

Jessica Escudero

**ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO:
DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE ESTAMPAS
INFANTO-JUVENIS COM SIGNIFICADOS
NEUTRALIZADORES**

Projeto de Conclusão de Curso
submetido ao Curso de Graduação em
Design da Universidade Federal de
Santa Catarina para a obtenção do Grau
de Bacharel em Design.
Orientador: Prof^ª. Fernanda Iervolino

Florianópolis
2016

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária
da UFSC.

Escudero, Jessica

ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO: DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE
ESTAMPAS INFANTO-JUVENIS COM SIGNIFICADOS NEUTRALIZADORES
/ Jessica Escudero ; orientadora, Fernanda Iervolino -
Florianópolis, SC, 2016.

103 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão. Graduação em Design.

Inclui referências

1. Design. 2. Design. 3. Estamparia. 4. Discussão de
Gêneros. I. Iervolino, Fernanda. II. Universidade Federal
de Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Jessica Escudero

**ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO:
DESENVOLVIMENTO DE COLEÇÃO DE ESTAMPAS
INFANTO-JUVENIS COM SIGNIFICADOS
NEUTRALIZADORES**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 06 de Julho de 2016.

Prof. Luciano Patrício Souza de Castro, Dr.
Coordenador do Curso

Banca Examinadora:

Prof.^a Fernanda Iervolino
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Douglas Menegazzi
Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Mário César Coelho
Universidade Federal de Santa Catarina

Este trabalho é dedicado a todos aqueles que me apoiaram durante os anos de estudo e que me permitiram chegar até aqui.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a todos aqueles que me apoiaram na criação deste projeto e aos que me incentivaram nas horas difíceis.

A minha família, amigos e namorado que sempre acreditaram nos meus desejos e sonhos e apoiaram todas as minhas decisões.

Aos meus professores que me ensinaram tudo o que eu precisei para conseguir produzir este trabalho, em especial a minha orientadora que me guiou tão bem durante todo este processo.

Meus sinceros agradecimentos a todos.

RESUMO

Questionamentos a respeito da forma em que os gênero são representados dentro da sociedade e suas consequências psicológicas nas crianças e jovens ainda em processo de formação, vem ganhando cada vez mais espaço recentemente nas mais diversas áreas. Visando proporcionar modelos representativos positivos nas formas de simbolizar os gêneros atualmente, questiona-se a partir deste projeto, a importância e o significado dos moldes estabelecidos para cada gênero dentro do universo dos elementos visuais, criando-se uma coleção de estampas com significados neutralizadores para camisetas infanto-juvenis abordando formas variadas de demonstrar os sexos. A partir do método de Burdek elaboraram-se questionários para serem aplicados com o público-alvo para reconhecer seus interesses perante o assunto e suas preferências visuais, criando a partir disto, painéis que ajudaram na criação das alternativas. Também questionou-se quais as limitações impostas pelos pais dentro do universo da estamparia, tendo em vista que o público em questão ainda depende da responsabilidade destes. As alternativas criadas visaram representar os gêneros de forma diferenciada do que é comumente vista no mercado atual, a partir da inversão dos estereótipos e a demonstração equivalente dos sexos. O resultado perante as alternativas criadas gerou possibilidade para uma enquete final com as crianças e jovens para compreender sua percepção em relação às estampas geradas. Percebeu-se por fim a partir dos resultados do questionário final, que os estereótipos de gênero ainda estão bastante embasados na consciência social de muitos integrantes da sociedade atual, porém caminham para um futuro de aceitação neutralizada da equivalência dos sexos.

Palavras-chave: estereótipos; gênero; neutralização; estampas.

ABSTRACT

Questions about the way in which gender is represented within society and its psychological consequences for children and young teenagers which are still in formation, have been gaining so much more space recently in the most varied of areas. Aiming to provide positive role models when symbolizing the genders, the importance and meanings of the roles established for each sex within the universe of the visual elements are questioned, by creating a collection of t-shirt prints with gender neutralizing effects, aimed for children and young teenagers by exploring varied ways of demonstrating the sexes. Based on Burdek's projecting method, an array of questions was developed to be applied with the target audience in order to recognize their interests about the subject at hand and their visual preferences. Based on these informations, it was possible to establish panels that later helped with the creation of the print alternatives. The limitations imposed by the parents within the fashion industry, where also questioned, given the fact that the target audience in question still depends upon the responsibility of their parents. The alternatives that were created aimed to represent the genders differently than what is usually seen in the current market, by making use of the inversion of stereotypes and by demonstrating the sexes as equals. The resulting alternatives, generated a possibility for a final poll with the children and young teenagers, allowing a better understanding about their perceptions around the finished tshirt prints. Finally, from the results of the final poll, it was clear that gender stereotypes are still very much grounded in the social conscience of many members of today's society, but are moving toward a future of neutralized acceptance regarding the equivalence of the sexes.

Keywords: stereotypes; gender; neutralization; prints.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Coleção Sewing Circus.....	20
Figura 2: Metodologia Projétual de Burdek.....	21
Figura 3: Questão 01 – Questionário das Crianças.....	23
Figura 4: Questão 02 – Questionário das Crianças.....	23
Figura 5: Questão 03 – Questionário das Crianças.....	24
Figura 6: Questão 04 – Questionário das Crianças.....	25
Figura 7: Questão 05 – Questionário das Crianças.....	25
Figura 8: Questão 06 – Questionário das Crianças.....	26
Figura 9: Questão 07 – Questionário das Crianças.....	26
Figura 10: Resultado questão 07– Questionário das Crianças.....	27
Figura 11: Questão 08 – Questionário das Crianças.....	27
Figura 12: Questão 09 – Questionário das Crianças.....	28
Figura 13: Questão 10 – Questionário das Crianças.....	29
Figura 14: Resultados questão 10 – Questionário das Crianças.....	29
Figura 15: Questão 11 – Questionário das Crianças.....	30
Figura 16: Resultado questão 11 – Questionário das Crianças.....	30
Figura 17: Questão 12 – Questionário das Crianças.....	31
Figura 18: Resultado questão 12 – Questionário das Crianças.....	31
Figura 19: Questão 13 – Questionário das Crianças.....	32
Figura 20: Resultados questão 13 – Questionário das Crianças.....	32
Figura 21: Questão 14 – Questionário das Crianças.....	33
Figura 22: Resultados questão 14 – Questionário das Crianças.....	33
Figura 23: Questão 15 – Questionário das Crianças.....	34
Figura 24: Questão 15 – Questionário das Crianças.....	34
Figura 25: Questão 16 – Questionário das Crianças.....	35
Figura 26: Questão 17 – Questionário das Crianças.....	35
Figura 27: Questão 18 – Questionário das Crianças.....	36
Figura 28: Resultados questão 18 – Questionário das Crianças.....	37
Figura 29: Questão 01- Questionário dos Pais e Mães.....	37
Figura 30: Questão 02 – Questionário dos Pais e Mães.....	38
Figura 31: Questão 03 – Questionário dos Pais e Mães.....	38
Figura 32: Questão 04 – Questionário dos Pais e Mães.....	39
Figura 33: Questão 05 – Questionário dos Pais e Mães.....	39
Figura 34: Resultado questão 05 – Questionário dos Pais e Mães.....	40
Figura 35: Questão 06 – Questionário dos Pais e Mães.....	40
Figura 36: Questão 07 – Questionário dos Pais e Mães.....	41
Figura 37: Questão 08 – Questionário dos Pais e Mães.....	41
Figura 38: Questão 08.2 – Questionário dos Pais e Mães.....	42
Figura 39: Questão 08.3 – Questionário dos Pais e Mães.....	42
Figura 40: Questão 09 – Questionário dos Pais e Mães.....	43
Figura 41: Questão 09.2 – Questionário dos Pais e Mães.....	43
Figura 42: Questão 09.3 – Questionário dos Pais e Mães.....	44
Figura 43: Questão 10 – Questionário dos Pais e Mães.....	44
Figura 44: Questão 10.2 – Questionário dos Pais e Mães.....	45

Figura 45: Questão 10.3 – Questionário dos Pais e Mães.....	45
Figura 46: Questão 11 – Questionário dos Pais e Mães.....	46
Figura 47: Resultados questão 11 – Questionário dos Pais e Mães	46
Figura 48: Camiseta Popeye	47
Figura 49: Camiseta Superherói	48
Figura 50: Camiseta Bailarina	48
Figura 51: Camiseta Princesa	49
Figura 52: Camiseta Apenas Sorrie	50
Figura 53: Camiseta Seja Corajoso.....	50
Figura 54: Estampa unissex.....	52
Figura 55: Vestido Star Wars	53
Figura 56: Bold, daring, fearless.....	54
Figura 57: Forget princess, call me president	54
Figura 58: Tabela Sincrônica.....	55
Figura 59: Painel de Público-alvo.....	56
Figura 60: Moodboard.....	58
Figura 61: Painel de Parâmetros	59
Figura 62: Painel temático	60
Figura 63: Cartela de Cores	61
Figura 64: Matriz de Formas	62
Figura 65: Matriz de Tipografia	63
Figura 66: Matriz de Imagens.....	63
Figura 67: Alternativa A.1	64
Figura 68: Alternativa A.2	65
Figura 69: Alternativa A.3	66
Figura 70: Alternativa A Final.....	67
Figura 71: Aplicação Alternativa A.....	68
Figura 72: Alternativa B.1	69
Figura 73: Alternativa B.2	70
Figura 74: Alternativa B Final	71
Figura 75: Aplicação Alternativa B	72
Figura 76: Planejamento Alternativa C.....	73
Figura 77: Reorganização Alternativa C.....	74
Figura 78: Vetorização Alternativa C	75
Figura 79: Evolução Alternativa C	76
Figura 80: Alternativa C.1	77
Figura 81: Alternativa C Final.....	78
Figura 82: Aplicação Alternativa C.....	79
Figura 83: Alternativa D Criação Estilo	80
Figura 84: Alternativa D Criação de Cenário	81
Figura 85: Alternativa D Personagens	82
Figura 86: Alternativa D Adição da Frase	83
Figura 87: Alternativa D Final.....	84
Figura 88: Alternativa D Aplicação.....	85
Figura 89: Método Estamparia Digital 1	86

Figura 90: Estamparia Digital 2	87
Figura 91: Método de Estamparia Serigrafia	88
Figura 92: Questão 01 – Questionário de Valoração	89
Figura 93: Questão 02 - Questionário de Valoração	90
Figura 94: Questão 03 - Questionário de Valoração	91
Figura 95: Questão 04 - Questionário de Valoração	93
Figura 96: Questão 05 - Questionário de Valoração	94
Figura 97: Impressão Camiseta Final 01	95
Figura 98: Impressão Camiseta Final 02	96

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	17
1.1 OBJETIVOS	18
1.1.1 Objetivo Geral	18
1.1.2 Objetivos Específicos	18
1.1.3 Justificativa	19
2. METODOLOGIA PROJETUAL	21
3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	22
3.1 PROBLEMATIZAÇÃO	22
3.2 ANÁLISE DA SITUAÇÃO CORRENTE.....	22
3.2.1 Dados coletados no questionário	22
3.2.1.1 Questionário Crianças	22
3.2.1.2 Questionário Mães e Pais	37
3.2.2 Parâmetros Atuais	47
3.2.3 Análise Sincrônica	51
3.2.4 Público-alvo	56
3.3 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	57
3.4 PROJETO DE CONCEITOS.....	57
3.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS.....	62
3.5.1 Alternativa A	64
3.5.2 Alternativa B	68
3.5.2.1 Valoração e Precisão da Alternativa B	71
3.5.3 Alternativa C	72
3.5.3.1 Valoração e Precisão da Alternativa C	78
3.5.4 Alternativa D	79
3.5.4.1 Valoração e Precisão da Alternativa D	84
3.6 PLANEJAMENTO DO DESENVOLVIMENTO DE PRODUÇÃO	85
3.6.1 Valoração das Alternativas com o Público-alvo	88
3.6.2 Produto final	95
4. CONCLUSÃO	97
REFERÊNCIAS	99
SITES	99

1. INTRODUÇÃO

Recentemente, muito se tem discutido, acerca dos papéis de gênero e o impacto psicológico que as limitações impostas pela sociedade causam a diversas pessoas. Acima de tudo, o conceito da ideologia dos papéis na atualidade (assim como todas as ideologias criadas pelo homem) é classificado como um produto histórico-cultural e político, o qual foi definido ao longo dos anos e pautado por uma perspectiva sócio-patriarcal e heteronormativa (SCOTT, 1989). Essas definições, por sua vez, são impostas através de cobranças sociais que estipulam como aceitáveis certos comportamentos, interesses e até vestimentas, como por exemplo o fato de meninas serem incentivadas a brincarem com bonecas enquanto meninos são estimulados a terem interesse por esportes ou também a questão de ser muito mais aceitável para meninas usarem rosa e meninos azul. Muitas vezes essas imposições contrariam as reais vontades e interesses de cada indivíduo, conseqüentemente, afetando sua saúde psicológica (HETHERINGTON, 2003).

Em muitas situações cotidianas, é comum limitar as vestimentas de meninos e meninas, estipulando um padrão preestabelecido a ser seguido e aceito. Por exemplo, garotos tendem a ser condenados por utilizarem camisetas com estampas referentes a temáticas consideradas “femininas” (como flores, corações e cores rosadas, etc.) ou garotas por se expressarem com estampas mais “masculinas” (como cenários mais macabros, caveiras e carros, etc.). Com essas dificuldades em mente, entende-se a importância que o início da desconstrução dos rótulos de gêneros pode ter na vida das tantas pessoas que têm dificuldades de aceitarem a si próprias e seus interesses que talvez não se encaixem no que a sociedade define como aceitável para o gênero pelo qual se identificam.

