







PARA MENINO OU MENINA? REPRESENTAÇÕES CULTURAIS DE GÊNERO NAS EMBALAGENS DE BRINQUEDOS

Rosilene Rodrigues de Souza¹ 
Jéssica Renata Bastos Depianti¹ 
Renata de Moura Bubadué^{1,2} 
Camille Xavier de Mattos¹ 
Julia Maricela Torres Esperón^{1,3} 
Ivone Evangelista Cabral^{1,4} 

¹Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Enfermagem Anna Nery. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

²Faculdade de Ciências e Educação Sena Aires. Valparaíso de Goiás, Goiás, Brasil.

³Escuela Nacional de Salud Pública. La Habana, Cuba.

⁴Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Enfermagem. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

RESUMO

Objetivo: analisar imagens representativas de gênero nas embalagens de brinquedos para crianças acima de três anos de idade.

Método: estudo foto etnográfico, desenvolvido em seções de brinquedos de seis lojas de departamento localizadas em um dos municípios da região metropolitana do Rio de Janeiro, no mês de agosto de 2018. Aplicou-se a análise imagética em 17 fotografias de embalagens de brinquedos segundo critérios de repetição, tipo de conteúdo e baixo custo para aquisição, associado à análise de conteúdo.

Resultados: as imagens refletem parcialmente seu conteúdo. As cores de gênero nas embalagens e conteúdos são tradicionais (rosa e lilás) e irrealistas nos brinquedos para meninas. Aqueles com imagens de meninos possuem cores neutras e realistas (cinza, verde oliva, azul marinho). Brinquedos miniaturizados ou em tamanho natural “para as meninas” incluem os que estimulam o brincar de ‘dona-de-casa’ (escorredor de louça e xícaras), cuidados pessoais (maquiagem e vestuário) e maternagem (bonecas). “Para meninos”, fortalecem a imagem social de protetor da família (herói), provedor do lar (ferramentas, construtor e executivo) e profissões “masculinas” (cozinheiro, bombeiro, policial).

Conclusão: essas imagens reforçam concepções binárias de gênero, estereotipadas na sociedade, enraizando construções culturais do mundo adulto no desenvolvimento de crianças nas idades acima de três anos.

DESCRITORES: Jogos e brinquedos. Jogos recreativos. Criança. Pré-escolar. Identidade de gênero. Comportamento e mecanismos comportamentais. Enfermagem de saúde pública.

COMO CITAR: Souza RR, Depianti JRB, Bubadué RM, Mattos CX, Esperón JMT, Cabral IE. Para menino ou menina? Representações culturais de gênero nas embalagens de brinquedos. Texto Contexto Enferm [Internet]. 2021 [acesso MÊS ANO DIA]; 30:e20190391. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1980-265X-TCE-2019-0391>.

FOR BOYS OR GIRLS? GENDER CULTURAL REPRESENTATIONS IN TOY PACKAGING

ABSTRACT

Objective: to analyze gender-representative images on toy packaging for children over three years of age.

Method: This is a photo ethnographic study developed in play sections of six department stores located in one of the municipalities in the metropolitan region of Rio de Janeiro in August 2018. Image analysis was applied to 17 photographs of toy packages according to criteria repetition, content type and low cost to purchase, associated with content analysis.

Results: the images partially reflect their content. The gender colors in the packaging and contents are traditional (pink and lilac) and unrealistic in the toys for girls. Those with images of boys have neutral and realistic colors (gray, olive green, navy blue). Miniaturized or life-size toys items “for girls” include those that encourage playing ‘house’ (dish rack and cups), personal care (makeup and clothing) and maternity (dolls). “For boys”, they strengthen the social image of family protector (hero), home provider (tools, builder, and executive) and “male” professions (cook, fireman, policeman).

Conclusion: these images reinforce binary conceptions of gender, stereotyped in society, rooting cultural constructions of the adult world in the development of children over three years old.

DESCRIPTORS: Play and playthings. Games recreational. Child. Preschool. Gender identity. Behavior and behavior mechanisms. Public health nursing.

PARA NIÑOS O NIÑAS? REPRESENTACIONES CULTURALES DE GÉNERO EN ENVASES DE JUGUETES

RESUMEN

Objetivo: analizar imágenes representativas del género en los envases de juguetes para niños mayores de tres años.

Método: estudio foto etnográfico, desarrollado en secciones de juguetes de seis grandes almacenes ubicados en uno de los municipios de la región metropolitana de Rio de Janeiro, en agosto de 2018. Se aplicó análisis de imagen a 17 fotografías de empaques de juguetes según criterio repetición, tipo de contenido y bajo costo de compra, asociado al análisis de contenido.

Resultados: las imágenes reflejan parcialmente su contenido. Los colores de género en el empaque y el contenido son tradicionales (rosa y lila) y poco realistas en los juguetes para niñas. Aquellos con imágenes de niños tienen colores neutros y realistas (gris, verde oliva, azul marino). Los juguetes miniaturizados o de tamaño natural “para niñas” incluyen aquellos que fomentan el juego del “ama de casa” (escurreplatos y tazas), el cuidado personal (maquillaje y ropa) y la maternidad (muñecas). “Para los niños”, fortalecer la imagen social de protector familiar (héroe), proveedor de hogar (herramientas, constructor y ejecutivo) y profesiones “masculinas” (cocinero, bombero, policía).

Conclusión: estas imágenes refuerzan concepciones binarias de género, estereotipadas en la sociedad, enraizando construcciones culturales del mundo adulto en el desarrollo de niños mayores de tres años.

DESCRIPTORES: Juegos e implementos de juego. Juegos recreacionales. Niño. Preescolar. Identidad de género. Conducta y mecanismos de conducta. Enfermería en salud pública.

