturais. A diferença é ‘ensinada’.” Tal segregação ocorre, também, por configurações visuais no uso das cores azul e rosa, que adequam socialmente seus gostos, comportamentos, sentimentos, e conseqüentemente, suas identidades.

Diante disso, este trabalho buscou compreender esses padrões estético-visuais com base nos seguintes estudos: Cultura Visual (Mirzoeff, 2003), Gênero, Sexualidade e Educação (Louro, 1997), Comunicação com cores (Csillag, 2015) e Design Para um Mundo Complexo (Cardoso, 2011). No desenvolvimento do projeto, serão analisados os recursos visuais presentes nos brinquedos infantis disponíveis no mercado nacional com abrangência estendida a outros, já que “independentemente de haver ou não a figura explícita de uma criança na embalagem, podemos depreender a imagem que o fabricante faz desta criança e suas características.” (Santos, 2019).

De acordo com Steinberg e Kincheloe (2001), as formas de ensinar e os modos de pensar não acontecem no interior das escolas e com seus professores, mas são desenvolvidas pelas corporações produtoras de cultura infantil, que formatam e ajustam a cultura material que envolve a infância contemporânea, através de suas mercadorias e imagens. Com base nessas premissas, este trabalho discute a relação entre comunicação visual e design e sua importância nas discussões sobre a formação infantil de gênero.

O estudo nasce a partir de um episódio cotidiano da autora, em um supermercado, ao presenciar pai e filha em busca de um brinquedo específico. Na ocasião, a menina diz ao pai, em tom de euforia, que lá está o item procurado. O responsável, porém, ao ver que o brinquedo possui embalagem e detalhes na cor azul, indica que não será possível comprá-lo, já que aquele “é de menino”. Então, a autora percebe a frustração da menina ao deixar a loja.

O episódio gera questionamentos norteadores para o trabalho, tais como:

- O uso da cor azul para representar o público masculino e da cor rosa para o público feminino afeta a construção da percepção de gênero do público infantil?
- De que forma o cenário se estabelece na sociedade?
- Qual é o papel do designer nesse processo?
- Como é possível transformar o cenário?

O âmbito dos estudos de sexualidade e gênero tem se expandido, à medida em que se manifesta nas esferas de poder e nas relações e organizações sociais como um todo. Verificando a sua complexidade, é vinculado ainda aos contextos históricos, culturais, econômicos e políticos. Assim, a historiadora francesa Françoise Thébaud (1998) salienta que:

O gênero é, em certo sentido, o "sexo social" ou a diferença de sexos construída socialmente, conjunto dinâmico de práticas e representações, com atividades e funções designadas, atributos psicológicos, um sistema de crenças. Percebe-se o sexo, assim, como invariável, enquanto que o gênero é variável no tempo e espaço, e a masculinidade ou a feminilidade, ser homem ou mulher, ou ser considerado como tal, não tem o mesmo significado em todas as épocas, nem em todas as culturas (Thébaud, 1998, p. 113).

Entendendo que a construção social do tema se baseia também nas suas representações, e que estas encaminham significados e percepções específicos, é necessário abordar as embalagens dos brinquedos infantis enquanto produtores e reprodutores da estética vinculada a cada um dos gêneros. E então, numa perspectiva mais mercadológica, se torna possível perceber quais mensagens estão sendo ofertadas a seus públicos, a fim de que haja a identificação, o convencimento e a compra - seu objetivo final.

Para além da preocupação com o entendimento primário relacionado ao gênero e a urgência com que se é imposta a categorização feminina ou masculina infantil, há ainda de ressaltar aquelas crianças que simplesmente garantiram o direito de não adequarem seus comportamentos e gostos a quaisquer expectativas

socioculturais. A esses, então, é designada a característica “diferente”, que por si só estabelece um acordo comparativo com o seu “normal”.

Sobre isso, Louro (2008) considera que:

Continuamente, as marcas da diferença são inscritas e reinscritas pelas políticas e pelos saberes legitimados, reiteradas por variadas práticas sociais e pedagogias culturais. Se, hoje, as classificações binárias dos gêneros e da sexualidade não mais dão conta das possibilidades de práticas e de identidades, isso não significa que os sujeitos transitem livremente entre esses territórios, isso não significa que eles e elas sejam igualmente considerados (Louro, 2008, p.22).

No decorrer desse estudo, serão analisadas configurações visuais de embalagens de brinquedos e artigos infantis, e seus respectivos padrões de uso. Além disso, para confirmar a dita correlação entre a cor azul e o público masculino, e a cor rosa e o feminino, será realizada uma pesquisa de campo em uma população específica de adultos, responsáveis por crianças de até 6 anos. O questionário será realizado online, e finalmente, serão tabulados e analisados os dados obtidos, a fim de verificar as hipóteses do estudo.

Por consequência, é esperado que a análise contribua para as discussões coletivas, integrando o designer enquanto sujeito ativo na resolução de problemas complexos. Contribuir, nesse sentido, considera refletir sobre as múltiplas identidades e a diversidade de suas representações, prezando para serem respeitadas as infâncias e minimizados os contextos desfavoráveis ao respeito e à inclusão.

1.1 Objetivos

1.1.1 Objetivo Geral

A finalidade principal deste trabalho concentra-se em compreender de que forma a dicotomia azul-rosa afeta a construção visual de gênero do público infantil. Para isso, serão cumpridos os objetivos específicos a seguir.

1.1.2 Objetivos Específicos

Para estabelecer a relação proposta, serão analisadas configurações visuais de embalagens de brinquedos infantis, e seus respectivos padrões de uso. Além disso, a fim de confirmar a dita correlação entre a cor azul e o público masculino, e a cor rosa e o feminino, será realizada uma pesquisa de campo em uma população específica de adultos, pais, mães e responsáveis de crianças de até 6 anos. Durante a pesquisa, espera-se verificar a hipótese levantada diante da possível relação entre os temas.

Os objetivos específicos são os seguintes:

- Analisar configurações visuais de brinquedos e artigos infantis;
- Pesquisar e verificar a relação dicotômica visual e de gênero;
- Realizar questionário online, de caráter voluntário, entre pais, mães e responsáveis de crianças de até 6 anos;
- Realizar análise diagnóstica das informações coletadas no questionário;
- Estabelecer relação entre a cor presente nos brinquedos e o entendimento acerca do gênero por parte das crianças que os utilizam;

No decorrer do projeto, os objetivos são acessados através de seus respectivos capítulos. O “Referencial Teórico” explora a influência da cultura visual na formação e percepção das identidades de gênero na sociedade contemporânea. Ele sugere, também, que a abordagem crítica das visualidades na construção das identidades de gênero é fundamental para promover um contexto mais diverso na educação e na formação de subjetividades. As referências pautam-se nos estudos de Regis Debray (1993), Carmen Luke (1997), Guacira Louro (1999) e Paula Csillag (2015).

A etapa da “Metodologia” descreve a conduta adotada para analisar a percepção e julgamento de brinquedos infantis, com base nos princípios do Design Emocional de Donald Norman (2012). Além disso, nela são delineados as etapas e procedimentos do estudo de campo, que analisa, por meio de baldes de praia infantil, como a cor influencia as escolhas dos pais e reforça estereótipos de gênero.

Finalmente, em “Resultados e Discussão”, os dados coletados através da entrevista online são agrupados, selecionados, destrinchados e analisados. Lá, os números foram, além de expostos, discutidos sob a perspectiva crítica da formação das crianças por parte dos adultos. Também foram relacionadas as conclusões estatísticas aos três níveis do Design Emocional (Norman, 2012). Por último, então, a hipótese do trabalho foi examinada através da correspondência “rosa para meninas, azul para meninos”.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Cultura visual e Gênero

A narrativa desse trabalho tem como ponto de partida a compreensão de que o mundo contemporâneo é marcado pelas visualidades. As imagens, agora, além de objeto de representação, adquirem a intenção de agradar, convencer, dialogar, contrapor, valorizar, depreciar, vender. Com isso, dizem-nos (ou tentam) o que vestir, comprar, gostar, aparentar, ler, ou como devemos pensar, comportar, agir, enfim, determinar subjetividades, ora individuais, ora coletivas.

Régis Debray (1993, p. 15) discute o significado e a relevância da imagem, inferindo que estas seriam “o olhar que lançamos sobre as coisas que representam outras coisas”. Para estabelecer as definições e as relações existentes entre a sociedade humana, a criação, a percepção e a função da imagem em diferentes contextos histórico-culturais, o autor menciona a existência da “trajetória da imagem”, consolidada a partir de três eras, ou para ele, *midiasferas*: a *logosfera*, a *grafosfera* e a *videosfera*.

À logosfera corresponderia a era dos ídolos no sentido lato (do grego eídolon, imagem). Este período estende-se da invenção da escrita à imprensa. À grafosfera, a era da arte. Sua época estende-se da imprensa à TV a cores (...). À videosfera, a era do visual (conforme termo proposto por Serge Daney). É precisamente a época que vivemos (Debray, 1993, p. 206).

