

TRANSIÇÃO E EXPRESSÃO: O CIRCO COMO NARRATIVA VISUAL DA INFÂNCIA À ADOLESCÊNCIA

Transition and Expression: The Circus as a Visual Narrative from Childhood to Adolescence

Nascimento, Raquel Santos do; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina, raquel.santos23@uel.br¹
Almeida, José Vitor Silva de; Graduando; Universidade Estadual de Londrina, jose.silva.uel@uel.br²
Muraki, Karim Kusunoki; Graduanda; Universidade Estadual de Londrina, karim.kusunoki@uel.br³
Silva, Maria Antônia Romão da; Doutora; Universidade Estadual de Londrina, antoni.mari@uel.br⁴

Resumo: O artigo a seguir registra a construção de uma coleção de moda infantil elaborada por estudantes da 2ª série de Design de Moda de uma instituição pública. O objetivo foi explorar soluções estéticas que simbolicamente transmitisse a transição entre infância e adolescência, utilizando o tema do “circo” como metáfora visual de equilíbrio, aplicado ao estilo streetwear. O projeto buscou evitar tanto a infantilização quanto a adultização excessiva das peças.

Palavras-chave: Design de Moda; Geração Alpha; representações simbólicas.

Abstract: The following article documents the development of a children's fashion collection created by students from the 2nd year of Fashion Design at a public institution. The purpose was to explore aesthetic solutions that symbolically convey the transition from childhood to adolescence, using the theme of "circus" as a visual metaphor of balance applied to streetwear style. The project aimed to avoid both excessive infantilization and adultization of the garments.

Keywords: Fashion Design; Generation Alpha; symbolic representations.

Introdução

A transição entre a infância e a adolescência é uma fase crítica e complexa, caracterizada por uma série de alterações significativas tanto físicas quanto psicológicas. Durante essa fase, os jovens começam a experimentar um crescente interesse por uma maior autonomia e senso de identidade, o que é marcado por múltiplas transições (Guimarães, 2023). Essas mudanças incluem alterações biológicas, cognitivas e emocionais, assim como mudanças contextuais que afetam a vida dos jovens. O período entre o final da infância e o início da adolescência é especialmente marcado por grandes transições, incluindo uma reorganização do senso de identidade, uma revisão das próprias crenças

¹Estudante de graduação no curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

²Estudante de graduação no curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

³Estudante de graduação no curso de Design de Moda da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

⁴Doutora e Mestre em Educação (PPEDu UEL). Especialista em Metodologia da Ação Docente e em Gestão do Design e Graduada em Design de Moda pela mesma instituição. Professora auxiliar e pesquisadora no Departamento de Design da UEL. Integrante dos grupos de pesquisa certificados pelo CNPq em Design de Moda e Cognitivismo e Educação.



e a regulação do estado afetivo interno (Gniewosz; Gniewosz, 2020). Essas mudanças consolidam novas representações simbólicas e transformação das subjetividades (Guimarães, 2023), aqui compreendida como produto das relações e mediações sociais (Salles, 2005), que moldam uma nova identidade durante essa transição de idade. A moda, principalmente por meio de vestuário, atua como um narrativa visual desse processo (Marion; Nairn, 2011).

Diante do exposto, este artigo apresenta um estudo de natureza aplicada, com objetivo exploratório e abordagem qualitativa, focado no processo de criação e desenvolvimento de um projeto realizado por estudantes da 2ª série de um curso de Design de Moda em uma instituição pública. O projeto teve como objetivo desenvolver produtos de vestuário de moda que dialoguem com os códigos simbólicos que definem as fronteiras entre a infância e a adolescência, por meio da composição formal e visual. Para alcançar esse objetivo, foi escolhida a metáfora do “circo” como representação visual da transição entre essas duas fases da vida.