INTRODUÇÃO

O brincar, além de proporcionar diversão e distração para a criança, promove aprendizados e maturação infantil, sendo esses imprescindíveis para o seu desenvolvimento. É por meio da brincadeira que ela ativa sua criatividade e imaginação, o que contribui para a construção de conhecimentos.¹

O brinquedo é o principal meio de desenvolvimento da criança, pois desempenha um papel importante na vida e socialização de meninos e meninas, que passam boa parte do tempo brincando sozinhas, em grupo e/ou com familiares.² Nesse sentido, a brincadeira oferece oportunidades de interações que lhes permitem aprender a cooperar e assumir um comportamento socialmente aceitável.³⁻⁴

No universo dos brinquedos infantis, as imagens das embalagens imprimem significados que podem influenciar seu consumo junto ao grupo de crianças. Para adultos, a compra é, principalmente, orientada pela cor do brinquedo, sexo e idade da criança. No processo de escolha e compra, há uma dinâmica de poder instalada em que adultos, sejam eles pais ou responsáveis, exercem controle sobre o comprar ou não para as crianças. Nesse sentido, mesmo que a criança participe do processo decisório da compra do brinquedo, sua escolha é regulada pela percepção do que o adulto pensa ser apropriado para ela.⁵

No Brasil, existem normativas que sustentam os direitos fundamentais da criança, cuja participação nos processos que envolvem sua vida deve ser garantida e respeitada.⁶ Contudo, a história social da criança é marcada por silenciamento e regulação imposta por aquilo que o adulto julga ser eticamente importante para a formação moral dela.⁷

Nesse contexto, as embalagens dos brinquedos infantis estampam ideologias social e moralmente construídas por adultos, uma vez que carregam características cristalizadas sobre papéis de gênero (masculino e feminino).⁸ Entende-se por gênero um conjunto de características determinadas pela sociedade, uma construção sobre como nos apresentamos, reconhecemos e desejamos ser reconhecidos. Envolve a representação feminina ou masculina, ou na transição pelos dois, independente da orientação sexual ou do sexo biológico.⁹

Entre as categorias de gênero, tem-se papel de gênero, ou seja, normas e valores ditados pela cultura de uma dada sociedade sobre comportamentos esperados ou não para meninos e meninas. Esses papéis se expressam em modelos de condutas morais consideradas corretas pela família e círculo social desde a infância.⁹ Assim, por meio de brincadeiras, as crianças se desenvolvem e se apropriam dos elementos culturais e das significações dos papéis de gênero socialmente determinados.¹⁰

Nesse contexto, a aparente escolha por um determinado brinquedo baseado no sexo da criança é mais uma construção social do que propriamente uma opção dela. A exposição maciça à mídia infantil de venda de brinquedo, como produto de mercado, contribui para as escolhas de seus compradores (famílias e amigos) e o brincar de seus consumidores (as crianças).¹¹

Diante do exposto, questionou-se: como os papéis de gênero são representados nas embalagens de brinquedos infantis? O objetivo foi analisar imagens representativas de gênero nas embalagens de brinquedos para crianças acima de três anos de idade.

MÉTODO

Pesquisa qualitativa, exploratória, desenvolvida segundo a foto etnografia em lojas localizadas em um dos municípios da região metropolitana do Rio de Janeiro. Esse método consiste no uso da fotografia como registro narrativo imagético capaz de preservar o dado e convergir para o leitor uma informação cultural a respeito do grupo estudado. A imagem favorece a compreensão dos processos de transformação na sociedade, sendo um elemento essencial para análise dos significados incutidos e veiculados pelos meios sociais. Ela captura características antropológicas, socioculturais com riqueza de detalhes que, talvez, não pudessem ser apreendidas de outra forma.¹²

A fotografia pode assumir diversos significados, inclusive a expressão visual de seu autor.¹³ Contudo, neste estudo, adotou-se a fotografia como dispositivo de geração de dados, como via de acesso e não como uma expressão visual de um participante de pesquisa.

Portanto, observar uma fotografia é muito além de um instrumento essencial, é um ato criativo capaz até de criar novos valores.¹³ É mais do que decodificar uma mensagem objetiva, é marcar a imagem, revê-la, refazê-la e, assim, construir através do olhar produção de significados sobre papéis de gênero.

A seleção das lojas para a captura de imagens fotográficas deveria atender aos seguintes critérios: grandes lojas populares que vendiam brinquedos a baixo custo ao consumidor, com departamentos exclusivos para brinquedos infantis, localizadas em áreas socialmente vulneráveis.

Por vulnerabilidade, compreendem-se dinâmicas sociais e culturais mais abrangentes, em conexão com aspectos individuais. Refere-se à existência de relações de desigualdades que limitam a capacidade de atuação das pessoas, com insuficiente suporte institucional, negação do exercício efetivo de direitos sociais e, portanto, insegurança e instabilidade de projetos futuros.¹⁴

Para fotografar, selecionaram-se embalagens de brinquedos contendo imagens ou recomendação para crianças na faixa etária acima de três anos de idade, por corresponder à primeira infância. Nessa etapa de desenvolvimento, diversas competências são adquiridas, sejam elas motoras, cognitivas, normas e valores sociais mediados no interior da família e da sociedade. Dessa forma, o brinquedo se torna um suporte essencial para o desenvolvimento da criança e um meio pelo qual ela aprende e experimenta papéis sociais de gênero.¹⁵

A produção de dados ocorreu em quatro sábados do mês de agosto de 2018. Registraram-se as fotografias em câmera de aparelho celular com memória de 32 GB, captação de imagens com resolução de 9,7 megapixels e dimensão 16x9.

Após a aplicação de critérios técnicos relacionados à qualidade da fotografia (resolução, nitidez, enquadramento), eliminação de imagens repetidas e preservação das condições de eticidade (anonimato da loja e consumidores), restaram 17/126, que foram submetidas à análise.

Além disso, o tratamento analítico para imagens sem movimento consiste em dividi-las em quadrantes, que são numerados para localizar os elementos de importância, principais e secundários, na comunicação da mensagem.¹⁶

Portanto, procedeu-se a numeração dos quadrantes no sentido horário para dimensionar a informação principal que ocupa a maior parte desses quadrantes. Posteriormente, detalhou-se a descrição da imagem, partindo-se do elemento figurativo principal para os secundários.

