

Análise discursivo-visual da cor rosa: ficções de gênero entre Três Espiãs Demais (2001) e Steven Universo (2013)

Análisis discursivo-visual del color rosa: ficciones de género entre Las Tres Espías sin Límite (2001) y Steven Universe (2013)

Discursive-visual analysis of the color pink: gender fictions between Totally Spies! (2001) and Steven Universe (2013)

Wilton Carvalho, André Cavalcanti, Tatyana Mendes, Renata Cadena, Guilherme Ranoya

cor, design da informação, análise discursiva, identidade de gênero, rosa

Investigação sobre flutuações discursivas em torno do signo cromático rosa a partir de animações veiculadas em décadas distintas: Três Espiãs Demais! (2001) e Steven Universo (2013). Esses dois produtos são aqui compreendidos enquanto projetos informacionais, na medida em que são configurados no intuito de comunicar, através da linguagem gráfica, mensagens e valores para um público desejado. Adota como perspectiva a abordagem foucaultiana, que centraliza as pequenas disputas, os deslizes das práticas irrelevantes e a constituição de formas de viver que reivindicam a si o status de universal, enquanto meios de reflexão entre visualidade e verdade.

color, diseño de información, análisis discursivo, identidad de género, rosa

Investigación sobre las fluctuaciones discursivas en torno al signo cromático rosa a partir de animaciones difundidas en diferentes décadas, Três Espiãs Demais! (2001) y Steven Universe (2013). Estos dos productos se entienden aquí como proyectos informativos, tal como están configurados con el objetivo de comunicar, a través del lenguaje gráfico, mensajes y valores a un público deseado. Adopta como perspectiva el enfoque foucaultiano que centraliza las pequeñas disputas, los deslices de prácticas irrelevantes y la constitución de modos de vida que reclaman estatus universal, como medio de reflexión entre visualidad y verdad.

color, Information design, discursive analysis, gender identity, pink

Investigation into discursive fluctuations around the chromatic sign pink based on animations broadcast in different decades, Totally Spies! (2001) and Steven Universe (2013). These two products are understood here as informational projects, insofar as they are designed to communicate, through graphic language, messages and values to a desired audience. It adopts the foucaultian approach as its perspective, which focuses on minor disputes, slips of irrelevant practices and the constitution of ways of living that claim universal status, as means of reflection between visibility and truth.

1 Introdução

Esta investigação parte de uma abordagem qualitativa, de caráter exploratório, cujo objetivo é analisar o signo cromático rosa a partir de dois desenhos animados lançados em décadas distintas, isto é, Três Espiãs Demais! (2001) e Steven Universo (2013). Diante da primeira animação, rastreamos práticas, objetos e acontecimentos compreendidos hoje enquanto

normativos, os quais contribuíram na produção do rosa enquanto uma das grandes marcas da diferença visual de gênero, a qual foi atribuída, paulatinamente, ao menos desde meados do séc. XX, na produção de um certo tipo de feminilidade no ocidente (Paoletti, 2012), expressão essa compreendida aqui enquanto feminilidade cosmética¹. Já através do segundo desenho, estabelecemos relações entre acontecimentos contemporâneos (à partir dos anos 2010) que vem deslocando os valores político-identitários da cor, imergindo, por sua vez, seu código num emaranhado de disputas que abarcam discursos sobre infância, corpo, gênero, sexualidade, raça, etc.

A escolha desses dois artefatos ocorre não apenas pelo espaço temporal que os separam ou pela massiva difusão que alcançaram, mas, por compreendermos que seus elementos estilísticos (formatos dos corpos, a coloração étnica e das vestimentas dos personagens, a elaboração de apetrechos, de cenários, etc.) são técnicas de materialização discursiva que se dão através da linguagem gráfica que, se não contraditórias, são ao menos divergentes, tangenciando modos diversos de ensinar gênero (uma literacia de gênero). Essas técnicas de visualização sofrem influência direta do design da informação (DI) na medida em que são configuradas, planejadas, tramadas no intuito de comunicar, através da linguagem gráfica², mensagens e valores para um público desejado (nos casos em análise, a questão é atingir a audiência infantil); trama essa que transgride a dimensão retórica, pois o problema aqui posto não é apenas o de convencer, mas de proliferar, conscientemente ou não, discursos que delimitam formas adequadas de pensar, de se conduzir e de estar no mundo.