Comportamentos e Valores: a Leitura do Público Traduzida na Metáfora Visual

Um dos principais aspectos deste trabalho foi compreender as particularidades da faixa etária entre 9 e 12 anos, incluindo comportamentos e valores compartilhados. Para melhor compreender esse público, adotou-se a abordagem geracional, que analisa grupos de pessoas nascidas em períodos específicos e que compartilham experiências e contextos históricos, culturais e sociais semelhantes, os quais acabam moldando seus significados (Guimarães, 2023). Esses grupos são conhecidos como gerações, sendo a mais recente a Geração Alpha (*Glass Generation*).

Composta por pessoas nascidas entre 2010 e 2025, a Geração Alpha é a primeira a nascer inteiramente no século XXI, apresentando características e experiências únicas em comparação com gerações anteriores. Como nativos digitais, cresceram em um mundo onde a tecnologia digital é onipresente. Tablets, smartphones, assistentes virtuais e inteligência artificial fazem parte do cotidiano desde cedo, sendo utilizados não apenas para entretenimento, mas também para aprendizado e socialização (Dos Reis, 2018; Mccrindle, 2021; Ziatdinov; Cilliers, 2022). Ao mesmo tempo, a exposição contínua à tecnologia e às redes sociais pode representar riscos à saúde mental, como ansiedade e pressão por uma imagem perfeita. Encontrar um equilíbrio saudável entre o tempo de tela e atividades offline é uma preocupação constante para pais e educadores (Ziatdinov; Cilliers, 2022). Além disso, crescem em um ambiente onde a diversidade e a inclusão são cada vez mais valorizadas, influenciando suas perspectivas sobre identidade, gênero e cultura (Mccrindle, 2021).

Observa-se nessa faixa etária um desejo por distanciamento das representações sociais da infância, além do interesse em desenvolver certa autonomia (Gniewosz; Gniewosz, 2020; Guimarães, 2023). Contudo, o abandono dos indicadores simbólicos da infância pela moda tem levado à hipererotização do corpo infanto-juvenil e ao início de um processo de "adultização" (Sampaio et al, 2022), refletindo na composição formal e visual do vestuário elementos comunicacionais das vivências do mundo adulto. Nesse contexto, ao desenvolver um projeto de produto direcionado

para esse público, é fundamental equilibrar o afastamento do universo infantil sem submeter o sujeito a situações e produtos inadequados, evitando promover comportamentos nocivos como consumo excessivo e sexualização precoce.

Para a execução deste projeto, foram exploradas alternativas que equilibrassem o aspecto infantil e evitassem a adultização, visando proteger a integridade física e psicológica dos pré-adolescentes. O foco foi criar peças de vestuário esteticamente agradáveis, explorando os aspectos simbólicos de transição da infância para a adolescência. Para guiar o projeto, utilizou-se a ferramenta Persona e Cenário (Pazmino, 2015). A Figura 1 apresenta de forma imagética o cenário das personas envolvidas, incluindo o público usuário e o público consumidor.

Figura 1: Persona e Cenário - Público Usuário e Consumidor.

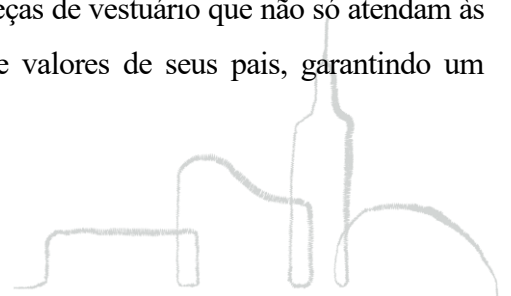


Fonte: Os próprios autores.

O público usuário é representado por Thalia, uma pré-adolescente fictícia de 12 anos, descrita como extrovertida, radiante, ativa e com um lado artístico aguçado. Ela busca atividades extracurriculares físicas ou que estimulem sua criatividade para se expressar. Seu gosto musical favorito é *pop*, conectando-se com movimento, exercícios e tendências contemporâneas.