Desde a primeira delas, então, delineiam-se as relações de poder, uma vez que a imagem traçava um paralelo com a própria vida e a morte. Segundo ele, ainda na Grécia Antiga, ver era sinônimo de viver, e morrer significava “perder a vista”. As representações, então, estariam atribuídas posteriormente à *grafosfera*, em que, para ele, o humano e o real passam a ser o referente, e não mais o divino e o teórico. Em seguida, com o surgimento da TV, a partir de 1970, é que se inicia a era visual, a *videosfera*, que marca a transição “da pessoa em sua individualidade para o mundo circundante global” (Debray, 1993, p. 208-209), onde estaríamos inseridos até então.

O visual começa onde acaba o cinema. Como o último estágio do olhar volta a encontrar inúmeras propriedades do primeiro, o sinal vídeo autoriza uma idolatria de um novo tipo, sem o aspecto trágico. A diferença é que, se a imagem arcaica e clássica funcionava segundo o princípio da realidade, o visual funciona segundo o princípio do prazer. É para si mesmo a própria realidade (Debray, 1993, p. 294).

É partindo desse pressuposto que passamos a compreender a posição central e definitiva em que as visualidades estão inseridas na contemporaneidade e se elaboram as discussões acerca da temática, como é o caso do estudo de Fernando Hernández, que, desde 1993, propõe uma interação crítica com a imagem, à medida que reflete sobre os efeitos sociais causados pelas representações, sobretudo no que diz respeito às mediações entre crianças, jovens e adultos.

O autor considera ainda a capacidade que o visual possui em “despertar a subjetividade” e “possibilitar interferências de conhecimento”, sobrepondo-se assim aos conteúdos que consumimos através da escuta ou da leitura (Hernández, 2007, p.29). Por isso, reconhece a sua contribuição com relação à “constituição de maneiras e modos de ser”, assim como à “construção de representações sobre si e sobre o mundo”. Deixando, assim, a experiência contemplativa ou puramente estética, e assumindo seu papel ativo e crítico nas práticas sociais e nas relações de poder em que se incorpora.

(...) trata-se de enfrentar um desafio de maior importância: adquirir um “alfabetismo visual crítico” que permita aos aprendizes analisar, interpretar, avaliar e criar a partir da relação entre os saberes que circulam pelos “textos” orais, auditivos, visuais, escritos, corporais e, especialmente, pelos vinculados às imagens que saturam as representações tecnologizadas nas sociedades contemporâneas (Hernández, 2007).

Através do reconhecimento das visualidades enquanto constituintes fundamentais ao modo como vivemos, vestimos, usamos, gostamos ou desgostamos, podemos investir na abordagem crítica que aqui se supõe. Ou seja, toda e qualquer imagem que está ao meu alcance, é informação, e esta, por sua vez, passará, inevitavelmente, pelo juízo de valor que possuo. Esse plano de fundo que relaciona os elementos apresentados, de forma a avaliá-los, é construído gradualmente, desde a nossa infância, e por isso, reforçado.

As referências acumuladas dependem, direta ou indiretamente, das vivências obtidas ao longo da vida. São influências de cunho territorial, social, histórico, político, religioso, que adicionam camadas coletivas à nossa experiência individual. Sobre isso, Rafael Cardoso, em “Design para um mundo complexo”, aponta:

(...) Sendo as aparências dos objetos carregadas de significados, isso quer dizer que todo artefato material é também comunicação, informação, signo. Nenhuma cadeira pode ser apenas uma cadeira. Ela é uma cadeira específica, dentro de uma gama de possibilidades, e carrega informações sobre estilo, procedência, valor, uso, e assim por diante. Ou seja: todo artefato material possui também uma dimensão imaterial, de informação (Cardoso, 2011).

Segundo ele, essa bagagem define o modo como processamos a informação. Isso reflete uma característica sistêmica relacionada ao pensamento do designer na resolução dos problemas e desafios do mundo contemporâneo, já que, à medida que o coletivo se movimenta, o fazer individual também é influenciado. Para Rafael, aí está a maior contribuição que a área tem para a sociedade: a de fazer, pensar e resolver de forma “integrada e comunicante”.

Nessa relação, podem ser encontradas controvérsias relacionadas à identidade grupal que se estabelece, e à subjetividade própria que cada indivíduo carrega. Na construção dessa identidade, articulam-se regras, normas, compromissos, que, ora contrariados, ajustam prejuízos sociais aos seus autores. Por isso, uma vez admitido que esse processo de socialização se inicia na infância, é importante serem explorados os desenvolvimentos das identidades e das subjetividades, no objetivo comum de proteger crianças e jovens de situações às quais elas não se reconhecem.

Um exemplo de onde esses processos se organizam são nas indústrias culturais. Para elas, é necessário delinear perfeitamente os espaços binários de gênero. Sobre isso, Carmen Luke (1997, p.21) nos recorda:

(...) As representações históricas das mulheres, seja nos textos escritos ou nos visuais, foram versões de autores masculinos sobre moças, mulheres e 'coisas femininas'. O silêncio histórico sobre a autoridade da autoria feminina teve como consequência a fetichização e a objetificação do "feminino" que, em diferentes formatos textuais, reflete um olhar e um desejo masculino coletivo. As indústrias culturais, em especial, são historicamente responsáveis pela produção masculina de estereótipos femininos e de falsas representações que conceituam as mulheres como objeto de adorno, de sedução e de dominação masculinos.

Mesmo antes de irem às escolas (e depois, também nelas), meninos e meninas estão acostumados a se verem nas representações que os universo visual em seu entorno ditam. Seja nas revistas, na televisão, nos jornais, nos filmes, nos videogames, sites, campanhas publicitárias, enfim, lá estão determinados que formas, cores, texturas, comportamentos, falas, posturas, compõem a expressão dos seus gêneros. E mais: que só podem existir masculino e feminino, sendo que o primeiro deve exercer poder e autoridade sobre o segundo.

Nessa dinâmica, é preciso entender que a produção de significados através dos artefatos, sejam eles quais forem, ao mesmo tempo agregam identidades, produzem diferenças. No processo semiótico, são demarcadas as fronteiras entre "o meu, o nosso" e "o outro", ou seja, aqueles que estão em consonância com os padrões estabelecidos, e os que não estão, e devem ficar "à margem" nos seus processos identitários (Louro, 1999).

Define-se, portanto, um sistema de controle, que toda a sociedade compactua em observar e manter, no que se refere ao desenvolvimento e ao entendimento dos gêneros nas infâncias. Desde escovas de dentes, a roupas, cadernos, lapiseiras, e brinquedos de todos os tipos, estão, literalmente, "embalados" por seus respectivos gêneros, através do uso de estratégias da comunicação visual que reforçam o que a indústria cultural determina.

Dentre as estratégias mencionadas, a mais comum e ainda presente de forma massiva na produção de sentido, é o uso das cores: rosa para meninas e azul para meninos. Mais que assinalar dois únicos possíveis territórios de gênero, a estratégia estimula o público infantil a corroborar com seus padrões sociais,

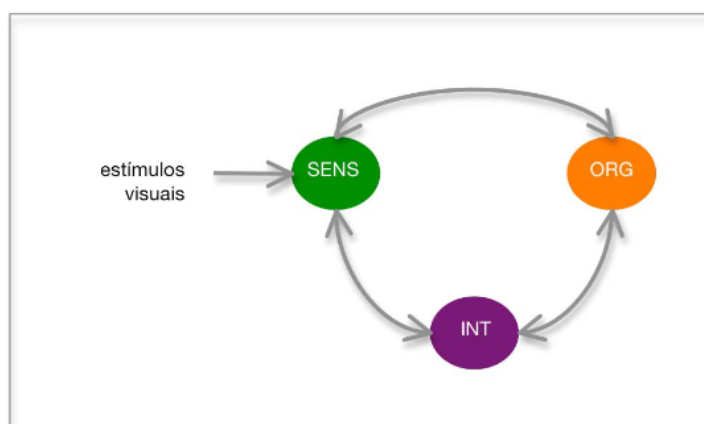
comportamentais e estéticos desde os processos de socialização e desenvolvimento primários.

2.2 Cor e Infância

É fato que consideramos a cor como elemento visual imprescindível para a tradução da informação através dos projetos gráficos mundo afora. Mas, para entender como acontece a interpretação, e posteriormente, o julgamento do objeto que a carrega, precisamos recorrer à neurociência e à psicologia.

Paula Csillag (2015), em seu livro “Comunicação com cores”, cita o premiado modelo “SENS/ORG/INT” como ponto de partida para esse entendimento. Nele, podemos dividir a percepção humana das cores em 3 etapas (ou variáveis, como menciona a autora). A primeira delas, “SENS”, diz respeito ao próprio fenômeno físico ocular de recebimento da luz enquanto informação. Isso tudo se dá, primeiramente, nos olhos. Quando essa luz é processada, no córtex, trata-se da variável “ORG” do esquema, onde já organizam-se os dados recebidos. É nesta etapa que as leis da Gestalt se justificam. Por último, quando a informação é elaborada e percebida, de fato, é que se instala a fase “INT”. Aqui, então, interferências múltiplas participam do processo, já que a personalidade, a cultura, o conhecimento e emoção agregam-se ao elemento principal.

