

O GÊNERO E AS ROUPAS: A MODA INFANTIL NA CATEGORIZAÇÃO DOS CORPOS

AUTORES

Cassia Manso Maschietto
cassia_mm92@hotmail.com

Graduanda do Departamento de História/IFCH/UNICAMP.

Clarita Maria de Godoy Ferro
claritagodoy1@hotmail.com

Graduanda do Departamento de História/IFCH/UNICAMP.

Gabriel Carlos Souza Santos
gabrielsantos.hist@yahoo.com.br

Graduando do Departamento de História/IFCH/UNICAMP.

RESUMO

O presente artigo tem como materialidade em análise a moda infantil. Considerando o pensamento arqueológico pós-processualista e a teoria de gênero, o artigo analisa de que forma esse vestuário carrega intensas categorizações que acabam por enquadrar os sujeitos em condutas pré-estabelecidas, convergindo para um cenário de controle dos corpos segundo interesses ideológicos em voga. Foram escolhidas para análise duas marcas brasileiras de roupas infantis que hoje abrangem um significativo mercado e que optam por separar suas roupas por critérios de gênero: Lilica Ripilica/ Tigor T. Tigre e Alakazoo. Em contraposição, apresentar-se-á também a marca sueca Polarn O. Pyret, que opta por não realizar a divisão por questões de gênero, mas sim por critérios etários.

Palavras-chave: Categorização, Infância, Moda.

ABSTRACT

The present article has the childhood's fashions as a materiality to be analyzed. Taking the post-processualist archaeological theory and the gender theory as bases, the article analyses the way that this kind of clothing carries deep categorizations that end up framing the subjects in predetermined behaviors, converging for a scenario of control of the bodies according to the in vogue ideological interests. For analyses, two Brazilian brands of children's wear that embrace a relevant part of the market and that choose to sort their clothes by gender criteria have been chosen: Lilica Ripilica/ Tigor T. Tigre and Alakazoo. On the other hand, it will be presented a Swedish brand called Polarn O. Pyret, that chooses to not realize gender segregations, but age ones.

Keywords: Categorization, Childhood, Fashion.

1 Neste artigo, o uso da palavra dominação remete ao predomínio masculino sobre o feminino; portanto, não foi usado esse termo tendo em vista as reflexões econômicas desenvolvidas pelo marxismo. Assim, termos como subjugação e repressão também podem ser usados.

Propõe-se neste trabalho que o patriarcalismo, gerador da dominação¹ masculina sobre a feminina, transpassa para o cotidiano. Dessa maneira, pretende-se observar aqui se esse modelo de dominação se aplica também à moda infantil. Em contraposição à dicotomia homem/mulher, este trabalho se funda em um questionamento proposto pela filósofa estadunidense Judith Butler: “[...] existe uma região do ‘especificamente feminino’, diferenciada do masculino como tal e reconhecível em sua diferença por uma universalidade indistinta e conseqüentemente presumida das ‘mulheres’? [...]” (2003: 21). Crê-se, aqui, que não. Entende-se que não há uma “essência feminina”, como também não há uma “essência masculina”. A divisão entre homem e mulher não é natural dos seres humanos, mas sim, socialmente constituída. Essa dicotomia serve, na realidade, para atribuir a essas categorias uma série de características que – tal como as próprias categorias – se justificam dizendo serem naturais.

Atribuir previamente ao sujeito uma série de categorias é uma forma de manter o controle social por parte de certo grupo, não permitindo condutas que fujam à norma, legitimando características humanas como naturais, evitando que sejam questionadas. Dessa maneira, “corpos que não estão nos conformes, corpos que zombam das convenções culturais e saem sem as roupas apropriadas, são subversivos dos mais básicos códigos sociais e arriscam a exclusão, o desprezo e a ridicularidade” (ENTWISTLE, 2000: 7). A perspectiva de gênero aqui tomada foi referente ao estudo de caso da moda infantil. Mais do que simplesmente analisar a moda infantil, o objetivo deste estudo é analisar a categorização como ferramenta de dominação. Foi escolhido o vestuário infantil como estudo de caso porque se considera que, na sociedade contemporânea, a dicotomia “homem X mulher” tenta ser imposta desde o nascimento. A indumentária como materialidade a ser analisada foi proposta porque consideramos que “a moda é obcecada pelo gênero, define e redefine as fronteiras de gênero” (WILSON, 1985: 117. Apud. ENTWISTLE, 2000: 140).