Diante disso, compreendemos atividade do DI para além de seus aspectos teleológicos, centrado em facilitar o uso dos artefatos no objetivo de produzir mudanças utilitárias de comportamento no usuário (Souza et al., 2016), e o pensamos enquanto uma experiência cotidiana que colabora na estilização da identidade dos sujeitos. Para esse exercício analítico, valemo-nos de uma matriz metodológica advinda de Foucault (2008, 2015), transportada para o campo do design por uma série de pesquisas, a exemplo de Altmayer (2016) e Beccari (2023), cuja a investigação dos processos e dos produtos projetuais só se tornam legíveis quando ‘relacionados’ com outros discursos e práticas incorporados enquanto ‘verdadeiros’.

Através deste cenário, indicamos que fazer design é sempre agir sob certas rédeas, que seus produtos estão saturados de poder, convocando-nos a legitimar certas performances em detrimento de outras. Mostrando, por fim, através desta análise, que não há nada da ordem da natureza que ligue o signo cromático rosa à feminilidade, ou quaisquer expressões significantes a identidades substantivas, a não ser nossa vontade de legitimar repetidamente o ficcional no real.

¹ Feminilidade cosmética é uma denominação utilizada aqui para pensar um viés da feminilidade que toma a emotividade, lascividade, passividade, domesticidade e consumismo enquanto linhas adequadas ao feminino.

² Apesar dos desenhos animados serem linguagens audiovisuais, nesta análise há uma centralidade nos aspectos visuais dos artefatos.

2 Abordagem metodológica

Este trabalho se deu, a princípio, diante da seleção e da comparação do uso da cor rosa em dois desenhos animados de períodos distintos, *Três Espiãs Demais!* (2001) e *Steven Universo* (2013). Por meio do olhar dos pesquisadores, o qual porta uma carga subjetiva, selecionamos 05 frames caracterizados pela preponderância da cor e/ou por momentos demarcados pela pedagogia de gênero (ver tabelas 01 e 02). Nesse recorte, realizamos a análise das cenas, traçando paralelos entre uso das cores e os discursos (re)produzidos decorrentes. Partindo da abordagem discursiva de Foucault (2008, 2015), estabelecemos relações com discursos exteriores identificados em cada conjunto de frames, no intuito de vislumbrar a rede discursiva que constitui e ultrapassa os artefatos investigados.

Esclarecendo a noção de discurso aqui proposta, faz-se necessário explicar que, apesar do design da informação abarcar majoritariamente seus objetos por um crivo linguístico, categorizando/relacionando unidades morfológicas, estabelecendo relações semânticas entre forma/conteúdo, significante/significado, a análise discursiva em Foucault está mais para uma ferramenta para compreender os feixes de relações que situam teorias, práticas e objetos enquanto ‘verdadeiros’. Dito de outra maneira, o foco é justamente nas disputas que inventam, estabilizam, transformam, deslocam, desmontam as ligas entre aparência/substância; articulação essa que nunca é dada, mas sempre fabricada.

Como aponta Foucault (2008) em *Arqueologia do saber*, seu interesse é interrogar a linguagem na dimensão que a produz ao invés de centralizar sua capacidade de nomear e designar as coisas. Portanto, a tratar de discurso, a questão são os jogos, as disputas, o contexto, ou melhor, o conjunto de possibilidades que faz emergir determinadas práticas e não outras.

A análise do campo discursivo é orientada de forma inteiramente diferente; trata-se de compreender o enunciado na estreiteza e singularidade de sua situação; [...] de estabelecer suas correlações com os outros enunciados a que pode estar ligado, de mostrar que outras formas de enunciação exclui. [...] Fazer aparecer, em sua pureza, o espaço em que se desenvolvem os acontecimentos discursivos [...] é tornar-se livre para descrever, nele e fora dele, jogos de relações (Foucault, 2008, pp.31-32).

A partir desse cenário, os artefatos de DI são fenômenos linguísticos, na medida que se oferecem à interpretação; feitos para serem interpretados na linguagem dos signos (Latour, 2008), porém, também são materialidades (re)produtoras de discursos e, por conseguinte, visualidades saturadas de poder; saturação essa que se faz ainda mais latente devido a relação cotidiana entre usuários e artefatos de design. Segundo Beccari (2023), esse segundo formato de pensar o design, diz respeito a uma abordagem denominada de discursos por design, acentuando o papel da prática na produção de efeitos de verdade, ou melhor, na estabilização,

no deslocamento, na desconstrução dos discursos incorporados enquanto verdades num determinado período, cultura, prática, campo de saber, etc.