Para a identificação e descrição de cada imagem, objeto de análise, atribuiu-se a letra I, seguida da numeração correspondente à ordem de aparição no sentido anti-horário (I1, I2, I3... I17) (Figura 1). A imagem descrita constituiu o *corpus* textual submetido à análise de conteúdo, com pré-análise, exploração do material, tratamento dos resultados e interpretação.¹⁷

Para condução desse tipo de análise, formularam-se dois questionamentos: quais elementos constitutivos das imagens das embalagens dos brinquedos podem ser associados a papéis de gênero? Como os papéis de gênero são representados nas embalagens e conteúdo? Em seguida, as respostas foram sistematizadas em unidades de registro, agregando-se àquelas que convergiam para um mesmo campo de significado na codificação axial, formando as unidades de significação. O conjunto de unidades de significação foram novamente agregados para constituir três categorias: cores de gênero no desenvolvimento infantil; o que se espera de meninos e meninas; mensagens de apelo que reforçam o papel de gênero.

O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa EEAN/HESFA-UFRJ, nos termos da Resolução nº 466, de 12 de dezembro de 2012 do Conselho Nacional de Saúde.



Figura 1 - Ilustração da aplicação da análise imagética, combinando-se imagem e texto.¹⁶

Embalagem do brinquedo “Enxugando Loucinha” (8, canto inferior direito) ocupa os todos os quadrantes da imagem (2). A embalagem ‘Contém 9 peças, 2 pratos, 4 talheres, 2 copos na cor lilás e 1 escorredor’ na cor rosa (6, canto superior direito). As imagens 2,3,4, 5 e 12 apresentam a descritiva desses itens. Um brinquedo “Para todas as crianças!” (9, canto inferior esquerdo e direito) com idade “+3 anos” (10, canto inferior esquerdo). O produto tem como modelo uma menina sorridente, raça/cor branca, cabelo loiro (1, canto superior esquerdo). A mensagem “Vamos brincar de secar a loucinha” é um convite a brincadeira de lavar e enxugar louças (11, centro do quadrante inferior esquerdo). O visor da embalagem expõe o conteúdo em todos os quadrantes da imagem (11).

RESULTADOS

Das seis lojas do município do Grande Rio, em quatro delas, os brinquedos estavam separados por cores da embalagem e duas pela faixa etária da criança ao qual o brinquedo se destinava. As 17 fotografias de embalagens de brinquedos reforçam modelos masculino (11) e feminino (6). São brinquedos de baixo custo para atender um mercado popular de consumo, residente na região geográfica onde se localizam as lojas em que as fotografias foram registradas. Nessa região, vivem crianças cujas famílias pertencem a classes sociais com menor poder aquisitivo. Portanto, são crianças expostas a brinquedos de baixo custo que reforçam papéis de gênero.

Nesse jogo midiático, as embalagens de brinquedo traduzem o ideário social em que a menina é socializada para ser cuidadosa com sua aparência física (ser e manter-se bela e arrumada), cuidadora de filhos (brincando de boneca) e da casa (cozinhando, limpando, lavando louça).

Os brinquedos para menino estimulam o desenvolvimento de um futuro provedor da família, destinado a exercer profissões de militar, bombeiro ou soldado, um super-herói, asseado e que no jogo da vida cuidará da esposa e filhos. A leitura das imagens das embalagens e do conteúdo dos brinquedos revelou traços culturais que nelas estão inscritos e reforçam o papel binário de gênero para uma sociedade heterocisnormativa.

Cores de gênero no desenvolvimento infantil

As cores das embalagens de brinquedos se dirigem a um público-alvo bem definido, ao projetar modelos de menino ou menina, bonecas-bebês (branca e negra) com compleições femininas e boneca com compleições de adolescente. Nesse sentido, existe uma vertente cromática na formação dos papéis de gênero cujas cores são emblemáticas para representar o feminino e masculino.

As cores rosa, lilás e roxo (Figura 2) predominaram nas embalagens de brinquedos ditos para meninas. A tonalidade de cores expressa uma imagem feminina de suavidade e feminilidade. Paradoxalmente, as cores dos itens de brinquedos não coincidem com esses mesmos objetos do mundo real da vida.

As cores azul, verde, vermelho, cinza e preto são predominantemente visualizadas em embalagens direcionadas ao público infantil masculino. A embalagem de brinquedo contendo utensílios de cozinha possui cores coincidentes com os itens do mundo real (Figura 3, I.12). A tonalidade das cores associa o brinquedo com um ideal de masculinidade que reflete realismo, pragmatismo e força.



Figura 2 - Embalagens e conteúdo de brinquedos infantis na formação da papéis de gênero para meninas.

As embalagens de brinquedos (recomendados para meninas) são apresentadas nas cores com tons fortes de rosa, lilás, azul, verde, vermelho, laranja. Todas as embalagens possuem um visor transparente para a visualização do produto. Os textos são publicados nas cores preto, azul e branco.



Figura 3 - Embalagens e conteúdo de brinquedos infantis na formação dos papéis de gênero para meninos. Nas imagens 17, 18, 10, 11 (texto Mega), 14, 16 e 17, destacam-se os tons de cores vermelho e azul na caixa ou seu conteúdo. Já as imagens 19, fundo de 11, 13 e 14 tonalidades de verde. Na imagem 12, as cores cinza e preto refletem as cores dos objetos do mundo real. Os objetos de cuidados pessoais na imagem 13 possuem as mesmas cores do mundo real.

O que se espera de meninas e meninos?

As embalagens e o conteúdo de brinquedos refletem o que a sociedade espera de meninas e meninos desde os primeiros anos da infância.

A imagem de uma menina sorridente, no primeiro plano da embalagem, convida as meninas para “*juntas secar a loucinha*”, com nove itens domésticos (2 pratos, 2 copos, 4 talheres, 1 escorredor de pratos). Como parte desse conjunto imagético, na segunda imagem, uma outra menina brinca de *enxugar a loucinha*, reproduzindo uma tarefa fácil de ser desempenhada pela mulher no cuidado com a casa. Ambas as imagens projetam a mulher como cuidadora do lar desempenhando suas tarefas domésticas com prazer.