Poucos são os trabalhos relativos à infância. A arqueologia trabalha, tradicionalmente, com os adultos e, principalmente, com os homens. As vestimentas também costumam ser um assunto deixado de lado pela arqueologia – costuma-se dar muito mais ênfase ao patrimônio edificado, por exemplo. Esses paradigmas vêm sendo alterados e, atualmente, o escopo da arqueologia abrange diversos grupos sociais. Ainda assim, a quantidade de estudos referentes à arqueologia da infância é consideravelmente baixa. Trabalhando a infância em conjunto com os estudos de gênero, há um reduzido número de autores. A socióloga Joanne Entwistle indica a importância da moda para o estudo do corpo. Para ela,

‘Há um óbvio e proeminente fato sobre os seres humanos’, nota Turner (1985:1) [...] ‘eles têm corpos e eles são corpos’. [...] O corpo constitui o ambiente do si, a ser inseparável do si. Contudo, o que Turner omite em sua análise é um outro fato óbvio e proeminente: que os corpos humanos são corpos vestidos. O mundo social é um mundo de corpos vestidos (2000: 6).

A autora trabalha centralmente com a moda como agente formadora de identidades e com as relações entre privado e público; entre a agência

individual daquele que se veste e a estrutura social da moda. Apesar de apresentar um fascinante estudo relativo à indumentária e às suas relações com as identidades e categorizações de gênero, Entwistle comenta apenas brevemente a questão da infância.

Já a arqueóloga argentina Melisa Salerno (2006 2007), por exemplo, em seus trabalhos, mostra ser possível a construção de uma genealogia de nossa sociedade através da análise das roupas. Ela considera importante o estudo da vestimenta como forma de desnaturalizar seus usos e nos aproximarmos de seus significados.

Para Baxter, arqueóloga histórica, uma vez que a roupa é um meio determinante no aprendizado das crianças sobre as distinções de gênero, a arqueologia da infância se torna essencial para a análise de tal processo. “Dessa maneira, uma arqueologia da infância é essencial para o entendimento do processo de formação de gêneros, assim como os estudos de gênero são essenciais para a compreensão da natureza da sociabilização infantil [...]” (2005).

Através de uma análise teórica e da observação de marcas de roupa infantil destinadas a um amplo público consumidor, verificar-se-á se tais pressupostos partidos condizem com a realidade.

Pressupostos teóricos

Este trabalho baseia-se na teoria arqueológica pós-processual. O movimento pós-processual é inscrito no pós-modernismo, baseando-se na crítica do *status quo* anterior (RODRIGUES, 2008). O pós-processualismo, ao contrário do modernismo, nega que existam leis universais que tornem a sociedade codificada, rejeitando o modelo positivista e a sua concepção de que estudos possam ser imparciais. De acordo com o pós-processualismo (ZARANKIN, 2000)², o conhecimento é sempre parcial, pois qualquer leitura será influenciada pelos conceitos e opiniões pré-estabelecidos, fundamentados na experiência subjetiva do indivíduo e no tempo/espaço que o mesmo encontra-se inserido.

Verdades definitivas não existem para a teoria pós-processual, uma vez que o conhecimento é subjetivo, tornando possível que existam diversas interpretações sobre um mesmo objeto de estudo. De acordo com Jose Alberione dos Reis (2003): “[...] a materialidade estudada pela arqueologia não foi somente moldada por transformações sociais de ordem estrutural. Também por uma ação humana que, contingencial e contextualmente, introduziu significados em tal materialidade”, ou seja, as mudanças na sociedade não são só técnicas – não se passa a fazer as coisas de um modo diferente só porque aquele modo seria tecnicamente melhor. As mudanças podem ser simbólicas; às vezes o objeto tem uma qualidade técnica inferior ao que se usava anteriormente, mas é adotado porque possui um significado simbólico importante para aquela sociedade.