A partir deste projeto, questiona-se a importância e o significado dos moldes estabelecidos para cada gênero dentro do universo dos elementos visuais, criando-se um coleção de estampas para camisetas infante-juvenis. Serão criados modelos digitais que, com a temática de significados neutralizadores, poderão iniciar lenta e localmente um processo de questionamento pessoal e neutralização das diferenças que foram impostas sobre os sexos, proporcionando, assim, a possibilidade de maior liberdade expressiva. O foco deste projeto nas primeiras etapas do desenvolvimento da criança e do jovem, vêm do objetivo de encontrar nessas importantes fases de formação, indicações e aprendizados sobre a formação das ideologias de gênero (SCOTT, 1989), sem o peso da bagagem social e emocional arrecadadas ao longo dos muitos anos de

convivência coletiva de um adulto. Além disso, inicia-se com esta proposta, um processo gradual e individual de empoderamento dos gêneros de forma diferenciada, representando os diversos interesses do ser humano sem dar foco aos estereótipos de cada gênero, dando força aos pontos que são condenados e reprimidos de cada um (como por exemplo a sensibilidade masculina e a assertividade feminina).

As informações necessárias serão arrecadadas através de pesquisas de campo (questionários digitais) com os pais e as próprias crianças e jovens, que mostrarão o que o público-alvo está consumindo no âmbito de estamparia (especificamente os estilos visuais mais populares de estampas), incluindo referências a estampas que já estão iniciando efeitos neutralizantes com relação às funções gênero específicas incutidas pela sociedade.

As estampas serão criadas digitalmente através do uso de ferramentas criativas como Photoshop, Illustrator etc., através da metodologia projetual de Bernhard E. Burdek.

Por fim, os modelos digitais das estampas serão aplicados em camisetas brancas. A cor branca por sua vez, foi escolhida para também representar a neutralidade que este projeto pretende transmitir através das camisetas aqui produzidas.

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma coleção de estampas digitais com significados de neutralização e empoderamento das ideologias de gênero, que possam ser usadas por ambos os sexos.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Entender, dentre todas as limitações existentes na diferenciação dos gêneros em termos de estamparia, quais são as mais comuns e problemáticas para o público-alvo deste projeto;
- Acumular uma base de dados que mostre os interesses infanto-juvenis na área da moda de estamparia;
- Buscar referências de camisetas que abordem a temática de gênero em questão;
- Criar estampas que tratem do empoderamento de meninos e meninas de maneira igualitária;

- Aplicar e representar nas estampas, formas, cores e atitudes, que focam nos pontos que são condenados e reprimidos de cada gênero, dando início a uma ideia de desmistificação dos interesses já estereotipados.

1.1.3 Justificativa

Com o progresso da sociedade atual, a problematização dos papéis impostos aos gêneros se torna um grande foco de discussão. É neste momento que questiona-se quais as consequências que essa ideologia separatista têm sobre o comportamento e saúde mental das gerações. A fim de quebrar os moldes convencionados de gênero, este projeto pretende introduzir opções variadas de estampas e estilos de camisetas, permitindo ao público jovem uma maior liberdade de expressão.

Iniciar um processo de questionamento sobre temáticas de gênero através das estampas aqui produzidas, têm significativa importância para as lutas de gênero, pois poderá ajudar na inserção de uma conduta inclusiva no dia-dia de jovens e crianças que, ainda no processo de formação psicológica, terão maior acesso a tais ideias positivas. Além disso, dará a esses, maiores oportunidades que instigam a liberdade de expressão, tendo então, mais espaço para entender seus gostos sem serem influenciados pelo medo de serem rejeitados e julgados por não seguirem uma norma.

O começo de uma ideologia consumidora de vestimentas liberais e igualitárias poderá ser disseminada na sociedade local, visto a importância e o crescimento que a discussão de gênero vem tendo na comunidade internacional tanto no segmento de roupas como de comunicação. Exemplos dessa crescente vertente de vestuários que seguem a temática aqui discutida, são vistas em pequenas empresas de marcas estrangeiras como:

- Girls Will Be (EUA, 2013);
- Handsome in Pink (EUA, 2007);
- Savah (EUA, 2015);
- Sewing Circus (UK, 2013);
- Jessy and Jack (EUA, 2014);
- Quirkie Kids (EUA, 2014);
- Jill and Jack Kids (Canadá, 2015);
- Princess Free Zone (2011);
- BuddingSTEMS (EUA, 2014);
- Princess Awesome (EUA, 2013);

- Climbing Trees (UK);
- Pigtail Pals & Ballcap Buddies (EUA, 2009).

A figura abaixo mostra exemplos da marca Sewing Circus com significados neutralizantes e empoderadores do gênero feminino.

Figura 1: Coleção Sewing Circus



Fonte: Huffington Post

A autora do presente trabalho por sua vez, entende as limitações impostas nas crianças (especificamente nas meninas, de acordo com sua própria experiência) em questão de comportamento, gosto e modo de se vestir. Sempre lhe foi imposto e dito que deveria seguir um padrão de comportamento mais delicado e discreto, se vestir com cores mais claras, menos agressivas e se distrair com desenhos menos violentos. Com essas dificuldades de expressar suas reais vontades, este trabalho lhe foi inspirado na vontade de proporcionar, por menor que fosse, um caminho que instigasse a liberdade expressiva à uma pequena porcentagem da nova geração, dando espaço para que inicie um desvinculamento dos medos atrelados às normas impostas.

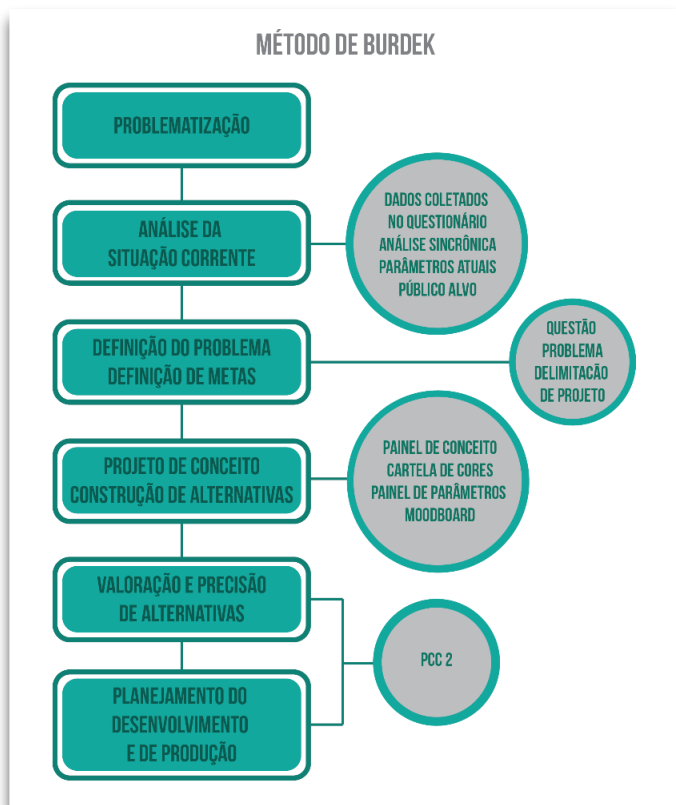
Por fim, este projeto poderá ser usado como referência para futuros trabalhos na disciplina optativa do Design UFSC - Criatividade de Discussões de Gênero e como base de dados para pesquisas na área de vestimentas e gênero.

2. METODOLOGIA PROJETUAL

A partir do tema escolhido para este projeto e suas especificidades, optou-se por seguir a metodologia projetual desenvolvida por Bernhard E. Burdek, que engloba muito bem as fases necessárias de coleta de dados e processos criativos para a área da moda.

A seguir observa-se uma tabela das fases desta metodologia e uma pequena explicação do que é esperado de cada etapa:

Figura 2: Metodologia Projetual de Burdek



Fonte: BÜRDEK, Bernhard E. História, teoria e prática do design de produto. São Paulo: Edgar Blücher, 2006, p. 255.

3. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

3.1 PROBLEMATIZAÇÃO

A fim de alcançar uma maior liberdade e aceitação pessoal e social, estudar de que forma uma peça gráfica de moda pode desencadear um processo de desconstrução de rótulos de gênero e também proporcionar uma neutralização dos estereótipos submetidos socialmente aos públicos feminino e masculino. Como uma hipótese de solução para o problema, propõe-se a criação de estampas que, com abordagens gráficas igualitárias, proporcionem vestimentas que não se restringem à apenas um dos sexos, contribuindo assim na construção de uma ideologia mais incluída e positiva perante os preconceitos vinculados as mulheres e homens da atualidade.

3.2 ANÁLISE DA SITUAÇÃO CORRENTE

3.2.1 Dados coletados no questionário

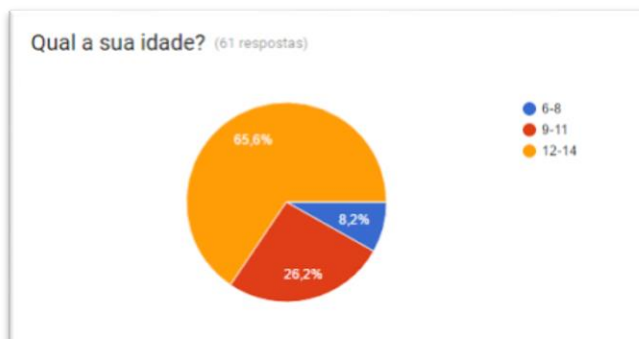
Foram feitos dois questionários, como instrumentos de coleta de dados (LAKATOS E MARCONI, 2003) com o intuito de entender a situação corrente do público-alvo e coletar dados a respeito das suas opiniões e a dos pais e mães a respeito da moda de estampa. Os questionários foram criados em uma plataforma online oferecida pelo Google Drive direcionada especificamente para a formulação de enquetes e foram respondidos por um total de 65 crianças e 37 pais. Os resultados destes questionários por sua vez, não representam uma amostra significativa para a geração de dados estatísticos que comprovem alguma hipótese, mas servem de diretriz para o desenvolvimento criativo do projeto.

3.2.1.1 Questionário Crianças

Ao longo de um período de duas semanas, aplicou-se um questionário com o público-alvo (crianças de 6-14 anos) para entender seu posicionamento perante as questões de gênero e sobre suas opiniões em relação à estampas com temáticas neutralizantes. Este, foi aplicado online e distribuído por meio de redes sociais, sendo respondido por alunos de colégios particulares da cidade de Videira, SC, alunos do Colégio Aplicação UFSC Florianópolis e pelo Grupo Escoteiro Desterro 52 - SC. Além disso buscou-se entender quais os elementos preferidos que o público-alvo gostaria de ver nas estampas que serão criadas nesse projeto.

Primeiramente, descobriu-se a idade que mais se interessava e tinha acesso às informações do questionário:

Figura 3: Questão 01 – Questionário das Crianças

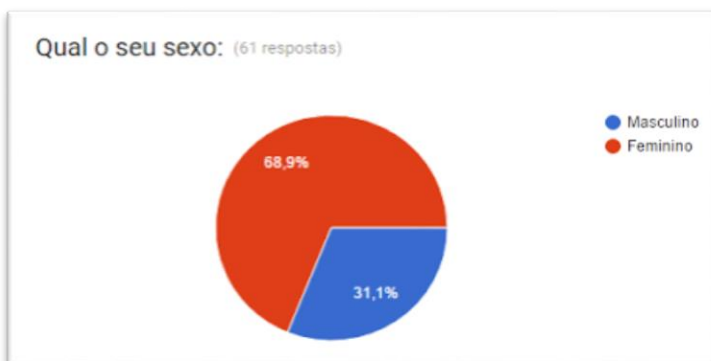


Fonte: Questionário elaborado pela autora.

Percebe-se que 65,6% dos entrevistados tinham entre 12 e 14 anos, logo em seguida havia crianças de 9 até 11 anos com 26,5% e por fim os mais novos de 6 anos até 8, com 8,2%.

Em seguida descobre-se que 68,9% pertencia ao sexo feminino e 31,1% ao sexo masculino, como vemos no gráfico a seguir:

Figura 4: Questão 02 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

Pensando na liberdade que este projeto incentiva, perguntou-se também com qual gênero o público-alvo se identificava.

Figura 5: Questão 03 – Questionário das Crianças



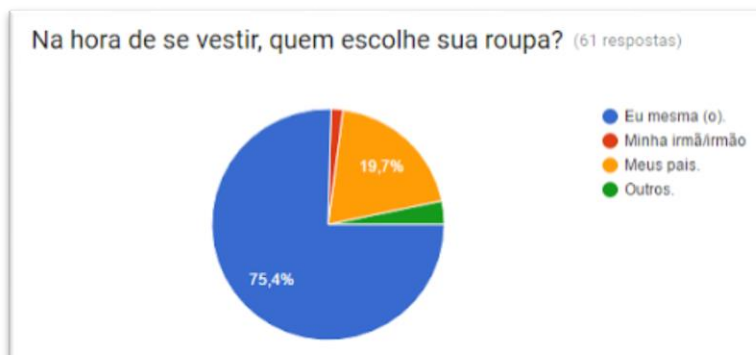
Fonte: Questionário elaborado pela autora.

A partir dos resultados, comparados com o gráfico representando o sexo, conclui-se que dos 68,9% do público feminino que respondeu, 9,9% na realidade identifica-se mais com o público masculino, o que apenas reforça a ideologia deste projeto.

Em relação às próprias estampas, era importante entender se as crianças e jovens escolhiam as próprias roupas para compreender seu interesse nos seus visuais.

A maioria (75,4%) escolhe suas próprias roupas e em seguida com 19,7% são os pais que escolhem as roupas de seus filhos e 4,9% representa a escolha de roupas feita por irmãos/irmãs e outros.

Figura 6: Questão 04 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

Para compreender então mais a fundo o quanto a escolha da roupa importa para o público-alvo em questão, até mesmo na hora da compra, foi questionado se estes ajudam na escolha das roupas na hora da compra.

