

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO – CAA

DESIGN

RICARDO DAVI FARIAS MARINHO

**CULTURA DE CONSUMO E MODA MASCULINA: UMA ANÁLISE SOBRE
RESTRIÇÃO AO CONSUMO**

CARUARU

2019

RICARDO DAVI FARIAS MARINHO

**CULTURA DE CONSUMO E MODA MASCULINA: UMA ANÁLISE SOBRE
RESTRIÇÃO AO CONSUMO**

Trabalho de conclusão de curso de graduação em Design, da Universidade Federal de Pernambuco CAA – UFPE, para a obtenção do título em Bacharel em Design.

Área de concentração: Design de Moda.

Orientador: Prof. Dr. Ana Paula de Miranda
Co-orientador: M.E Arthur de Oliveira Filho

CARUARU

2019

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

M338c Marinho, Ricardo Davi Farias.
Cultura de consumo e moda masculina: uma análise sobre restrição ao consumo. /
Ricardo Davi Farias Marinho. - 2019.
72 f. : 30 cm.

Orientadora: Ana Paula Celso de Miranda.
Coorientador: Arthur de Oliveira Filho.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
Pernambuco, CAA, Design, 2019.
Inclui Referências.

1. Consumo. 2. Cultura. 3. Identidade social. 4. Homens – Identidade. I. Miranda,
Ana Paula Celso de (Orientadora). II. Oliveira Filho, Arthur de (Coorientador). III. Título.

CDD 740 (23. ed.)

UFPE (CAA 2019-408)

RICARDO DAVI FARIAS MARINHO

**CULTURA DE CONSUMO E MODA MASCULINA: UMA ANÁLISE SOBRE
RESTRINÇÃO AO CONSUMO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação
em Design da Universidade Federal
de Pernambuco, como requisito
parcial para a obtenção do título de
Bacharel em Design.

Aprovada em: 10/ 12/ 2019.

BANCA EXAMINADORA

Prof^o. Dr. Ana Paula de Miranda (Orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof^o. Dr. Izabela Domingues (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

M.E. Arthur Oliveira (Examinador Externo)

Universidade Federal de Pernambuco

Dedico este trabalho à minha essência divina interna, pois até nos momentos que nem eu acreditava haver esperança, você nunca desistiu de nós.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha orientadora Prof. Dr. Ana Paula de Miranda e também meu co-orientador M.E. Arthur de Oliveira Filho, pela sabedoria com que me guiaram nesta trajetória.

Aos meus colegas de sala.

A Secretaria do Curso, pela cooperação.

Gostaria de deixar registrado também, o meu reconhecimento à minha família, pois acredito que sem o apoio deles seria muito difícil vencer esse desafio.

Enfim, a todos os que por algum motivo contribuíram para a realização desta pesquisa.

RESUMO

Tendo em vista que esse estudo traz consigo uma forma de ressignificação para o vestuário masculino no contexto da pós-modernidade, pesquisou-se sobre um certo descontentamento de parte de alguns homens ocidentais em torno dos padrões sociais do que pode ser considerado como comportamentos masculinos e como isso reflete no seu vestuário, a fim de compreender como as relações de poder entre os gêneros afetaram o vestuário e como isso repercuti na cultura pós-moderna. Para tanto, é necessário compreender o padrão da masculinidade apoiando-se na história e cultura da sociedade ocidental, identificar as relações de poder existente entre os gêneros e como isso influenciou na maneira das pessoas se vestirem e por fim identificar a razão pela qual existe um descontentamento com os padrões de masculinidade para uma parcela da sociedade atual. Realizou-se, então, uma pesquisa utilizando-se da metodologia aplicada em DNA de imagem de moda Maciel e Miranda (2009), que tem por fundamento adaptar o método de trabalhar com a pesquisa iconográfica, fundamentada nos valores percebidos, abordando a sistemática dos sistemas de signos na produção dos sentidos. Este estudo que propõe uma nova abordagem no que diz respeito a utilizar a análise de imagens, como forma de decodificação de significados na forma de se vestir. Com o objetivo de mapear os códigos do vestuário masculino, propondo mais uma forma de ver e perceber a moda. Diante disso, verificou-se que o homem começa a incorporar elementos antes restritos ao universo feminino, percebendo assim uma ruptura com alguns padrões socialmente aceitos sobre a postura masculina e surgindo, a partir desse contexto, novas masculinidades sustentadas dentro de uma sociedade pós-moderna. Nesse contexto a estética não-binária surge como alternativa vestimentar para esse novo público masculino. O que impõe a constatação de que a cultura ocidental pós-moderna vem revendo alguns conceitos trazidos a gerações sobre os parâmetros dos padrões da masculinidade.