Figura 1: o modelo SENS/ORG/INT



Fonte: CSILLAG, Paula. Um mapeamento de estudos de cores frente ao Modelo SENS|ORG|INT de percepção visual de modo a identificar princípios cromáticos que tendem a ser generalizáveis aos seres humanos. *InfoDesign*, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 39–47, jul./dez. 2011. ISSN 1808-5377.

É diante desse esquema que a autora justifica a máxima de que “o objeto percebido sempre se trata de alguma forma de interpretação humana desse objeto” (CSILLAG, Paula, 2015). Por isso, não podemos partir de um ponto comum, universal, quando o assunto é a percepção - do objeto, do traço, do ponto, e também da cor -, já que este é um processo individual e subjetivo por natureza. Processo este, reitero, que envolve, segundo a psicologia moderna, a correspondência, a diferenciação, a comparação e a formulação de hipóteses.

No diagnóstico da imagem, então, podemos identificar a conexão de conceitos objetivos (relacionados ao funcionamento do corpo e dos órgãos) e subjetivos (que englobam a organização, a síntese e a interpretação). A cor, por sua vez, na percepção visual, é mais um signo semiótico que colabora para a compreensão da imagem.

Na infância, etapa em que se apresentam esses símbolos, inicia-se o regime cumulativo desses signos que resultarão na leitura imagética. Sobre isso, Paula explica:

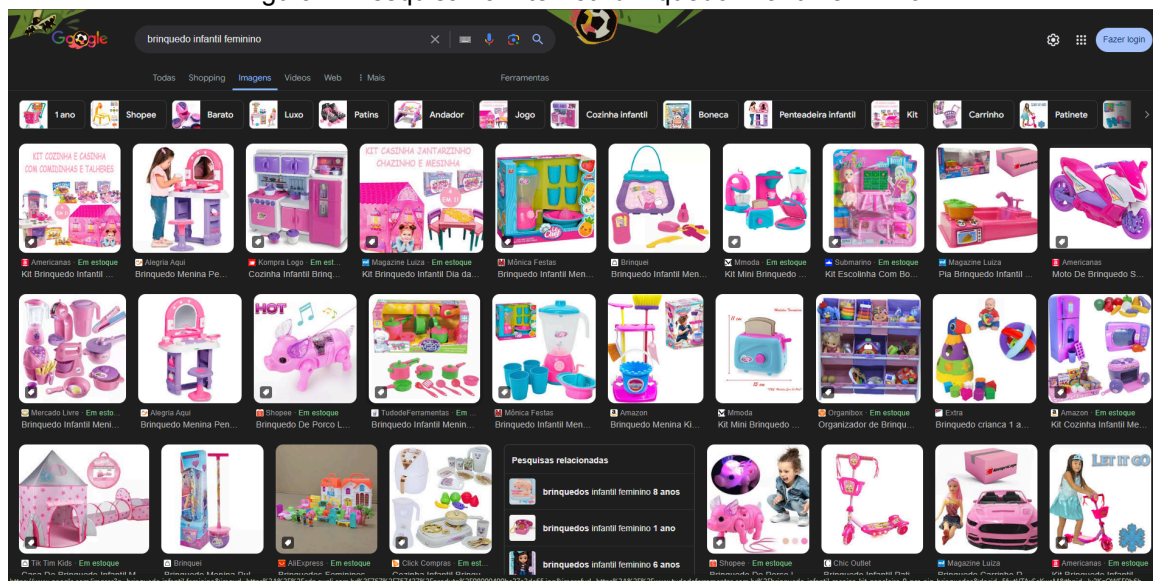
(...) Estes que não podem ser generalizáveis, cujas pistas visuais observamos anteriormente, são elementos imagético culturais, aprendidos, interpretados, ou possuem algum grau de código preestabelecido para sua compreensão. A parcela INT de qualquer imagem oferece necessariamente variações importantes diante de cada observador. (CSILLAG, 2015, p.39)

Se é da produção cultural que derivam os sentidos dos signos visuais, então, é fundamental investigar a forma com que eles estão sendo disseminados. Em se tratando da primeira infância, é na brincadeira que se estabelecem os primeiros contextos, padrões, relações. Para Vygotsky (1998), “a brincadeira representa o funcionamento da criança na zona proximal e portanto, promove o desenvolvimento infantil”. É ali, no imaginário, que se estabelecem os primeiros juízos de valor, já que a atividade lúdica "requer um senso de realidade compartilhado do que é verdadeiro ou falso, certo ou errado" (Packer, 1994, p. 271).

Hoje, se pesquisamos “brinquedo infantil feminino” ou “brinquedo infantil masculino”, na internet, vislumbramos nitidamente a “divisão colorimétrica” do gênero, produzido e reproduzido pela indústria cultural contemporânea. De um lado, para as meninas, só há espaço para a cor rosa. Sem mencionar características relacionadas ao objetivo dos brinquedos, que simulam afazeres domésticos e culinários, atribuindo estes comportamentos e estereótipos ao padrão feminino conservador no Brasil.

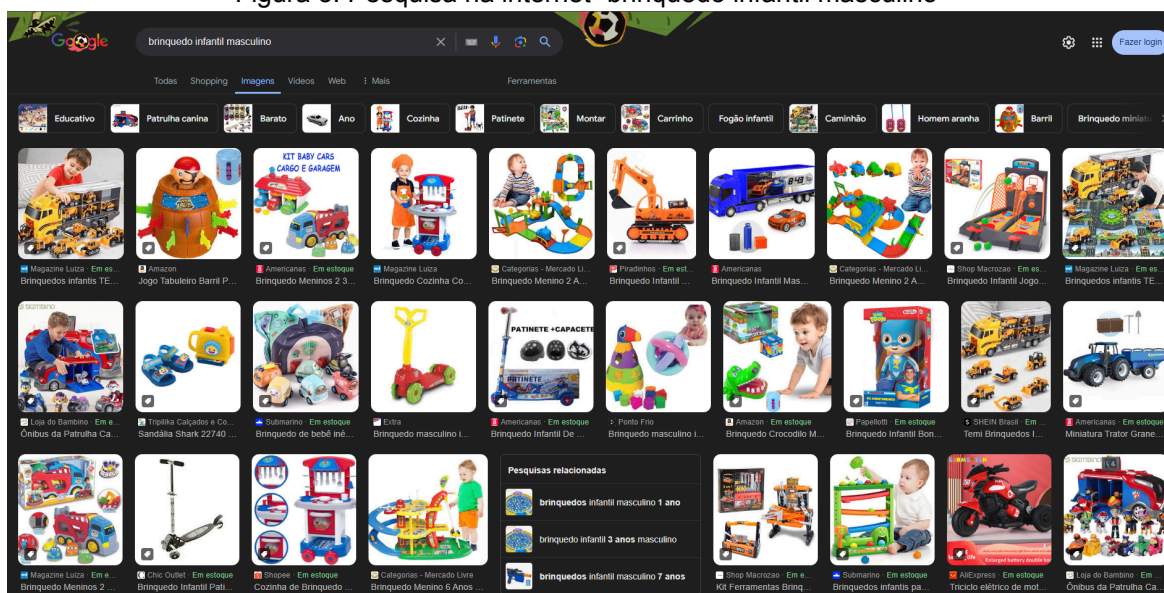
Quando a pesquisa é para os meninos, a predominância do azul também existe, mas outras cores, como vermelho, amarelo e verde já aparecem. De forma parecida, também existem padrões comportamentais nos objetivos simulados nos brinquedos: para eles, atividades relacionadas a carros, ferramentas e esportes são propostos.

Figura 2: Pesquisa na internet “brinquedo infantil feminino”



Fonte: GOOGLE IMAGENS. Acesso em: 20 ago. 2024.

Figura 3: Pesquisa na internet “brinquedo infantil masculino”



Fonte: GOOGLE IMAGENS. Acesso em: 20 ago. 2024.

As imagens apresentadas anteriormente, foram coletadas na internet, espaço em que são reforçados esses padrões socioculturais femininos ou masculinos. A divisão explica as máximas tão comumente utilizadas no senso comum, que ditam “isso é coisa de menino(a)”. Nas lojas, shoppings, supermercados, assim como nos sites de compras, a representação dicotômica se repete. Justamente ela, a repetição, ensina meninos e meninas o que devem usar, com o que ou de que devem brincar, como devem se vestir, portar, enfim, viver.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS

3.1 Tipo da pesquisa

Este trabalho acessa suas proposições através do método científico dedutivo, o qual utiliza teorias e estudos existentes para justificar seus resultados. Portanto, ao aplicar a pesquisa, lida com o real problema presente na diferenciação de brinquedos infantis pelo gênero e a sua interferência na construção visual. Trata-se, então, de uma pesquisa exploratória, que, através da sua bibliografia, levanta questões discursivas acerca do tema proposto. Como procedimento, conta com o estudo de campo (questionário online, de caráter voluntário) e a sua abordagem analítica para verificar a relação causa e efeito proposta.

