

GÊNERO, MODA E CIDADE: UMA ANÁLISE DO VESTUÁRIO NA PRAÇA DA GENTILÂNDIA EM FORTALEZA

Gender, Fashion and City: An Analysis of clothing in Praça da Gentilândia in Fortaleza

Tavares, Anna Odara de Araújo; Universidade Federal do Ceará
annaodarat@gmail.com¹

Pinto, Antônia Juliana Marques; Universidade Federal do Ceará
ju.marques@gmail.com²

Lindoso, Beatriz Amorim; Universidade Federal do Ceará
beatrizlindosoamorim@gmail.com³

Carlos, Rebeca de Oliveira Bento; Universidade Federal do Ceará
rebecaabento@hotmail.com⁴

Silva, Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva; Universidade Federal do Ceará
emanukelly@gmail.com⁵

Programa de Educação Tutorial PET Moda – UFC

Introdução

Este artigo foi desenvolvido no Programa de Educação Tutorial do curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará (PET-Moda UFC). Objetiva-se entender a roupa como forma expressiva de gênero, além de observar o uso da moda agênero⁶ na cidade de Fortaleza.

O conceito de gênero emerge das feministas anglo-saxãs do início do século XIX, que buscavam distanciar-se do conceito de sexo, fugindo do determinismo biológico e atribuindo-lhe caráter social. Dessa forma, o conceito está atrelado à história e sua construção social, como defende Louro (1997). Nesse ponto, o foco deixa de ser as características biológicas-sexuais e passa a ser o modo como o gênero é interpretado na sociedade.

Visto que os estudos sobre gênero estão atualmente em destaque, é necessário verificar como ele se relaciona ao campo da moda e é refletido na sociedade. Assim, torna-se relevante observar como e se a fluidez de gênero é expressa através da roupa.

¹ Anna Odara de Araújo Tavares. Graduada do sexto semestre do Curso de Design – Moda pela Universidade Federal do Ceará/UFC e bolsista no Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

² Antônia Juliana Marques Pinto. Graduada do sexto semestre do curso de Design - Moda pela Universidade Federal do Ceará/ UFC e bolsista no Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

³ Beatriz Amorim Lindoso. Graduada do sexto semestre do curso de Design - Moda pela Universidade Federal do Ceará/ UFC e bolsista no Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

⁴ Rebeca de Oliveira Bento Carlos. Graduada do sexto semestre do curso de Design - Moda pela Universidade Federal do Ceará/ UFC e bolsista no Programa de Educação Tutorial (PET Moda UFC).

⁵ Emanuelle Kelly Ribeiro da Silva. Graduada em Estilismo e Moda, mestre em Sociologia e doutora em Educação. Professora e Cotutora do Programa de Educação Tutorial do Curso de Design-Moda da Universidade Federal do Ceará. (PET Moda UFC)

⁶ Entende-se agênero algo sem gênero predefinido, livre de regras sociais que cercam as definições biológicas de gênero feminino/masculino.

A pesquisa ocorreu na praça da Gentilândia, localizada no bairro Benfica. O lócus foi escolhido por abrigar três das principais instituições de ensino da cidade - o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), o centro de Humanidades da Universidade Estadual do Ceará (UECE) e da Universidade Federal do Ceará (UFC). A concentração dessas instituições possibilita considerável fluxo de jovens, que reinventam os espaços do bairro com atividades políticas, artísticas e culturais. A metodologia escolhida foi a pesquisa bibliográfica, seguida pela observação participante e entrevista semi-estruturada.

A percepções de gênero

As percepções de gênero se dão no lugar social, pois é através da cultura que o próprio é moldado. Louro (1997) explica que nos séculos passados, a distinção entre os gêneros dava-se a partir da visão biológica do que nos forma como homem ou mulher. No entanto, segundo a autora, o feminino e o masculino se constituem a partir de características sociais. Não se nega a constituição biológica, mas esta é colocada em segundo plano quando se trata de gênero. O conceito em si quer dizer mais sobre como as características sexuais são entendidas e construídas na prática social, participando do processo histórico, do que algo físico dado *a priori*.

As aceitações, repressões e opressões se dão no campo das relações sociais, e devido a isso o gênero deve se constituir e ser discutido nesse âmbito. Joan Scott (1989, p.21) explica que essas relações se baseiam nas diferenças percebidas entre os sexos, além de ser uma forma primeira de significar as relações de poder, pois para ela gênero está diretamente ligado ao poder e à forma como um é dominante e o outro é dominado. Além de subjugar um em detrimento do outro, Butler (2006) também afirma que insistir no binário homem-mulher como única forma de entender gênero, reduz a possibilidade de pensar a alteração dessa relação.

Quando se fala de gênero, a cultura ocidental reconhece primeiramente a noção biológica, e com isso a existência de apenas duas categorias: o masculino e o feminino. Tal fato preserva a oposição binária de homem e mulher, evidenciando a prioridade do primeiro elemento em relação ao segundo. Essa prioridade se dá no âmbito social, onde Louro (1997) acredita que o gênero deve ser discutido e construído.