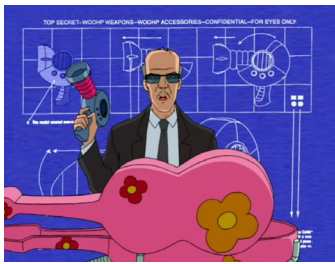
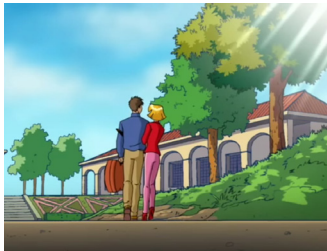
3 Três espiãs demais (2001) e steven universo (2013): identidades de gêneros em cor de rosa

Nesta descrição, realizamos dois recortes temporais para analisar os discursos político-identitários, em especial os de gênero, em torno da cor rosa; isso, a partir de dois períodos, de 1990 a 2000 e de 2010 aos dias vigentes. Diante desse cenário, relacionamos uma série de acontecimentos circunscritos a esses limites que demarcam o matiz como vetor da feminilidade cosmética, atribuída a aspectos como passividade, lacividade, consumismo, efemeridade; o qual se faz exemplificado pela animação *Três Espiãs Demais!* (2001). Num segundo momento, como um protótipo para essa mutação em trânsito do rosa, a análise parte da animação *Steven Universo* (2013), delimitamos experiências mais recentes que vêm (des)estabilizando a liga entre a cor e a tipologia de feminino supracitada, deslocando o código para outros campos, a modo de expressões queer, do universo racial negro, até a presença da signo em uniformes esportivos masculinos.

O primeiro episódio da série *Três Espiãs Demais!* (2001), intitulado “Uma Queda por Músicos”, foi escolhido como objeto de observação por ser um episódio que sintetiza a proposta e os valores disseminados pela animação.

Tabela 01: Análise do episódio “Uma Queda por Músicos”, em as *Três Espiãs Demais* (2001).

Frame	Imagem	Análise da Cena
Frame 1		Neste frame, tons variados de rosa dominam o ambiente, incluindo paredes, móveis e objetos decorativos. O design do espaço destaca a conexão das personagens com a moda e o consumo. Elementos como um guarda-roupa repleto de roupas e acessórios sublinham o papel central da aparência na identidade das espiãs, reforçando a ideia de feminilidade como algo intimamente ligado ao cuidado estético.

Frame 2		Aqui há a reprodução do discurso da dominação masculina frente às figuras femininas. Apesar da inteligência e das habilidades das espiãs, elas ocupam um local de subserviência frente ao Jerry. O personagem masculino é quem regula as atividades e quem determina quais armas, sinônimo de acessórios de beleza e cosméticos, que serão utilizados pelas garotas. Neste frame, em específico, o uso da guitarra e do secador de cabelo ressalta um aspecto paradoxal da série: combinar alta tecnologia com uma estética demarcadamente feminina.
Frame 3		Enquanto as protagonistas, com suas roupas vibrantes e acessórios, representam juventude e leveza, os agentes masculinos, em seus trajes formais e monocromáticos, transmitem seriedade e autoridade. Esse contraste visual reforça papéis de gênero tradicionais, sublinhando a individualidade das protagonistas frente à uniformidade dos personagens masculinos. Segundo Batchelor (2007), o preto foi atribuído ao gênero masculino no intuito de materializar aspectos como seriedade, poder e inteligência. Noutro caminho, o colorido, expressado aqui pelas espiãs, foi, ao menos desde o séc. XIX, atrelado a distração, sedução e corrupção (Grisard, 2017).
Frame 4		Aqui destaca-se o contraste entre os personagens por meio das cores e da composição visual. Além disso, o cenário ao fundo, com árvores e uma construção clássica iluminada pela luz do sol, cria uma atmosfera idealizada que destaca o discurso do amor romântico. Isso aponta como a série reproduz diante dos elementos visuais, a narrativa da dependência emocional das mulheres frente aos homens, aspecto esse que se materializa aqui pela personagem feminina, que sempre está em busca de um relacionamento afetivo enquanto forma de autovalidação.
Frame 5		Nesta cena, as personagens caminham lado a lado por um corredor escolar decorado em tons de rosa e lilás. Essa coloração reflete uma arquitetura literal do gênero, quer dizer, prédios, construções e ambientes intoxicados pelo rosa. Nesse sentido, é uma proliferação estilística que transcende o design, expandindo-se pela arquitetura. Essa última, por sua vez, constitui todo um exoesqueleto disciplinador de gênero (Preciado, 2018).