Porém, como Thalia ainda não possui poder de compra, seu perfil é complementado pelo painel do público consumidor, seus pais, também representados como “personas”. O lado esquerdo do painel descreve o pai, uma figura mais rígida, com imagens organizadas e tons sóbrios, refletindo uma rotina corrida focada no trabalho. No lado oposto, a mãe apresenta uma linguagem visual mais flexível e dinâmica, refletindo sua personalidade artística e criativa, que também se manifesta na criança. Ela aprecia a arte e tem um ambiente doméstico mais orgânico e acolhedor, com linhas menos rígidas e cores mais suaves. Sua rotina é mais leve e envolve atividades como pintura ao ar livre.

Este projeto procurou integrar essas perspectivas para desenvolver peças de vestuário que não só atendam às necessidades estéticas de Thalia, mas também respeitem as preocupações e valores de seus pais, garantindo um equilíbrio entre expressão pessoal, conforto e responsabilidade parental.



Escolhas Metafóricas para Identidade Visual e Estética da Coleção

O circo surge como um símbolo de transição, evocando uma nostalgia da infância e a intensidade dos espetáculos, além de ser uma metáfora visual de equilíbrio. A escolha do *streetwear* como base para a modelagem foi fundamentada na sua capacidade de proporcionar a folga necessária para o conforto de crianças e adolescentes sempre em movimento, além de transmitir uma linguagem jovem e contemporânea.

A construção de painéis foi essencial para guiar o projeto, destacando-se os painéis semântico e de expressão de produto (Baxter, 2011), cada um carregado de significados e referências cruciais para a confecção dos produtos (Figura 2).

Figura 2: Painel semântico e Painel de expressão de produto.



Fonte: Os próprios autores.

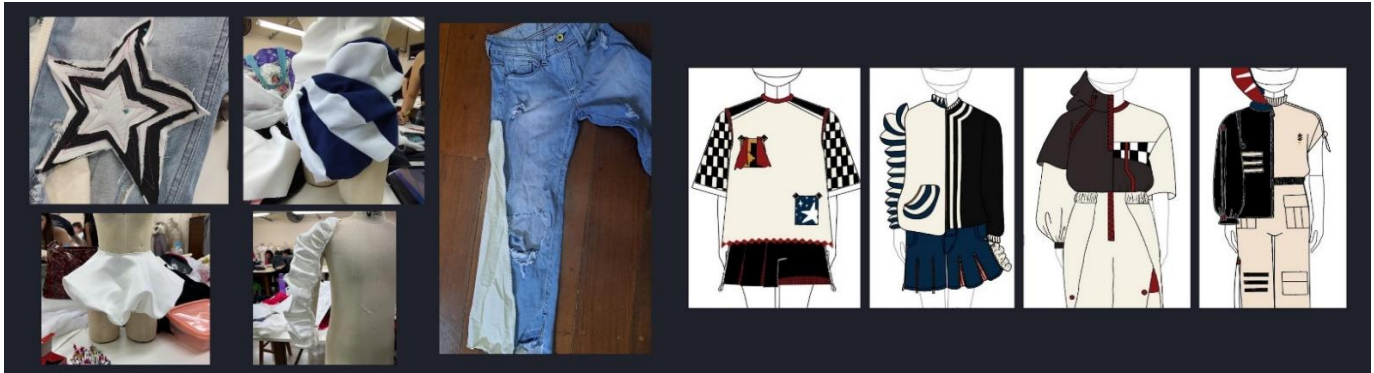
O painel semântico tem como ideia principal o equilíbrio, representado tanto pela imagem da equilibrista quanto pela disposição simétrica e coesa dos elementos visuais. A paleta de cores foi escolhida para refletir essa proposta, destacando o preto e o branco, seguidos de cores pouco saturadas como azul, amarelo e vermelho. O ponto circular, que sugere a lona de circo vista de cima, reforça a ideia de movimento e dinamismo.