Figura 7: Questão 05 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

Dos questionados, 75,4% se importa muito com a escolha de suas roupas, 19,7% se importa apenas as vezes e apenas 4,9% realmente não se importa com roupas.

Para entender o quanto o presente projeto teria de real relevância em relação à importância que o público-alvo vê na qualidade de sua estampa, conclui-se de acordo com o gráfico abaixo que 83,6% considera

a estampa a parte essencial na hora da escolha ou compra, enquanto que 14,8% importa-se pouco e apenas 1,6% considera a estampa irrelevante.

Figura 8: Questão 06 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

Para conseguir referência das marcas atuais que os jovens e crianças mais consomem, foi questionado as suas marcas preferidas.

Figura 9: Questão 07 – Questionário das Crianças

Qual marca de roupa você mais usa e gosta? *

Texto de resposta curta

Fonte: Questionário elaborado pela autora.

De todas as marcas citadas as mais recorrentes foram Hering (com seis ocorrências, quase 10%) e a Colcci (com três ocorrências, quase 5%), mas a grande maioria de 44,3% não se importava com a marca da roupa.

Figura 10: Resultado questão 07– Questionário das Crianças



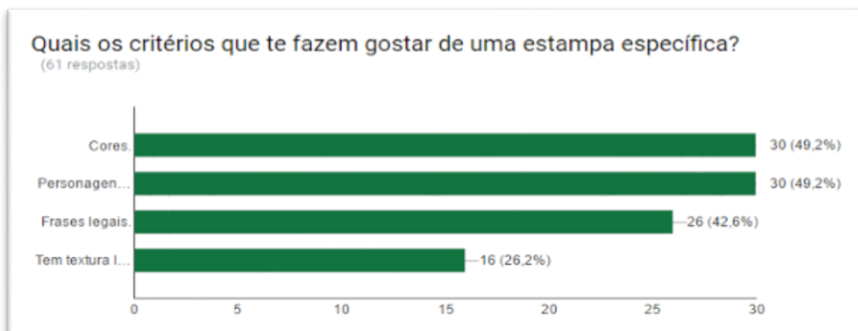
Fonte: Questionário elaborado pela autora.

Para entender mais sobre as preferências visuais nas estampas forma feitas uma série de perguntas a respeito desse aspecto. A primeira pergunta de tanta envolvia assinalar as opções que mais lhe atraíam em relação aos elementos presentes em estampas, sendo estas:

- Cores;
- Personagens que eu gosto foram usados;
- Frases legais;
- Tem textura legal (emborrachado, brilho etc.).

Como vê-se abaixo os critérios mais importantes em uma estampa de acordo com o público-alvo foram: cores e personagens.

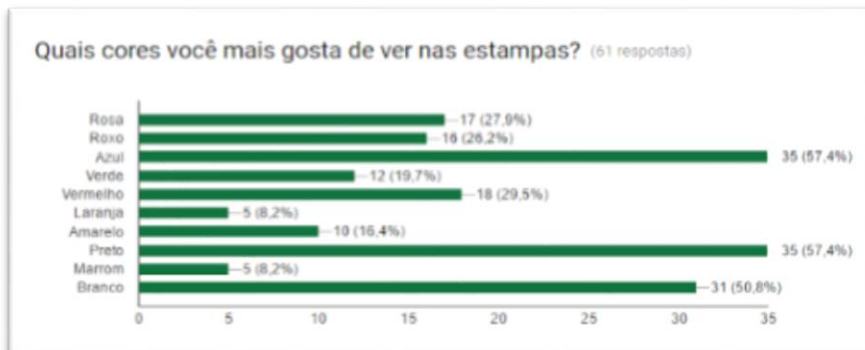
Figura 11: Questão 08 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Um estudo das cores prediletas do público-alvo foi realizado e concretizou-se que as cores mais desejadas foram: Azul (57,4%), preto (57,4%) e branco (50,8%).

Figura 12: Questão 09 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

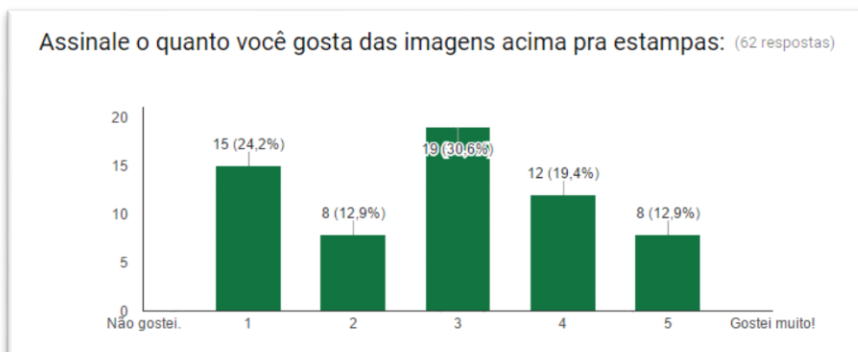
Em seguida, foram construídos vários painéis de elementos que poderiam ser usados nas estampas e questionou-se o quanto a pessoa gostava do conceito deste painel para ser utilizado em estampas, sendo 1: Não gostei e 5: Gostei muito.

Figura 13: Questão 10 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 14: Resultados questão 10 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

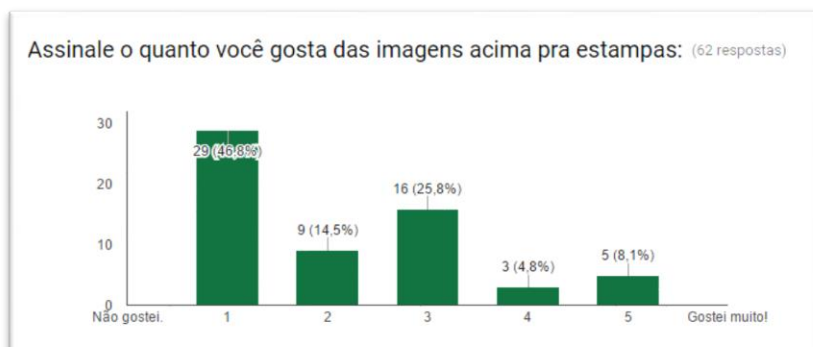
Com 30,6% dos votos, a maioria gostou medianamente do painel dos personagens, o que pode estar atribuído ao fato de que alguns dos personagens não são da preferência dos respondentes.

Figura 15: Questão 11 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 16: Resultado questão 11 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

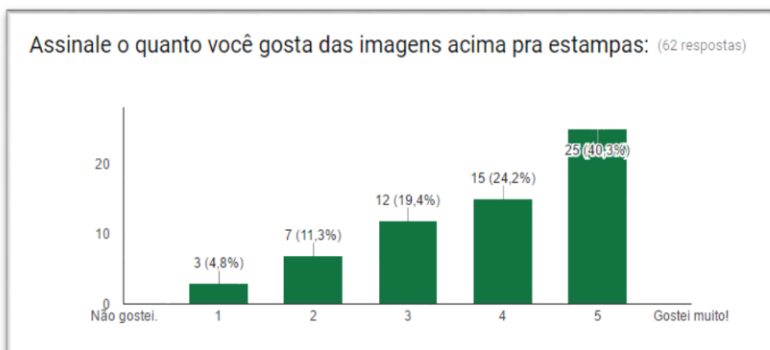
Em relação ao painel de símbolos acima, o público votou com maior ocorrência na opção de “Não gostei”, mostrando que a simbologia é pouco apreciada dentro da moda da estampa.

Figura 17: Questão 12 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

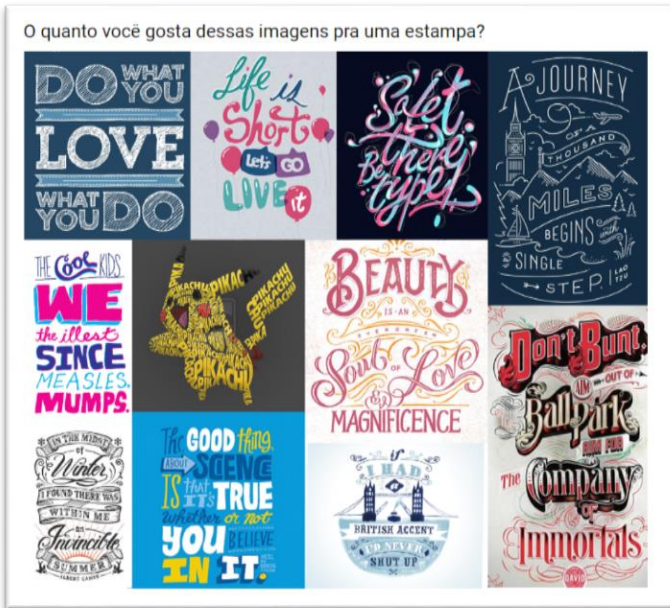
Figura 18: Resultado questão 12 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

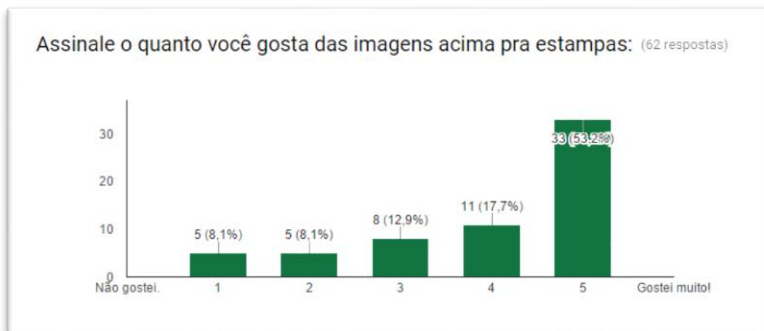
O painel abstrato por sua vez, chamou mais atenção do público, com 40,3% dos votos destinados ao “Gostei muito”.

Figura 19: Questão 13 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 20: Resultados questão 13 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

No último painel, foi realizada uma abordagem às estampas de tipografia, que por sua vez foi o preferido dentre os painéis demonstrados, com 53,2% dos votos destinados ao “Gostei muito”.

Em seguida foram feitas mais quatro perguntas referentes ao posicionamento do público perante as suas percepções de gênero e experiências dentro de uma sociedade conhecida por segregar aqueles que não seguem os padrões.

Figura 21: Questão 14 – Questionário das Crianças

Tem algum tipo de estampa que você gostaria de usar, mas não usa porque acha que alguém pode tirar sarro de você? *

- Sim, estampas que tem personagens e cores que as pessoas dizem que são "para meninas" (princesas, fadas, rosa, roxo)
- Sim, estampas que tem personagens e cores que pessoas dizem que são "para meninos" (superHeróis, robôs, muito azul, preto, verde)
- Não. Não me importo com o que os outros pensam, eu uso o que eu quiser.
- Não. Não ligo para estampas e roupas em geral.

Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 22: Resultados questão 14 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

A maioria, 75,8%, diz não se importar como que os outros pensam. Mas, algumas pessoas, 9,7% e 12,9%, responderam que teriam sido

reprimidas a usar roupas que estereotipadamente são definidas para o sexo oposto da qual essas nasceram.

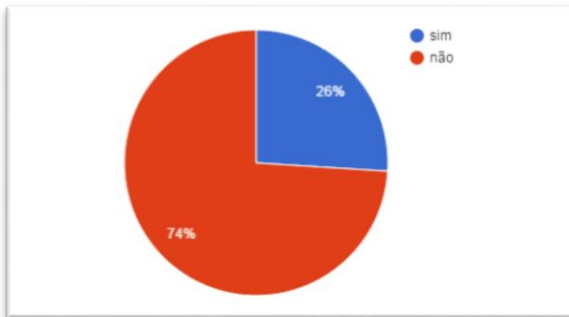
Figura 23: Questão 15 – Questionário das Crianças

Tem algum personagem que você goste, mas tem vergonha ou medo de falar que gosta? Se sim, quais? *

Sua resposta

Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 24: Questão 15 – Questionário das Crianças

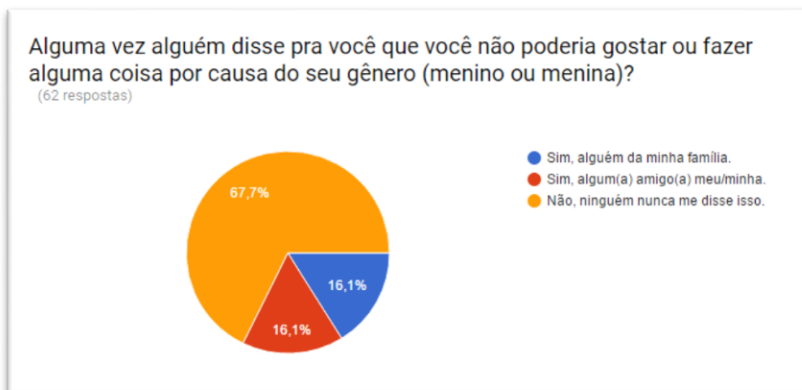


Fonte: Questionário elaborado pela autora

Aproximadamente 74% das respostas para esta pergunta foram negativas, porém os outros 26% tinham vários personagens que gostavam e sentiam-se envergonhados de expressar suas reais vontades e gostos. Como por exemplo:

- Star Wars;
- Harry Potter;
- Mickey e Minnie Mouse;
- Vingadores;
- Frozen;
- Barbie;
- Princesinha Sofia, etc..

Figura 25: Questão 16 – Questionário das Crianças



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Como vemos acima, 67,7% afirma que nunca lhe foram ditos que não deveriam gostar ou fazer algo devido ao seu gênero. Porém, 16,1% afirmou que já haviam ouvido tal colocação vindo de familiares e 16,1% de amigos.

Figura 26: Questão 17 – Questionário das Crianças

Se sua resposta foi sim na pergunta anterior, por favor escreva abaixo qual atividade ou vontade sua que disseram que você não poderia fazer por causa do seu gênero:

Sua resposta _____

Fonte: Questionário elaborado pela autora

As respostas foram variadas, incluindo limitações a respeito de atividades físicas, vestimentas e até mesmo passatempos. Seguem abaixo as respostas:

- Skate;
- Em uma atividade;
- Futebol;
- Não poder usar uma roupa para escola porque eu sou uma menina e vai distrair os meninos na minha classe.