3.2 Metodologia

Toda a coleta e análise dos dados relacionados à percepção e julgamento dos adultos e crianças dos brinquedos infantis, assenta-se nos conceitos do Design Emocional (Norman, 2012). Essa linha metodológica centra-se no usuário, mas de forma sistêmica, concatenando os três níveis do Design: o visceral, o comportamental e o reflexivo. Segundo ele, o bom design consegue atingir, de forma conjunta, a expectativa de cada um dos níveis na sua experiência.

Quando rapidamente alegamos efeitos positivos ou negativos a um objeto específico, segundo Donald Norman (2012), estamos operando em modo “visceral”. É com base nos sentidos (olhar, toque, cheiro) que definimos apreço ou descaço com determinada forma, textura, luz, altura, aparência, ou ela, item central do presente estudo: a cor.

Com a atenção tomada (pelo interesse ou desdém), podemos explorar a função daquele objeto. Para o autor, nesse momento, encontra-se o nível “comportamental”: aquele que diz respeito à usabilidade do projeto. “Para que, de fato, isso existe? Por quê? A sua função e o seu uso correspondem? Essas respostas me contemplam?” São as questões principais aqui, que, se confirmadas, indicam a satisfação do usuário.

Finalmente, para Norman (2012), o terceiro e último nível - “reflexivo” - considera a subjetividade individual envolvida na avaliação das experiências. Diferente dos demais modos, ele opera através da cultura, do conhecimento, da memória, dos sentimentos, e das emoções; fatores construídos e solidificados ao longo do tempo, que dependem das condições vividas pela própria pessoa. Existe, então, um elo de identificação que qualifica a relação indivíduo-produto.

A comparação proposta pelo Trabalho de Conclusão de Curso considera a influência da cor na experiência de aquisição dos produtos infantis, que colabora com o entendimento binário de gênero por parte das crianças no Brasil. Nesse processo, questiona sua realidade, analisa suas preferências e discute seus resultados. Podemos perceber que, em consonância com os estudos citados, a pesquisa elabora os níveis do Design Emocional através da experiência de compra de um balde de praia infantil de cor azul ou rosa.

Ao receberem a situação-problema, os participantes do questionário online precisaram investigar e comparar estética versus utilidade do produto em questão. Para eles, como também para as crianças ensinadas, se a função é a mesma, cabe à aparência estabelecer os critérios satisfatórios para a identificação (que, depois, é responsável pela iniciativa da compra). Nesse caso, o trabalho é averiguar, por meio dos dados coletados, a correspondência do padrão “azul para meninos e rosa para meninas”, e se ele está sendo reforçado pelos adultos no processo de aprendizagem das crianças.

Compreendidos os processos visceral, comportamental e reflexivo do produto para a tomada de decisão dos adultos, define-se o contexto em que se inserem as suas crianças. Se o estudo confirma o padrão suposto, ao longo do tempo e dos seus desenvolvimentos, crianças do sexo masculino assumem o azul como fator de identificação; e as do sexo feminino, da mesma forma, assimilam o rosa com o seu modo de ser.

3.3 Questões éticas

O trabalho se concentra em entender as consequências comportamentais infantis do uso da cor através dos brinquedos. A faixa etária máxima de 6 (seis) anos, período compreendido como “primeira infância”, segundo o

Ministério da Saúde (2014), foi escolhido como contexto a ser explorado. Nessa fase, a cognição humana está em pleno desenvolvimento, e a criança já consegue perceber, identificar e compreender os símbolos e as suas utilidades (SILVA, 2016).

A esse respeito, o Ministério da Saúde reforça:

A linguagem desempenha um papel essencial na organização perceptual, na recepção e na estruturação das informações, na aprendizagem e nas interações sociais do ser humano. É a partir da entrada no mundo da linguagem (mundo simbólico) que a criança nasce, também, como sujeito em um meio social. (MINISTÉRIO DA SAÚDE, p. 70).

Na aplicação da pesquisa de campo, porém, é o comportamento de compra dos pais, mães e responsáveis dessas crianças que é abordado diretamente, já que, segundo a própria pesquisa, eles mesmos são os responsáveis pela aquisição dos brinquedos utilizados pelas meninas e meninos em seus ciclos sociais. Para garantir a segurança e confiabilidade do questionário, foram acordadas as questões éticas a seguir.

A participação dos adultos esteve condicionada à leitura e confirmação do seguinte Termo de Consentimento Livre e Esclarecido: “Eu, concordo em participar voluntariamente do presente estudo como participante. O pesquisador me informou sobre tudo o que vai acontecer na pesquisa, o que terei que fazer, inclusive sobre os possíveis riscos e benefícios envolvidos na minha participação. A pesquisadora me garantiu que eu poderei sair da pesquisa a qualquer momento, sem dar nenhuma explicação, e que esta decisão não me trará nenhum tipo de penalidade ou interrupção de meu tratamento.”

Através dele, pudemos assegurar a compreensão do caráter voluntário e não remunerado da pesquisa, considerando também a natureza pública do projeto. Os riscos, por sua vez, foram considerados mínimos e devidamente informados. A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD - Lei 13.709/18) determinou a confidencialidade dos dados ali compartilhados e protegidos, utilizados em finalidade única de análise das hipóteses do trabalho, que será publicado em vias institucionais verificadas.

Quanto ao tempo estimado, e à possibilidade de desistência, os usuários foram informados da média de 5 a 10 minutos para a sua finalização, considerando a irrestrita liberdade à interrupção. Respeitados os acordos, a autora também se disponibilizou por meio de *e-mail* institucional para quaisquer contatos, dúvidas e esclarecimentos acerca do trabalho.

3.4 Etapas e procedimentos

O questionário foi dividido em quatro seções: “Informações Gerais e Termo de Consentimento”, “Informações Pessoais”, “Questões” e “Encerramento”.

Conforme explorado no item 3.2, a seção de informações gerais assegurou que os participantes estivessem cientes de seus direitos e deveres. Foi configurado no *Google Forms* que a continuidade para a próxima seção estava condicionada à aceitação dos termos. Caso o participante negasse, ele seria redirecionado à última página, contendo agradecimentos e a finalização do questionário.

Na fase de identificação, os participantes adultos forneceram seus nomes e e-mails, selecionaram seus gêneros dentre as opções “Feminino”, “Masculino”, “Não-binário”, “Neutro” ou “Outros”, e escolheram suas idades nas faixas “18 a 24 anos”, “25 a 34 anos”, “35 a 49 anos”, “50 a 59 anos” e “60 anos ou mais”. Por último, identificaram-se como “Mãe”, “Pai” ou “Responsável” da criança.

Ainda nesta seção, foram feitas perguntas de identificação das crianças, incluindo sua idade (0 a 6 anos) e gênero (com as mesmas opções dos adultos). Foi ressaltado que a escolha de gênero deveria ser baseada na auto identificação tanto para os responsáveis quanto para as crianças. Essa etapa foi fundamental para o entendimento dos contextos aplicados às respostas na seção “Questões”.

A parte principal da pesquisa começou com uma pergunta para identificar se o respondente era a pessoa responsável pela compra de brinquedos para a criança. Esta pergunta foi necessária para garantir que as respostas subsequentes sobre preferências de cor e a importância da cor na escolha dos brinquedos fossem relevantes.

Em seguida, avaliamos a importância da cor no processo de escolha dos brinquedos, categorizando as respostas em “Sempre”, “Muitas vezes”, “Às vezes”, “Raramente” e “Nunca”. O objetivo foi revelar se a cor é um fator decisivo ou apenas um detalhe no processo de compra.

A terceira questão apresentou diversas opções de cores para que os responsáveis indicassem suas preferências para a cor dos brinquedos já adquiridos para a criança. As cores disponíveis foram Rosa, Azul, Roxo, Amarelo, Vermelho, Verde e “Outro” (com espaço para especificação). As mesmas opções foram apresentadas na quarta pergunta, que questionava “Sua criança tem mais brinquedos de cor:”. Estas perguntas foram projetadas para verificar a consistência das respostas.

Por último, analisamos a utilização real das cores azul e rosa em situações cotidianas, focando nas decisões práticas, que carregam complexidade e subjetividade. O objeto de estudo final foi um brinquedo infantil amplamente disponível no mercado: o kit de baldinho de areia e ferramentas para uso na praia, apresentado em duas versões de cores: Azul (“Masculino”) e Rosa (“Feminino”). Após o preenchimento do questionário, a última seção continha agradecimentos da pesquisadora pelo tempo dedicado e pela honestidade nas respostas fornecidas pelos participantes.

Figura 4: Balde de areia e ferramentas da cor azul (masculino).



Fonte: *Ri Happy*. Disponível em:

<https://www.rihappy.com.br/kit-balde-de-praia-com-regador-redondo---forminhas-de-30cm-100276033>
4/p. Acesso em: 22 mai. 2024.

Figura 5: Balde de areia e ferramentas da cor rosa (feminino).



Fonte: *Ri Happy*. Disponível em:

<https://www.rihappy.com.br/kit-balde-de-praia-com-regador-redondo---forminhas-de-30cm-meninas-1002760376/p>. Acesso em: 22 mai. 2024.

