

Moda, gênero e expressão: padrões e liberdade no estilo masculino

Sofia Lopes Ribeiro | sofia.lr@aluno.ifsc.edu.br
Kárittha Bernardo de Macedo | karitha.macedo@ifsc.edu.br

RESUMO

Este estudo apresenta os resultados de uma pesquisa piloto realizada para a UC de Análise de Produto de Vestuário da 4ª fase do curso superior tecnológico em Design de Moda, tendo como foco o público masculino. Participaram cinco voluntários que buscam estabilidade financeira, com idades entre 20 e 28 anos, todos na 3ª fase do curso de Processos Gerenciais no IFSC Câmpus Gaspar. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, permitindo que os participantes descrevessem seus estilos preferidos, hábitos de compra e percepções sobre moda e identidade. As respostas foram analisadas sob uma perspectiva histórica e social, confrontando os relatos dos participantes com referências teóricas sobre moda masculina e masculinidade, como McKenzie (2018) e Breward (2003). A análise qualitativa possibilitou identificar padrões recorrentes e compreender como fatores históricos e sociais influenciam a expressão de estilo entre homens jovens. Observou-se que os estilos 8 foram o Street e o Básico, caracterizados por peças largas, confortáveis e práticas. A maioria dos participantes relatou preferir compras online em vez de lojas físicas, justificando essa escolha pela praticidade e pelo desconforto em interagir com vendedores. Embora todos reconheçam a moda como forma de expressar identidade e estilo pessoal, notou-se que, nesse grupo, essa expressão ainda é limitada: os entrevistados tendem a se esconder atrás de padrões rígidos de masculinidade, possivelmente buscando se reafirmar socialmente, mesmo que de forma inconsciente. A análise também revelou um padrão interessante: os participantes que estão em relacionamentos demonstraram maior abertura para experimentar novos estilos, possivelmente porque a validação vinda dos parceiros reduz a pressão social de reafirmar constantemente a masculinidade (McKenzie, 2018). Ao confrontar esses dados com a literatura histórica, verificou-se que a uniformidade nas roupas masculinas, como o uso de peças largas e cores neutras, ainda reflete normas históricas de masculinidade, especialmente a masculinidade burguesa do século XIX, na qual cores escuras e sobriedade eram símbolos de status e identidade (Breward, 2003). A partir dessas observações, surgiu a questão central do estudo: será que os homens realmente não se importam com moda, ou seriam condicionados inconscientemente por normas sociais de masculinidade? Os achados indicam que, apesar do reconhecimento da moda como meio de expressão pessoal, fatores históricos e sociais continuam limitando a liberdade de escolha masculina. Esses resultados parciais evidenciam como a moda masculina, neste grupo, permanece em um espaço de disputa simbólica entre expressão e repressão, ressaltando a importância de ampliar o diálogo entre moda, gênero e comportamento contemporâneo. Uma estratégia para aproximar esse público seria oferecer experiências de compra que unam a praticidade do ambiente online à experimentação sensorial do presencial, incentivando os homens a explorarem novos estilos sem comprometer sua identidade social.

Palavras-chave: moda masculina; masculinidade; expressão de identidade, comportamento de consumo; gênero.