A série animada *Três Espiãs Demais!* (*Totally Spies!*), criada por David Michel e Vincent Chalvon-Demersay, foi lançada em 2001 e rapidamente conquistou um público jovem ao combinar aventura, tecnologia e elementos do cotidiano adolescente feminino. A narrativa acompanha Sam, Clover e Alex, três adolescentes de Beverly Hills que, além de lidarem com desafios escolares e sociais, trabalham secretamente como espiãs para a organização WOOHP (*World Organization Of Human Protection*). A dualidade central da série se mostra na capacidade das protagonistas de equilibrar missões arriscadas com um estilo de vida marcado por moda, consumo e comportamentos estereotipados. Essa estrutura reflete os valores culturais da época, que associavam o poder feminino a uma estética vibrante e customizada.

O rosa desempenha um papel fundamental na sua construção visual, sendo utilizado como símbolo de feminilidade. Ele permeia o design dos personagens, os cenários e os apetrechos utilizados pelas protagonistas, reforçando uma normatividade social através da cor. Além disso, o rosa aparece como um recurso visual dominante, conectando as protagonistas a um imaginário cultural difundido nos anos 2000, onde a cor era frequentemente associada à mulher e ao cuidado com a aparência.

Os acessórios de espionagem das protagonistas são um exemplo claro dessa relação entre feminilidade e sua materialidade gráfica/visual³. Objetos como batons e secadores de cabelo que se transformam em armas tecnológicas destacam a paradoxal relação entre poder e aparência. Esses itens reforçam a ideia de que, mesmo em ambientes de ação, a atividade feminina está intrinsecamente ligada ao universo da beleza e da moda. Tal abordagem, apesar de criativa, perpetua a mensagem de que a feminilidade não pode ser dissociada dessa articulação.

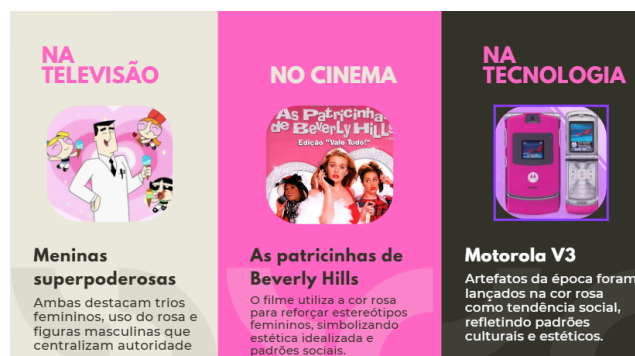
O rosa, durante os anos 1990 e 2000, consolidou-se como um elemento visual icônico, amplamente utilizado para moldar narrativas sobre feminilidade e reforçar normas culturais da época. Mais do que uma escolha estética, a cor se tornou um marcador discursivo em produtos de consumo, artefatos tecnológicos e produções midiáticas, ao refletir as dinâmicas sociais e comerciais que vinculavam o feminino a valores específicos, como delicadeza, vaidade e normatização. O matiz foi amplamente associado como catalisador da feminilidade idealizada, intensificado por estratégias de marketing que reforçaram sua conexão com comportamentos e identidades desejáveis pelo público feminino (Paoletti, 2012; Grisard, 2017).

No contexto cultural do final do século XX, o rosa emergiu como uma cor carregada de significados, deixando de ser apenas uma escolha cromática para desempenhar um papel central na construção de narrativas sobre feminilidade. Paoletti (2012) aponta que essa transformação ocorreu ao longo de décadas, com o rosa sendo gradualmente apropriado como símbolo do universo feminino, intensificado por estratégias mercadológicas, com objetivo de moldar comportamentos e identidades.

³ Para as animações, a materialidade da relação é de ordem gráfica; contudo, elas buscam (re)produzir práticas concretas, onde as mesmas relações se materializam de forma visual e imagética, pois se instituem sobre a auto-imagem dos sujeitos, e suas relações com os outros sujeitos.

A associação do rosa à feminilidade foi amplificada por práticas comerciais que adaptaram brinquedos, cosméticos e até itens tecnológicos para atender às demandas de consumo do público feminino. Por exemplo, o Motorola V3 Rosa se tornou um ícone tecnológico e cultural, ao reforçar a conexão entre feminilidade e exclusividade mediada pelo design. Byrne (2006) aponta que itens cor-de-rosa projetados para o mercado jovem frequentemente utilizavam a estética para criar uma identidade baseada no consumo e na popularidade. Essa prática reflete o conceito de “cultura de marca” descrito por Banet-Weiser (2012), em que cores e símbolos são mobilizados para consolidar discursos sobre gênero e moldar o comportamento social.

Figura 01: Produtos relacionados à estética cromática observada em Três Espiãs Demais! (2001).
Fonte: elaborado pelos autores.