- Sinceramente, eu não ligo. Não vou mudar apenas por uma opinião alheia;
- Usar tênis sem ser de marca;
- Quando eu tinha uns 6 anos, eu gostava muito dos brinquedos do meu irmão. Meus pais, avós, tios e tias sempre diziam que era "coisa de menino" e que eu deveria ir brincar com minhas bonecas;
- Que eu não poderia fazer uma aula de artes marciais porque meninas se machucam mais fácil e ninguém queria me ver com um olho roxo;
- Eu ia comprar um moletom, e disseram que era de menino. Poxa se eu quero é porque eu acho legal e me sinto confortável!;
- Falar palavrão;
- Usar roupas do capitão América;
- Não poder usar roupa de criança;
- Jogar futebol ou brincar de carrinho;
- Usar muito tênis e não gostar de sapatilha;
- Jogar futebol, gostar de super-heróis;
- Assistir novela;
- A cor rosa, parece coisas de menina.

Por fim, questionou-se exatamente o entendimento do público perante o tratamento diferenciado dos gêneros.

Figura 27: Questão 18 – Questionário das Crianças

Você acha que meninos e meninas deveriam ser tratados diferente? Por quê? *

- Não. Porque isso não é justo! Somos todos seres humanos iguais e deveríamos ser tratados assim.
- Sim, porque me disseram que não podia tratar meninos e meninas igualmente.
- Sim, porque acho que mulheres são melhores que homens e deveriam ser tratadas com superioridade.
- Sim, porque acho que homens são melhores que mulheres e deveriam ser tratados com superioridade.

Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 28: Resultados questão 18 – Questionário das Crianças



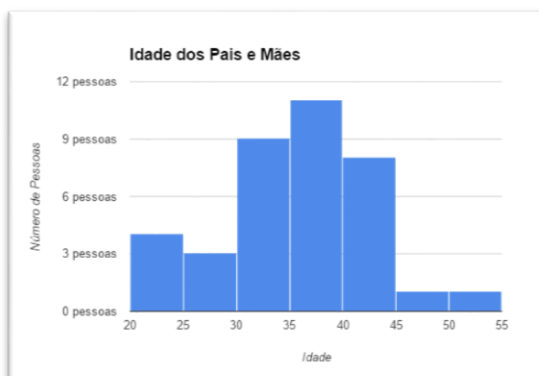
Fonte: Questionário elaborado pela autora

De acordo com o gráfico acima conclui-se que 4,8% dos participantes admitiram terem sido informados que deveriam tratar meninos e meninas diferentemente, mas uma esmagadora maioria de 95,2% acredita ser injusto tal diferenciação entre os sexos.

3.2.1.2 Questionário Mães e Pais

O intuito do questionário das mães e pais era compreender a influência que suas vivências terias sob seus filhos e as vestimentas que estes gostariam de utilizar. Foram aplicadas uma série de perguntas referentes a suas percepções de gênero e sua interação com seus filhos em relação à compra de camisetas. O questionário foi aplicado numa janela de tempo de duas semanas e foram arrecadadas, no total, 37 respostas.

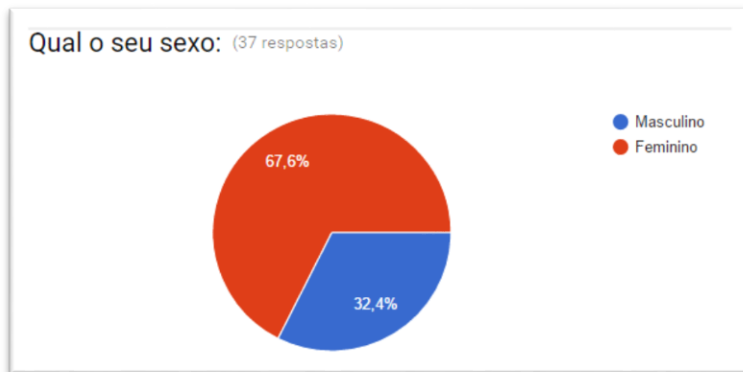
Figura 29: Questão 01- Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Com onze ocorrências, a média principal da idade dos pais foi de 35-40 anos.

Figura 30: Questão 02 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

A maioria das respostas, assim como no Questionário das Crianças e Jovens, foram dadas por pessoas do sexo feminino com 67,6%.

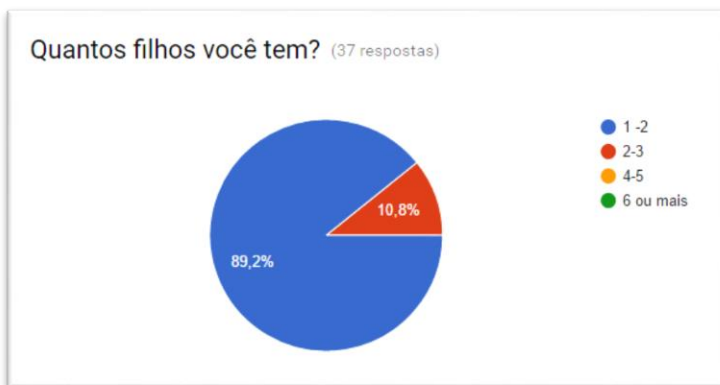
Figura 31: Questão 03 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

A comparação entre o gráfico de sexos e o gráfico de identificação de gênero mostra que muitos dos entrevistados na realidade não se identificam com o seu sexo biológico. Podemos deduzir que pelo menos 8,1% do público feminino questionado, na realidade identifica-se com o gênero masculino, nenhum ou outros.

Figura 32: Questão 04 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

A média dos filhos dos entrevistados era de 1-2, com 89,2% de ocorrência e 10,8% pertencia ao público que possuía de 2-3 filhos.

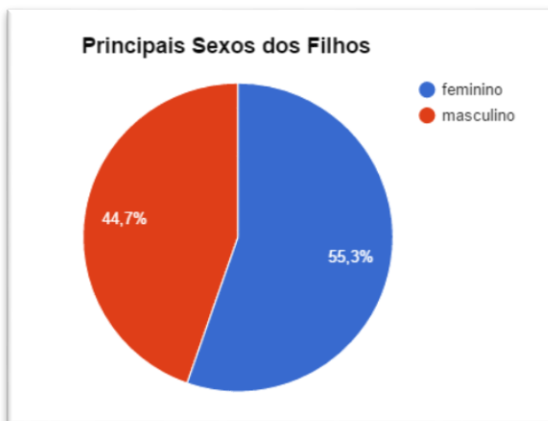
Figura 33: Questão 05 – Questionário dos Pais e Mães

Qual o sexo de suas crianças? *

Sua resposta

Fonte: Questionário elaborado pela autora

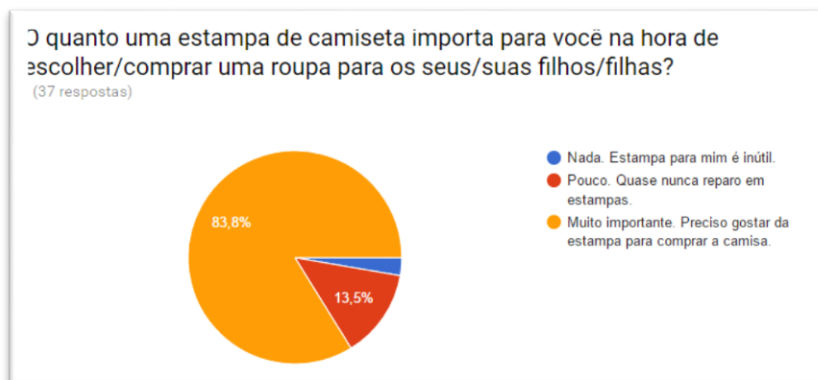
Figura 34: Resultado questão 05 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Com 10,6% a mais que o sexo masculino, a recorrência de crianças do sexo feminino foi de 55,3%.

Figura 35: Questão 06 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Percebe-se que a importância da estampa também é muito relevante para os pais e mães, com 83,8% sendo considerado necessário gostar da estampa para poder comprá-la.

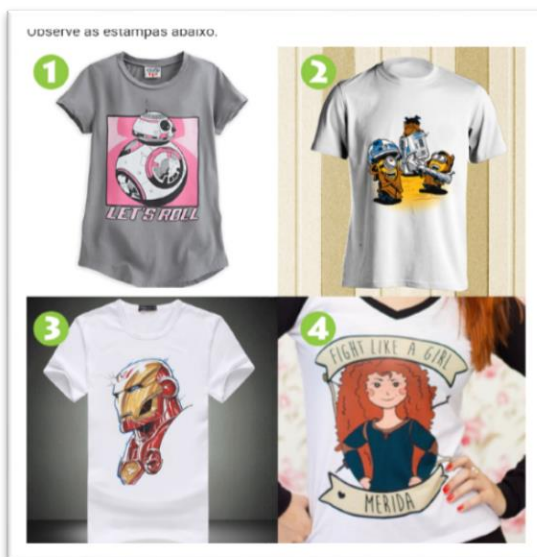
Figura 36: Questão 07 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

O valor principal a ser pago pelas mães e pais das crianças e jovens foi de R\$50,00 reais, assim ajudando na concepção e complexidade das estampas a serem produzidas nesse trabalho.

Figura 37: Questão 08 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

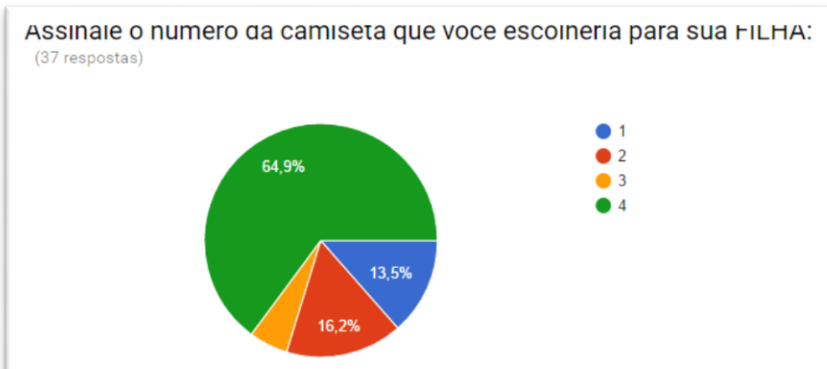
Figura 38: Questão 08.2 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Para compreender se haveria preconceitos na hora de escolher as camisetas, foram oferecidas opções de estampas com estereótipos de personagens e cores misturadas para entender qual é o maior vício de estereotipagem. Percebe-se que o menos escolhido foi a estampa com cores rosadas, o que atrela ao feminino e a mais escolhida foi a com significados mais neutros.

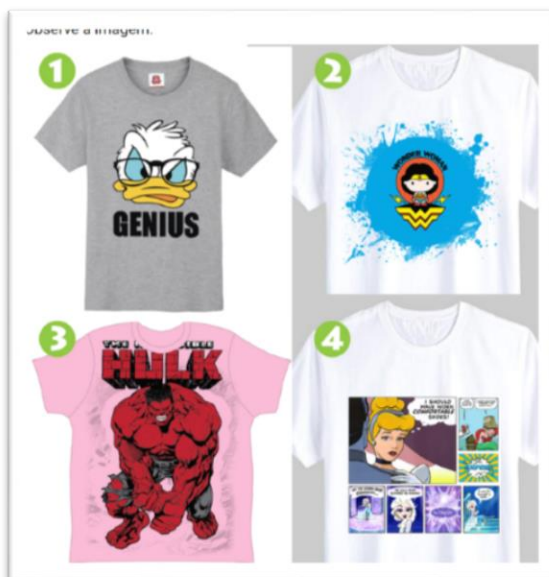
Figura 39: Questão 08.3 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

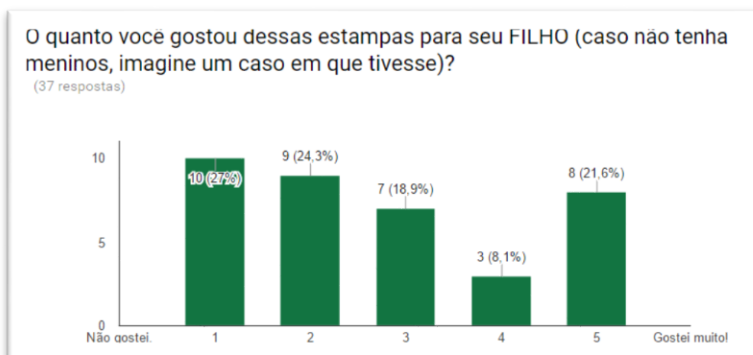
Já com as meninas, os pais e mães preferiram a estampa que encorajava-as a serem mais guerreiras, sendo que a estampa com mais significados neutros, foi preferida em segundo lugar.

Figura 40: Questão 09 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 41: Questão 09.2 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

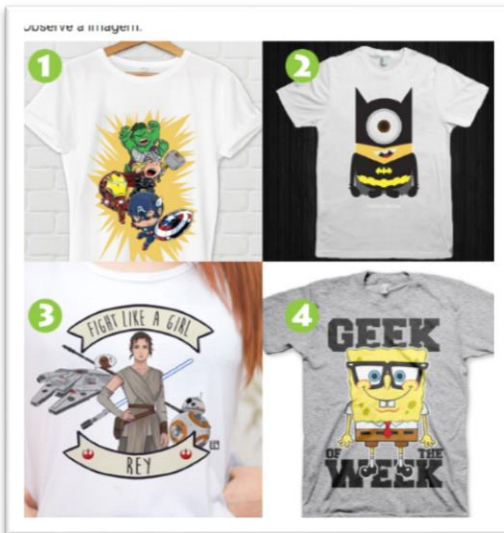
As estampas foram escolhidas com significados contrários do esperado para meninos, com cores rosadas, personagens femininos, contendo uma, porém, com significados mais estereotipadamente masculinos (número 1, com um personagem masculino e a frase que incentiva a inteligência). Esta estampa, como vê-se abaixo, foi a preferida entre os pais, mas no geral este painel não foi apreciado pelos pais e mães como estampas para serem usadas pelos seus filhos.