A pesquisa em questão estabeleceu a hipótese de que há uma necessidade significativa de compra de um dos brinquedos selecionados por parte dos pais, mães e responsáveis de crianças de até 6 anos. Para validar esta hipótese, o estudo considerou as identificações pessoais prévias de cada participante, incluindo idade e gênero dos próprios participantes e de suas crianças. Estas informações foram relacionadas às preferências de cor na aquisição de brinquedos infantis.

O problema buscou considerar as identificações pessoais prévias de cada participante (idade e gêneros próprios e da sua criança), e relacioná-las às suas preferências de cor na aquisição de brinquedos infantis. Logo, pudemos conferir o contexto que estão inseridos, e compará-los, a fim de compreender a associação entre os fatores envolvidos.

Após o encerramento do formulário online, onde todas as questões obrigatórias foram respondidas pelos participantes, a seção final do questionário incluiu agradecimentos da pesquisadora, expressando gratidão pelo tempo dedicado e pela honestidade nas respostas fornecidas pelos participantes.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

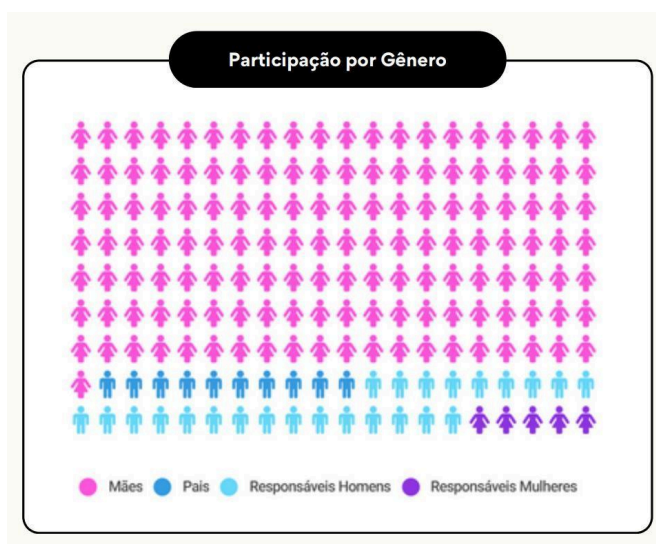
Retomando o objetivo deste trabalho, buscamos investigar, por meio dos dados coletados, a correspondência do padrão "azul para meninos e rosa para meninas" e se este padrão está sendo reforçado pelos adultos no processo de aprendizagem das crianças. A pesquisa contou com 36 participantes adultos, com idades entre 18 e 60 anos (ou mais).

Os dados presentes na análise e discussão foram ilustrados em infográfico de autoria pessoal, recortado em figuras que detalham cada tópico explorado. O material completo consta no tópico "4.2: Discussão dos Resultados" do trabalho.

4.1 Análise dos Dados Coletados

Na primeira etapa, de identificação, todos os participantes assumiram ser pais, mães ou responsáveis por alguma criança de até 6 anos. A maioria dos participantes, 83,4% do total, estava na faixa etária de 25 a 49 anos. Entre os respondentes, a maioria era do gênero feminino (conforme figura 6), com 31 participantes se identificando como mães. Entre essas participantes, uma pessoa se identificou como não-binária, pertencente ao grupo das mães.

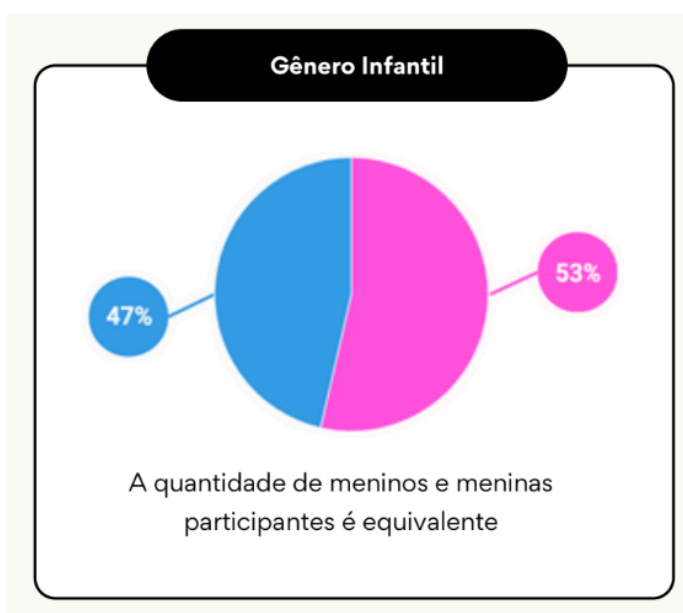
Figura 6: Participação por Gênero



Fonte: da autora (2024).

Quanto às crianças envolvidas, houve uma participação praticamente equivalente entre meninos e meninas - 47% e 53%, respectivamente, vide figura 7. Isso colaborou para que analisássemos de forma justa as preferências de cada grupo. Ressaltamos, também, que a identificação por gênero das crianças deveria ser pessoal, e não indicada pelos pais. A questão “com qual gênero a sua criança se identifica?” não teve “não-binário” nem “neutro” como respostas.

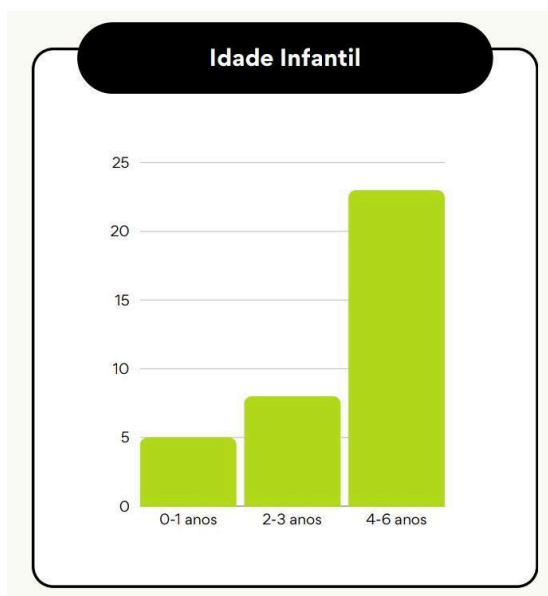
Figura 7: Gênero Infantil



Fonte: da autora (2024).

Assim como o gênero, as idades também foram bem distribuídas. Como indica a figura 6, crianças de menos de 1 ano a 6 anos foram confirmadas pelos seus pais, mães e responsáveis. A maioria, no entanto, possuía entre 6 e 4 anos, como aponta o gráfico de tabelas da figura 8.

Figura 8: Idade Infantil



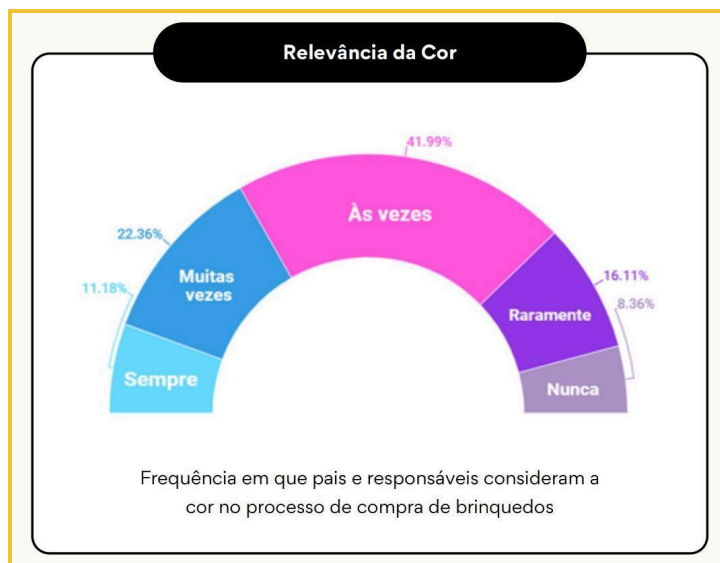
Fonte: da autora (2024).

A segunda etapa da análise consiste em verificar se as respostas indicam uma preferência clara por cores associadas tradicionalmente a cada gênero (azul para meninos e rosa para meninas). Utilizando métodos estatísticos, como a análise de frequência e correlação, podemos determinar a prevalência deste padrão nas escolhas dos participantes.

Para entender se os adultos estão reforçando esses padrões de cor, comparamos as preferências de cores dos brinquedos comprados pelos responsáveis com as preferências observadas nas crianças. A análise de variância (ANOVA) pode ser utilizada para verificar se há diferenças significativas entre as preferências dos adultos e das crianças.

No estudo, os adultos confessaram em que frequência consideram a cor do brinquedo no processo de compra para seus pequenos. 11,2% responderam “sempre”, 22% responderam “muitas vezes”, 42% responderam “às vezes”. Juntos, compõem a maioria, como podemos ver no gráfico pizza indicado na figura 9.