Brinquedos como escorredor de louça, conjunto de xícara com pires, talheres, bule, panelas e copos projetam a imagem de menina sorridente para sugerir felicidade no ‘brincar livre de casinha’ (I1-2 e I4).

Além de cuidado com a casa, as embalagens de brinquedos reforçam o papel maternal feminino, apresentando a imagem de bebê, com um olhar convidativo ao cuidado na atividade de brincar. O olhar maternal da modelo revela um cuidado também maternal que pode ser proporcionado pelo brincar de boneca. A embalagem projeta a imagem de uma bebê branca e o conteúdo de uma bebê negra, revelando a dominação ideológica branca mesmo quando há uma abordagem de diversidade racial no brincar na infância. As expressões ‘sensação de carregar um bebê de verdade’ e ‘Bebê Real’ se referem ao realismo do tamanho do bebê.

O conteúdo da embalagem da boneca ‘bebê real’ negra, vestida com uma peça única. Externamente, a embalagem apresenta a imagem de uma bebê menina branca e olhar dirigido ao consumidor (I3).

As embalagens e seu conteúdo reforçam padrões estéticos impostos pela sociedade. A imagem de uma menina branca, de cabelo claro e liso estampa a embalagem. A embalagem acondiciona uma boneca, espelho, pente, escova e secador de cabelo. A atividade de brincar com esses itens reforça a conduta esperada para as meninas no cuidado de si, e assim atingir um padrão de beleza caucasiano socialmente aceito para as mulheres segundo a ideologia de branqueamento da raça.

A boneca com compleições de adolescente branca e cabelos ruivos expõe um conjunto de brinquedos para meninas acima de 3 anos de idade ser uma “linda garota” no cuidado ao arrumar-se (15).

A imagem principal da boneca na embalagem expõe secador de cabelos, espelho, escova e pente, os quais sugerem cuidados de si e com a beleza feminina (16).

Nas imagens de embalagens de brinquedos para meninos, estão representadas tarefas e profissões que a sociedade espera como atuação deles quando adultos. Assim, espera-se que eles se destaquem no uso da força e da coragem, brincando com bonecos que representam soldado, bombeiro e super-herói. Os meninos com esses brinquedos são preparados para assumirem o papel masculino de trabalhador como *chef* de cozinha, bombeiro, soldado militar, motorista de caminhão, construtor e empresários bem-sucedidos; um super-herói no mundo da vida.

*Há três imagens de boneco: um soldado do exército vestido com farda e acessórios de luva de ação, colete à prova de balas, máscara e armas (115); bombeiro com acessórios de “operação de resgate” [escada *magirus*, mangueira] (116) e o super-herói dos quadrinhos “Capitão América” (117).*

Além disso, as embalagens trazem brinquedos que simulam ferramentas usados por um homem adulto, no desempenho da função de dirigir ou construir, sendo essas socialmente atribuídas ao gênero masculino. Há similaridade desses brinquedos com as ferramentas de trabalho usadas por um bombeiro hidráulico, um construtor. O homem é o “clube do *chef*” quando desempenha funções na cozinha, os utensílios de cozinha nas cores reais reforçam a profissão de “chefe de cozinha” ou *Gourmet*, profissão emergente em nossa cultura.

*Na embalagem do carro de bombeiro, há um menino de aproximadamente três anos de idade, contente ao brincar com seu novo carrinho. O carro vem com acessórios de resgate [escada *magirus*, extintores de incêndio, prancha de salvamento] (17). Na imagem 10, visualiza-se o carro com caçamba (110).*

No brinquedo de ferramentas, o menino é o garoto propaganda de blocos de construção. No brinquedo “mega construções”, há um garoto sorridente vestido de construtor e segurando um martelo (111 e 14).

Utensílios de cozinha, talheres [faca, colheres, garfo], fogão, panela com tampas associam à imagem de um menino chefe de cozinha (112).

Destaca-se a posição do homem em cargos de liderança, como empresário, um engenheiro ou como chefe de restaurante, sendo estas posições que lhes trarão sucesso e dinheiro. As novas profissões são ilustradas pela presença do chefe de cozinha no primeiro plano da imagem. As demais imagens refletem velhas situações que estão enraizadas na sociedade e na cultura, ou seja, a família nuclear, o homem chefe de família e provedor do lar que sustenta a mulher fisicamente (tem força e resistência para carregá-la no colo) e financeiramente (quando assume a posição de executivo).

As imagens de personagens homens desenvolvendo profissões de sucesso, como engenheiro e empresário, destinam-se ao masculino. Enquanto à mulher, é reservado um papel de ficar em casa com seus filhos esperando pelo homem.

Embalagem de um jogo, destacando no primeiro plano homens com uniformes de chefe de cozinha/cozinheiro, terno de executivo, carregando a mulher no colo. No terceiro plano, quadrantes 1 e 4, a imagem de homem em família e casal vestido de noivos transportados em um balão. No segundo quadrante inferior, do primeiro plano da imagem, a chamada do brinquedo “Novas Profissões Situações” (18).

Representação de um homem como pequeno empresário com características empreendedoras, representadas pela grande quantidade de dinheiro, que faz alusão ao nome e proposta do jogo (19).

Nesse sentido, o jogo da vida projeta aquilo que se espera dos papéis de homens e mulheres no cotidiano. De um lado, a força, o poder, o sucesso e atividade laboral fora de casa; e de outro, a delicadeza, a submissão feminina, o cuidado e a atividade maternal dentro de casa.

Mensagens que reforçam o papel de gênero

As mensagens veiculadas nas embalagens de brinquedos infantis também reforçam papéis de gênero, mostrando que o escorredor de louças será um sucesso entre o público feminino e que todas as meninas brincam de cozinhar. Quando o público-alvo do brinquedo são as meninas, o texto escrito nas embalagens é formado por frases diretas e simples, com palavras de ordem que focam na atividade em si e não na criança. A brincadeira ordena que ela cozinhe.