A roupa como expressão identitária de gênero

Gênero é uma das várias identidades que o sujeito possui. De acordo com Louro (1997), o indivíduo possui um gênero, etnia, nacionalidade e outras categorias. Todas essas identidades estão ao mesmo tempo constituindo o ser humano, articulando-se e interferindo entre si. Para Crane (2006), a principal forma de expressar essas identidades é através da roupa, já que esta é uma das formas mais visíveis de consumo.

Segundo Embacher (1999), as roupas adquirem funções sociais, estéticas e psicológicas, que são misturadas e expressas simultaneamente em determinadas ocasiões, atuando como forma de expressão do indivíduo, explicitando sua identidade. Lanz (2014, p. 93) também explica que o ato de vestir-se é resultado de inúmeros fatores e condicionantes sociopolíticos, econômicos e culturais. A

roupa é um espelho da percepção que cada um tem de si, conectando o nosso eu interno ao nosso eu social. Dessa forma, Crane (2006) acredita que a moda é uma das mais evidentes marcas de status e gênero, podendo manter ou subverter símbolos sociais, como, por exemplo, quando um homem usa peças que são direcionadas ao público feminino.

A divisão das roupas por sexo, afirma Lanz (2014, p. 96), produz um vestuário contraditório e ambíguo que traduz, de maneira visual, os valores e conflitos ‘naturalizados’ e impressos pela sociedade no corpo das pessoas sob o rótulo de ‘gênero’. Criando, então, uma expectativa social sobre o corpo do indivíduo e como ele deve se vestir. Dessa forma, a moda agênero tenta quebrar o binarismo masculino-feminino, dando ao sujeito liberdade para se expressar.

O estudo de campo

A pesquisa foi realizada em uma noite de sexta-feira na Praça da Gentilândia, visando um lugar urbano da cidade, com grande circulação de pessoas. Mesmo não se colocando como objetivo estudar o público LGBT, por acaso estava acontecendo o Ato Show Cultural Contra a LGBTfobia, mas que o fato não alterou o público usual da praça. Inicialmente observou-se que padrões de roupa feminina e masculina não eram seguidos pela maioria dos frequentadores da praça. No geral, ambos os sexos usavam calças ajustadas ao corpo, camiseta e tênis. Os cortes de cabelo não seguiam padrões normativos, tanto as meninas usavam cabelos curtos quanto os meninos usavam cabelos longos.

Foram entrevistadas um total de oito pessoas, dentre estas, quatro garotas e quatro garotos, com idades entre 18 e 30 anos, em sua maioria estudantes. Entre os achados da pesquisa de campo, observou-se que o critério de escolha da roupa era conforto e “algo que fique bem no corpo” e que faça com que o usuário “sinta-se bem”. A maioria dos meninos informou que compra roupas com maior frequência na sessão feminina de lojas de departamento, assim como as meninas disseram comprar mais na sessão masculina. A maquiagem vista como modelo de beleza feminino não era usada pelas mulheres abordadas, enquanto alguns homens a usavam. As entrevistadas identificaram sua vestimenta como predominantemente masculinas. Enquanto os quatro entrevistados reconheceram sua indumentária como agênero.

Considerações finais

Com a pesquisa ainda em andamento, os resultados parciais mostram que há pouco reconhecimento de moda agênero dentre os frequentadores da Praça da Gentilândia. Apesar de haver expectativa do mercado em torno da moda sem gênero, a grande maioria das pessoas consultadas respondeu não reconhecer essa tendência ou não usá-la, ainda que estivessem vestindo uma roupa supostamente do gênero oposto. Pretende-se desenvolver mais este estudo, abordando um número maior de frequentadores do referido espaço, a fim de explorar melhor o tema em questão.

Referências

BARNARD, Malcolm. Moda e comunicação. Rio de Janeiro: Rocco, 2003

12º Colóquio de Moda – 9ª Edição Internacional
3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda
2016

BUTLER, Judith. *Undoing Gender*. New York: Routledge, 2006

CRANE, Diana. *A moda e seu papel social: Classe, Gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Editora Senac, 2006.

EMBACHER, Airton. *Moda e Identidade: A construção de um estilo próprio*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 1999.

LANZ, Letícia. *O corpo da roupa: a pessoa transgênera entre a transgressão e a conformidade com as normas de gênero*. Curitiba, 2014. 342 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Setor de Ciências Humanas da Universidade Federal do Paraná.

LOURO, Guacira Lopes *Gênero, sexualidade e educação*. Guacira Lopes Louro - Petrópolis, RJ. Uma perspectiva pós-estruturalista. Vozes, 1997.

SCOTT, Joan. *Gênero: uma categoria útil de análise histórica*. New York, Columbia University Press. 1989.