Com foco na mídia, o uso do rosa como marcador estereotipado era igualmente evidente em narrativas audiovisuais. Produções como Três Espiãs Demais! (2001) e As Patricinhas de Beverly Hills (1995) transformaram a cor em um elemento central de suas identidades visuais. Segundo Guedes et al. (2009), a televisão da época utilizava cores como o rosa para consolidar normas visuais de gênero, enquadrando o feminino a características como superficialidade e obsessão pela aparência. Além disso, Scott (1999) argumenta que o uso de cores em contextos visuais também perpetua relações de saber-poder, atribuindo valores como emoção e leveza ao feminino e racionalidade e controle ao masculino.

O filme As Patricinhas de Beverly Hills (1995), ocupa uma posição central na construção visual e narrativa da protagonista, Cher Horowitz, sendo vista como um ícone cultural dos anos 1990. Cher personifica um ideal de feminilidade aspiracional, onde o rosa é utilizado para comunicar exclusividade, status e beleza. Seu guarda-roupa, predominantemente rosa, simboliza sua posição social privilegiada em conformidade com os padrões visuais da época. Os cenários e figurinos reforçam o rosa como marcador de identidade e ferramenta de segmentação cultural, conectando feminilidade ao consumo e à vaidade. Kitch (2001), argumenta que a cultura pop da época frequentemente utilizava cores e elementos visuais para moldar um ideal de feminilidade alinhado a valores de consumo.

Já no contexto tecnológico, o Motorola V3 Rosa, lançado em 2004, também ilustra como o rosa foi utilizado como estratégia de segmentação de gênero. Adaptado para o público feminino, o aparelho integrava tecnologia à estética, transformando o telefone em um acessório de moda.

Segundo Fischer (2001), produtos destinados a mulheres na época frequentemente enfatizavam aparência e estilo em detrimento da funcionalidade. O V3 Rosa tornou-se um exemplo seminal de como o design de produtos tecnológicos refletia os mesmos discursos culturais observados nas produções midiáticas, utilizando o rosa como marcador exclusivo de feminilidade.

Esse contexto cultural impactava diretamente as crianças que consumiam esses conteúdos e produtos. O uso constante do rosa em brinquedos, personagens e ambientes voltados ao público infanto-juvenil produzia um cenário em que meninas eram expostas a modelos de comportamento. Como consequência, muitas absorviam esses padrões, associando seu valor pessoal ao alinhamento com essas expectativas. Esse processo limitava a diversidade de identidades femininas, moldando desde cedo percepções sobre o que significava ser menina. Além disso, modelos de programa como Três Espiãs Demais!, fazem parte de toda uma rede discursiva-visual que produz a diferença binária de gênero (menino/menina), levando, por exemplo, um menino que gostasse do programa parecer inadequado (Piscitelli, 2009).

Uma década depois da criação da série Três Espiãs Demais!, percebe-se como a produção cultural dos anos 2010 evidenciam uma nova perspectiva discursiva para o rosa. Nessa década, a cor passa a ser usada para desafiar narrativas hegemônicas, promovendo visões mais inclusivas sobre gênero e identidade. Essa transição revela a capacidade do design visual tanto de reforçar normas culturais quanto de desestabilizá-las. Para esta análise, serão observados alguns elementos presentes na animação Steven Universo (2013).

Para a condução deste estudo foi escolhido o nono episódio da segunda temporada da série, intitulado “Temos que conversar”. A partir disso, para a análise discursiva da cor, foram escolhidas cinco cenas do episódio que estão descritas na tabela abaixo.

Tabela 02: Análise do episódio “Temos que conversar”, em Steven Universo (2015).

	Frame	Análise da Cena
Frame 1		O frame retrata o momento em que a pedra (<i>Gem</i>) do protagonista começa a brilhar, reflexo de sua alegria na interação com Connie ⁴ . Na série há uma inversão discursiva nos sentidos atribuídos ao rosa, pois o matiz diz respeito não apenas a um personagem lido enquanto masculino, mas como um código visual que permeia as formas em que Steven trabalha seus sentimentos e emoções. Posto isso, o signo cromático se desloca de aspectos como a delicadeza, vaidade e passividade feminina, configurando-se como meio de expressão da emotividade masculina, a qual é pouco trabalhada em meninos.

⁴ Connie é uma personagem feminina pela qual Steven nutre sentimentos afetivos.