O escorredor de pratos é um 'sucesso absoluto entre as meninas'(12).

'Uma cozinha para todas as meninas' [...]. 'Está na hora de brincar de cozinhar' (14).

Para os meninos, as mensagens reforçam o papel do homem na sociedade, incentivando a escolha de profissões bem-sucedidas, barbear-se, vestir-se com elegância, bem como um direcionamento aos pais para que adquiram brinquedos que contribuam para a formação moral desse homem bem-sucedido, provedor e protetor da família. A abordagem textual valoriza mais o menino, com imagens de homens no exercício da parentalidade na estrutura de família nuclear. A linguagem utilizada nos brinquedos convida os meninos a vestir-se elegantemente com terno e gravata, como um empreendedor, que se arruma e é um pai de família.

O pequeno empresário. Um jogo divertido para pequenos empreendedores (19).

Conjunto barbearia [...]. Para meninos elegantes (113).

Novo estilo. Alta qualidade. Dando ao seu filho um design especial" (114).

Essa dicotomia discursiva reforça papéis de gênero de submissão feminina e superioridade masculina.

DISCUSSÃO

Os brinquedos de baixo custo favorecem que meninos e meninas de camadas sociais economicamente desfavorecidos sejam expostos a construções culturais de gênero que modelam papéis e estereótipos do que a sociedade pode esperar de cada um. Particularmente, na região metropolitana, onde o estudo foi desenvolvido, constata-se contradições econômicas e sociais. Segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil, referente ao Censo de 2010 e último publicado,¹⁸ o índice de desenvolvimento daquele município (IDHM 0,711) é considerado alto (entre 0,700 e 0,799); contudo, a pobreza afeta mais de um quarto (28,43%) da população geral. A vulnerabilidade é maior para um quinto (21%) de mães chefes de família que não possuem ensino fundamental e sustentam sozinha seus filhos menores. A população infantil de 0 a 4 anos correspondia a 59.068, e na idade de 5 a 9 anos completos, 66.016; as crianças na idade escolar (6 a 14 anos) matriculadas na escola representavam 96,1%. A mortalidade infantil era de 14,1 para cada 1.000 nascidos vivos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 19,5%. Considerando domicílios com rendimentos mensais de até meio salário-mínimo por pessoa, 37,8% da população está nessa condição.¹⁹ Esse quadro de vulnerabilidade social aumenta as possibilidades de o custo do brinquedo direcionar escolhas que afetam construções culturais de gênero para crianças que vivem em contexto de pobreza.

Evidenciou-se que as cores das embalagens de brinquedos reforçam as representações culturais de papéis de gênero, o que influi diretamente no desenvolvimento infantil. Nos brinquedos ditos para meninas, predominam os tons de cores fortes (rosa e lilás) desvinculado de qualquer realismo com

os objetos usados no cotidiano. Para os meninos, destacam-se embalagens e itens com tons de cores menos intensas e neutras (azul, verde, vermelho, cinza prateado e preto), correspondendo às cores desses objetos em uso no cotidiano.

A consolidação do rosa como cor feminina e do azul como masculina é recente. Até o início do século XX, compreendia-se que o azul era uma cor delicada e amável, a cor do manto da Virgem Maria, e, portanto, feminina. O rosa era visto como uma cor forte e decidida e, portanto, masculina. A inversão só ocorreu, efetivamente, na década de 1980, por uma motivação econômica e de mercado, cujo *marketing* favorecia o consumo. Apesar de a semântica da cor ter sido invertida, os papéis de gênero estavam incorporados na cultura da nossa sociedade, sendo o simbolismo cromático uma maneira de traduzir estereótipos socialmente construídos.²⁰⁻²¹

O brincar é uma atividade que favorece o desenvolvimento infantil. Nesse sentido, as pistas de gênero nas embalagens dos brinquedos têm impacto nas percepções da criança e em seus comportamentos futuros. A escolha das cores pelo produtor do brinquedo não é destituída de intencionalidade e já está determinada desde antes do nascimento da criança para constituir uma socialização de gênero idealizada pelos pais. A criança aprende a escolher as cores de acordo com seu gênero e a desenvolver habilidades sociais por meio da brincadeira que é exposta ou imposta a ela.²⁰⁻²¹

As cores auxiliam no processo de associação e inclusão do gênero de um brinquedo por parte das crianças. As cores variam de acordo com o objetivo de cada brinquedo, uma vez que carregam consigo a intenção de comunicar, condicionando a ele a produção de determinados sentidos e não outros na cultura de um determinado grupo social. Assim, entende-se que a cor na embalagem de brinquedos destinada ao público infantil reforça a ideia de papéis binários de gênero no que tange às cores que meninos e meninas devem usar em uma sociedade com ideologia heterocisnormativa.²¹⁻²²

Além das cores, as embalagens dos brinquedos reforçam a ideia de que meninas devem cuidar da casa, ser mães e se apresentarem arrumadas e belas. Enquanto isso, os meninos são estimulados a brincar de profissões que exigem força, coragem ou então ser um empreendedor de sucesso. Ou seja, culturalmente, por meio da brincadeira, esses achados fazem circular papéis sociais esperados na cultura, instruindo a criança sobre como ela deve brincar.

Brinquedos tipificados para meninos são de cores vermelhos, pretos, castanhos ou cinza, representando personagens de ação, construtores, que usam armas ou veículos motorizados. Os tipificados, como para meninas, são de cores rosa ou roxo nas bonecas e itens de beleza para arrumar-se e enfeitar-se.²³

Estereótipos vinculados às relações, papéis e identidade de gênero reforçam o enfoque de gênero sexista e desigual. Nos brinquedos, o feminino é identificado como frágil, referenciando à estética e beleza e ao trabalho doméstico; e o masculino, é referenciado à virilidade, a força habilidades, responsabilidades econômicas e trabalho fora da casa.²²⁻²⁴

Desde muito cedo, as crianças iniciam um aprendizado social que “brincar de boneca é coisa de menina”. Ao menino, é reservado brincar de carrinho, bonecos super-heróis ou que representam papéis profissionais, bombeiro e soldados, por exemplo. Nesse sentido, enraízam ideias e papéis sociais de gênero, ao naturalizar que cabe à mulher o desempenho social de um cuidado maternal; e ao homem, protetor e provedor do lar e da família.