A teoria pós-processual é também muito mais plural, pois suas propostas vêm de diversos ramos do conhecimento, levando em conta o marxismo e o feminismo, por exemplo. Tal teoria diz que “não somente os significados da cultura material são contingências em relação a discursos sociais oriundos de contextos passados como fazem parte de interpretações arqueológicas situadas em amplas e contemporâneas realidades sociais e políticas” (REIS, 2003).

² “La base de la crítica al modernismo y al pensamiento cientificista parte de cuestionar la existencia de verdades esenciales solo accesibles a través de la razón, y postular que por el contrario estas ‘verdades’ son relativas y se construyen a partir de referencias específicas” (ZARANKIN, 2000: 345). As referências específicas, conforme Zarankin diz na continuidade de seu texto, são as práticas sociais. Dessa maneira, os referentes de um dado objeto de análise serão derivados das experiências do observador.

Dessa forma, entende-se que as roupas infantis são produzidas muito mais a partir de critérios simbólicos do que técnicos; e, por isso, optou-se pelo método pós-processual.

A infância, a nudez e os discursos que as atravessam

O vestuário escolhido foi o infantil, pois se crê que essa seja a fase da vida em que os discursos são mais facilmente aceitos. A criança possui vivências diferenciadas que, talvez, não as permitam lidar de forma reflexiva com a criticidade, que é gerada a partir de uma compreensão de que as práticas humanas se dão sempre de forma discursiva e a partir da exposição a diversos conflitos ideológicos – por isso, é tida como problemática a forma como se faz a moda infantil: somente um discurso, o dicotômico heterossexual, é apresentado (PONTES, 2004).

O segundo motivo da possível falta de criticidade das crianças é a própria construção dessa fase da vida. Pretende-se ressaltar o fato de que a infância está também dentro das políticas de categorização da sociedade ocidental. Assim como a divisão entre masculino e feminino, a criação de categorias relativas ao tempo de vida está em convergência com discursos de manutenção do poder. De tal maneira, a infância não é uma fase natural da vida do ser humano. Ela é construída e a ela é atribuída uma série de características que remetem à ideia de passividade crítico-intelectual. A criança é tida, portanto, como uma massa a ser modelada, como um animal que precisa ser civilizado. Essa espécie de selvageria atribuída à infância permite que a possibilidade de escolha das crianças lhes seja negada. Dessa forma, a imposição de roupas não pode ser por elas questionada. A própria noção de infância passada para as crianças dificulta a capacidade de se criar um senso crítico, e facilita a aceitação daquilo que é imposto pela sociedade. É interessante notar a interpretação de Entwistle sobre a importância das roupas na apresentação dos corpos dos bebês para o restante da sociedade:

As roupas chamam a atenção para o sexo daquele que as veste, podendo-se assim dizer, normalmente de primeira vista, se eles são homens ou mulheres. Como Woodhouse nota, 'nós esperamos que homens se vistam para "parecerem" com homens e mulheres para se "parecerem" com mulheres' (1989: ix). Esse processo começa cedo: bebês, cujo sexo normalmente não pode ser estabelecido à primeira vista, são frequentemente vestidos com cores, tecidos e estilos de roupas que os diferenciam e anunciam seu sexo para o mundo (ENTWISTLE, 2000: 140).

Desse modo, "[...] existe uma estreita relação entre as vestimentas e as identidades. Por este motivo, usualmente entendemos que as roupas que vestimos constituem uma extensão de nossa pessoa" (SALERNO, 2007:13). A nudez do nascimento permite, então, que o corpo seja tratado como ausente de identidade e o nascimento, portanto, é o primeiro passo para a construção do ser. Como diz Butler: "[...] é impossível considerar a existência de um corpo pré-social, distinto dos gestos e discursos que o atravessam [...]" (BUTLER, 1990, 2002. apud. SALERNO, 2007: 6). Assim, o corpo recém-nascido não está isento dos discursos sociais.

O problema não é o constituir a criança, mas a forma como essa constituição se dá. A criança, em sua condição de nudez, é tida como um animal que deve ser domesticado. “[...] Um corpo nu representa um corpo ao qual é negada sua condição social [,pois] o vestuário constitui um dos elementos mediante os quais se proclama a divisão entre natureza e cultura. [...]” (SALERNO, 2007: 11). A oposição aqui realizada se dá frente essa domesticação do ser humano. O que se deve fazer não é domesticar, mas criar um ser que pense sobre sua própria condição de ser e que compreenda que ela foi construída pelo meio social. A partir dessa compreensão, a pessoa deixa de ser moldada unicamente pela sociedade e passa a ter ferramentas para moldar a si mesma.