Frame 2		No momento que sucede a dança de Steven e Connie é apresentada a personagem Stevonnie, resultado da fusão entre os dois. Esta última, tensiona de forma radical a binariedade gênero materializada pelo azul (menino) e rosa (menina), sendo um processo de diluição e sobreposição desta norma: a camisa rosa de Steven é sobreposta pelo Cropped azul de Connie. Nesse sentido, a personagem é um híbrido que desmonta as leituras hegemônicas quanto aos demarcadores cromáticos de gênero.
Frame 3		Neste caso ocorre a desfusão de Steven e Connie. É preciso notar, entretanto, as cores rosa e azul nas vestes de Steven e Connie. Enquanto ela está vestida com um vestido azul, ele se apresenta com uma camisa rosa bastante saturada. É intrigante observar como a marcação cromática de gênero socialmente estabelecida é invertida. No caso desta animação o azul é atribuído a personagem feminina enquanto o rosa relaciona-se com o masculino.
Frame 4		O frame apresenta a personagem Arco-Íris Quartz, resultado da fusão de Rose Quartz e Pérola. Aqui, infere-se os aspectos de gênero e sexualidade descritos em vídeo por meio da mistura cromática entre tons de azul e rosa, os quais parecem ser intencionalmente misturados a modo de transmitir a diluição das fronteiras generificadas da binariedade.
Frame 5		Observa-se aqui a desfusão entre Rose Quartz e Pérola. A interpretação da imagem aproxima-se da análise feita por LIMA e EMANUEL (2022). No estudo, as autoras identificaram a predominância das cores rosa, azul e amarelo na paleta cromática da série. Afirmam ainda que os azuis, em geral estão associados a ausência de algo, seja da alegria, da ação ou da energia. Está presente geralmente quando o personagem está triste ou desesperançoso. O rosa, por sua vez, está associado aos poderes da magia e da expressão sentimental dos intérpretes. De maneira geral domina as imagens quando Steven não tem controle sobre seus sentidos.

A série animada Steven Universo, foi criada nos Estados Unidos por Rebecca Sugar, animadora e diretora estadunidense. O episódio piloto data de julho de 2013 e sua estreia oficial aconteceu em 04 de novembro do mesmo ano, no canal *Cartoon Network*. A animação chegou às telas brasileiras em 07 de abril de 2014, sendo transmitida através do mesmo canal. A série

possui um total de 160 episódios, distribuídos em 05 temporadas, tendo sua produção encerrada em 2019.

A narrativa do programa gira em torno da vida de Steven Quartz Universo, um garoto comum, de aproximadamente 10 anos de idade, que não possui nenhum destaque físico ou intelectual convencionalmente atribuído aos heróis tradicionais masculinos. Steven, que é o membro mais novo das *Crystal Gems*⁵, é um híbrido, filho de pai humano e uma mãe *Gem*, o qual vai descobrindo como lidar com o poder herdado de sua mãe e o que diferencia das demais crianças humanas (Fandom, 2024).

Ao longo dos episódios a série aborda temas como identidade de gênero e sexualidade. Diferencia-se assim das animações apresentadas nas décadas anteriores onde os papéis atribuídos aos personagens eram definidos de forma binária entre masculino e feminino. A cor rosa, foco desta análise, é bastante presente na produção da série Steven Universo, sendo utilizada na construção dos personagens como também na composição dos cenários e nas ambientações das cenas. Há uma predominância do rosa em relação ao azul na composição das imagens, com a cor representada em diferentes tons de saturação.

Em análise similar, realizada por Lima e Emanuel (2022), são observados os elementos semióticos da animação.

Como em outras produções audiovisuais, os desenhos animados contêm recursos narrativos visuais, como cores, planos, ângulos e movimentos de câmera. Estes recursos envolvem estratégias para a geração de produção de sentido. A tomada de decisões prévia não é neutra; o que não é falado pelos personagens, muitas vezes, é comunicado visualmente (Lima & Emanuel, 2022, p. 02.)

Para a compreensão do uso disruptivo da cor rosa em Steven Universo é preciso traçar um paralelo com outros produtos/situações onde ela é aplicada subvertendo o vínculo com o universo feminino percebido e estimulado anteriormente em *Três Espiãs Demais*!. Alguns dos exemplos antecedem a própria série, compondo a rede discursiva em trânsito.

