RESSIGNIFICAÇÃO DO CONCEITO DE MASCULINIDADE PADRÃO CORRELACIONADA COM OS ESTUDOS DE TENDÊNCIAS

Marcela Machado Battisti[1], Sandra Regina Rech[2]

1 Acadêmica do Curso de Moda, CEART - bolsista PROBIC/UDESC
2 Orientadora, Departamento de Moda, CEART – sandra.rech@udesc.br

Objetiva-se, por meio deste estudo, debater acerca da desconstrução da masculinidade e de seu posicionamento no mercado da moda. Interconectando a conceituação histórica do tema com pesquisas de tendências, é possível refletir sobre seu impacto no comportamento do consumidor. Tema recorrente no atual milênio, a questão de gênero traz consigo tópicos como a liberdade de expressão e sentimento, pilares de caráter essencial na desconstrução da masculinidade dos modelos e fronteiras identitárias. Avanços no campo tecnológico, conquistas de lutas humanistas liberais e novas relações de trabalho afetaram diretamente a estruturação do conceito de masculinidade padrão. O ideal masculino, construído sob a base inabalável do modelo de dominador em uma sociedade patriarcal, é redimensionado e ascende à reflexão e análise sob os efeitos que serão produzidos nos novos arranjos sociais. A ideia sobre sexualidade ergueu-se na transição da era clássica para a moderna, juntamente com a noção de hegemonia masculina e feminina. De acordo com as expectativas do padrão social de comportamento masculino, os homens são postos em posição "irracional", não sendo capazes de dominar seus impulsos e estando à mercê de seus instintos. A pós-modernidade chega, neste sentido, atropelando conceitos e valores até então estabelecidos. O processo de desintegração do controle masculino coloca em questão o mito da masculinidade. Fragilidade, sensibilidade, necessidade afetiva, entre outras marcas rotuladas e impostas socialmente como femininas, florescem sem aversão na personalidade desse novo sujeito. Por meio da análise da vertente histórica da sexualidade e da evolução cultural da diferença entre os sexos, o presente trabalho objetiva realizar um estudo de caso, investigando a desconstrução da masculinidade inter-relacionada com os estudos de tendências. A pesquisa de tendências, atualmente, é vista como ferramenta principal para o sucesso de um negócio e, partir dela, é possível contextualizar o desejo de consumo com questões sociais/políticas. Portanto, ao investigar novos comportamentos, hábitos e demandas que surgem a partir de mudanças no contexto em que vivemos confere suporte e precisão acercas de investimentos em produtos e serviços, diminuindo riscos e consolidando ideias de sucesso. Em vista disso, a pesquisa foi delimitada em três partes: (a) Construção e Evolução Histórico-Social da Masculinidade; (b) Aplicação na Prática: análise de *cases* e personas que desconstruíram a masculinidade em seus feitos; (c) Imersão na Tendência *Neo Male*: sua ascensão social. A análise foi fundamentada em leituras de artigos científicos, livros, pesquisa em sites da esfera digital que englobam opiniões semelhantes e trabalhos dos estudos de tendências, desde conteúdos base até teorias mais complexas da atualidade. Como resultado desta investigação, pode-se concluir que a superioridade dos homens perante as mulheres, posicionamento imposto pela sociedade desde a antiguidade, modificou a maneira como esses sujeitos se apresentam enquanto consumidores. O

conceito de masculinidade, por muito tempo, permaneceu intocado. Entretanto, o caloroso debate sobre a construção da equidade de gênero trouxe à tona o desejo de questionamento do universo do masculino. A masculinidade no seu ideal cultural é tóxica e evolve uma série de questões. A perpetuação do estupro, homofobia, misoginia e racismo são pontos que provam que, esse conceito criado pela sociedade e preponderado ao longo dos anos, se tornou extremamente nocivo tanto para as pessoas ao redor como para o próprio sujeito.

Palavras-chave: Desconstrução. Masculinidade. Estudo de Tendências.