Desse modo, a partir do terceiro ano de vida, as crianças começam a dramatizar papéis sociais, em que sempre há alguma representação culturalmente fundamentada.²⁴ É por meio do brincar que as crianças percebem o mundo à sua volta e entram em contato consigo mesmas e com o outro. Assim, podem se identificar com a mãe, com o pai ou com outras pessoas significativas do cotidiano. No entanto, a partir desse processo de interação com o outro e com os brinquedos, elas vão construindo as identidades de gênero e incorporando os respectivos papéis.²⁵

As imagens das embalagens dos brinquedos de meninos carregam consigo elementos que remetem a ser igual ao pai (protetor e provedor) e ter profissões que lhes exijam força, agilidade e raciocínio (bombeiro, soldado, construtor), além de ganhar dinheiro e ser bem-sucedido. Essas escolhas conduzem a socialização, muitas vezes mediadas pelo gênero produzido pela estereotipação do brincar.⁸

Assim, segregar ou direcionar as atividades determinadas pelos papéis de gênero estimula, cotidianamente, a dinâmica de poder masculino e subordinação do feminino ao masculino. Além disso, refletem uma socialização conflituosa, pois atendem a estereótipo e papéis tradicionalmente construídos; isso retrata, mais tarde, na vida adulta, conflitos e até mesmo descontentamento com o papel que desempenha. Tudo isso nos leva a repensar criticamente sobre o papel de gênero que é culturalmente disseminado na nossa sociedade.

Esses brinquedos limitam as responsabilidades parentais dos meninos a uma rotina de prover o sustento da família e ser o herói protetor da mulher e filhos. O empenho nas brincadeiras, em que há uma dose menor de esforços e obrigações parentais no compartilhamento de cuidados com a casa e os filhos, reforça esse modelo binário e sexista.¹¹⁻¹² Além disso, os brinquedos encorajam uma inserção precoce no mercado de trabalho, atribuídos ao exercício profissional com certo grau de independência financeira.²⁶

As mensagens nas embalagens de brinquedos infantis podem reforçar a representação dos papéis de gênero, uma vez que 'brincar de cozinha é para todas as meninas', e os meninos podem ser 'pequenos empreendedores'. Nesse sentido, o constructo do que é feminino e masculino mediado pelos brinquedos ainda é fortemente percebido nos estabelecimentos comerciais tanto pela maneira como estão expostos como pelas cores, ilustrações e formas das embalagens.

Dessa maneira, as embalagens dos brinquedos se tornam um convite atrativo, pois são carregadas de significados e mensagens direcionadas às tarefas que meninos e meninas devem exercer na sociedade. Ou seja, eles se tornam agentes sociais que fomentam e atuam na configuração ordenada por aquilo que meninos e meninas devem fazer para serem socialmente aceitos,⁷ reforçando o papel binário de gênero.

Quanto ao desenvolvimento infantil, as características dos brinquedos infantis que são comumente comercializados podem se limitar às experiências vivenciadas por meninas e meninos, com habilidades de desenvolvimento distintas, sejam elas cognitivas, emocionais, físicas e sociais. Assim, há uma necessidade de desconstruir essa separação de brinquedos e brincadeiras no universo infantil, uma vez que brincar é para todos e todas, independentes do sexo.

Os achados sobre como as imagens das embalagens de brinquedos disseminam a ideologia sobre o cuidado de si e do lar e o provimento de sustento das famílias colidem com as responsabilidades parentais de homens e mulheres no mundo contemporâneo. Na atualidade, o cuidado de si (arrumar-se, vestir-se, barbear-se), dos filhos (crianças pequenas e maiores), da casa (cozinhar, lavar e enxugar louça), o provimento do sustento de si e da família são responsabilidades de homens e mulheres no exercício da parentalidade, independente dos arranjos familiares.

Tal percepção reflete uma tendência no mercado de brinquedos que mobiliza a necessidade de mudanças na forma de pensar as brincadeiras e brinquedos infantis, suas cores e funcionalidades. As cores dos brinquedos podem causar impacto sobre o desempenho de papéis de gênero.^{25,27} É importante que haja uma ruptura com essa segregação de papéis de gênero contidas nas embalagens de brinquedos infantis para promover inclusão dos meninos nas brincadeiras historicamente atribuídas às meninas, como o brincar de boneca e panelinhas; e o mesmo ocorre ao contrário, quando as meninas são estimuladas a brincar com carrinhos, ferramentas e bonecos super-herói.

Como a infância se configura em um processo físico, cognitivo e social em constante construção, em que se multiplica e transcende, é necessário um movimento de findar a fronteira entre o universo feminino e masculino, na brincadeira. É preciso instaurar um novo paradigma rompendo com essa separação dos papéis binários de gênero que alguns brinquedos ainda têm proporcionado, objetivando a equidade de gênero. Assim, meninas podem ser aventureiras, bombeiras, e meninos podem cuidar da casa e dos filhos. O brinquedo deve ser para quem quiser brincar, sem diferenciação de cores, para expressar realismo e promover parentalidade responsável e compartilhada desde o exercício da brincadeira dramatizada.

Os achados deste estudo podem ser um alerta para os profissionais de enfermagem que atuam na saúde escolar, na Atenção Primária à Saúde e na atenção hospitalar ao abordar o brinquedo e o brincar no processo de cuidar junto à criança e família.²⁸⁻²⁹ Eles também trazem implicações para o processo de educar novos profissionais ao mediar conteúdos de aprendizagem sobre brinquedo terapêutico,²⁹ por exemplo.