“Os corpos nus – ao não responder às categorias geradas pela cultura – são corpos aos quais são negadas suas identidades. [...] O vestuário emprega símbolos sensoriais com o objetivo de informar quem somos, o que fazemos e quem pretendemos ser [...]” (SALERNO, 2007:11). Impor uma vestimenta às crianças – que nascem nuas e que, portanto, não possuem uma identidade demonstrável para a sociedade – é impor uma identidade a elas. Ao falar sobre a condição de nudez dos presos políticos da ditadura argentina, Salerno diz que “[...] para os militares, o corpo nu [...] constituía um corpo dominado – ou, ao menos, um corpo que se podia começar a dominar [...]” (SALERNO, 2007:11).

Entende-se que essa ideia do corpo nu como objeto de dominação se dá também no caso da infância. A nudez do nascimento é um livro em branco, em que os discursos sociais serão inseridos. No entanto, é impossível ser imparcial no trato com as crianças, isto é, em qualquer ação se estará inserindo nelas visões socialmente formadas. A questão é a forma como isso é feito. Não se visa à liberdade ou à criticidade, mas à pura imposição de valores. Vestir as crianças, mais do que uma preocupação com a proteção do corpo, é uma forma de criar a ideia de que elas estão inseridas na sociedade desde o seu nascimento e que devem, portanto, se submeter às injunções sociais.

Para a questão de gênero a indumentária é particularmente interessante, pois como Entwistle defende, “tão significativas são as roupas para nossas leituras do corpo que elas podem vir a suportar diferenças sexuais na ausência do próprio corpo” (2000: 141). À primeira vista é muito difícil de se distinguir o sexo de um bebê. Nesse caso, o argumento biológico da determinação do gênero é deixado de lado e as vestimentas³ são o único elemento que define o gênero da criança. Isso se dá por uma confusão frequente que se faz entre a aparência de gênero e o sexo biológico. Considera-se, no caso em questão, que a roupa é uma reveladora da identidade do sujeito. A aparência de gênero “feminina”, por exemplo, leva a pensar que o sexo biológico da criança é também feminino e, dessa maneira, uma identidade de gênero feminina é a ela imposta.

Desta forma, serão tidas como objeto de análise duas marcas de roupas infantis que abrangem uma parcela significativa do mercado brasileiro: Alakazoo⁴ e Tigor T. Tigre/Lilica Ripilica⁵. As últimas são duas marcas que fazem parte de uma mesma empresa, mas se subdividem nominalmente a fim de atingir o consumidor masculino, no caso da primeira, e o consumidor feminino, na segunda. É importante destacar que não se tem por objetivo

3 Entenda-se: tanto as roupas propriamente ditas quanto adornos e acessórios.

4 A marca Alakazoo pertence ao grupo Lunender, considerado um dos maiores da indústria têxtil do país. A marca efetua suas vendas online pelo grupo Posthaus, considerado um dos maiores portais de venda pela internet. A Posthaus é voltada ao público das classes C e D.
<http://www.posthaus.com.br/lojas/posthaus?acao=institucional>. Acesso em: 19/09/2012.
<http://ecommercenews.com.br/artigos/posthaus-comemora-27-anos-de-vendas>. Acesso em: 19/09/2012.

5 De acordo com a Associação Brasileira da Indústria Têxtil, a grife Lilica Ripilica é a líder no segmento de moda infantil, com uma participação de 15% no mercado. O grupo Marisol, detentor das marcas Lilica Ripilica e Tigor T. Tigre, é o líder nos segmentos de confecção infantil e franquias monomarcas. A marca é voltada para crianças de 0 a 10 anos, pertencentes às camadas médias e altas da sociedade. RIBAS, Nadima C., Mercado de Moda Infantil, Universidade Estadual de Goiás - UNU Trindade, 2007. In: <http://pt.scribd.com/doc/820133/artigo-Mercado-de-Moda-Infantil>. Acesso em: 19/09/2012. <http://www.marisolsa.com.br/quem-somos>. Acesso em: 19/09/2012.

desenvolver uma análise socioeconômica sobre a indumentária infantil. Optou-se por apresentar marcas que visam diferentes grupos financeiros, pois o que se defende aqui é justamente que, embora as questões econômicas interfiram nas questões de gênero, no caso do discurso oficial que age sobre a moda infantil e através dela torna o sexo binário e oposto, elas não são centrais neste texto. Nossa escolha pelas já citadas marcas, então, foi baseada na abrangência social que cada uma obtém, demonstrando que o binarismo de gênero ultrapassa as barreiras de classe e não deriva de questões financeiras.