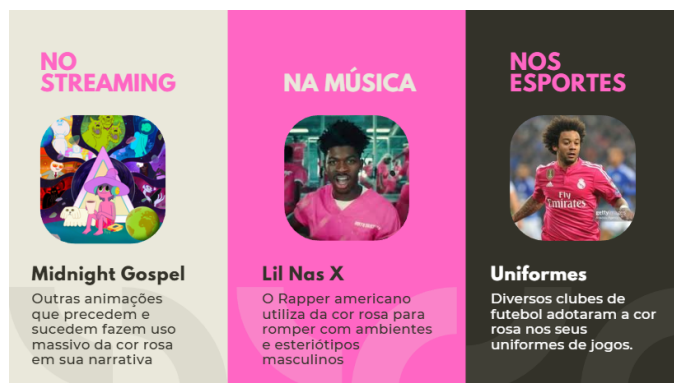
A série de animação *Hora da Aventura*, veiculada pelo canal *Cartoon Network* a partir de 2010 (Fandom, 2024) é um produto que precede o surgimento do desenho Steven Universo (2013). Rebecca Sugar, criadora de Steven Universo, trouxe elementos presentes na narrativa da série para seu projeto posterior. A autora menciona *Hora da Aventura* como referência na criação de Steven Universo (Entertainment Weekly, 2024).

Assim como na narrativa posterior, diversas passagens em *Hora da Aventura* sugerem temas como homoafetividade, poderes ligados a mutação/transgeneridade e quebra dos padrões de masculinidade e heteronormatividade.

Figura 02: Produtos relacionais à estética cromática observada em Steven Universo.

⁵ Um grupo alienígenas formado por Garnet, Ametista e Pérola.

Fonte: Elaborado pelos autores.



Um outro produto audiovisual que relaciona-se com as proposições encontradas em Steven Universo é a animação *The Midnight Gospel* (2020). No caso do programa, há uma predominância evidente da cor rosa na sua construção cromática. É possível identificar tanto nos personagens quanto na construção da ambientação das cenas a presença massiva da cor supracitada. Assim, parece aproximar-se e referenciar-se da colorimetria utilizada em Steven Universo na sua construção narrativa visual. Em determinadas cenas da série há um intento de “ascender” a cena por meio do rosa.

Um outro sinal da ressignificação do rosa está nos uniformes de times de futebol (Globo Esporte, 2024). Nos últimos dez anos, times tradicionais como Barcelona, Real Madrid e Juventus a têm adotado em seus uniformes reservas. Outros clubes, de menor expressividade como Inter Miami e Palermo, tem esta cor presente em seus uniformes principais. Logo, é interessante perceber o (re)arranjo simbólico e cromático de um universo essencialmente masculino e heteronormativo.

Na música, o rapper e cantor americano Lil Nas X, faz uso da cor rosa em seus clipes para ressignificar e subverter ambientes relacionados à virilidade masculina. No clipe da canção “*Industry Baby*” (2021), ambientada em um presídio para homens, os detentos vestem-se com fardamentos nesta matiz, que também é percebida em espaços físicos da cadeia. Em ambas as peças audiovisuais percebe-se a presença massiva de atores negros, corpos musculosos numa associação à relações homoafetivas. Neste recorte de sua obra, o músico parece querer intencionalmente subverter e questionar as normas estabelecidas para raça, gênero e ambientes comumente atribuídas à feminilidade e fragilidade.

4 Conclusões

Em linhas gerais, entende-se que, até os anos 2000, a cor rosa esteve intimamente ligada aos padrões normativos de feminilidade, fato que se observou tanto na análise de *Três Espiãs Demais!* (2001), quanto em produtos similares dos anos adjacentes. Já diante de Steven Universo (2013), transmitido na década seguinte, verificam-se disputas de poder pelos valores

atribuídos ao código cromático. A partir da investigação do segundo grupo de objetos, percebe-se movimentações da rede discursiva em torno do código.

De acordo com Foucault (2008), os discursos estão num movimento contínuo, mesmo que a sutileza de suas transformações não sejam explicitamente percebidas ou rastreáveis. Diante dos debates vigentes sobre gênero, sexualidade, corpo, raça, etc., o matiz rosa, elemento visual que atravessa essa pesquisa, também se mostra em deslocamento, conectando-se a outras figuras político-identitárias, a modo do menino, do artista negro e dos atletas masculinos de futebol, isso, em contraposição a normatividade que atribuía, de maneira exclusiva, a cor rosa a feminilidade branca, passiva, ocidental e heteronormativa.

