

MODA INFANTIL EM FOCO: Um Olhar Crítico Sobre a Adultização da Infância *CHILDREN'S FASHION IN FOCUS: A Critical Look at the Adultification of Childhood*

Ana Beatriz Cândida ¹, faculdade UMFG, anabeatrizcandida1911@gmail.com
Daiane Pardiniho ², faculdade UMFG, daianepardiniho22@gmail.com
Glaciele Cristina do Espírito Santo ³, faculdade UMFG, glaciele@hotmail.com
Gustavo Maurício Codogno ⁴, faculdade UMFG, gustavomcodogno@gmail.com

Resumo: Historicamente, a moda infantil passou de funcional e unissex para estilos mais distintos entre os gêneros, refletindo mudanças sociais e culturais. A partir do século XX, valorizou-se o conforto e a liberdade de movimentos. No entanto, o avanço do marketing direcionado às crianças contribuiu para uma antecipação do consumo e da estética adulta. Assim, torna-se urgente promover uma moda infantil ética, que respeite a liberdade, espontaneidade e dignidade das crianças. Roupas devem expressar ludicidade, conforto e segurança, sem impor valores adultos. O combate à adultização é, portanto, uma medida de proteção aos direitos da infância e ao seu desenvolvimento saudável. Este trabalho tem como objetivo refletir sobre a construção do vestuário infantil ao longo da história da moda, analisando como as transformações estéticas, especialmente a adultização e a sexualização precoce, têm impactado as roupas infantis nas últimas décadas, defendendo uma abordagem ética e respeitosa à infância. A pesquisa, de natureza qualitativa, fundamenta-se em revisão bibliográfica e documental, analisando o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), autores como Montessori, D'Emilio e Freedman (1976), estudos sobre comportamento do consumidor e história da Moda infantil.

Palavras-chave: infância; conforto; sexualização; moda infantil; proteção.

Abstract: Historically, children's fashion evolved from functional and unisex styles to more gender-distinct designs, reflecting broader social and cultural changes. Starting in the 20th century, comfort and freedom of movement became increasingly valued. However, the rise of marketing targeted at children has contributed to the early adoption of consumer habits and adult aesthetics. This makes it urgent to promote an ethical approach to children's fashion—one that respects their freedom, spontaneity, and dignity. Clothing should express playfulness, comfort, and safety, without imposing adult values. Combating the adultization of childhood is, therefore, a measure to protect children's rights and support healthy development. This study aims to reflect on the construction of children's clothing throughout the history of fashion, analyzing how aesthetic transformations, especially adultization and early sexualization, have impacted children's clothing in recent decades, while advocating for an ethical and respectful approach to childhood. The research is qualitative in nature, based on a bibliographic and documentary review, including the Child and Adolescent Statute (ECA), authors such as Montessori, D'Emilio and Freedman (1976), and studies on consumer behavior and the history of children's fashion.

Keywords: childhood; comfort; sexualization; children's fashion; protection.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, observa-se uma crescente tendência na indústria da moda infantil de reproduzir padrões estéticos adultos nas roupas destinadas às crianças. Essa prática, muitas vezes marcada por decotes, fendas, transparências e modelagens justas, desrespeita o estágio de desenvolvimento infantil e pode expor crianças a riscos físicos, psicológicos e sociais. A erotização infantil, traz consigo o afastamento entre a criança e o mundo infantil, afetando tanto o campo

¹ Acadêmica do curso de Moda da Faculdade UMFG,

² Acadêmica do curso de Moda da Faculdade UMFG,

³ Acadêmica do curso de Moda da Faculdade UMFG,

⁴ Coordenador e docente do curso de Moda da Faculdade UMFG, docente do curso de Moda da UEM, possui graduação em Design Gráfico pela Universidade Estadual de Londrina (2006), pós-graduação em Moda: Produto e Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (2010) e mestrado em Comunicação Universidade Estadual de Londrina (2025).

psicológico, tal qual passa a entrar em contato com temas incompatíveis com seu desenvolvimento psicológico e físico, através de vestimentas, maquiagem, até maneiras de comportar-se (Kalamar, 2020). Existe por parte da mídia a tendência de associar a figura feminina como objeto de desejo, este aspecto por sua vez afeta diretamente as crianças, especificamente as meninas, que acabam por absorver esse conceito, de forma a passarem a se preocupar precocemente e consequentemente exagerada com a estética. Podemos verificar esse tipo de comportamento, através dos concursos de beleza infantil, que em sua maioria é observado cada vez mais, um distanciamento da beleza natural e o excesso de artificialidade na composição das candidatas, que se assemelham ao padrão de mulheres em sua fase adulta. O ato de vestir na infância é uma tarefa que exige uma atenção redobrada, pois as roupas são uma extensão do corpo e ela é forma de identificação e diferenciação. Segundo Pereira (2010), a roupa integra o meio externo que influencia a formação e o desenvolvimento infantil, já que está constantemente presente como uma extensão do corpo e interage de forma direta e abrangente com o organismo humano. No caso das crianças, o vestir deveria contemplar a liberdade e inocência na forma de descobrir o mundo. O que vemos é que a publicidade e a moda estão de certo modo corrompendo e acelerando o processo de desenvolvimento de meninos e meninas com os excessos e massificação de ideias e produtos do universo adulto. A espontaneidade característica da infância tornou-se algo raro quando a partir do momento que os pais impõem no vestir e no comportamento dos filhos regras que limitam a sua imaginação no ato de descobrir.

Este trabalho visa refletir sobre a construção do vestuário infantil ao longo da história da moda, analisando como as transformações estéticas, especialmente a adultização e a sexualização precoce, têm impactado as roupas infantis nas últimas décadas, defendendo uma abordagem ética e respeitosa à infância.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é de natureza qualitativa, baseada em revisão bibliográfica e documental. Foram analisadas leis, como o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), e obras de referência da pedagogia, como Montessori, além de artigos acadêmicos sobre marketing e comportamento do consumidor infantil e história da Moda infantil.

3 RESULTADOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO

O art. 15 ao 18 do ECA (Lei nº 8.069, de 1990) destaca os direitos à liberdade, respeito e dignidade das crianças, reforçando a necessidade de proteção contra práticas que possam violar sua integridade. A moda, enquanto linguagem visual e expressão cultural, deve respeitar esses princípios.

Entretanto, D'Emilio e Freedman (1989) apontam que o consumo de moda à partir dos anos 80 é incentivado pela erotização e sexualização de vários aspectos sociais, o que se estende até mesmo à infância. Segundo Silveira Netto, Brei e Flores-Pereira (2010), há um processo de “adultização” das crianças como forma de inseri-las no mercado consumidor, tornando-as alvos de estratégias de marketing que desconsideram sua vulnerabilidade. Esse fenômeno, além de distorcer a autoimagem e o entendimento do próprio corpo, compromete o desenvolvimento saudável da criança. Roupas inadequadas à faixa etária podem gerar desconforto, constrangimento e riscos à segurança física e emocional.

De acordo com a pesquisa bibliográfica foi possível constatar a evolução dos trajes e vestimentas voltadas para as crianças. Segundo Pereira (2010), a percepção de infância e algumas noções de como as crianças eram vistas e tratadas sofreram alterações significativas ao longo da história. É indiscutível que os indivíduos nascem como bebês e permanecem crianças por um certo período da vida. No entanto, essa concepção nem sempre foi compreendida dessa forma, e ao longo do tempo surgiram questionamentos sobre quem é a criança e qual o tempo correspondente à infância.

Ariés (1981) afirma que até o fim do século XIII, não existiam crianças caracterizadas por uma expressão particular, e sim pessoas de tamanho reduzido. O autor destaca que, por muito tempo, a infância foi vista apenas como uma fase transitória da vida, rapidamente superada e facilmente esquecida. Não se atribuía a esse período nenhuma ideia de inocência infantil. Até aproximadamente o século XIII, a infância foi amplamente ignorada: a arte medieval, por exemplo, pouco a representava ou sequer se preocupava em retratá-la. Como não existia um sentimento ou reconhecimento específico do que era ser criança, suas representações, sobretudo nas pinturas, mostravam-nas como adultos em miniatura, inclusive nas vestimentas. Assim que a criança deixava os cueiros, ou seja, a faixa de tecido que era enrolada em torno de seu corpo, ela era vestida como os outros homens e mulheres de sua condição.

De acordo com Heywood (2004), antes do século XVI as roupas para bebês e crianças pequenas tinham uma característica comum: até uma certa idade, não eram distinguidas pelo sexo. Ou seja, tanto os meninos como as meninas vestiam roupas iguais até por volta dos 6 anos. A partir do século XVI isso veio a mudar, surgindo roupas cada vez mais distintivas entre os sexos. Ainda assim, esse estilo de roupa continuava sendo o padrão para os menores. Por meio de pinturas, como representado na Figura 1, podemos ver como estas crianças de famílias abastadas se vestiam.