O painel de expressão de produto é caracterizado por verbos como "pingar" e "escorrer", simbolizando a espontaneidade e a explosão de movimentos e cores. Os elementos visuais demonstram harmonia entre simetria e assimetria, integrando referências ao estilo de vida urbano e à personalidade artística do público-alvo. As cores predominantes são, preto, branco e cores primárias, escolhidas para este projeto. Assim, a coleção foi batizada de "Circo de Rua", referenciando tanto o estilo urbano (*streetwear*) quanto a presença do circo em espaços públicos, transmitindo a ideia de uma criança sempre em movimento.

Após uma análise aprofundada dos painéis e uma extensa geração de alternativas tridimensionais e bidimensionais (Figura 3), os elementos selecionados para compor a coleção incluem a predominância de preto e branco pela sua neutralidade, o vermelho como cor pontual característica dos espetáculos circenses, estrelas

inspiradas na decoração de palcos, faixas e curvas evocando a imagem de uma tenda circense, e listras que lembram uma faixa de pedestre.

Figura 3: Experimentações tridimensionais e bidimensionais.



Fonte: Os próprios autores.

Durante a análise dos painéis, houve um foco inicial no tema circense, com cores pontuais que foram incorporadas em detalhes como zíperes, velcros, cordões e recortes, estes últimos utilizados como recursos diferenciados e estéticos na modelagem. O objetivo da experimentação tridimensional foi representar os volumes circulares e extravagantes do circo em peças casuais que acompanhassem as crianças em suas atividades diárias, mantendo a essência "espetacular" do tema.

Foram realizados testes com o balonê, confeccionado de maneira não convencional através do franzido em uma barra de saia godê para criar o volume característico do circo. Além disso, foram exploradas sobreposições de elementos como estrelas, e estudou-se a taxa de desfiação de cada tecido para garantir a durabilidade dos produtos. As nesgas também foram amplamente utilizadas na modelagem, tanto por seu valor estético quanto por seu mecanismo de expansão.

Na coleção, a temática circense permeia desde a escolha das cores contrastantes até a repetição visual de listras e faixas em diversas peças, com diferentes volumes e ângulos, como no shorts-saia com forma circular e nas linhas radiais brancas do capuz vermelho e faixas vermelhas na jaqueta branca. Elementos como estrelas presentes na jaqueta e na calça também refletem os motivos do painel semântico.

A proposta final é composta por um mix de vinte e dois produtos distribuídos em oito looks, conforme observado na Figura 4.

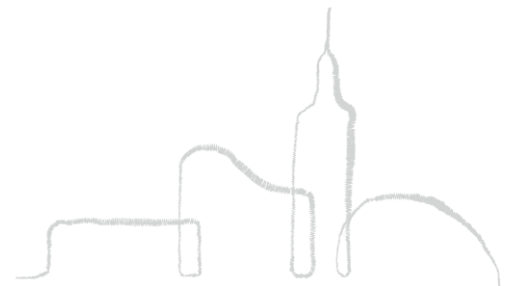


Figura 4: Coleção cápsula “Circo de Rua”.



Fonte: Os próprios autores.

Para a concretização da proposta, foram confeccionados três dos oito looks apresentados, selecionados através de uma matriz de decisão (Pazmino, 2015), que considerou conforto, diferencial, movimento/ritmo, estética "street" e os elementos visuais dos painéis. Os produtos confeccionados podem ser visualizados na Figura 5.

Figura 5: Editorial da coleção “Circo de Rua”.



Fonte: Os próprios autores.

O estilo "*street*" foi aplicado na escolha de tecidos como sarja (imitando jeans), corta-vento e Neoprene. A sobreposição de tecidos foi outro ponto forte da coleção, combinando tecidos como tricoline para forros, malha de algodão para camisetas e tela de nylon para transparência - esta última substituindo a organza, um tecido formal e de fácil desfiamento. A modelagem com folgas positivas visou evitar a sexualização, proporcionando conforto através de peças como shorts balonê, calças largas e camisetas *oversized*, além de dispositivos de abertura e fechamento de fácil manuseio para ajuste. Outro elemento "*street*" são os bolsos destacáveis com faixas de velcro, como os de cor preta costurados na parte branca da calça bicolor e na jaqueta branca, e os de cor branca na parte preta da calça bicolor, remetendo às faixas de pedestre das ruas.