As vestimentas e a modelagem do sujeito

Tigor/Lilica e Alakazoo disponibilizam em meio virtual os modelos e valores das peças que compõem as suas coleções. Enquanto a marca Alakazoo oferece uma breve descrição da indumentária, Tigor e Lilica trazem uma descrição de suas mascotes, que levam o nome de suas respectivas marcas, expressando o “ideal masculino” e o “ideal feminino”.

Foram selecionadas algumas peças referentes a cada marca citada, destinadas às duas categorias sociais, meninos e meninas, e, a partir dessas séries, será analisado o processo social de controle do corpo infantil, que distingue corpos, comportamentos e vestes, em um processo já nomeado por Foucault como “articulação corpo-objeto” (VIANNA; FINCO, 2009), isto é, entende-se que o corpo configura-se como uma materialidade que se molda a partir de toda a realidade que o cerca; constituído por múltiplas vozes sociais, ele é permanentemente inacabado, sendo, portanto, construído e destruído sem cessar segundo os imperativos de normas, padrões, expectativas e exigências que se deslocam do espaço cultural para se fixar no orgânico (ROVERI, 2004).

A partir da observação dessas séries, foi constatado que as roupas voltadas para o público feminino têm desenhos delicados e tons suaves, com a predominância das cores rosa, lilás e branco (Figuras 1, 2, 3, 8 e 9). Elas são, em sua maioria, de modelagem mais justa e curta, além de trazerem decotes maiores, laços e babados. Além disso, verificou-se também a constante aparição de acessórios nas roupas femininas, como bolsas e cintos. As bolsas são, em sua maioria, de uso transversal. Já as peças que se destinam ao público masculino têm desenhos mais agressivos, com apelo ao urbano e ao esportivo, além de serem mais largas e compridas (Figuras 4, 5, 6, 7, 10 e 11). As cores são mais escuras, com grande ocorrência do azul. A presença de acessórios não é assídua; no lugar de bolsas transversais, aparecem mochilas, utilizadas nas costas. Os calçados destinados às meninas vêm em maior variedade de modelos, com a mesma paleta de cores das roupas, e são feitos com materiais mais finos e *design* delicado (Figura 3). Já os calçados destinados aos meninos não trazem tanta variação de formas, sendo, basicamente, tênis ou sandálias, também vindo em cores fortes, com materiais mais grosseiros e um *design* mais simples (Figura 7). Essas ocorrências acontecem tanto nas marcas mais caras, como na mais barata.

Todos os sites das marcas analisadas também trazem imagens de crianças vestindo as peças destinadas à venda. Enquanto as meninas são fotografadas em poses que denotam calma, leveza e uma pretensa feminilidade – como a grande ocorrência de poses em que as modelos estão com as mãos na

cintura – (Figuras 2, 8 e 9), os meninos são retratados em poses que denotam movimento, como, por exemplo, vento bagunçando os cabelos e balançando a roupa (Figuras 4, 6, 10 e 11).

Cores frias e marcantes tendendo para o azul, cinza e preto, materiais mais grosseiros e recortes despojados. A forma com que se constitui a vestimenta destinada aos meninos, como vista nas observações acima, é atravessada por promessas comportamentais esperadas a um menino, o qual deve se apresentar ativo, esperto e corajoso. O contrário é visto na indumentária infantil feminina – colorida por tons pastéis, em sua maioria, rosa, lilás ou branco – ela denota passividade, delicadeza e candura esperadas a uma menina. Evidentemente, as posições em que essas crianças são retratadas nas imagens disponibilizadas pelas marcas em questão também são alvo dessa determinação dos comportamentos – feminino e masculino – esperados para cada indivíduo que se insere em uma dessas categorias.