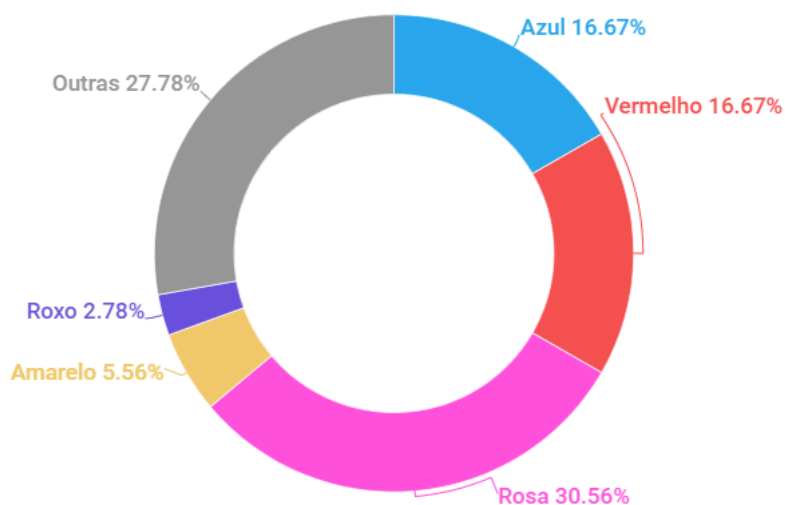
Figura 9: Gênero Infantil



Fonte: da autora (2024).

Ao questionados sobre suas preferências de cor para a aquisição dos brinquedos das crianças, o Rosa e o Azul marcam forte presença, com 30% e 16% respectivamente. Mas, importante ressaltar que o Vermelho também se destaca, com a mesma porcentagem da cor Azul. O dado é relevante para entender o cenário extra dicotômico que está discutido no trabalho.

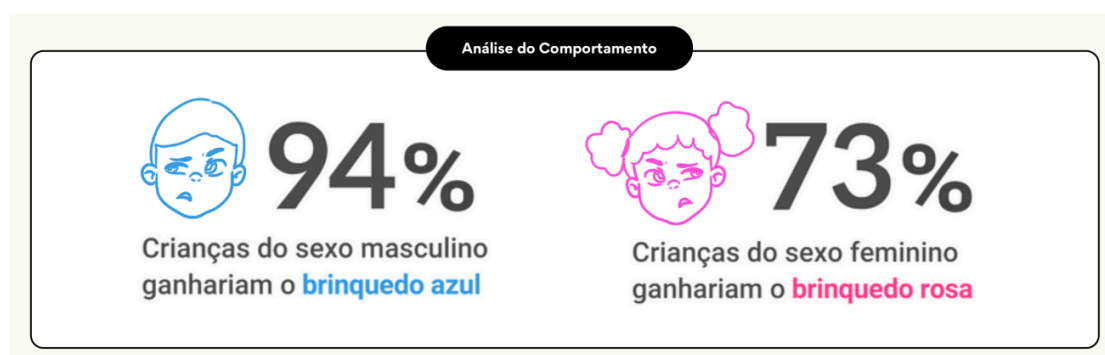
Figura 10: Preferência de Cor



Fonte: da autora (2024).

O comportamento dos adultos pôde ser analisado através da questão-problema que envolvia a hipótese de compra do baldinho de praia para seu filho(a), sendo ele na cor rosa ou azul. Pais, mães e responsáveis realizaram suas escolhas com base nas próprias preferências, como acontece nos seus cotidianos. Relacionando as respostas aos respectivos gêneros das crianças envolvidas, os adultos puderam confirmar, por maioria, que meninos ganhariam baldinho azul e meninas ganhariam baldinho rosa. Os números, representados na figura 10, apontam 94% para meninos e 73% para meninas.

Figura 11: Análise do Comportamento



Fonte: da autora (2024).

A exceções existem: apenas 1 (um) adulto, da ordem dos responsáveis, compraria o brinquedo rosa para seu menino. Além dele, 2 (duas) mulheres, mães de meninas, comprariam o brinquedo azul. No universo de 36 respostas, apenas 3 (três) descumprem o padrão social imposto entre a cor e o gênero das crianças. A figura 11 ilustra os dados, através de pictogramas, porcentagens e textos.

Figura 12: Exceções



Fonte: da autora (2024).

4.2 Discussão dos Resultados

Quanto aos processos visceral, comportamental e reflexivo, a teoria dos três níveis de design de Donald Norman pôde ser aplicada para entender como os adultos tomam decisões de compra baseadas na cor dos brinquedos. Posteriormente, foi possível perceber, inferir e supor consequências reais no desenvolvimento cognitivo das crianças envolvidas, bem como no próprio entendimento de seus gêneros.

Na análise visceral, analisamos a resposta emocional imediata às cores dos brinquedos. De caráter primitivo, essa resposta pode considerar, por exemplo, a preferência de uma cor relacionada às suas características físicas (se é vibrante ou neutra, por exemplo). Além disso, buscamos entender se algumas cores podem evocar associações culturais específicas. Por exemplo, a cor rosa geralmente é associada a um ideal de feminilidade, enquanto o azul pode ser visto como uma cor neutra ou ligada à masculinidade em algumas culturas, como é o caso da brasileira.

Em seguida examinamos a esfera comportamental, ao entender de que forma a funcionalidade e a usabilidade dos brinquedos estavam submetidas às cores que lhe envolviam. No caso desta pesquisa, por isso, foram utilizados brinquedos de igual natureza e fim, o baldinho de praia, a fim de que pudéssemos analisar exclusivamente a influência da cor no processo de compra.

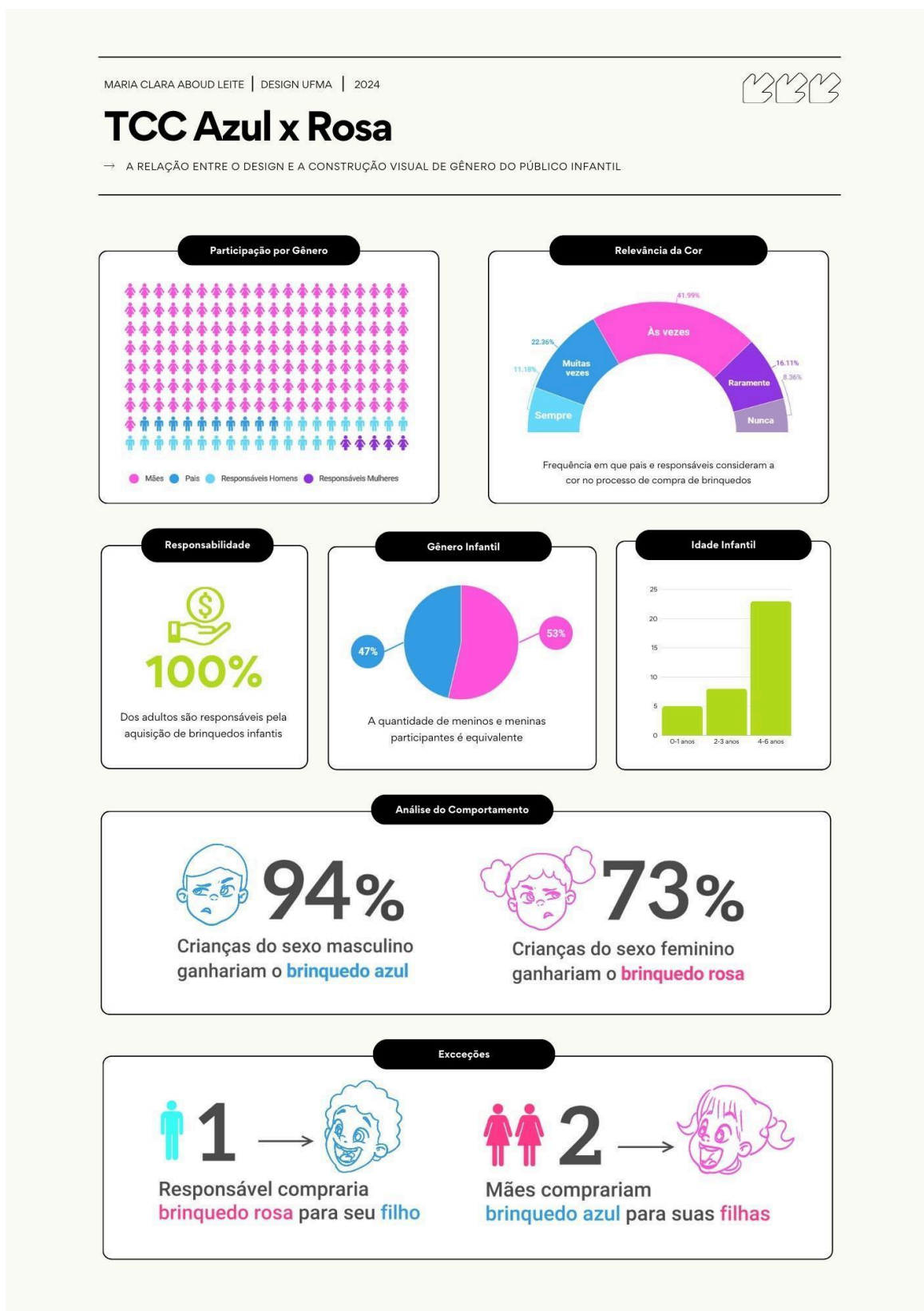
Por fim, no âmbito reflexivo, investigamos e compreendemos como a cultura e os valores pessoais dos adultos afetam suas preferências de cor para os brinquedos das crianças. Estimulamos indiretamente a associação entre a infância do próprio adulto à do seu filho(a), fazendo-o refletir sobre motivações subjetivas que justificam seus comportamentos, e conseqüentemente, influenciam suas crianças.