Reflexões e Ponderações

Trabalhar com o público infanto-juvenil de 9 a 12 anos apresentou desafios significativos, especialmente na escolha de uma temática que fosse atraente e adequada às suas preferências e características físicas. Observou-se também uma lacuna no mercado de produtos direcionados especificamente para essa faixa etária. O estudo detalhado do público-alvo e das tendências sociais em vestuário casual e confortável desempenhou um papel crucial na definição das formas, tecidos e detalhes de cada peça da coleção.

A coleção "Circo de Rua" conseguiu navegar de forma sutil e divertida entre a infância e a adolescência. O vestuário não apenas reflete uma forma de expressão e personalidade, mas também atende às necessidades de autenticidade, atitude e criatividade dos pré-adolescentes, promovendo uma maior confiança durante essa fase de transição em suas vidas.

Além disso, a moda pode ser vista como um veículo de comunicação visual que respeita e celebra a fase de transição pela qual esses jovens passam. A proposta de adequação à faixa etária é pensada para garantir que as peças não só sejam esteticamente agradáveis, mas também funcionais e respeitosas em relação ao desenvolvimento físico e emocional dos usuários. A noção de estética aqui não é apenas sobre aparência, mas também sobre a poética das peças, que conta uma história e transmite uma mensagem através do design e dos elementos visuais utilizados.

A transição entre infância e adolescência não deve ser vista como como uma fase de adesão a novas simbologias que se alinham com a evolução das identidades e subjetividades dos jovens. Esse processo de reconfiguração envolve a incorporação de novos símbolos que representam as novas experiências, valores e autopercepções dos pré-adolescentes. Portanto, ao invés de enxergar a substituição dos símbolos da infância como uma perda, a moda precisa entendê-la como uma adaptação e enriquecimento das representações simbólicas. A coleção "Circo de Rua" busca captar essa dinâmica ao integrar elementos visuais que ressoam tanto com a nostalgia da infância quanto com a aspiração por uma identidade mais madura. Essa abordagem permite uma transição harmoniosa e significativa entre as fases da vida, celebrando a continuidade e a transformação das identidades juvenis.

Referências

- DOS REIS, Thompson Augusto. Study on the alpha generation and the reflections of its behavior in the organizational environment. **Journal of research in humanities and social science**, v. 6, n. 1, p. 9-19, 2018.
- GNIEWOSZ, Gabriela; GNIEWOSZ, Burkhard. Psychological adjustment during multiple transitions between childhood and adolescence. **The Journal of Early Adolescence**, v. 40, n. 4, p. 566-598, 2020.
- GUIMARÃES, Jamile. “Abriu minha mente”: transitando entre a infância e a adolescência. Etnográfica. **Revista do Centro em Rede de Investigação em Antropologia**, 2023.
- MARION, Gilles; NAIRN, Agnes. “We make the shoes, you make the story” Teenage girls’ experiences of fashion: Bricolage, tactics and narrative identity. **Consumption, Markets and Culture**, v. 14, n. 1, p. 29-56, 2011.
- MCCRINDLE, Mark. **Generation alpha**. Hachette Uk, 2021.
- PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 métodos para design de produtos**. São Paulo: Blucher, 2015.
- SALLES, Leila Maria Ferreira. Infância e adolescência na sociedade contemporânea: alguns apontamentos. **Estudos de Psicologia**, v. 22, p. 33-41, 2005.
- SAMPAIO, Evillyn Oliveira et al. Influência das mídias sociais no processo de erotização infantil: fator determinante para um processo precoce da adultização?. **Revista Eletrônica da Estácio Recife**, v. 8, n. 1, 2022.
- ZIATDINOV, Rushan; CILLIERS, Juane. Generation Alpha: Understanding the Next Cohort of University Students. **European Journal of Contemporary Education**, v. 10, n. 3, p. 783-789, 2021.