Além disso, o pequeno comprimento encontrado nas roupas para as meninas nos remete à noção de sensualização feminina, na qual a fêmea deve se mostrar de forma convidativa ao macho, que a cortejará caso ele se sinta atraído. Essa naturalização da fêmea passiva e do macho ativo pode nos levar também à espera pela heterossexualidade na criança.

Os sítios virtuais em que foram coletadas as imagens das roupas infantis aqui analisadas também disponibilizam alguns comentários das marcas na tentativa de enaltecer a peça ou até mesmo reforçar a imagem dualista de suas mascotes. Como é o caso da marca Lilica/Tigor. Nela não há descrição das roupas, mas sim uma breve descrição das suas mascotes; um coala branco para a marca feminina e um tigre para a marca masculina. As mascotes associam-se à própria ideia que é imposta sobre feminino e masculino, pois enquanto o coala é um animal calmo e pacífico, o tigre é um animal agressivo. A descrição de Tigor, a mascote masculina, destaca seu gosto por esportes, sua inteligência e sua atitude. Permite-se afirmar tais características ao observar o trecho a seguir retirado da descrição:

[...] Sua curiosidade e inteligência fazem com que esteja sempre por dentro de tudo o que acontece no universo dos meninos. Sabe tudo sobre computador, games e música. [...] O estilo ousado das suas roupas garante sucesso com todas as garotas e mãezonas. [...] Afinal, o que todo rapaz precisa é de liberdade para ter atitude, ser irreverente e se divertir muito, principalmente com manobras radicais na vida real ou virtual.

Já a descrição de Lilica, a mascote feminina, destaca seu charme, alegria e nos informa que a coala é romântica e “adora estar na moda”. Sua descrição também faz uma analogia ao uso de suas roupas de “estilo delicado de cores suaves e tons de rosa” com “sonhos” e “novas sensações”, assumindo um caráter mais lúdico, como pode ser visto no seguinte trecho:

[...] Lilica Ripilica é uma coala charmosa, alegre e romântica, que adora estar na moda. Ao mesmo tempo em que transmite doçura, sabe ser ousada. [...] estilo delicado de cores suaves e tons de rosa, vestir Lilica Ripilica é descobrir novas sensações, despertar sonhos encantar tudo ao seu redor.

Já a marca Alakazoo, traz uma breve descrição de suas peças – as roupas destinadas às meninas são associadas às palavras “moda”, “estilo

romântico”, “charme”, “elegância”, denotando preocupação com a beleza da garota, como se pode ver nos excertos seguintes: “[...] Possui estampa com *glitter* e acompanha um broche de laço removível, que pode ser usado em diversas ocasiões. A manga no estilo princesa traduz a essência da Camiseta Malha Light Vermelha que é do estilo romântico [...]” e também: “[...] Camiseta Regata Malha Rosa, charme e elegância para as meninas que gostam de estar na moda.”. Já as descrições de roupas que se destinam aos garotos são muito mais associadas ao conforto, leveza e mobilidade. Seguem-se alguns trechos: “proporcionando conforto e leveza”, “bem ventilado e ideal para os dias mais quentes”, “visual moderno” e “que proporciona conforto, leveza e ótimo caimento, para que os pequenos tenham mobilidade e estejam sempre à vontade”.

Tanto as descrições de peças da Alakazoo quanto os mascotes de Lilica/Tigor reforçam a noção de passividade feminina - o sexo que deve se preocupar com a beleza acima de tudo - e a atitude masculina - o sexo que deve ser corajoso e preocupado com o mundo real, uma vez que deverá ser o “provedor”.