Figura 42: Questão 09.3 – Questionário dos Pais e Mães



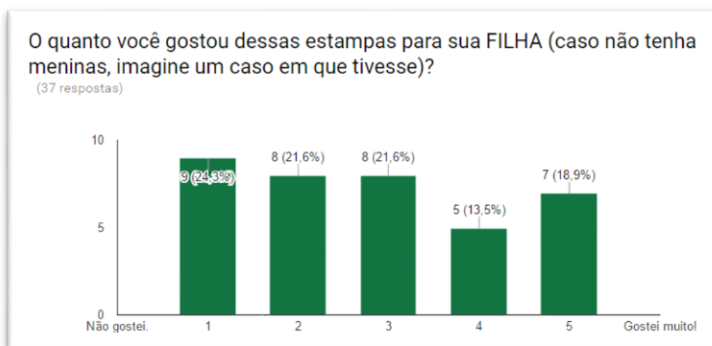
Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 43: Questão 10 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

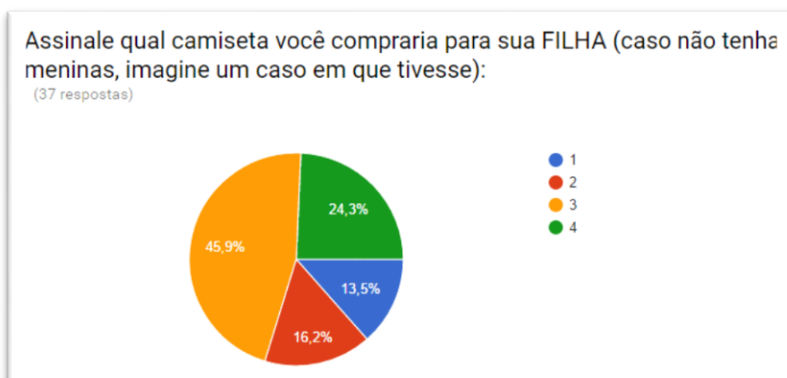
Figura 44: Questão 10.2 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

No painel de estampas destinadas para as meninas, as estampas foram majoritariamente antipatizadas pelos pais e mães, porém dentre estas, a estampa preferida foi a que encorajava a força das meninas.

Figura 45: Questão 10.3 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

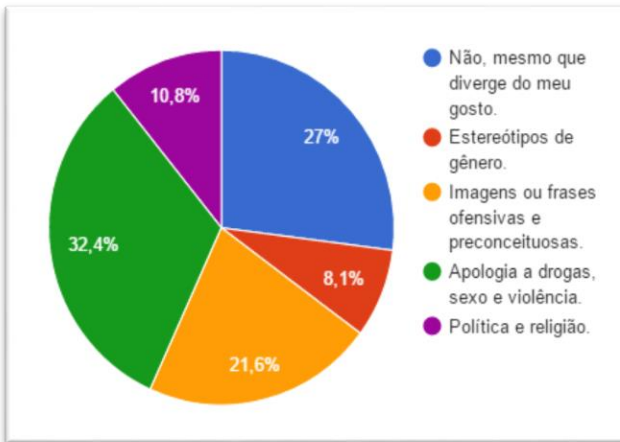
Figura 46: Questão 11 – Questionário dos Pais e Mães

Existe algum tipo de estampa que você não deixaria suas crianças usarem?
Se sim, explique.

Texto de resposta longa

Fonte: Questionário elaborado pela autora

Figura 47: Resultados questão 11 – Questionário dos Pais e Mães



Fonte: Questionário elaborado pela autora

Finalmente, para entender o posicionamento dos pais quanto as suas limitações em relação a estampas de camisetas, foi questionado quais seriam os fatores decisivos para a intolerância perante as vestimentas dos seus filhos, dentre as diversas respostas a mais recorrente foi em relação a apologia à drogas, sexo e violência.

3.2.2 Parâmetros Atuais

Atualmente as marcas mais populares de roupas infanto-juvenis ainda não aderiram ao propósito e ideologias de neutralidade, buscando oferecer o estereotipado ao seu público com os mesmos exemplos de meninas usando rosa e gostando de bonecas e garotos usando azul e gostando de super-heróis. Tais clichês restringem aos jovens e crianças um leque de exemplos (*role-models*) que apenas usufruem do corriqueiro azul e rosa, do esperado super-herói e princesa. A falta de exemplos que instigam a coragem e assertividade feminina, tanto quanto a sensibilidade e empatia masculina, limita a capacidade das crianças e jovens de se permitirem a se identificar com outros padrões. Por exemplo nas camisetas da C&A a seguir vemos claramente a ideia sendo reforçada de que meninos através dos significados por trás dos heróis, devem ser corajosos e fortes, enquanto que baseados nos significados por trás das bailarinas e princesas, meninas devem agir com delicadeza e perfeição.

Figura 48: Camiseta Popeye



Fonte: CEA

Figura 49: Camiseta Superherói



Fonte: CEA

Figura 50: Camiseta Bailarina



Fonte: CEA

Figura 51: Camiseta Princesa



Fonte: CEA

Outro problema encontrado em muitas das mercadorias vistas nas lojas hoje em dia são frases e imagens que transmitem significados que, mesmo sendo nuances bastante sutis e que muitas vezes não são percebidas, reforçam da mesma forma os quesitos negativos impostos pela sociedade perante os sexos. Como podemos ver na Figura 52 referente a blusa da Hering, a frase “*Start everyday with a smile and get it over with*” (comece todo dia com um sorriso e se livre disso de uma vez), conjunta com a camiseta nitidamente feminina, intensifica a pressão social em cima das mulheres de estarem sempre felizes e sorridentes, prontas para agradar, mesmo que elas não queiram fazê-lo, apenas fazem para “livrarem-se de uma vez” dessa obrigação.

Figura 52: Camiseta Apenas Sorrie



Fonte: Hering

Em contrapartida vemos nas camisetas destinadas ao público masculino, frases que incentivam, por exemplo, a intelectualidade e a coragem. O padrão é nítido até mesmo nas vestimentas, sobre quais fatores são encorajados e valorizados socialmente em relação aos públicos femininos e masculinos. Esses tipos de mensagens que passamos a respeito dos sexos é, certamente, tão sutil que muitas vezes passa despercebido e é levado como corriqueiro, porém acaba de poucos em poucos, reforçando os estereótipos que, a partir deste projeto, pretende-se evitar.

Figura 53: Camiseta Seja Corajoso



Fonte: Hering

As formas e cores vistas nas vestimentas das lojas populares são predominantemente bem tradicionais e dentro dos padrões esperados para vestimentas de meninas e meninos, tendendo à utilizarem personagens e frases estereotipadas referentes aos deveres e posições esperadas socialmente de cada sexo. Observou-se que raramente as camisetas de tais lojas retrataram temas mais neutros ou com ausência de vícios de gênero.

3.2.3 Análise Sincrônica

Estudos da psicologia humana perante a evolução de suas percepções a respeito das ideologias e estereótipos de gênero vêm sendo feitos desde a época de Freud. Como foi citado no livro *Child Psychology: A Contemporary Viewpoint*:

“O processo pelo qual crianças adquirem os valores, motivações e comportamentos vistos como apropriados para homens e mulheres dentro de uma cultura é conhecido como “*gender typing*”. Crianças desenvolvem crenças sobre os gêneros, muitas vezes em virtude de estereótipos de gênero, sendo estes, reflexos de modelos (exemplos) de gênero. Crianças adaptam sua identidade de gênero muito cedo em suas vidas assim como suas preferências de gênero.” (HETHERINGTON, 2003, tradução da autora).

Compreende-se que as crianças baseiam suas concepções do que é apropriado para homens e mulheres desde muito novas, crescendo e evoluindo tais pensamentos até a fase adulta onde suas ideias e opiniões já estão formadas (STEINBERG E MONAHAN, 2007). É neste momento que distingue-se a importância que os modelos e exemplos têm sobre as percepções humanas e conseqüentemente sobre o que é admissível para o comportamento de cada sexo. Com isso em mente, entende-se que muitos dos estereótipos dos dias atuais são reforçados em variadas formas, que, muitas vezes, são vistas como irrelevantes, como por exemplo: a forma como personagens de cada sexo são retratados em filmes e desenhos consumidos pelo público infante-juvenil; as roupas e vestimentas que são aceitáveis na hora de expressarem-se nestas e outras plataformas; cores, formas e interesses que são cabíveis dentro das delimitações que são vistas e reforçadas perante estes modelos. São inúmeros os exemplos de modelos, tanto no dia-dia quanto nas plataformas de comunicação, que crianças têm para avaliarem e internalizarem os comportamentos vistos como apropriados para cada sexo.

Visto que a discussão e repercussão dos questionamentos de gênero vêm crescendo muito na sociedade atual, a vontade de fazer uma

diferença nos pequenos empecilhos que aparecem no dia-dia aumenta proporcionalmente. As pessoas vêm questionando o posicionamento do mercado quanto à forma que retratam os moldes de cada gênero, como foi visto no item 1.3, onde é exemplificado o surgimento de pequenas marcas voltadas a ideologias neutralizantes e empoderadoras dos sexos para expor maiores e mais variadas formas de exemplos para as crianças poderem se identificar. A maioria do histórico por trás dessas marcas locais vêm de experiências pessoais vistas e presenciadas principalmente pelas mães e pais de crianças que tinham dificuldades de expressar-se perante as vestimentas oferecidas pelo mercado popular. Criaram, a partir daí estampas variadas que retratavam de assuntos que não eram facilmente encontrados dentro das lojas.

Figura 54: Estampa unissex.



Fonte: Sewing Circus

Figura 55: Vestido Star Wars



Fonte: Sewing Circus

Na figura 2 podemos ver um exemplo que representa muito bem a ideia de envolver assuntos tipicamente atribuídos ao sexo masculino, em roupas que podem ser utilizadas por ambos os sexos. Já na terceira imagem, temos um vestido, vestimenta que é atrelado tipicamente ao sexo feminino, com uma temática (Guerra nas Estrelas) que predominantemente é associada ao sexo masculino, incentivando desta forma a interconectividade entre os estereótipos dos gêneros.

Muitas das estampas destas marcas inovadoras, carregam esses significados que justapõem as trivialidades sociais esperadas de cada sexo, utilizando assuntos nas estampas associados especificamente à um dos sexos em peças de roupas que predominantemente são usadas pelo sexo oposto ao atrelado na estampa. As cores e formas por sua vez são bastante variadas, substituindo o estereotipado azul e rosa por cores mais vivas e unisex. Percebe-se também, que nas estampas mais rebuscadas usaram-se padrões de repetição, estilo percebido em muitas das tendências desse segmento da moda inclusiva.

Outro padrão visto nestas marcas crescentes é a utilização de frases empoderadoras, na qual desconstruem estereótipos antiquados com frases assertivas e inclusivas, como podemos ver nos exemplos abaixo.

Figura 56: Bold, daring, fearless.



Fonte: Girls will be Girls

Figura 57: Forget princess, call me president



Fonte: Handsome in Pink

As cores são imparciais, dando forma à estampa através da utilização de tipografias diferentes, oferecendo dinamicidade à camiseta. As estampas de texto são modelos bastante crescentes dentro da moda da estamperia e podem ser aplicadas com frases de significados importantes, o que oferece bastante flexibilidade criativa aos artistas e designers.

Com criações de iniciativas com ideologias tão positivistas, essas marcas criadas por pais e mães procurando melhores exemplos para seus

filhos e filhas, iniciou-se um novo e pequeno ramo da moda unisex empoderadora que poderá trazer enormes benefícios às gerações futuras e às nossas percepções perante os estereótipos ultrapassados da sociedade.

A seguir vê-se a relação de estudo das estampas através de uma tabela sincrônica das marcas que atualmente atuam de formas neutralizadoras no mercado:

Figura 58: Tabela Sincrônica

MARCA			US\$43,25	AZUL, BRANCO, PRETO, BEGE, VERMELHO, LARANJA, AMARELO, VERDE, PRETO, ROXO, CINZA	FORMAS ORGÂNICAS, ARREDONDADAS, TENDEM AO ABSTRATO	INCENTIVA A IDEOLOGIA DE QUE TODOS PODEM SE INTERESSAR POR CIÊNCIA E O ESPAÇO.
PRODUTO			US 9,99	AZUL, BRANCO, PRETO, BEGE, VERMELHO	ARREDONDADAS, CARTOONIZADAS, CONTORNOS DEFINIDOS	SÃO POUCOS OS EXEMPLOS E MERCADORIAS QUE CRIAMOS E JUVENS TEM ACESSO DE BARATOS FAZENDO ESPORTES QUE SÃO ESTEREOTIPAMENTE PARA MENINOS. ESTA CAMISETA OFERECER AO PÚBLICO TAL EXEMPLO.
PREÇO			US 28,00	BRANCO E AMARELO	PREDOMINANTEMENTE CUVILÍNEAS, ALGUMAS RETAS	COMO A MARCA É PARA MENINOS, A CAMISETA QUE REPRESENTA A PEÇA DE XADREZ "RAINHA" INCENTIVA GAROTOS A SE INTERESSAREM POR JOGOS INTELIGENTES E PASSANDO A IDEIA DE QUE SÃO BAHINHAS AO FAZEREM ISSO.
CORES DA ESTAMPA			US\$21,99	PRETO E ROSA	TIPOGRAFIAS COM E SEM SERIFAS, COM FAIXA E LINHAS CURVADAS	INCENTIVA A IDEOLOGIA DE QUE CORES SÃO LIVRES PARA TODOS/TODAS.
FORMAS			US\$23,00	VERMELHO BORDÔ	TIPOGRAFIAS COM SERIFAS E MANUSCRITA	FRASE QUE CONTRARIA A IDEIA DE QUE GAROTOS DEVERIAM ASPIRAR A SEREM PRINCESAS, E INCENTIVA AS A ASPIRAREM A CARGOS IMPORTANTES
SIGNIFICADO						

Fonte: Tabela elaborada pela autora

3.2.4 Público-alvo

O público-alvo deste projeto abrange crianças de 6-14 anos que têm interesse em escolher suas próprias roupas, que importam-se com as estampas que irão usar e buscam mais formas de expressão do que lhes são oferecidos dentro do mercado convencional.