5 Considerações finais

Por fim, há três considerações a serem feitas a partir desta análise: primeiro, que não há nada que ligue um código visual cromático a uma expressão de gênero, a não ser nossa vontade de legitimar repetidamente o ficcional no real, quer dizer, de produzir relações de diferenciação e, por conseguinte, de hierarquização, validação, exclusão; a segunda, tangencia o design da informação e o papel ativo dos profissionais do campo na compreensão de que os artefatos de design tem efeitos materiais que atravessam e são atravessados por relações de poder (Beccari, 2023). Essas relações, por conseguinte, contribuem na fabricação das identidades, legitimando e deslegitimando determinadas formas de ser e estar no mundo. Por fim, a terceira, que compreendemos este como um singelo recorte que apreendeu algumas flutuações discursivas em torno do uso da cor rosa atrelada a discursos sobre gênero, sexualidade, corpo, raça, etc., que, apesar de breve, demarca relações visíveis entre materialidade, visualidade e verdade.

Referências

- Altmayer, G. (2016). *Tropicuir: (Re)existências políticas nas ações performáticas de corpos transviados no Rio de Janeiro* [Dissertação de mestrado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro].
- Banet-Weiser, S. (2012). *Authentic™: The politics of ambivalence in a brand culture*. NYU Press.
- Batchelor, D. (2007). *Cromofobia*. Senac São Paulo.
- Beccari, M. (2023). Estudos discursivos em design: Fundamentos teóricos. In D. B. Portugal, L. M. Kussler, & W. Hagge (Orgs.), *Quando fazer é pensar: Conectando design e filosofia* (livro eletrônico). PPDESDI.
- Byrne, R. (2006). *Consuming codes: Gender, class, and fashion in postwar America*. Cambridge Press.
- Entertainment Weekly. (2015, June 15). *Steven Universe' creator on growing up, gender politics, her brother*.

<https://ew.com/article/2015/06/15/steven-universe-creator-growing-gender-politics-her-brother/>

Fandom. (2024). *Steven Universe Wiki: Sobre Steven Universe*.

https://stevenuniverso.fandom.com/pt-br/wiki/Steven_Universo_Wiki

Fischer, L. (2001). *Feminist theory and the study of popular culture*. Routledge.

Foucault, M. (2008). *Arqueologia do saber* (L. F. B. Neves, Trad., 7ª ed.). Forense Universitária.

Foucault, M. (2015). *A ordem do discurso: Aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 02 de dezembro de 1970*. Folha de S. Paulo.

GLOBO Esporte. (2023, julho 20). *Hi, Barbie? Inter Miami, Palermo, Cerezo Ozaka... Veja clubes que utilizam o rosa como cor principal*.

<https://ge.globo.com/pe/caruaru-regiao/futebol/noticia/2023/07/20/hi-barbie-inter-miami-palermo-cerezo-ozaka-veja-clubes-que-utilizam-o-rosa-como-cor-principal.ghtml>

GRISARD, Dominique. "Real Men Wear Pink"? A Gender History of Color. In: BLASZCZYK, Regina Lee; SPIEKERMANN, Uwe. *Bright Modernity Color, Commerce, and Consumer Culture*. Switzerland: Palgrave Macmillan, 2027, pp. 77-96.

Guedes, L., & colaboradores. (2009). Gênero e televisão: Cores, estereótipos e representações culturais. *Revista Brasileira de Comunicação*.

Kitch, C. (2001). *The girl on the magazine cover: The origins of visual stereotypes in American mass media*. University of North Carolina Press.

Lima, B. L. C., & Emanuel, B. (2022, maio). Comunicação visual e significados: Uma análise dos elementos visuais do desenho animado Steven Universo. In *Anais do Congresso Intercom Sudeste 2022*.

Paoletti, J. B. (2012). *Pink and blue: Telling the boys from the girls in America*. Indiana University Press.

Piscitelli, A. (2009). Gênero: A história de um conceito. In H. B. de Almeida & J. Szwako (Orgs.), *Diferenças e igualdades* (pp. 116–148). Editora UNESP.

Scott, J. W. (1999). *Gender and the politics of history*. Columbia University Press.

Steven Universe. (n.d.). *We need to talk* [Vídeo]. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=EmDbkqb8JoE>

Waechter, H. (2016). Alternativas epistemológicas para o design da informação: A forma enquanto conteúdo. *Revista Brasileira de Design da Informação*, 13(2), 107–118.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

André Cavalcanti, Doutorando, UFPE, Brasil <cavalcanti.andre@ufpe.br>

Tatyana C. Mendes, Mestranda, UFPE, Brasil <tatyana.mendes@ufpe.br>

Wilton Carvalho, Doutorando, UFPE, Brasil <wilton.carvalho@ufpe.br>

Renata Amorim Cadena, Doutora, UFPE, Brasil <renata.cadena@ufpe.br>

Guilherme Ranoya, Doutor, UFPE, Brasil <guilherme.ranoya@ufpe.br>