Os três níveis foram considerados para diagnosticar tanto a atuação de pais, mães e responsáveis que reforçam o padrão visual quanto para aqueles que fogem à regra. Adultos que valorizam a criatividade e a individualidade tendem a escolher cores mais diversificadas e não tradicionais para os brinquedos, enquanto aqueles que buscam conformidade ou simplicidade podem optar por cores mais convencionais.

Os dados confirmaram, enfim, que há uma forte correspondência entre o padrão "azul para meninos e rosa para meninas" nas escolhas dos adultos, isso sugere que os padrões culturais estão sendo perpetuados. A figura 12 reúne, em um produto infográfico, todos os dados discutidos individualmente no tópico "4.2: Análise de Dados". Podemos inferir, então, através das representações pictográficas, que a discussão há de se aprofundar nas implicações deste reforço cultural no desenvolvimento das crianças e na formação de identidades de gênero.

Vale ainda ressaltar que, de acordo com os dados explicitados, a cor Vermelho também oferece um fator de identificação e preferência para os pais, no momento de decisão. Isso aparece, com ênfase, no caso de pais, mães e responsáveis de meninos. Sobre isso, um estudo da Universidade de Durham, na Inglaterra, indica que a cor, entre os homens, expressa características relacionadas a dominância, raiva e competitividade - comuns aos padrões sociais masculinos impostos na sociedade.

Figura 12: Infográfico Geral do Estudo de Campo



Fonte: da autora (2024).

A assimilação das cores "azul para meninos" e "rosa para meninas" como fatores de identificação pode ter um impacto significativo no comportamento e no modo de ser das crianças. Primeiramente, ao associar cores específicas a gêneros determinados, os adultos reforçam estereótipos de gênero desde a primeira infância. Isso pode limitar as oportunidades de exploração e expressão das crianças, confinando-as a normas sociais rígidas sobre o que é considerado apropriado para meninos e meninas.

Assim, meninos que preferem o rosa podem ser desencorajados a expressar essa preferência devido ao medo de estigma social, enquanto meninas podem sentir-se pressionadas a escolher o rosa mesmo que prefiram outras cores. Essas influências podem restringir a criatividade e a liberdade das crianças para desenvolverem seus interesses e habilidades de maneira independente de normas de gênero.

Dessa maneira, acreditamos que a internalização desses estereótipos de cor pode afetar o desenvolvimento psicológico das crianças, influenciando a construção de suas identidades de gênero e autoestima. Meninos que se identificam com o azul e meninas com o rosa podem crescer com uma compreensão limitada das suas próprias capacidades e potenciais, condicionados a acreditar que certas atividades, brinquedos ou até mesmo profissões são inerentemente masculinas, ou femininas.

Este tipo de condicionamento pode levar a uma perpetuação de desigualdades de gênero, onde meninos e meninas se sentem compelidos a conformar-se a papéis tradicionais de gênero ao invés de explorar livremente suas aptidões e interesses pessoais. A longo prazo, essa assimilação pode impactar as escolhas acadêmicas, profissionais e sociais das crianças, influenciando suas trajetórias de vida de maneira profunda e duradoura.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho se propôs a desenhar e discutir as relações entre Design e Gênero, através dos brinquedos infantis e suas cores. “Como, afinal, esses fatores influenciam na construção do gênero para as crianças? Que estratégias socioculturais estão impostas para que essa assimilação aconteça e se perpetue?”. Esses foram alguns questionamentos que nortearam o estudo. A pesquisa bibliográfica, somada à de campo e às metodologias do Design, ajudaram a respondê-las de forma satisfatória, encontrando o elo que conecta os conceitos.

Pais, mães e responsáveis de crianças ainda na primeira infância, de 0 a 6 anos, aceitaram o desafio de contribuir com a pesquisa, e também refletir sobre a sua responsabilidade nesse processo. A compra de brinquedos, algo cotidiano e às vezes automático, revelou a reprodução de padrões sociais inerentes aos gêneros masculino e feminino.

Ao mesmo tempo, entendeu-se que a indústria cultural mantém as cores azul e rosa enquanto protagonistas da representação dos gêneros. Nas escolas, nos mercados, nas roupas, nos itens essenciais, nas embalagens, as cores segregam os territórios do homem e da mulher, que avançam para seus comportamentos, valores, referências, ofícios, linguagens, enfim, para a sociedade. As crianças, então, através de seus adultos, professores, colegas, e outros agentes sociais, são inseridas logo cedo na ordem binária que delimita seus gêneros.

O designer, como discutido no decorrer do item “Referencial Teórico”, compreende o sistema de produção de signos e admite sua posição sistêmica contemporânea na solução de problemas (CARDOSO, 2011). Por isso, é imprescindível que possua a visão crítica do projeto na sua dimensão sociocultural, trabalhando no intuito de mediar desigualdades e garantir liberdades fundamentais.

Compreendidos os contextos, entendeu-se que há uma característica cíclica no processo de representação das identidades, em que: a indústria cria, o adulto reforça, a criança aprende, e repete. E essa aprendizagem acontece mesmo na brincadeira, muito presente no primeiro estágio da vida, em que são construídos os parâmetros e o juízo de valor através dos objetos, situações, cenários, etc.

Na análise do comportamento adulto, foram considerados os três níveis do Design (NORMAN, 2012) para entender as dimensões visceral, comportamental e reflexiva do objeto de estudo (balde de praia infantil) no momento da sua compra. Além disso, também diagnosticamos a absorção da cor através das etapas SENS, ORG e INT, como sugere Csillag (2015). Com isso, o produto em si e a sua semiótica foram organizados e examinados ao longo do estudo.

Estabelecidos os critérios bibliográficos, utilizamos o questionário online para confirmar a relação de causa e efeito proposta. Contamos com a participação total de 36 (trinta e seis) usuários, e com um número equivalente de meninos e meninas inseridos na pesquisa. O estudo de campo concentrou-se em mapear todas as informações convenientes à pesquisa, tanto no que se refere à identificação de adultos e crianças, quanto aos seus comportamentos com relação aos brinquedos, cores e à compra final.

Finalmente, o estudo confirmou-se, quando 94% dos pais de meninos afirmaram que comprariam o brinquedo azul e 73% dos pais de meninas comprariam o brinquedo rosa. Esse e outros dados resultantes foram convertidos em um produto infográfico, que visa representar o conteúdo final do trabalho. Ícones, cores, formas, e ilustrações foram selecionados e organizados para facilitar a leitura e assimilação das informações retidas. As cores azul e rosa marcaram a intencionalidade em provocar reflexão sobre a repetição do padrão dicotômico social imposto.

As discussões, então, concluem que, além de confirmar a hipótese, o trabalho contempla o debate atual em torno das liberdades de gênero, do feminismo e do público LGBTQIAPN+. O padrão “azul para meninos e rosa para meninas” reduz a multiplicidade dos gêneros a dois deles, reforça a divisão de seus comportamentos na sociedade e pressiona o público infantil a admitir essas responsabilidades, nesse estágio em que outras habilidades sociais já estão sendo arduamente construídas.

Enfim, delinear as relações entre a comunicação visual, o Design, e as questões de gênero, nesse contexto, constitui um movimento de transformação, à medida que contribui para a garantia dos direitos e liberdades das crianças. Se é a

elas que se atribui o futuro da humanidade, que recebam, então, seus cuidados hoje, no presente.

REFERÊNCIAS

BALISCEI, João P.; MAIO, Eliane R.; CALSA, Geiva C. Um ovo azul e outro rosa: pedagogia Kinder e a construção visual dos gêneros e das infâncias. *Visualidades*, Goiânia, v. 14, n. 1, p. 284–315, jan.-jun. 2016.

BRABO, Tânia S. A. M. Direitos sexuais de crianças e adolescentes: gênero e educação sexual nas políticas educacionais. In: **Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress** (Anais Eletrônicos). Florianópolis, 2017. ISSN 2179-510X. Disponível em: http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499907874_ARQUIV_O_FAZENDOGENERO2017textocompleto.pdf. Acesso em: 03 jun. 2022.

BRAGA, Eliane Rose Maio. Gênero, sexualidade e educação: Questões pertinentes à pedagogia. In: CARVALHO, Elma Júlia Gonçalves de; FAUSTINO, Rosângela Célia (Orgs.). *Educação e diversidade cultural*. Maringá: Eduem, 2010. p. 205–218.

BRASIL. Constituições da República Federativa do Brasil e do Estado de São Paulo. **Declaração universal dos direitos humanos**. São Paulo: Imprensa Oficial, 2000.

CARDOSO, Lúcia. **Cultura visual e educação através da imagem**. Recife: O Autor, 2010. 158 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pernambuco. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/3301/1/arquivo25_1.pdf. Acesso em: 31 maio 2022.

CSILLAG, Paula. **Comunicação com cores**. São Paulo: Editora SENAI SP, 2015.