Figura 59: Painel de Público-alvo



Fonte: Painel elaborado pela autora

3.3 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Como criar estampas infanto-juvenis com significados neutralizadores dos estereótipos de gênero?

Este projeto delimita-se ao planejamento, desenvolvimento e criação de uma coleção de estampas digital com significados neutralizantes. Estão excluídos das obrigações do projeto o desenvolvimento de um editorial ou de um mostruário de estampas impressas com modelos reais, assim como não ficará sob responsabilidade da autora deste trabalho a diagramação de uma possível revista fotográfica ou criação de uma marca atrelada às estampas. Tais responsabilidades não adicionarão aos significados e estudos levantados para solucionar a questão problema aqui vista.

3.4 PROJETO DE CONCEITOS

Os questionários e a teoria colaboram para o levantamento de dados pertinentes para a elaboração dos seguintes painéis, que, por sua vez, auxiliam na fase criativa da elaboração da coleção de estampas.

Segundo Baxter (2011):

“O painel semântico serve para transmitir certos sentidos de emoção através de imagens, para afunilar a sua transmissão da informação.”

O *Moodboard* abaixo representa uma espécie de *brainstorming* feito individualmente, captando e traduzindo os interesses visuais da autora, entrelaçado com peças encontradas no mundo gráfico do público-alvo infanto-juvenil.

Figura 60: Moodboard



Fonte: Painel elaborado pela autora

A seguir apresenta-se o Painel de Parâmetros, que contextualiza e amplia os horizontes de referências além do universo gráfico, relacionando as informações coletadas ao longo do projeto com as vistas no *Moodboard*.

Por fim o questionário fornece dados que mostraram a preferência por elementos como a tipografia inserida nas estampas de forma integrada com outras ilustrações, assim como a utilização de personagens na construção de ilustrações mais abstratas. A abstração por sua vez, também foi uma temática muito recorrente no questionário sendo representado em vários formatos no painel em questão. Em questão de cores, as preferidas pelas crianças foram as mais neutras, como o preto e o branco e, apesar do maior número de respostas terem sido providenciadas por meninas, o azul teve maior recorrência. Sendo visto em segundo plano as cores rosa e o vermelho.

Figura 63: Cartela de Cores



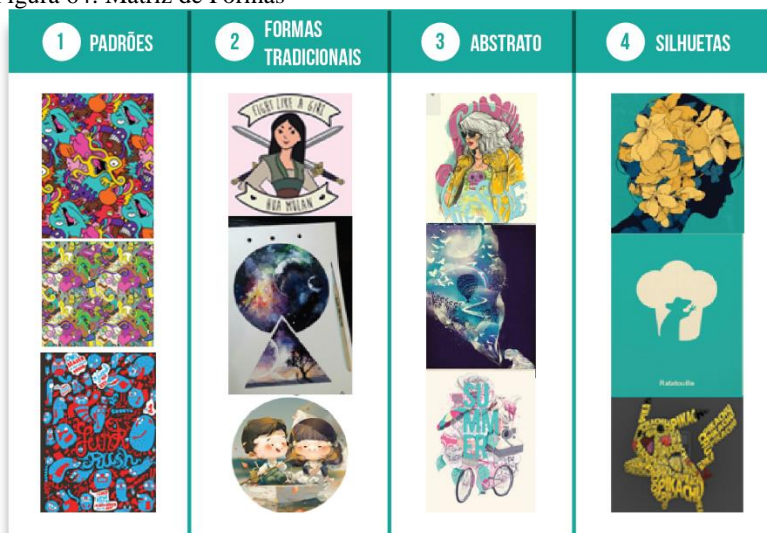
Fonte: Cartela elaborada pela autora.

3.5 GERAÇÃO DE ALTERNATIVAS

A linguagem visual, de acordo com Robert E. Horn (1998), é resultante da integração de elementos visuais e a própria linguística, as quais por sua vez, são compostas por três elementos principais: texto, imagem e forma. O texto tem a capacidade de dar conceitos, definir e classificar elementos presentes na nossa comunicação podendo até discutir abstrações; enquanto que imagens são representações gráficas da realidade e, por fim, as formas, mesmo muito parecidas com as imagens, se diferenciam destas por serem uma reprodução mais abstrata. Esses elementos constroem a base da comunicação, e para a construção deste projeto foram selecionados em forma de painéis, usados como ponto de partida nesta fase de geração de alternativas.

Como primeiro passo, foram construídas matrizes que classificam as principais formas, representações textuais e imagens percebidas nos painéis, facilitando então a criação das estampas.

Figura 64: Matriz de Formas



Fonte: Matriz elaborada pela autora.

Figura 65: Matriz de Tipografia



Fonte: Matriz elaborada pela autora.

Figura 66: Matriz de Imagens



Fonte: Matriz elaborada pela autora.

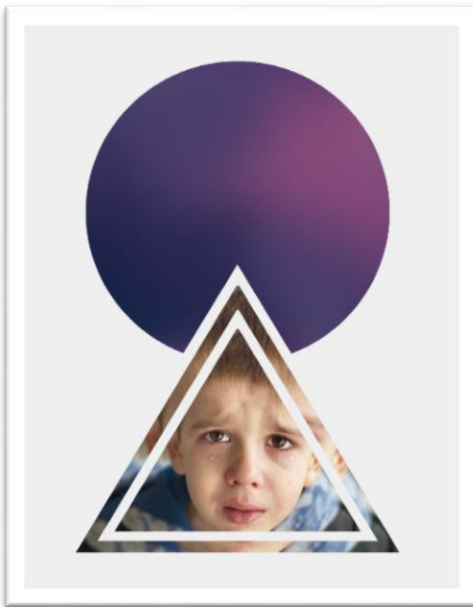
Através destas classificações, foi possível criar diferentes matrizes de decisão, selecionando um ou mais elementos para compor cada alternativa.

3.5.1 Alternativa A

Como primeira matriz de alternativa, foram escolhidas das figuras classificatórias de forma, texto e imagens, respectivamente: 2- Formas Tradicionais; 1- Mistura de Tipografias; 2- Manipulação de Imagens.

Utilizando a imagem de um garoto se emocionando como forma de representação da ideologia de libertação sentimental masculina, este foi recortado em forma de triângulo, sendo complementado com um círculo colorido, como se fosse “permitido” a ele adentrar no universo, estereotipadamente, vinculado ao gênero feminino. Por isso, as cores utilizadas foram rosa e roxo, aplicadas de forma manual com pintura digital a fim de construir o fundo de um universo, como visto abaixo.

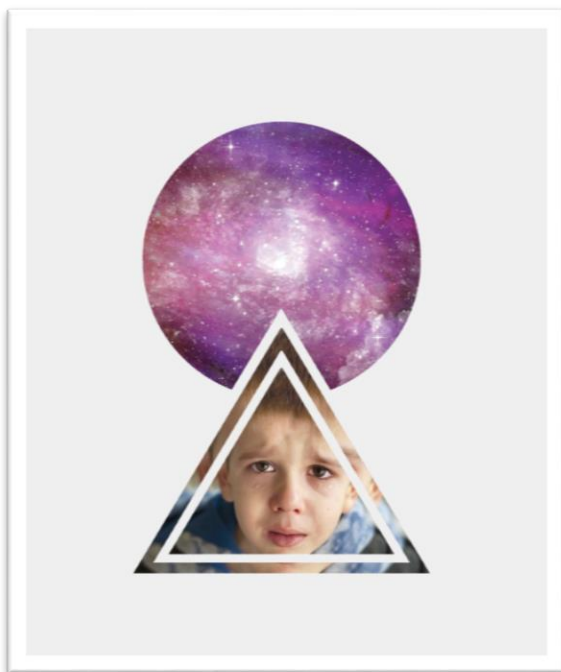
Figura 67: Alternativa A.1



Fonte: Imagem criada pela autora.

Assim que a pintura do fundo do “universo” foi produzida, observou-se que sua linguagem visual colidia com aquela vista na fotografia decidiu-se, portanto, representar o universo de maneira que uniformizasse sua coexistência com a imagem do menino emocionado, substituindo a pintura por uma imagem de mesmo significado. Assim, proporcionou mais coesão entre os elementos mantendo então, um padrão imagético lógico.

Figura 68: Alternativa A.2

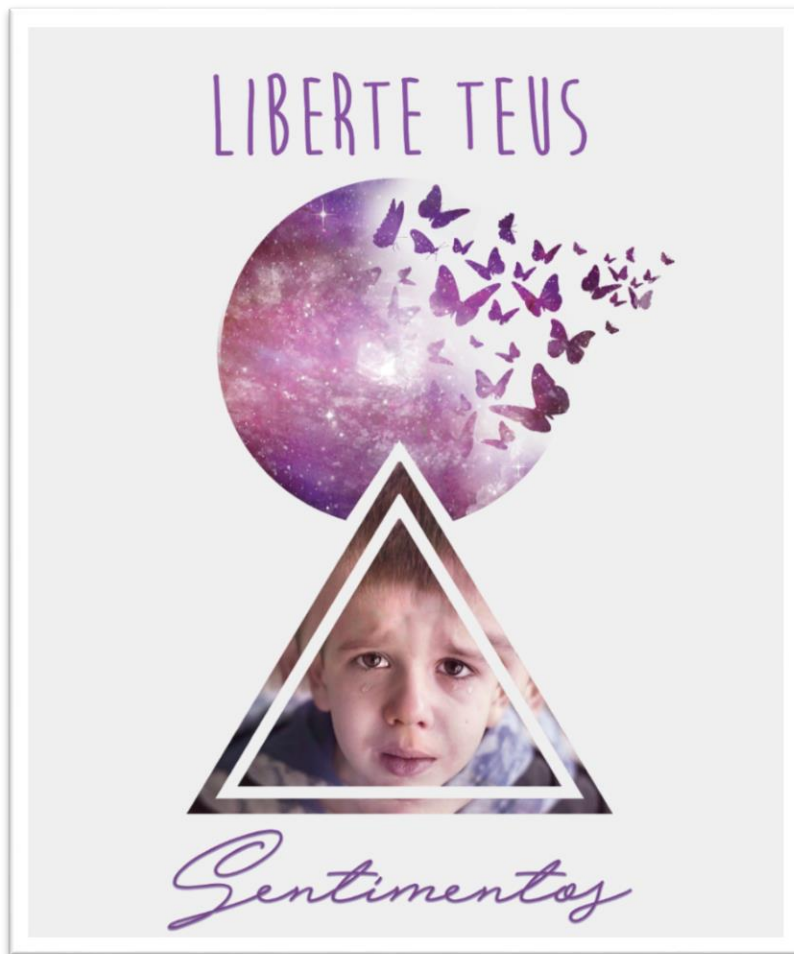


Fonte: Imagem criada pela autora.

O universo por sua vez representa a infinidade de sentimentos que os garotos sentem mas são condenados a reprimirem, portanto em função de incentivar a libertação destes colocou-se borboletas (um símbolo bastante atrelado ao sexo feminino) para representar a liberdade de expressão vinculada ao significado dessa estampa. Para maior coesão de cores, colocou-se uma camada com a foto do universo acima da imagem do garoto e diminuiu-se sua opacidade e mesclagem. Então, adicionou-se a frase: *Liberte teus sentimentos* para transmitir mais claramente o

significado de libertação sentimental masculina. As tipografias foram mais curvilíneas e infantilizadas para ter coesão com o público-alvo e utilizadas na cor roxa como foi visto nos painéis e no questionário.

Figura 69: Alternativa A.3



Fonte: Imagem criada pela autora.

A imagem do garoto e suas expressões faciais transmitem uma ideia de sofrimento e pedido de ajuda, de tal forma que não coincida com a proposta significativa da estampa, portanto trocou-se a imagem por uma

imagem em que o garoto estivesse chorando com sua expressão mais neutra. Trocou-se a cor do texto, por sua vez, para que a estampa não se tornasse tão monocromática e para dar mais destaque à escrita que, com a cor roxa, misturou-se demais com a composição das imagens. Além disso, para remeter ao tema “sentimentos” que possui por si só carrega significados mais fluídos e orgânicos, curvou-se a frase, encaixando-a assim com o restante da estampa e retirando a sensação de aleatoriedade no seu posicionamento.

3.5.1.1 Valoração e precisão da alternativa A

Figura 70: Alternativa A Final



Fonte: Imagem criada pela autora.

Figura 71: Aplicação Alternativa A



Fonte: Imagem criada pela autora.

3.5.2 Alternativa B

Para a segunda alternativa, buscou-se representar a coragem dentro do sexo feminino através da matriz: 2 - Formas Tradicionais; 3 - Tipografias Curvilíneas e 2 - Manipulação de Imagens.

A foto escolhida seria de uma criança do sexo feminino, astronauta, posando segurando um capacete. Porém, não foi encontrada nenhuma imagem de uma menina nessa pose, sendo vistas fotos apenas de garotos nesta classificação específica, reforçando o estereótipo de incentivo ao sexo masculino de buscar profissões mais perigosas. A partir de então, manipulou-se a cabeça de uma menina no corpo do garoto

segurando o capacete e vestido de astronauta. Em seguida aplicou-se um fundo de espaço que remetesse um ambiente mais perigoso para intensificar a ideia da coragem.

