

DESENVOLVIMENTO DE DIRETRIZES PARA PROJETO DE JOALHERIA GENDERLESS

Dario Kenedy Mittmann Barbosa (PIBIC/CNPq/FA/Uem), Gabriel Dalzotto Leite, Bruno Montanari Razza (Orientador), e-mail: bmrazza@uem.br;
Cristina do Carmo Lucio Berrehil el Kattel (co-orientadora), e-mail: cclucio@uem.br
Universidade Estadual de Maringá / Departamento de Moda e Design - Cianorte, PR.

Ciências sociais aplicadas – Desenho Industrial [6.12.00.00-0]

Palavras-chave: joalheria, gênero, design.

Resumo:

O presente estudo tem como objetivo a identificação da percepção do gênero sobre os itens de joalheria e acessórios, buscando também identificar a influência do contexto e das características pessoais de gênero do indivíduo observador sobre a avaliação.

O trabalho divide-se em duas partes. Na primeira buscou-se o entendimento sobre o gênero atribuído a peças de joalheria e acessórios através da interpretação de seus elementos e características formais. Após a realização de dois questionários, notou-se a necessidade de entender a compreensão do usuário em relação às peças de joalheria e o que consideravam como itens masculinos, femininos e neutros, porém em relação a um meio que se assemelhasse à percepção relacionada a um contexto e não apenas a percepção isolada das peças.

Para este fim foi proposto uma nova coleta de dados em uma segunda parte que permitisse ao entrevistado uma análise de diversas facetas de uma mesma peça através de uma imagem isolada, e outras duas sendo utilizada por dois modelos que representassem fenotipicamente o gênero feminino e o gênero masculino.

Introdução

As joias possuem um design próprio; sua fabricação muitas vezes se dá no próprio material de origem nobre, porém tal conceito tem se expandido, a fim de considerar joia uma peça que exalta as características do material por sua essência e não tentar associa-lo a outro como cópia (STRALIOTTO, 2009). Sinônimo de status e riqueza, atualmente as joias são fortemente assimiladas principalmente por um público restrito ao gênero feminino, o que aponta para uma possibilidade grande de estudo e criação de mercado para demais públicos.

Embora o conceito de gênero seja socialmente construído, conforme (OLIVEIRA, 2013) historicamente ele vem sendo usado para solidificar atribuições, se restringindo apenas aos papéis masculinos e femininos, atribuídos ao homem e a mulher (sexo biológico), criando assim barreiras para o reconhecimento e inserção no meio social dos outros diversos gêneros. Sendo assim, este trabalho busca estudar e gerar elementos para o entendimento da percepção do gênero sobre um produto de joalheria e acessórios e como tal se torna variante de acordo com o contexto pelo qual se encontra.

Atualmente vivenciamos diversas demonstrações do rompimento dos signos atribuídos aos gêneros binários (masculino e feminino), isso através da tendência *genderless*, onde todos os indivíduos, independente do gênero, são igualmente relevantes ao mercado de trabalho, de consumo e à sociedade (KELLER, 2014).

Há facilidade em designar um corpo como macho ou fêmea, masculino ou feminino, porém há uma questão superior, além do que os olhos podem ver (SANTOS, 2012). Longe dessa dualidade em que a sociedade é resumida existem sujeitos, e nesses sujeitos identidades e expressões, sendo isso o verdadeiro ponto em uma pessoa, seu eu além da sua condição física.

Materiais e métodos

A abordagem escolhida para coletar a percepção de gênero de peças de joalheria foi por meio de questionário online, devido à possibilidade de abranger um número maior de mais variado de usuários.

A seleção das peças de joalheria para compor a amostra teve como critério de inclusão peças vendidas como joias e acessórios femininos, masculinos e sem gênero. Foram buscadas peças bastante variadas em termos de materiais para também compreender peças de design mais contemporâneo. Após uma triagem, foram selecionadas 12 peças de joalheria por uma equipe de designers, sendo previamente divididas em: quatro peças com características femininas, quatro com características percebidas como masculinas e quatro consideradas com características neutras (Figura 1).

Resultados e Discussão

A seleção das peças de joalheria para compor a amostra teve como critério de inclusão peças vendidas como joias e acessórios femininos, masculinos e sem gênero. As peças selecionadas estão apresentadas na Figura 1.