CSILLAG, Paula. Um mapeamento de estudos de cores frente ao Modelo SENS|ORG|INT de percepção visual de modo a identificar princípios cromáticos que tendem a ser generalizáveis aos seres humanos. *InfoDesign*, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 39–47, jul.-dez. 2011. ISSN 1808-5377.

GOOGLE IMAGENS. **Pesquisa na internet “brinquedo infantil feminino”**. Acesso em: 16 abr. 2024.

GOOGLE IMAGENS. **Pesquisa na internet “brinquedo infantil masculino”**. Acesso em: 16 abr. 2024.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores**. 3. ed. São Paulo: Annablume, 2004.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. 1. ed. Barcelona: Taschen, 2012.

KRESS, Gunther; VAN LEEUWEN, Theo. **Reading images: the grammar of visual design**. London: Routledge, 2006.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

LOURO, Guacira Lopes. **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas**. *Pro-Posições*, Campinas, v. 19, n. 2, p. 17–23, ago. 2008.

LORSCHETER, Vanessa; STEFFEN, César; POLIDORO, Marina B. Análise semiótica para o uso emocional da cor no Design de Superfície. In: **XI Semana de Extensão, Pesquisa e Pós-Graduação: SEPesq**. Rio Grande do Sul, 19 a 23 out. 2015.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. O impacto do desenvolvimento na primeira infância na aprendizagem. Comitê Científico, **Núcleo Ciência pela Infância**, Brasília, 2014.

MIRZOEFF, Nicholas. *An introduction to visual culture*. London/New York: Routledge, 1999.

NORMAN, Donald. *Design emocional: o que é e como fazer*. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2012.

RI HAPPY. **Kit balde de praia com regador redondo** - forminhas de 30cm (meninos). Disponível em: <https://www.rihappy.com.br/kit-balde-de-praia-com-regador-redondo---forminhas-de-30cm-1002760334/p>. Acesso em: 22/05/2024.

RI HAPPY. **Kit balde de praia com regador redondo** - forminhas de 30cm (meninas). Disponível em: <https://www.rihappy.com.br/kit-balde-de-praia-com-regador-redondo---forminhas-de-30cm-meninas-1002760376/p>. Acesso em: 22/05/2024.

SANTOS, Juliana Barbosa dos. **Entrando na brincadeira**: uma análise semiótica da imagem de criança em embalagens de bonecas. 2019. 73 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/19477/1/JulianaBarbosaDosSantos_Dissert.pdf. Acesso em: 30 maio de 2022.

SARDELICH, M. E. **Leitura de imagens e cultura visual**: desenredando conceitos para a prática educativa. *Educar*, Curitiba, n. 27, p. 203–219, 2006. Editora UFPR. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/er/a/BnKG8z7vX4j5qy559RXrZNJ/?lang=pt>. Acesso em: 01 jun. 2022.

SILVA, E. dos S. S.; SANTOS, S. A. dos; JESUS, V. M. de. **O desenvolvimento cognitivo infantil sob a óptica de Jean Piaget**. 2016. Disponível em: <https://portal.fslf.edu.br/wp-content/uploads/2016/12/tcc9-6.pdf>. Acesso em: 21 set. 2021.

STEINBERG, Shirley R.; KINCHELOE, Joe L. Sem segredos: cultura infantil, saturação de informação e infância pós-moderna. In: _____. (Org.). **Cultura infantil: a construção corporativa da infância**. Tradução de George Eduardo Japiassú Bricio. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001. p. 9–52.

VAN LEEUWEN, Theo. **Introducing social semiotics**. London and New York: Routledge, 2005.

VYGOTSKY, L. S. **A formação social da mente: o desenvolvimento psicológico na infância**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 1998.

APÊNDICE A - FORMULÁRIO DE PESQUISA (GOOGLE FORMS)

28/08/2024, 17:39

Questionário: TCC Azul x Rosa

Questionário: TCC Azul x Rosa

Olá!

Me chamo Maria Clara Aboud Leite e estou desenvolvendo o Trabalho de Conclusão de Curso com o tema "**AZUL X ROSA: a relação entre o design e a construção visual de gênero do público infantil**". Neste momento, você está sendo convidado a colaborar voluntariamente com a pesquisa, respondendo algumas perguntas deste questionário. O meu público-alvo são **mães, pais e/ou responsáveis de crianças de até 6 anos**.

A previsão de conclusão de todas as respostas do questionário é de, no máximo, **10 minutos**.

INFORMAÇÕES GERAIS

A pesquisa será realizada por meio de um questionário online, constituído por 11 perguntas, relacionadas ao **comportamento e tomada de decisões dos pais, mães e/ou responsáveis de crianças de até 6 (seis) anos, no que diz respeito à aquisição de brinquedos infantis ditos "masculinos" ou "femininos", de acordo com elementos visuais de design contidos na embalagem do produto**. Estima-se que você precisará de aproximadamente **5 a 10 minutos**. A precisão e honestidade de suas respostas é determinante para a qualidade da pesquisa.

Você não será remunerado, visto que sua participação nesta pesquisa é de caráter voluntária. Não existem riscos envolvidos na sua participação. Caso decida desistir da pesquisa você poderá interromper o questionário e sair do estudo a qualquer momento, sem nenhuma restrição ou punição ou caso já tenha respondido mas mesmo assim prefira retirar seu consentimento, basta enviar solicitação de retirada de participação da pesquisa pelo seguinte contato: **maria.aboud@discente.ufma.br**.

A pesquisadora garante e se compromete com o sigilo e a confidencialidade de todas as informações fornecidas por você para este estudo. Da mesma forma, o tratamento dos dados coletados seguirá as determinações da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD – Lei 13.709/18).

TERMO DE CONSENTIMENTO

Para continuar, você precisa **ler e aceitar** o seguinte *Termo de Consentimento Livre e Esclarecido*:

Eu, **concordo em participar voluntariamente do presente estudo como participante**. O pesquisador me informou sobre tudo o que vai acontecer na pesquisa, o que terei que fazer, inclusive sobre os possíveis riscos e benefícios envolvidos na minha participação. A pesquisadora me garantiu que eu poderei sair da pesquisa a qualquer momento, sem dar nenhuma explicação, e que esta decisão não me trará nenhum tipo de penalidade ou interrupção de meu tratamento.

* Indica uma pergunta obrigatória

28/08/2024, 17:39

Questionário: TCC Azul x Rosa

1. Você aceita o termo? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não *Pular para a seção 4 (PRONTO! PESQUISA ENCERRADA.)*

INFORMAÇÕES PESSOAIS

2. Qual seu nome e e-mail? *

3. Com qual gênero se identifica? *

Marcar apenas uma oval.

Feminino

Masculino

Não-binário

Neutro

Outro: _____

4. Qual sua faixa etária? *

Marcar apenas uma oval.

18 a 24 anos

25 a 34 anos

35 a 49 anos

50 a 59 anos

60 ou mais

28/08/2024, 17:39

Questionário: TCC Azul x Rosa

5. Você é: *

Marcar apenas uma oval.

- Mãe
- Pai
- Responsável

6. Com qual gênero a sua criança se identifica? *

Marcar apenas uma oval.

- Feminino
- Masculino
- Não-binário
- Neutro
- Outro: _____

7. Qual a idade da sua criança? *

Marcar apenas uma oval.

- Menos de 1 ano
- 1 ano
- 2 anos
- 3 anos
- 4 anos
- 5 anos
- 6 anos

QUESTÕES

28/08/2024, 17:39

Questionário: TCC Azul x Rosa

8. Você é ou costuma ser responsável pela aquisição dos brinquedos da sua criança? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

9. Durante o processo de escolha, com que frequência você se atenta à COR do produto desejado? *

Marcar apenas uma oval.

Sempre

Muitas vezes

Às vezes

Raramente

Nunca

10. Qual dessas cores é a sua preferência para os brinquedos adquiridos à sua criança? *

Marcar apenas uma oval.

Rosa

Azul

Roxo

Amarelo

Vermelho

Verde

Outro: _____

28/08/2024, 17:39

Questionário: TCC Azul x Rosa

11. Sua criança tem mais brinquedos da cor: *

Marcar apenas uma oval.

- Rosa
- Azul
- Roxo
- Amarelo
- Vermelho
- Verde
- Outro: _____

12. Considere a seguinte situação: você quer comprar à sua criança um baldinho de praia, que acompanhe ferramentas para manusear areia. Na loja em que você está, existem as seguintes opções: 01 (ROSA) ou 02 (AZUL). *

Qual das duas você escolheria?

OBS: o brinquedo em questão pode ser utilizado por crianças de 0 a 6 anos, não oferecendo riscos à nenhuma das idades.

Marcar apenas uma oval.



Opção 1 - BALDE ROSA



Opção 2 - BALDE AZUL

28/08/2024, 17:39

Questionário: TCC Azul x Rosa

PRONTO! PESQUISA ENCERRADA.

Agradeço a sua participação, o tempo e a honestidade ao responder as questões.

Agora, você já colaborou para a formação de uma futura designer, e principalmente, para uma sociedade mais justa e democrática no que diz respeito à diversidade de gênero e as suas possíveis expressões.

Valeu! :)

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários