

COMPORTAMENTO:

AMBIGUIDADE DO GÊNERO NO CONSUMO DE MODA

Ritiéle Maiara Rodrigues

Universidade Luterana do Brasil – ULBRA

Resumo

Este trabalho apresenta os elementos que constituem a estrutura de uma pesquisa de personalidade, com o intuito de encontrar uma pessoa que se classifica por motivo de vestuário ou comportamento no gênero unissex. A partir de uma entrevista com o mesmo será possível distinguir e relatar o padrão de consumo de moda unissex, identificando os desejos de compra dessa pessoa de maneira geral.

Palavras-chave: Unissex, personalidade, consumo, moda.

Abstract

This paper presents the elements that make up the structure of a personality research, with the intention to find a person that ranks because of dress or behavior in unisex gender. From an interview with the same will be possible to distinguish and report the pattern of unisex fashion consumption, identifying purchasing desires of that person in general.

Keywords: Unisex, personality, consumer, fashion.

1 INTRODUÇÃO

Quando falamos em gênero automaticamente cria-se milhares de dúvidas sobre diversas opiniões, quando colocado a palavra gênero no site de pesquisa Google¹ o que se tem como referência e definição é: “Gênero é um termo para várias referências. Gênero pode significar principalmente a diferença entre os homens e as mulheres. Pode ser usado como sinônimo de sexo e também na referência as diferenças sociais.” Mas quando uma pessoa não se classifica como homem ou mulher, indiferente de sua sexualidade? Como se denomina? Existe essa necessidade no século XXI de categorizar as pessoas pela sua aparência? Existindo ou não necessidade, pois isso divide opiniões, posso dizer que tem um termo para quem não se encaixa na definição de somente um gênero em seu comportamento, mais sim os dois ou ausência dos dois e o termo é: unissex. Um ser andrógino tem personalidade única e isso desenvolve um certo interesse sobre seus gostos e influências. Para os psicólogos, médicos e até estilistas, a androginia é sobretudo um fenômeno cultural, nada tem a ver com a bissexualidade ou o homossexualismo. “O que está à tona é o papel social desempenhado pelo indivíduo. A pessoa unissex não precisa ter, necessariamente, comportamento sexual ambíguo”, explica o sexólogo Oswaldo Rodrigues (Apud Albuquerque; Patarra). Resumindo de forma simples: A mulher recupera seu lado masculino sem necessariamente

1 <http://www.significados.com.br/genero>

tornar-se lésbica, e o homem seu lado feminino sem tornar-se gay. Este tipo de comportamento é algo contemporâneo a ser discutido, pois até então a maioria das pessoas que se classificavam “diferentes” não tinham interesse em se expor, tinham medo da rejeição ou algo relativo. Para entender um pouco este estereótipo foi realizado uma pesquisa para encontrar pessoas que aparentam através de seus comportamentos e vestuário, o comportamento andrógino para relatar o padrão de consumo de moda unissex, identificando os desejos de compra dessa pessoa de maneira geral.

2 Metodologia de pesquisa

A pesquisa refere-se a um tipo de pessoa, que tem personalidade unissex. A análise será feita a partir de observação do participante e entrevistas, onde será coletado dados

primários e secundários sobre o consumo de moda unissex, identificando os desejos de compra dessa pessoa de maneira geral. Assim buscando esclarecer algumas dúvidas sobre este tipo de comportamento e entender seu consumo. KAUARK; MANHÃES e MEDEIROS. Metodologia da pesquisa: guia prático – Ita-buna : Via Litterarum, 2010.

3 Entrevista de Comportamento

A entrevista a seguir tem como regra a preservação do nome do entrevistado.

Ao buscar personalidades, encontra-se a questão que as pessoas possuem tipos de comportamentos diversos, mas não classificam-se, por motivo de não saber que o comportamento que se têm refere-se a algum tipo específico ou nunca pensaram sobre isso, esse foi o caso do entrevistado dessa pesquisa. O psicanalista Renato Mezan, da Pontifícia Universidade de São Paulo justifica e expõe com clareza: “São fatores sociais que aos poucos misturam as diferenças entre os gêneros e embaralham a consciência que homens e mulheres tinham de sua identidade e função social. Por isso é impossível explicar a androginia apenas em termos psicológicos. Ela não é uma opção sexual e está no consciente”. Entre os diversos tipos de personalidades, é verdade, sempre existiram andróginos — artistas, burgueses entre outros, mas com certeza nunca a confusão foi tão grande como agora. (REVISTA GALILEU, Gênero além do binário 2015 - Editora Globo S/A),

O entrevistado se chama Augusto*, estuda para ser ator, tem 20 anos e sua sexualidade é indefinida, pois ele adverte ter diversas personalidades e com isso os gêneros indefinidos também.

Imagem 1. Perfil do entrevistado

A primeira pergunta realizada, foi, na percepção dele a definição de masculino e feminino, sua resposta foi de imediato que era uma pergunta muito complexa, mas para ele, no vestuário não existe definição de gênero, mas se tivesse que classificar em meio a pessoas “normais” seus gêneros, classificaria pessoas de vestidos femininas e pessoas de terno masculinas.

Quando se é colocado em questão a classificação nos gêneros diante de uma sociedade padronizada introduzida pela Europa, até as personas mais diferentes demonstram ter ou fingir ter o pensamento antiquado de que rosa é para meninas e azul é para meninos, para não causar alvoroço. Augusto acredita que tem diversas personalidades para poder se encaixar nos padrões, adverte que em sala de aula se considera um tipo de personalidade, em casa outro e dependendo do lugar modifica-se novamente. Foi questionado qual o gênero dessas personalidades e Augusto afirma: é totalmente nulo.

O consumo relacionado ao seu vestuário, relata que não tem interesse nenhum em esbanjar marca e acredita que roupa é somente isso, cobrir-se, não define imagem. Seu estilo é neutro, o que combina muito com seu gênero. Não gasta mais de cem reais em uma peça do vestuário e compra com mais frequência blusas e calças sem nenhuma estampa nas lojas de Fast Fashion. Não existe o interesse algum de se definir pelo vestuário, até porque para Augusto nunca pensou em ser classificado em algum gênero, mas tem um porém, Augusto expõe que quando vai a festas cria roupas totalmente diferentes, talvez pelo motivo de não ter medo de se expor totalmente e ali na aquele lugar e momento ele pode ser todas as suas personalidades ao mesmo tempo sem ser julgado por isso, comenta que já foi vestido de algodão doce, pintinho amarelinho, entre outros adereços, praticamente uma fantasia que se veste.

Imagem 2. Vestimenta em festas

Quando questionado sobre essa diferença entre o dia e a noite para se vestir e se portar, ele afirma que o motivo disso são as suas personalidades se moldando com a sociedade. Quando se é falado em consumo, conforme Krucken (2009), o modo como as pessoas determinam a qualidade de um produto é um processo relativo, que na maioria das vezes pode ser definido por questões culturais. Várias “dimensões de qualidade” são consideradas na escolha de um produto ou serviço. Para o consumidor, o valor de um produto está diretamente relacionado a sua “qualidade percebida” e a confiança que se envolve em relação ao produto, sua origem e ao local em que está exposto e comercializado.

Quando aplicado a ferramenta de Krucken “Estrela de valor” a qual refere-se as dimensões de valores de produtos e serviços sobre o consumo do entrevistado, pode-se observar que Gustavo em relação a valor ambiental tem grande significado, pois isso interage diretamente no seu investimento e o influência na compra, o valor funcional, valor social e valor simbólico não chama atenção quando o mesmo for efetuar uma compra. Embora o valor emocional se destaca, pois está diretamente envolvido ao sentimento relacionado a compra e ao consumo e utilização do produto. O valor econômico tem grande importância também, pois Augusto não investe em peças caras e prefere o básico.

Krucken ainda afirma que estes valores se estabelecem de forma integrada e dinâmica.

Pode-se considerar, portanto, que a qualidade

2 <http://www.nickiminajbrasil.com.br>

resulta do modo como o produto é produzido e consumido: envolve o sistema de produção e o sistema de consumo, os produtores, os consumidores e toda a rede que se desenvolve em torno do produto.