A amostragem de sujeitos desta pesquisa consistiu em 176 pessoas, sendo estes: 62,8% do gênero feminino, 32,6% do gênero masculino, 1,2% bigêneros, 1,2% agêneros e 2,4% de outros gêneros.

A partir das respostas dos entrevistados foi possível criar uma análise por gêneros onde houve a classificação das respostas de acordo com as características de gênero dos entrevistados agrupadas com suas respostas. Os resultados estão apresentados na Tabela 1.



Figura 1 – Peças abordadas como instrumento de estudo durante a pesquisa

Tabela 1 – Resultados da relação entre percepção da peça isolada e nos modelos masculino e feminino de acordo com o gênero do entrevistado (masculino, feminino ou não binário).

Peça	Isolada			Modelo feminino			Modelo masculino		
	Mas.	Fem.	N. B.	Mas	Fem	N. B.	Mas	Fem	N. B.
1	-0,08	-0,21	-0,17	-0,21	-0,17	-0,25	-0,21	-0,19	0,00
2	-0,11	-0,60	-0,70	-0,09	-0,12	0,00	-0,05	-0,13	0,08
3	-0,13	-0,40	-0,10	-0,07	-0,19	0,08	-0,09	-0,08	0,08
4	-0,40	-0,11	-0,11	-0,11	-0,13	-0,08	-0,05	-0,09	0,00
5	-0,67	-0,50	-0,61	-0,55	-0,74	-0,75	-0,54	-0,63	-0,42
6	0,35	0,31	0,29	0,16	0,31	0,33	0,13	0,19	0,17
7	-0,72	-0,66	-0,71	-0,70	-0,81	-0,50	-0,64	-0,78	-0,67
8	-0,76	-0,65	-0,61	-0,64	-0,85	-0,87	-0,57	-0,51	-0,81
9	0,09	0,09	0,03	-0,21	0,07	0,17	0,13	0,08	0,25
10	0,16	0,07	0,30	0,30	0,37	0,33	0,09	0,05	0,33
11	0,25	0,30	0,19	0,20	0,21	0,08	-0,21	0,37	0,25
12	-0,46	-0,13	-0,22	-0,18	-0,38	-0,42	-0,14	-0,19	-0,17

Os valores representam o intervalo entre -1 feminino e +1 masculino

Conclusões

No presente estudo podemos perceber que há uma identificação de gênero percebido sobre as peças exibidas, porém que a mesma pode se alterar de acordo com a subjetividade do observador e também com o contexto em que ela se aplica, tanto isoladamente quanto em um usuário.

Também foi percebido que o gênero do entrevistado pode alterar a percepção sobre a peça, onde possivelmente fatores culturais, emocionais e sociais podem influenciar a percepção sobre os gêneros. A cogitação sobre masculino e feminino pode ser diferente para a mesma peça alterando o contexto que se aplica.

Através das ações executadas e conclusões possibilitadas nesta pesquisa serão buscados em trabalhos no futuro possibilidades de análise de como o objeto é percebido quanto a fatores de gêneros levando em consideração variantes mais profundas culturais, sociais, emocionais e da psique do indivíduo observador assim como componentes detalhados do contexto presente em que o objeto se associa.

Agradecimentos

Ao CNPq pelo financiamento da pesquisa (PIBIC/CNPq/FA/Uem).

Referências

KELLER, Daniel. **Azul ou Rosa: manifestações identitárias de gênero sob o viés normativo do consumo**. Congresso Internacional De Comunicação E Consumo (Comunicon 2014), São Paulo, 2014.

OLIVEIRA, Paulo Castello Barbosa de. **Gênero e indumentária: os mecanismos sócio-culturais da moda**. Monografia (Especialização) - Curso de Estilismo, Senac, São Paulo, 2013.

SANTOS, Joseylson Fagner dos. **Meu nome é “Híbrida”: Corpo, gênero e sexualidade na experiência drag queen**. Revista Latinoamericana de Estudios Sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad, Argentina, v. 4, n. 9, p.65-74, ago. 2012.

STRALIOTTO, Luiz Marcelo. **Ciclos: Estudo de casos de eco design de joias**. 2009. 224 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.