Embora a visão dicotômica dos sexos esteja presente nas marcas em sua maioria, há exceções. Por exemplo, uma grife da Suécia, de nome *Polarn*⁶ – uma marca direcionada para pessoas com renda mais alta⁷. O *site* da marca não traz divisão por gênero, e sim, por idade. Há muitas opções de roupas multicoloridas, com ênfase em estampas, como listras, por exemplo. É claro que as cores rosa e azul estão presentes, mas sem a necessária definição de sexo e dificilmente há uma roupa que seja inteira rosa para menina ou inteira azul para menino. Embora a grife *Polarn* seja apenas um exemplo, na Suécia, como um todo, opta-se por vestir a criança com cores mais diversas e estampas de variados motivos. A preocupação com o conforto é geral, e não direcionada a apenas um sexo, pois a preferência comum do país é a malha – a própria *Polarn* usa esse tipo de tecido em suas criações.⁸

Demos aqui o exemplo da marca *Polarn* para desnaturalizar a categorização por gênero, comum no caso do Brasil, e demonstrar que a roupa pode ser alvo de diversos interesses ideológicos, não necessariamente a divisão binária dos sexos. No caso da Suécia, a divisão seria baseada na faixa etária. A roupa é, portanto, uma materialidade envolta em jogos de poder, tanto quanto os outros artefatos arqueológicos consagrados pelo senso comum.

Considerações finais

Ao expor as particularidades encontradas nas indumentárias do Brasil e da Suécia, por exemplo, entende-se que a inserção da criança no espaço material acarreta a inclusão desse indivíduo em grupos pré-determinados pelo seu meio social. A ênfase dada pela sociedade brasileira à sexualidade da criança converge para situações como a analisada neste artigo: uma diferenciação explícita entre indivíduos que apresentam órgãos sexuais distintos; e no país escandinavo, em que apesar das relações desiguais entre os gêneros não se concretizarem nas roupas infantis, o agrupamento dos indivíduos se dá através da categorização por idades.

Segundo Salerno (2007), os artifícios de categorização não configuram sistemas de autodeterminação, mas sim de imposição identitária, tornando-

6 A grife Polarn O. Pyret possui um grande número de lojas na Suécia e no exterior, tendo um grande alcance de vendas entre a classe média sueca, embora os preços sejam um pouco mais altos que a média do país.
<http://www.polarnopyret.se>. Acesso em: 19/09/2012.
<http://www.chacomlirios.co.uk/2011/07/polarn-o-pyret-conforto-e-qualidade.html>. Acesso em: 19/09/2012.

7 De modo geral, as roupas infantis suecas tendem a ser muito baratas, de acordo com Somnia Carvalho, blogueira feminista que morou algum tempo na Suécia. Seu blog:
<http://borboletapequeninana.suecia.blogspot.com>.

8 Tais informações foram passadas a nós por Somnia Carvalho. Post em que se refere à marca Polarn:
<http://borboletapequeninana.suecia.blogspot.com/2011/05/nasuecia-tambem-nao-tem-bebe-com.html>. Acesso em: 07/12/2011.
Site da marca é <http://www.polarnopyret.se>. Acesso em: 07/12/2011.

se, desse modo, estratégias de dominação dos indivíduos. A noção de prolongamento da identidade da pessoa para os limites físicos do corpo, dentre eles a vestimenta, revela o quanto as identidades individuais habitam corpos, e por esse motivo, como as relações de dominação se dão através dos mesmos.

A ideologia dos discursos dominantes é responsável por construir os parâmetros categorizantes que submeterão corpos e indivíduos em um processo simplificador, e que segundo Salerno aflui para

[...] A construção de estereótipos [que] corresponde à seleção de atributos que permitem caracterizar os membros de uma categoria, omitindo consciente ou inconscientemente outros. Esta simplificação reduz a possibilidade de distinguir diversidade dentro do universo definido. Em poucas palavras, a construção de estereótipos depende da possibilidade de generalizar as características de uma categoria à totalidade de seus membros – independentemente das exceções identificadas (Archenti 2006). A cultura material e as práticas corporais são empregadas na definição de estereótipos [...] (SALERNO, 2007: 5).

O vestuário infantil, desse modo, é permeado por relações de poder, que ao inserir arbitrariamente o indivíduo, ainda jovem, em rígidas categorias baseadas no fator sexual – considerando o cenário brasileiro – permite a modelação da criança segundo esses parâmetros pré-determinados. De fato significativa parcela da sociedade ocidental veste suas crianças segundo a dicotomia feminino x masculino, a qual há tempos é utilizada como ferramenta de diferenciação social.

A indumentária infantil é apenas uma de muitas materialidades que o discurso político adotou para concretizar seus preceitos. Desse modo, o enquadramento sexual que se dá sob tal matéria é mais um meio para se ocorrer a categorização do indivíduo e, por fim, sua dominação.