Figura 1 – Sir Thomas Lucy of Charlecote and Family, (1625).



Fonte: Wikimedia commons. Autor desconhecido. (1625).

O autor afirma ainda que até o século XIX, as calças eram usadas apenas por homens e meninos já maiores. Dessa forma, todas as meninas e meninos pequenos usavam vestidos ou túnicas. Assim, a imagem do passado com crianças pode nos parecer um pouco confusa. Isso porque tem-se a falsa impressão de que os meninos se vestiam “como meninas”. Entretanto, a concepção da época é que as crianças pequenas se vestiriam da maneira apropriada à sua idade, não conforme o sexo. Dessa maneira, imperava uma questão mais pragmática e funcional do que estilística.

Segundo Ariés (1981), a partir dos 6 anos, os meninos então passavam a adotar um traje “de homem”. Ou seja, vestiam camisa, casaco e calças até por volta dos 12 anos, onde costumavam ser mais curtas e ajustadas ao corpo. Os estilos começaram a mudar à medida que as crianças cresciam, marcando cada vez mais a diferença entre homens e mulheres. Todavia, o estilo de roupa para os bebês continuava a ser unissex, compostos basicamente por vestido longos, com tecidos em cores claras, babados e bordados, muitas vezes com um gorro na cabeça. Por volta dos 5 anos de idade, quando eram um pouco mais crescidas, as crianças passavam a usar um vestido mais curto com uma espécie de calças. As pantalletes, eram calças mais soltas à altura dos tornozelos que, sendo unissex, eram então usadas por baixo dos vestidos tanto pelos meninos como pelas meninas. A roupa confortável, alegre e “infantil” não era nem de longe a realidade do período. Por outro lado, a roupa das meninas do século XIX não mudava muito com o tempo. Dessa forma, o estilo da sua roupa apenas deixava de ser mais curto e discreto para passar a ser mais longo e trabalhado. Assim, o modelo seguia sendo o mesmo: vestidos. As mulheres usavam vestidos desde bebês até quando eram idosas.

Simon (1999) afirma que, na Inglaterra da segunda metade do século XIX, umas das principais referências do mundo deste período, a moda era impulsionada pelo crescimento da Revolução Industrial e de uma classe trabalhadora. A rainha inglesa Vitória foi uma grande influência para essa

transformação. Por exemplo, ela começou a vestir os seus filhos com roupas de marinheiro e *kilts* (saías no estilo escocês), e a moda foi logo copiada por outras mulheres. Em 1865, o clássico da literatura *Alice no País das Maravilhas*, de Lewis Carroll, inovou o mundo ao trazer como protagonista uma menina muito inteligente e alegre. A personagem, Alice, foi representada usando um vestido solto e cheio de movimento. De acordo com Ariés (1981), em meados do século XIX houve uma grande mudança no papel das crianças dentro da sociedade. A imagem de meninos e meninas como seres inocentes, que deveriam “ser criança” e brincar para que pudessem se desenvolver, era recente. Os pequenos já não eram empurrados com pressa à vida adulta, mas passavam a ser incentivados a desfrutar da sua ‘pureza’ e juventude. Assim, também se deixava de lado a sua sexualização, principalmente das meninas. Entretanto, a moda seguia sendo vestir ambos os sexos de maneira igual até quando fosse possível.