Destacam-se como limites do estudo o trabalho de campo se restringir à fotografia dos brinquedos e a não observação do consumidor quando em contato com os produtos. Além disso, não se observou a funcionalidade que a criança confere ao brinquedo no ato de brincar, sua capacidade de ser inventivo e criativo. Nesse sentido, mais estudos precisam ser desenvolvidos para compreender como essas construções culturais produzidas pelos brinquedos são recriadas no ato de brincar pelas crianças com idade acima de três anos.

CONCLUSÕES

As embalagens de brinquedos infantis reproduzem representações culturais dos papéis de gênero que são esperados para meninos e meninas na sociedade; especialmente em uma região metropolitana cujas famílias vivem em contexto de vulnerabilidade social devido à pobreza. Portanto, as crianças ficam mais expostas a brinquedos de baixo custo que reforçam papéis de gênero no desenvolvimento global.

Os elementos imagéticos e textuais da embalagem e o brinquedo em si mobilizam reflexões sobre as cores de gênero na gênese do desenvolvimento infantil e no cuidar da enfermagem. Essas cores estão socialmente determinadas desde antes de a criança nascer, mas adquirem visibilidade e ressonância com os brinquedos para crianças com idade acima de três anos quando ela dramatiza o mundo da vida irreal (cores para meninas) e real (cores para meninos) mediada pelo brincar, o que pode influir na promoção de saúde na infância.

Culturalmente, vemos que o azul é mais bem aceito para ambos os gêneros, se comparado à cor rosa, uma vez que apresenta mais resistência do público masculino. O mesmo acontece com alguns tipos de brinquedos quando itens de lavar louça, passar roupa são para meninas, e jogos, miniaturas de veículos motorizados e bonecos (super-heróis e representativos de profissões) são para meninos.

As embalagens estão carregadas de estereótipos sobre o que se destina ao público feminino e masculino. As percepções e escolhas dos brinquedos, seja pelo público adulto ou infantil, são sexistas e determinadas pelas cores e funcionalidades dos objetos.

REFERÊNCIAS

1. Yogman M, Garner A, Hutchinson J, Hirsh-Pasek K, Golinkoff RM. The power of play: a pediatric role in enhancing development in young children. *Pediatrics* [Internet]. 2018 [acesso 2019 Dez 13];3(142):e20182058. Disponível em: <https://doi.org/10.1542/peds.2018-2058>
2. Vygotsky LS. *A formação social da mente: o desenvolvimento dos processos psicológicos superiores*. 7a ed. São Paulo, SP(BR): Martins Fontes; 2007.
3. Auster CJ, Mansbach CS. The gender marketing of toys: an analysis of color and type of toy on the Disney store website. *Sex Roles* [Internet]. 2012 [acesso 2019 Dez 10];67:375-88. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11199-012-0177-8>
4. Gleason TR. The psychological significance of play with imaginary companions in early childhood. *Learn Behav* [Internet]. 2017 [acesso 2019 Dez 10];45:432-40. Disponível em: <https://doi.org/10.3758/s13420-017-0284-z>
5. Lee H, Tamminen KA, Clark AM, Slater L, Spence JC, Holt NL. A meta-study of qualitative research examining determinants of children's independent active free play. *Int J Behav Nutr Phys Act* [Internet]. 2015 [acesso 2019 Dez 10];12:5. Disponível em: <https://doi.org/10.1186/s12966-015-0165-9>
6. Bubadué RM, Cabral IE, Carnevale F, Asensi FD. Normative analysis of the voice of children in Brazilian child protection legislation. *Rev Gaúcha Enferm* [Internet]. 2016 [acesso 2019 Dez 23];37(4):e58018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1983-1447.2016.04.5801>
7. Carnevale FA. A hermeneutical rapprochement framework for clinical ethics practice. *Nurs Ethics* [Internet]. 2019 [acesso 2019 Dez 19];26(3):674-87. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0969733017722190>
8. Silva AF. Infância, gênero e brinquedos: Reflexões sobre a construção da domesticidade feminina através das coisas contemporâneas de brincar. *Rev Arqueologia* [Internet]. 2018 [acesso 2019 Dez 12];2(31):176-96. Disponível em: <https://doi.org/10.24885/sab.v31i2.597>
9. Ferreira FH, Gouveia AS. Gênero e brinquedo: como a boneca mais famosa do mundo influencia a construção de padrões e estereótipos. *Rev Episteme Transversalis* [Internet]. 2016 [acesso 2019 Dez 10];7(2):129-40. Disponível em: <http://revista.ugb.edu.br/ojs302/index.php/episteme/article/view/632/583>
10. Leite LG, Feijó JP, Chiés PV. Qual o gênero do brincar? Aprendendo a ser "menino". Aprendendo a ser "menina". *Motrivivência* [Internet]. 2016 [acesso 2019 Dez 12];47(28):210-25. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2175-8042.2016v28n47p210>
11. Dinella LM, Weisgram ES, Fulcher M. Children's gender-typed toy interests: does propulsion matter? *Arch Sex Behav* [Internet]. 2016 [acesso 2019 Dez 12];6(5):1295-305. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10508-016-0901-5>
12. Remondes J, Linhares RN, Costa AP. Investigação Qualitativa em Marketing, Comunicação e Novos Meios: a técnica de análise foto etnográfica. *Int J Mark Com New Media* [Internet]. 2016 [acesso 2019 Dez 11];1. Disponível em: <http://u3isjournal.isvouga.pt/index.php/ijmcm/article/view/216>
13. Conord S. A função mediadora da imagem fotográfica! *Iluminuras* [Internet]. 2013 [acesso 2019 Dez 12];14(32):11-29. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/iluminuras/article/viewFile/37733/24347>
14. Oviedo RAM, Czeresnia D. O conceito de vulnerabilidade e seu caráter biossocial. *Interface* [Internet]. 2015 [acesso 2019 Dez 13];19(53):237-50. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-57622014.0436>