Referências bibliográficas

Livros

BAXTER, E. *The Archaeology of Childhood: Children, gender and material culture*. AltaMira Press: Walnut Creek, 2005.

BUTLER, Judith. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Londres: Routledge, 1990.

_____. *Cuerpos que Importan. Sobre los Límites Materiales y Discursivos de "Sexo"*. Buenos Aires: Paidós, 2002.

_____. *Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

ENTWISTLE, Joanne. *The Fashioned Body: Fashion, dress and modern social theory*. Malden: Polity Press: Blackwell, 2000.

SALERNO, Melisa Anabella. *Arqueología de la Indumentaria: Prácticas e Identidad en los Confines del Mundo Moderno (Antártida, siglo XIX) - 1a ed.* - Buenos Aires: Del Tridente, 2006.

TURNER, B. *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. Oxford: Basil Blackwell, 1985. apud. ENTWISTLE, 2000.

WILSON, E. *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: Virago, 1985. apud. ENTWISTLE, 2000.

WOODHOUSE, A. *Fantastic Women: Sex, Gender and Transvestism*. London: Macmillan, 1989. apud. ENTWISTLE, 2000.

ZARANKIN, Andrés. El pensamiento moderno y el pensamiento pós-moderno en arqueología. In: RAGO, Margareth; GIMENES, Renato Aloizio de Oliveira (organizadores). *Narrar o passado, repensar a história*. 1ª edição. Campinas: Unicamp, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, 2000. p. 341-360.

Dissertações e teses

REIS, Jose Alberione dos. *Não Pensa Muito que Dói: um Palimpsesto sobre Teoria na Arqueologia Brasileira*. 2003. Dissertação de Doutorado, IFCH - Unicamp, Campinas, 2003. Disponível em: <http://cutter.unicamp.br/document/?code=vtls000317500>. Acesso em: 07/12/2011.

ROVERI, F. T. *A boneca mais chique é um choque: considerações acerca da educação de meninas*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Estadual de Campinas. Faculdade de Educação, Campinas-SP: 2004.

Artigos

ARCHENTI, Adriana. Imaginario y representación: Sobre algunas formas de clasificación social, 2006. In: *Subsecretaría de Atención a las Adicciones. Ministerio de Salud. Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Opinión de Especialistas*. Disponível em: http://www.sada.gba.gov.ar/especialistas_47.htm.

PONTES, Heloisa. Modas e modos: uma leitura enviesada de O espírito das roupas. In: *Cadernos Pagu*, Campinas, nº 22, jan/jun 2004.

RODRIGUES, Dânia. *Seminário sobre "Pós-Processualismo: a Morte da Arqueologia?"*. Lisboa: Universidade de Lisboa, 2008. Disponível em: <http://trans-ferir.blogspot.com/2008/12/ps-processualismo-em-arqueologia-um.html>. Acesso em: 07/12/2011 às 20:03.

SALERNO, Melisa Anabella. Algo habrán hecho: la Construcción de la Categoría Subversivo y los Procesos de Remodelación de Identidades a través del Cuerpo y el Vestido (Argentina, 1976-1983). In: *Revista de Arqueologia Americana*, v. 24, 2007.

VIANNA, Cláudia; FINCO, Daniela. Meninas e meninos na educação infantil: uma questão de gênero e poder. In: *Cadernos Pagu*, Campinas, nº 33, jul/dez 2009.

Sites das marcas de roupas referidas no artigo:

<http://www.lilicaripilica.com.br>. Último acesso em: 07/12/2011 às 21:30.

<http://www.tigorttigre.com.br>. Último acesso em: 07/12/2011 às 21:31.

<http://www.posthaus.com.br/loja/moda?acao=home&loja=17&v=1&anc=14>. Último acesso em: 07/12/2011 às 21:30.

<http://www.posthaus.com.br/lojas/posthaus?acao=produtos&loja=59&anc=50&marc=0&ao=0>. Último acesso em: 07/12/2011 às 21:33

■ Coleção Lilica Ripilica



Figura 1



Figura 2



Figura 3

■ Coleção Tigor T. Tigre



Figura 4



Figura 5



Figura 6



Figura 7

■ Coleções Alakazoo



Figura 8



Figura 9



Figura 10



Figura 11