Madrid (2019) afirma que a partir do século XX a moda infantil começou a priorizar o conforto e a praticidade. As roupas tornaram-se mais simples e funcionais, refletindo as mudanças sociais e crescente ênfase na educação e no bem-estar infantil. As roupas esportivas e escolares se tornaram populares, tendo como principais características: roupas funcionais com tecidos leves e cortes simples, uniformes escolares com a popularização dos uniformes e moda esportiva com a introdução de roupas para atividades físicas. A autora afirma ainda que nas décadas de 1950 a 1970 foram marcadas por muitas influências culturais, como a televisão e a música, que começaram a impactar as escolhas de moda. As crianças passaram a ter mais liberdade de expressão através das roupas. As principais características foram cores vibrantes com combinações mais diversificadas. Estampas divertidas com personagens de desenhos animados e padrões geométricos e diversidade de estilos, desde roupas formais até casuais. Já nos anos 1980 a 2000, a moda infantil foi fortemente influenciada pela cultura pop. Surgiram marcas específicas para crianças, e a tendência unissex ganhou força, com roupas que podiam ser usadas por meninos e meninas. Influências Pop com roupas inspiradas em filmes, música e celebridades. O conforto e praticidade continuou a ser uma prioridade. Já na contemporânea foi moldada por transformações sociais, econômicas e midiáticas, destacando a criança como sujeito ativo e consumidor emergente. Mais que o desaparecimento da infância, vivemos uma reconfiguração desse período, intensificada pela presença das mídias e pelo consumo desenfreado. Atualmente as crianças são mais informadas, participativas e autônomas, influenciam e decidem sobre o que consomem, especialmente na moda, exigindo das marcas maior responsabilidade na criação de produtos que respeitem sua autonomia e papel social em meio a um mercado cada vez mais voltado ao consumo precoce. Esta autonomia de certa forma contribui para um desejo por roupas com conotação adulta.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da adultização na moda infantil revela uma problemática complexa que ultrapassa o campo estético, atingindo diretamente o na construção da imagem das crianças. Ao incorporar elementos da moda adulta como transparências, decotes, fendas, modelagens justas e estéticas erotizadas no vestuário infantil, contribui-se para a distorção do papel da infância, acelerando um processo de amadurecimento precoce que compromete a espontaneidade e a liberdade características dessa fase da vida.

Essa antecipação de comportamentos adultos, muitas vezes incentivada por padrões midiáticos e práticas culturais como concursos de beleza infantil, não apenas reforça estereótipos de gênero, mas também pode afetar negativamente a autoestima e a percepção de identidade das crianças, especialmente das meninas. Além disso, ao reforçar a objetificação da imagem feminina desde cedo, a moda se torna um instrumento de reprodução de desigualdades e de padrões estéticos nocivos, dificultando a construção de uma infância segura, respeitosa e livre de pressões sociais inapropriadas.

Nesse contexto, é imprescindível que pais, responsáveis, educadores, designers e fabricantes atuem de forma consciente e crítica, entendendo que a roupa infantil não é apenas um produto comercial, mas um símbolo de identidade, proteção e desenvolvimento. Tecidos confortáveis, cortes amplos, cores vivas e estampas lúdicas devem ser valorizados como elementos que respeitam e celebram a essência da infância.

Portanto, promover uma moda infantil ética e responsável é uma ação urgente que exige engajamento coletivo. Significa garantir que a infância seja vivida em sua plenitude, longe da imposição de valores adultos, e reafirmar o compromisso com a construção de um ambiente saudável, inclusivo e protegido para todas as crianças. A desconstrução da adultização na moda infantil é, acima de tudo, um ato de defesa dos direitos da infância e de valorização da sua singularidade no processo de crescimento humano.

REFERÊNCIAS

ARIÈS, Phillipe. **História social da criança e da família**. Tradução Dora Flaksman. 2.ed. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1981.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Lei nº 8.069, de 13 de julho de 1990. Brasília: Presidência da República, 1990. Disponível em: <https://www.gov.br>. Acesso em: 19 jun. 2025.

D'EMILIO, J.; FREEDMAN, E. B. *Intimate Matters: A History of Sexuality in America*. Chicago: University of Chicago Press, 1989.

HEYWOOD, Colin. **Uma história da infância**. Porto Alegre: Artmed, 2004

KRAMER, R. *Maria Montessori: A Biography*. New York: Putnam, 1976.

MADRID, Anna Christina. **Criança, Sociedade, Moda E Consumo: Uma Breve História Social sobre Infância e Moda Infantil**. Disponível em: https://moda.eca.usp.br/monografias/Anna_.pdf. Acesso em: 18 jun. 2025.

MONTESORI, M. *The Secret of Childhood*. New York: Ballantine Books, 1995.

PEREIRA, Livia Marsari. **Possibilidades de aprendizagem no vestuário infantil: um estudo exploratório**. 2010. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/c8677ac5-b86c-4107-80a2-0d5c044a2f2b/content>. Acesso em: 23 abr. 2025

SILVEIRA NETTO, C. F.; BREI, V. A.; FLORES-PEREIRA, M. T. **O fim da infância? As ações de marketing e a "adultização" do consumidor infantil**. *Revista de Administração Mackenzie*, São Paulo, v. 11, n. 5, 2010.

SIMON, M. **La mode enfantine, lès carnets de la Mode**. Paris. Edition du Chene- Hachette Livre. 1999.