A maior referência de feminino para Augusto a qual o inspira para se vestir á noite e onde ele expõe em todas as redes sociais é a Nicki Minaj, cantora norte americana de rap, personalidade forte, conforme sua biografia², quando criança para fugir dos problemas que enfrentava por causa do pai que se drogava, criou diversas personalidades, quando seus pais brigavam, Cookie aparecia e isso a acompanha até hoje em suas músicas. É de fácil percepção as características que Augusto encontra na cantora, pois os dois passam pelas mesmas mudanças de personalidades constante.

Imagem 3. Nicki Minaj

Sua referência de masculino é Adam Lavine, vocalista e guitarrista da banda Maroon 5, onde é alvo de dúvidas sobre sua sexualidade nas redes sociais, por causa de seu comportamento e isso envolve muito a imagem de Augusto.

Imagem 4. Adam Lavine

Logo que observamos qualquer tipo de pessoa buscamos referências dela como: qual a sexualidade, gênero, gostos entre outros, mas com Augusto cria-se uma dúvida, é difícil desvendá-lo, realmente só o questionando para descreve-lo, por motivo que ele mesmo afirma, ele se molda trazendo à tona um tipo de personalidade e escondendo outras conforme o ambiente que se está e as pessoas ao seu redor naquele momento.

Esse medo que andróginos e pessoas que tem gêneros diferentes que o habitual gera a partir da desigualdade entre os sexos inserido na população por pessoas desinformadas, que por criação ou histórico cultural não tem acesso ou interesse em se envolver nas novas gerações de gêneros que já existem durante anos, mas somente agora está sendo exposto a sociedade. Conforme o filósofo Jean Jacques Rousseau (1712-1778) refletia sobre a oposição entre natureza e sociedade e o possível equilíbrio entre as necessidades básicas do ser humano com as do meio físico. Para ele, a origem dos males da civilização, como a

desigualdade, estava no aparecimento da propriedade privada, que produzia uma forma de conduta moral corrompida das pessoas, com sentimentos como o egoísmo e o desejo de posse. ROUSSEAU, Jean Jacques (1754) Discurso sobre A Origem da desigualdade. Ed. Ridend Castigat Mores, 1754.

4 Conclusão

Conclui-se que quando o assunto gênero vem à tona e focado no comportamento unissex, pode se dizer que existe a dúvida e opinião não formada diante de algumas situações, onde o indivíduo não sabe como se portar, pois está em um meio onde existe a falta de interesse por informações que agregam, assim tendo por vezes esconder sua ou suas personalidades para fazer parte de uma sociedade. Augusto relacionado a consumo tem diversas opiniões conforme o ambiente que se está, então seu consumo de moda muda dependendo da situação variando do mais básico ao extraordinário. A dificuldade em classificar o seu consumo em um determinado público alvo é grande, pois suas personalidades caminham por diversos comportamentos. Pode se dizer que a muitas direções para serem percorridos para o comportamento unissex ser reconhecido e valorizado, mas já existe essa buscar por entendê-los e atendê-los. A prioridade no momento é ter liberdade nas escolhas, fazer o que se gosta e buscar o melhor para si sem ter medo.

Referências bibliográficas

CIÊNCIA COMPROVA QUE IGUALDADE DE GÊNERO EXISTIU NA PRÉ-HISTÓRIA.

Revista Galileu. Editora Globo S/A. 05/2015.

DESIGUALDADE DE GÊNERO DIMINUI — UM POUCO. Revista Galileu. Editora Globo S/A. 09/2015.

FERREIRA, Amanda. O Consumo Como Simbólico. Rio de Janeiro. 08/2010.

KAUARK, Fabiana et al. Metodologia de Pesquisa-Guia prático. Itabuna / Bahia, 2010.

KRUCKEN, L. (2009) Design e território: valorização de identidades e produtos locais. São Paulo: Nobel.

ROUSSEAU, Jean Jacques (1754) Discurso sobre A Origem da desigualdade. Ed. Ridend Castigat Mores, 1754