15. Brabo TSAM, Silva MEF. A introdução dos papéis de gênero na infância: brinquedo de menina e/ou de menino? Trama Interdisciplinar [Internet]. 2016 [acesso 2019 Dez 13];7(3):127-40. Disponível em: <http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/tint/article/view/9856>
16. Joly M. Introdução à análise da imagem. 14a ed. Campinas, SP(BR): Papyrus; 2012.
17. Bardin L. Análise de conteúdo. Lisboa (PT): Edições 70; 2011.
18. Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil [Internet]. 2019. Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) [acesso 2019 Dez 20]. Disponível em: http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/perfil_m/4514#vulnerabilidade
19. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - Brasil. Panorama do município de Duque de Caxias [Internet]. 2017 [acesso 2019 Out 11]. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/duque-de-caxias/panorama>
20. Fine C, Rush E. "Why does all the girls have to buy pink stuff?" the ethics and science of the gendered toy marketing debate. J Bus Ethics [Internet]. 2016 [acesso 2019 Dez 23];149(4):769-84. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3080-3>
21. Hess A, Melnyk V. "Pink or blue? the impact of gender cues on brand perceptions". EMJ [Internet]. 2015 [acesso 2019 Dez 20];50(9/10):1550-74. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/EJM-11-2014-0723>
22. Torres Esperón JM, Cabral IE, Rodrigues Ed, Leal RJ, Rodrigues de Souza R, Leal e Silva FV. Enfoque de gênero en la infancia y adolescencia: revisión narrativa de estudios en salud y educación. Rev Cubana Enferm [Internet]. 2019 [citado 2020 Fev 6];35(2). Disponível em: <http://revenfermeria.sld.cu/index.php/enf/article/view/2857>
23. Wong WI, Hines M. Preferences for pink and blue: the development of color preferences as a distinct gender-typed behavior in toddlers. Arch Sex Behav [Internet]. 2015 [acesso 2019 Dez 11];44(5):1243-54. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s10508-015-0489-1>
24. Español S, Bordoni M, Martínez M, Camarasa R, Carretero S. Forms of vitality play and symbolic play during the third year of life. Infant Behav Develop [Internet]. 2015 [acesso 2019 Dez 11];40:242-51. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.infbeh.2015.05.008>
25. Bicalho CWC. Brincadeiras infantis e suas implicações na construção de identidades de gênero. Rev Med Minas Gerais [Internet]. 2013 [acesso 2019 Dez 10];23(2):41-9. Disponível em: <http://www.smp.org.br/arquivos/site/revista-medica/artigo6-23.pdf>
26. Senkevics AS, Carvalho MP. "O que você quer ser quando crescer?". Escolarização e gênero entre crianças de camadas populares urbanas. Rev Bras Estud Pedagog [Internet]. 2016 [acesso 2019 Dez 12];97(245):179-94. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S2176-6681/380613879>
27. Reich SM, Black RW, Foliaki T. Constructing difference: Lego® set narratives promote stereotypic gender roles and play. Sex Roles [Internet]. 2018 [acesso 2019 Dez 11];79(5-6): 285-98. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0868-2>
28. Furtado MCC, Mello DF, Pina JC, Vicente JB, Lima PR, Rezende VD. Nurses' actions and articulations in child care in primary health care. Texto Contexto Enferm [Internet]. 2018 [acesso 2020 Jan 31];27(1):e0930016. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/010407072018000930016>
29. Barreto LMSC, Maia EBS, Depianti JRB, Melo LL, Ohara CVS, Ribeiro CA. Giving meaning to the teaching of therapeutic play: the experience of nursing students. Esc Anna Nery [Internet]. 2017 [acesso 2019 Dez 11];21(2):e20170038. Disponível em: <https://doi.org/10.5935/1414-8145.20170038>

NOTAS

ORIGEM DO ARTIGO

Trabalho de conclusão de curso integrado ao Projeto de Pesquisa-ação-extensionista - (Des)construção de gênero e promoção de saúde na escola, da Escola de Enfermagem Anna Nery, Universidade Federal do Rio de Janeiro, implementado no ano de 2016-2018.

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Concepção do estudo: Souza RR, Esperón JMT, Cabral IE.

Coleta de dados: Souza RR.

Análise e interpretação dos dados: Souza RR, Depianti JRB, Mattos CX, Esperón JMT, Cabral IE.

Discussão dos resultados: Souza RR, Depianti JRB, Bubadué RM, Cabral IE.

Redação e/ou revisão crítica do conteúdo: Souza RR, Depianti JRB, Mattos CX, Bubadué RM, Esperón JMT, Cabral IE.

Aprovação final da versão final e responsabilidade pelo conteúdo publicado: Souza RR, Depianti JRB, Bubadué RM, Mattos CX, Esperón JMT, Cabral IE.

AGRADECIMENTO

Equipe de pesquisadores que integram o Projeto de pesquisa ação-extensionista Gênero e Promoção da Saúde na Escola, Dra. Juliana Rezende Montenegro Medeiros de Moraes, Dra Elisa da Conceição Rodrigues, Dr Roberto José Leal e Dra Lia Leão Ciuffo.

FINANCIAMENTO

Bolsista PIBEX 2017-2018 do Projeto de Pesquisa-Ação-Extensionista '(Des)construção de gênero e promoção de saúde na escola'. Pró-Reitoria de Extensão da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Edital PROFAEX Nº 128/2017 - Programa Institucional de Fomento Único de Ações de Extensão.

APROVAÇÃO DE COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA

Aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa Escola de Enfermagem Anna Nery, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Parecer nº 1.866.131, de 11 de dezembro de 2016 e CAAE nº 62725116.9.0000.5238.

CONFLITO DE INTERESSES

Não há conflito de interesse

EDITORES

Editores Associados: Selma Regina de Andrade, Gisele Cristina Manfrini, Melissa Orlandi Honório Locks, Ana Izabel Jatobá de Souza

Editor-chefe: Roberta Costa

HISTÓRICO

Recebido: 06 de fevereiro de 2020.

Aprovado: 10 de junho de 2020.

AUTOR CORRESPONDENTE

Ivone Evangelista Cabral
icabral444@gmail.com