Figura 72: Alternativa B.1



Fonte: Imagem criada pela autora.

Observou-se falta de compatibilidade entre a imagem da garota e o fundo, para então criar uma coesão maior entre os elementos decidiu-se vetorizar a estampa e criar outro contexto, porém com a mesma ideologia. A matriz portanto, ficou reformulada como: 2 - Formas Tradicionais e 3 - Tipografias Curvilíneas.

Para representar e incentivar a força e coragem como exemplo também para o sexo feminino, utilizou-se uma nave espacial que foi colocada de forma que estivesse saindo de dentro do círculo o qual englobava os elementos, representando assim uma “quebra de barreiras”. A fumaça da nave por sua vez, foi representada com o próprio universo, como indicação da ideologia de liberdade que a estampa induz. As cores

escolhidas foram os tons de azul (escolhido como preferido no questionário) para serem representadas ao lado de uma figura feminina para passar um significado de inversão da ideia de que o azul é atrelado apenas ao sexo masculino. Por fim adicionou-se uma faixa azul para dar fechamento à composição e a frase “A coragem te trará o universo”, reforçando a ideologia da coragem feminina.

Figura 73: Alternativa B.2



Fonte: Imagem criada pela autora.

Percebendo a falta de legibilidade da tipografia e falta de estilização do fundo em comparação com a vetorização do restante da estampa, buscou-se aperfeiçoar tais incompatibilidades com a troca da tipografia e uma leve caracterização do fundo. Por fim trocou-se a frase, melhorando sua estrutura e significado, para: “Com coragem o universo pode ser seu”

3.5.2.1 Valoração e Precisão da Alternativa B

Figura 74: Alternativa B Final



Fonte: Imagem criada pela autora.

Figura 75: Aplicação Alternativa B



Fonte: Imagem criada pela autora.

3.5.3 Alternativa C

Para a terceira matriz de alternativa, foram escolhidas duas figuras classificatórias do painel de forma e uma do painel de texto, sendo estas respectivamente: 2- Formas Tradicionais e 3: Abstrato; 3- Tipografias Curvilíneas.

A fim de representar a união dos gostos das crianças sem separação entre os gêneros, foi decidido criar uma arte com formato arredondado com diversos elementos que representassem o pensamento de uma criança, misturando os estereótipos e fazendo com que ambas as crianças estivessem pensando nas mesmas coisas. Desta forma, no compartilhamento dos pensamentos, reforça a ideia de que ambos os gênero são livres para gostar de qualquer coisa que quiserem, sendo

verde) para que pudesse ser adicionado os balões de pensamentos com suas devidas cores logo abaixo.

Figura 78: Vetorização Alternativa C



Fonte: Imagem criada pela autora.

Em seguida adicionou-se as bolhas de pensamento e alguns círculos ao redor do desenho para também representar o pensamento do menino e da menina. As crianças foram adicionadas como silhuetas sentadas no chão logo abaixo da ilustração que representa suas ideias e interesses.

3.5.3.1 Valoração e Precisão da Alternativa C

Figura 81: Alternativa C Final

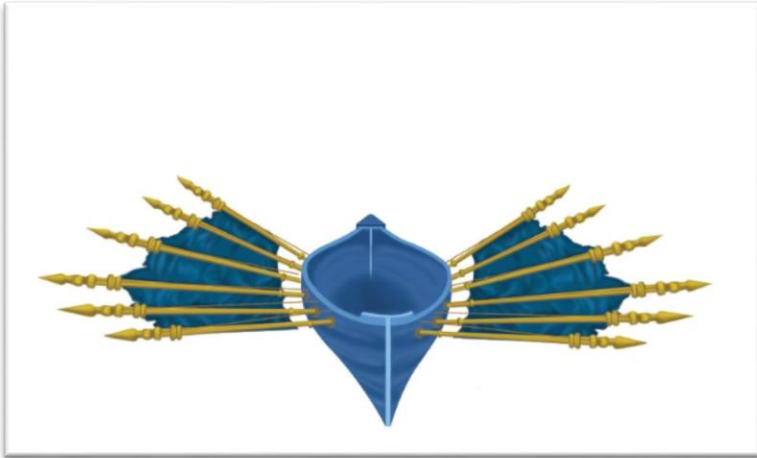


Fonte: Imagem criada pela autora.

desta forma dando a ideia da liberdade adquirida quando ambos os sexos trabalham juntos para conseguir conquistar seus sonhos. Além disso, as crianças estariam batendo as asas do barco juntas para que então conseguissem sair do lugar e alcançar seus sonhos.

Primeiramente criou-se o estilo do barco com as asas.

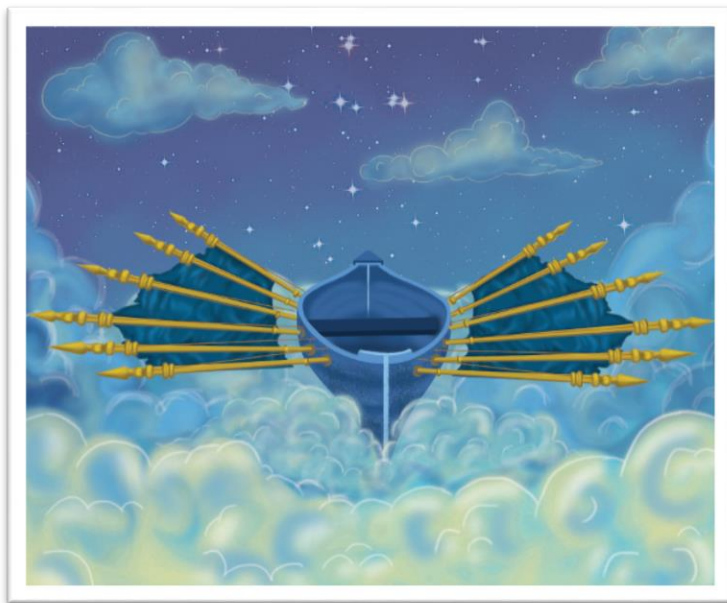
Figura 83: Alternativa D Criação Estilo



Fonte: Imagem criada pela autora.

Em seguida, adicionou-se as nuvens que foram pintadas da mesma forma que o barco, utilizando a ferramenta de “borrar” do Photoshop.

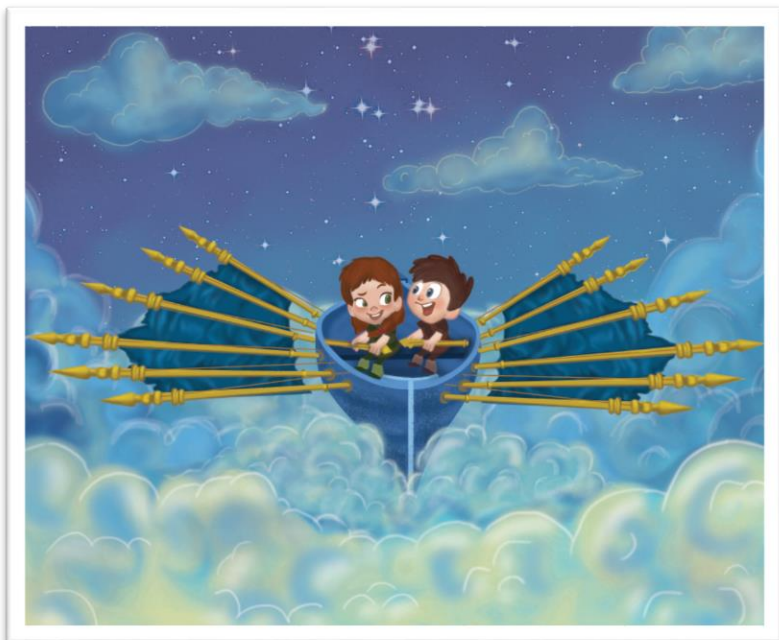
Figura 84: Alternativa D Criação de Cenário



Fonte: Imagem criada pela autora.

Em seguida adicionou-se o garoto e a garota representados de forma que estivessem segurando o mecanismo de alavancas que batesse as asas do barco.

Figura 85: Alternativa D Personagens



Fonte: Imagem criada pela autora.

Por fim adicionou-se filtros pra melhorar a coesão das cores e também adicionou-se a frase em inglês “Together we can fly higher” para solidificar a ideia dos sexos se ajudarem para conseguirem melhores resultados.

Figura 86: Alternativa D Adição da Frase



Fonte: Imagem criada pela autora.

Para dar mais fechamento para a forma e interligar os elementos de texto e imagem de forma mais coesa, decidiu-se por fim criar a imagem numa máscara redonda com a frase dentro da mesma.

3.5.4.1 Valoração e Precisão da Alternativa D

Figura 87: Alternativa D Final



Fonte: Imagem criada pela autora.

Figura 88: Alternativa D Aplicação



Fonte: Imagem criada pela autora.

3.6 PLANEJAMENTO DO DESENVOLVIMENTO DE PRODUÇÃO

Observando as artes criadas, define-se que a aplicação das mesmas na camiseta, devido a questões técnicas, restringe-se a dois tipos de estamparia: estamparia digital e serigrafia.

A estamparia digital é um processo bastante novo no mercado têxtil tornando, portanto, seu preço menos acessível, podendo melhorar no futuro com maiores demandas. Este método de estamparia, funciona de maneira semelhante à uma impressora tradicional de papel, porém é feito diretamente no tecido podendo ser aplicada por meio de um cilindro (rolo) ou estampa localizada.

Uma das principais vantagens da estamparia digital é sua sustentabilidade comparada com os métodos de impressão tradicionais, podendo representar a partir desta nova técnica, uma economia de mais

de 60% de energia, 80% de água utilizada, 90% de redução de resíduos das tintas coloridas e podendo chegar a imprimir 30 metros por minuto, de acordo com o site de Stylo Urbano (<http://www.stylourbano.com.br>). Além disso, esta técnica permite a utilização de uma infinidade de cores, permitindo, portanto, que todas as estampas aqui criadas pudessem ser produzidas a partir deste método, porém as cores seriam representadas de forma menos vivas, sendo então mais propício para as estampas A, B e D que possuem uma mistura de cores e degradê muito maior.

Figura 89: Método Estamparia Digital 1



Fonte: empreendedormoderno.com.br/

Figura 90: Estamparia Digital 2



Fonte: textilia.net

A serigrafia por sua vez é um processo de impressão à base de estêncil feita, hoje em dia, por nylon ou poliéster na qual a tinta é forçada por um puxador ou rodo, através de uma espécie de peneira fina para o tecido abaixo dela. Esse método é bom para a utilização em massa, seu preço sendo inversamente proporcional à quantidade produzida. Isso ocorre devido ao processo de criação dos estêncis que são criados individualmente para cada cor que existe na estampa, tornando o processo mais lento. As cores por sua vez, são mais vivas do que na estamparia digital, devido a sua aplicação individual.

Figura 91: Método de Estamparia Serigrafia



Fonte: photoshopparaserigrafia.com

Para o projeto em questão, as estampas que possuem uma quantidade maior de cores (estampas A, B e D) e uma transição sutil de degradês e misturas, este processo se tornaria muito caro para uma aplicação única. Porém, devido a utilização de apenas 3 cores e pouco degradê, a estampa C seria coerente a esta técnica, pois facilitaria a criação dos estêncis personalizados de cada cor.

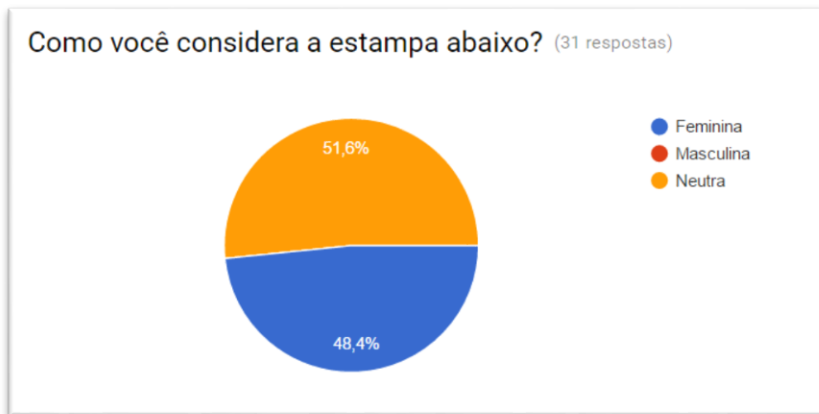
3.6.1 Valoração das Alternativas com o Público-alvo

A fim de valorar as alternativas criadas com o público-alvo, criou-se um último questionário online para ter uma base, mesmo que pequena, da percepção de gênero das crianças e jovens perante as artes. O intuito deste questionário final, assim como os anteriores, não foi trazer dados estatísticos, mas sim conhecer melhor o público ao qual as estampas foram destinadas e suas percepções perante os resultados das alternativas deste trabalho acadêmico. O questionário em questão, foi respondido por um total de 31 crianças e jovens sendo elas 67,7% feminino e 32,3% masculino. As perguntas foram elaboradas igualmente para todas as alternativas aqui criadas, sendo elas:

- Como você considera a estampa abaixo? (Feminina, masculina ou neutra)
- Porque?

Para a alternativa A as respostas quanto à percepção do gênero que a arte representava, foram em maior parte considerada neutra, porém um pouco menos da metade considerou-a feminina como pode-se perceber de acordo com o gráfico abaixo.

Figura 92: Questão 01 – Questionário de Valoração



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

As respostas que consideraram a estampa feminina variaram entre dizer que as cores eram claras e rosadas, pela presença de borboletas e a afirmação de que homens não são tão sentimentais. Seguem abaixo algumas das respostas:

- Devido às borboletas, cor... Tem uma "pegada" feminina.
- Por que sentimentos geralmente tem haver mais com meninas.
- Essa me parece mais comovente, com sentimentos e borboletas, homens não são muito sentimentais então, para mim é feminina.
- Apesar de saber racionalmente que é neutra, meu subconsciente já assume como feminina por conta da cor e das borboletas.

Por outro lado, as respostas que consideraram a estampa neutra afirmaram que a cor rosa pode ser usada por ambos os sexos, assim como sentimentos são realidades para todos. Seguem abaixo algumas das respostas:

- Não consigo botar um gênero nela.
- Porque acho que dependendo do sexo da pessoa, desde que ela goste da estampa, ela tem o direito de usar a blusa com qualquer que seja a estampa.

- Porque todos temos sentimentos, mulheres e meninos sentimentos iguais.
- Porque nada lembra características exclusivas de determinado sexo.
- Fala sobre sentimentos, todo humano os tem.
- Porque ela tem borboletas, mas também tem um menino.
- Porque menino também pode usar coisas rosa.
- Pois não há nada que impeça nem meninas nem meninos de usá-la.

Em relação à alternativa B, a maioria considerou-a neutra, sendo seguida por uma percepção feminina:

Figura 93: Questão 02 - Questionário de Valoração



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

As respostas que consideraram a estampa neutra variaram entre considerar a estampa positiva e universal devido a sua frase, devido a percepção que qualquer pessoa pode querer ser astronauta, entre outras afirmações. Seguem abaixo algumas das respostas:

- As cores são neutras e a imagem também.
- Por que além da estampa estar bonita tanto para menina tanto para menino, a frase combina com ambos.
- Porque qualquer um pode trabalhar na profissão que quiser, como dizem que mulheres não podem fazer o que os homens fazem e isso está errado.

- Todos usam o que querem.
- Porque é um estilo que todos os dois sexos usariam.
- Cores simples que qualquer pessoa possa usar.
- Porque tem uma menina, mas tem uma frase legal.
- Pois é uma mulher, mas tem um fundo de naves e astronautas.
- Pois há um astronauta e meninos e meninas podem gostar de astronautas.

Já nas respostas que consideraram a estampa feminina, afirmaram que o motivo para sua escolha foi devido a presença de uma pessoa do sexo feminino estar representada como foco central da ilustração. Seguem abaixo algumas das respostas:

- Pois tem uma mulher em destaque.
- Essa me parece mais feminina por causa da mulher na estampa.
- Devido a moça na estampa.
- Cor e ser uma menina.
- Tem uma estampa com uma menina nela.
- Porque coragem é feminina.

Para a alternativa C, as respostas foram predominantemente consideradas neutras, tendo apenas três respostas que variaram quanto a percepção neutra da estampa:

Figura 94: Questão 03 - Questionário de Valoração



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

Como maioria das respostas, o público-alvo considerou a estampa neutra devido a representação misturada de elementos estereotipadamente femininos e masculinos resultando em uma arte que poderia ser utilizada, de acordo com as respostas, por ambos os sexos. Seguem abaixo algumas das respostas:

- Pela frase, e pela estampa mais urbana, cai bem em qualquer um.
- Pois tem cores imagens e desenhos para os dois sexos.
- Tem um menino e uma menina.
- É feminina e masculina.
- Mesma coisa. Nada menciona ser de homens ou mulheres.
- Cores, imagens e frase.
- Muitos símbolos de ambos os sexos.
- Porque tem dois universos: feminino e masculino.
- Porque é rosa com verde e tem desenhos legais para ambos os sexos.
- Por que pode ser usada por qualquer pessoa.
- Porque todos devemos ser verdadeiros.
- Porque está falando da mente das pessoas.

Já os que consideraram a estampa masculina apenas afirmaram que tinham essa percepção, sem motivos específicos. Seguem as respostas:

- Não imagino uma menina usando.
- A estampa parece ser masculina.

Quanto à resposta que considerou a estampa feminina, afirmou-se que sua percepção é tal “por causa da delicadeza dos traços”.

Por fim, quanto a alternativa D, a maioria considerou-a neutra, tendo apenas cinco respostas que contradisseram a esta prevalência.

Figura 95: Questão 04 - Questionário de Valoração



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

A grande maioria respondeu que considerou a estampa neutra, afirmou ser devido, por exemplo, a frase que pode ser aplicada para ambos os sexos, assim como a representação de uma menina e de um menino na arte, entre outros. Seguem abaixo algumas das respostas:

- Por que tem dois personagens de sexo oposto e a frase combina com ambos.
- Porque na estampa tem um menino e uma menina.
- É de amizade.
- Cores e imagem (infantil)
- Cores e símbolos de ambos sexos.
- Porque é unissex.
- Porque é uma camiseta que de certa forma retrata a amizade, pode ser usada por ambos os sexos.
- Bem legal e acho neutra pois não tem diferença.
- Fala dos 2 gêneros.
- Não tem nada de muito afeminado e nem muito masculinizado.
- Porque sozinhos nunca conseguimos fazer tudo, sempre precisamos da ajuda dos nossos amigos, família e Deus.
- Pois tem cores azuladas nuvens e meninos e meninas.

As respostas que consideraram a estampa masculina afirmaram ser vinculado as cores mais puxadas pro azul que remete ao estereótipo masculino e pela percepção dos personagens serem dois meninos (ao

invés de uma menina e um menino como foi o executado pela autora). Seguem as respostas:

- Cor mais masculino.
- As cores costumam ser de meninos.
- Devido as cores azuladas, combinação.
- Porque aparecem dois meninos numa aventura.

A resposta que considerou a estampa feminina afirmou que: “Talvez, uma mulher compraria.”.

Como questionamento final, perguntou-se qual seria a alternativa preferida, sendo que os votos foram bastante equilibrados entre as alternativas B, C e D. Ao fim, a alternativa C foi a mais votada, enquanto que a A foi a menos escolhida, com apenas um voto.

Figura 96: Questão 05 - Questionário de Valoração



Fonte: Questionário elaborado pela autora.

O resultado deste questionamento, o qual teve como objetivo entender se a representação empoderada dos gêneros e inversão dos estereótipos contribuiria para a determinação da escolha dos participantes, confirmou que a preferência ocorreu proporcionalmente ao quão neutro consideraram a estampa. Este fato pode ser percebido quando os dados acima são comparados com a porcentagem de votos que classificaram a estampa como neutra, como vê-se abaixo (em ordem de classificação menos neutra para mais neutra):

- Alternativa A: 51,6% neutra, para uma escolha final de 3,2%.
- Alternativa B: 61,3% neutra, para uma escolha final de 25,8%.

- Alternativa D: 83,9% neutra, para uma escolha final de 32,3%
- Alternativa C: 90,3% neutra, para uma escolha final de 38,7%.

3.6.2 Produto final

Para o produto final escolheu-se a estampa B devido a preferência vista pela autora e sua devida curiosidade quanto aos resultados da camiseta com os efeitos escolhidos na ilustração. A estampa foi realizada na gráfica Plot Studio a partir da técnica de estamperia digital realizada com cartuchos. Para registrar o processo, a funcionária responsável pela impressão tirou fotografias durante o procedimento, como vê-se abaixo:

Figura 97: Impressão Camiseta Final 01



Fonte: Imagem tirada por funcionária da gráfica.

Figura 98: Impressão Camiseta Final 02



Fonte: Imagem tirada por funcionária da gráfica.

Como o visto na pesquisa dos métodos de estampa, a estampa final ficou com as cores mais esmaecidas devido a técnica escolhida, porém com esta escolha houve a possibilidade de ter a visualização das cores em degradê permitindo uma liberdade maior na criação da ilustração.

4. CONCLUSÃO

A partir dos resultados aqui vistos referentes a criação de peças que contradissem a percepção tendenciosa da nossa sociedade quanto aos gêneros e seus posicionamentos aceitáveis, permitiu-se que os objetivos gerais e específicos pudessem ser alcançados em sua totalidade. Estes sendo de desenvolver uma coleção de estampas digitais com significados de neutralização e empoderamento das ideologias de gênero, que possam ser usadas por ambos os sexos.

A pesquisa realizada nesse projeto propunha a hipótese de que a sociedade atual vive segmentada pelas questões estereotipadas de gênero, na qual sua população e suas funções dentro desta são geridas a partir do que é percebido como aceitável de acordo com seu sexo. Os estudos aqui relatados visaram a iniciação de um processo intrínseco da inserção de significados de neutralização desses estereótipos dentro do universo da moda, para que ambos os gêneros fossem representados das mais diversas formas, sem que caíssem no mesmo caminho de repressão do suposto aceitável.

Viu-se e pesquisou-se o que crianças e jovens esperavam e desejavam ver em peças gráficas e realizaram-se pesquisas com os pais para entender as limitações que as estampas deveriam possuir. A partir destes resultados, propôs-se uma base de referências significativa e condizente com a proposta de criar uma coleção de estampas com significados neutralizadores de gênero que pudessem ser utilizadas por ambos os sexos. A partir de então, construiu-se painéis de inspiração e tabelas de alternativas para refletir as ideologias de igualdade propostas neste projeto.

Criadas as estampas finais, pensadas metodicamente nos seus significados no momento de suas criações, aplicou-se sua valoração com o público-alvo a partir de um questionário, sendo a proposta deste a de conhecer melhor a sua relação com as questões e interpretações de gênero. Tal fase, pode ser considerado uma das partes fundamentais da conclusão deste projeto, tendo em vista a maneira expressiva (no sentido em que a maioria considerou as estampas neutras) na qual mostraram-se os resultados.

Percebeu-se a partir dos resultados coletados, que os estereótipos de gênero ainda estão bastante embasados na consciência social de muitos integrantes da sociedade atual. Tendo em vista a classificação da estampa A, mesmo que considerada na maior parte como neutra, foram percebidas respostas das quais praticamente metade considerou-a uma estampa

feminina. Tal dedução do público-alvo, mostra o despreparo em qual a sociedade atual se encontra em relação a aceitação de forma naturalizada da inversão explicitada dos estereótipos atrelados aos sexos. A representação da figura masculina de forma mais sentimentalista e delicada sendo classificado como temática feminina, confirma tal inaptidão. Percebeu-se que, além das formas e temáticas, as cores mais estereotipadas, mesmo que representadas ao lado de uma figura do sexo contrário ao da concepção rotulada em questão, ainda são muito prepotentes quanto à seus significados de gênero, ficando mais difícil sua aceitação atreladas à outras representações dentro da sociedade atual.

Apesar disto, pode-se concluir através dos resultados que, mesmo que o público não esteja preparado para uma representação inversa explicitada, caminha-se em direção da equivalência dos sexos. Tal fato visto na preferência pelas estampas que representaram ambos os sexos juntos de forma neutra, mostrando o interesse do público-alvo quanto a igualdade dos gêneros. Percebe-se que é possível unir elementos de universos distintos da realidade sem criar estigmas que possam trazer sentimentos de pressão e repressão pela representação excludente e restringida, como por exemplo apenas representar figuras do sexo masculino em posições de coragem e poder ou apenas representar figuras femininas em posições de delicadeza, fragilidade e sentimentalismos.

Por fim, este projeto poderá ser utilizado como base para muito estudos nas mais variadas áreas, desde o próprio Design e como atrelar significados de neutralização de gênero à criações gráficas, até em estudos de antropologias e ciências sociais perante a percepção das crianças e jovens quanto aos gênero, suas funções e estereótipos.

REFERÊNCIAS

BURDEK, Bernhard E. **Design: história, teoria e prática do design de produtos**. Edgard Blucher, 2006.

SCOTT, Joan. **Gender: a useful category of historical analyses. Gender and the politics of history**. New York, Columbia University Press. 1989.

HETHERINGTON, Mavis E. **Child Psychology: A Contemporary Viewpoint**. University of Virginia. 2003

ARNHEIM, Rudolf. **Arte e Percepção Visual: uma Psicologia da Visão Criadora**. 2002. Editora Thomson Learning.

HORN, Robert E. **Visual Language: Global Communication for the 21st Century**. 1998, MacroVU, Bainbridge Island, WA.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BAXTER, Mike. Projeto de Produto, Guia prático para designers de novos produtos. Edgard Blucher, 2000.

STEINBERG, Laurence; MONAHAN, Kathryn C. **Age differences in resistance to peer influence**. *Developmental Psychology*, Vol 43(6), Nov 2007, 1531-1543. Disponível em:
< <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2779518/>> Acesso em: Maio de 2016

HUFFINGTONPOST. Disponível em:
<http://www.huffingtonpost.com/2015/04/07/kids-clothing-lines-break-gender-stereotypes_n_6925592.html> Acesso em: Abril de 2016

SITES

Disponível em: <<http://www.cea.com.br/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://www.heringkids.com.br/store/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://www.girlswillbehq.com/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://www.handsomeinpink.com/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://www.svahausa.com/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://www.sewingcircus.co.uk/about>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://www.quirkiekids.com/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://jillandjackkids.com/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://www.buddingstem.com/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: < <http://princess-awesome.com/>> Acesso: Abril de 2016

Disponível em: <<http://www.tendere.com.br/blog/2014/10/31/estamparia-digital/>> Acesso: 25/10/2016

Disponível em: <<http://www.stylourbano.com.br/a-estamparia-digital-e-a-alternativa-mais-sustentavel-para-estampar-tecidos/>> Acesso: 25/10/2016

Disponível em: < <http://empreendedormoderno.com.br/estamparia-digital/>> Acesso: 25/10/2016

Disponível em: < http://www.textilia.net/materias/ler/textil/processo-e-tecnologia/surecolor_f2000_nova_solucao_para_impressao > Acesso: 25/10/2016

Disponível em: < <http://www.fespabrazil.com.br/pt/segmentos/serigrafia#> > Acesso: 25/10/2016

Disponível em: < <https://www.printi.com.br/blog/o-que-e-serigrafia> > Acesso: 25/10/2016

Disponível em: <<http://photoshopparaserigrafia.com/o-curso-de-silk-screen-funciona/>> Acesso: 25/10/2016