Palavras-chave: Moda masculina. Cultura de consumo. Identidade pós-moderna. Não-binaridade.

ABSTRACT

Given that this study brings with it a form of resignification for men's clothing in the context of postmodernity, some Western men's discontent about the social patterns of what can be considered male and female behavior has been investigated. how this reflects on their clothing in order to understand how power relations between genders have affected clothing and how it has reflected in postmodern culture. Therefore, it is necessary to understand the pattern of masculinity based on the history and culture of Western society, to identify the power relations existing between genders and how it influenced the way people dress and, finally, to identify the reason why there is a discontent with masculinity standards for a portion of today's society. Then, a research was carried out through the historical procedure method, using the methodology applied to fashion image DNA Maciel and Miranda (2009), whose purpose is to adapt the method of working with iconographic research, based on the perceived values, addressing the systematics of sign systems in the production of the senses. This study proposes a new approach to using image analysis as a means of decoding meanings in the way of dressing. In order to map the codes of men's clothing, proposing one more way to see and understand fashion. Given this, it was found that men begin to incorporate elements previously restricted to the female universe, thus perceiving a rupture with some socially accepted patterns on the male posture and emerging, from this context, new masculinities sustained within a postmodern society . In this context, non-binary aesthetics emerges as a clothing alternative for this new male audience. This leads to the realization that postmodern Western culture has been reviewing some concepts brought to generations about the parameters of masculinity patterns.

Keywords: Men's fashion. Consumer culture. Postmodern identity. Non-binarity.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
1.1	PROBLEMATIZAÇÃO.....	12
1.2	OBJETIVOS.....	12
1.2.1	Objetivo geral.....	12
1.2.2	Objetivos específicos	12
1.3	JUSTIFICATIVA.....	13
1.3.1	Justificativa prática	13
1.3.2	Justificativa teórica	13
1.4	PERCURSO METODOLÓGICO.....	15
2	REREFENCIAL TEÓRICO.....	20
2.1	MODA E GÊNERO.....	20
2.2	CONSUMO E IDENTIDADE MASCULINA.....	31
2.3	IDENTIDADE PÓS-MODERNA.....	41
3	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	52
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	68
	REFERÊNCIAS.....	71

1 INTRODUÇÃO

Segundo Lipovetsky (2009) ao considerar a história da moda, mais especificamente o período histórico em que a vestimenta passou a ter um forte poder na distinção de gênero, observa-se que a era monárquica, dentro de uma sociedade hiper-conservadora, basicamente ditou a estética do que viria a ser considerado como vestuário masculino e ou feminino. A partir de então tentou-se compreender a normatividade moderna, do porque o vestuário masculino é tão restrito em sua composição (calça, bermuda, camisa, casaco), enquanto as indumentárias femininas apresentam uma maior variedade de artefatos, a mulher tem toda uma liberdade em relação ao que vestir, podendo usar calças, vestidos, saias; mesclar entre masculino e feminino, possuir vários estilos. Dessa forma a masculinidade evita revelar signos que, de alguma forma, possa se aproximar da feminilidade, no vestir (cor, estampa, forma), mantendo-se sempre em um grau de austeridade e superioridade, como se o fato de aproximar-se da feminilidade fosse denegrir sua imagem enquanto homem.

De fato, busca-se entender o surgimento das relações de poder entre os sexos (na antiguidade gênero e sexo eram considerados a mesma coisa, pois ao nascer com um pênis, a pessoa já era designada ao masculino), do porque o homem possui uma relação de poder em relação ao feminino e como a moda pode ter sido influenciada por esses fatores, percebendo que certos comportamentos estão bastante enraizados culturalmente em nossa sociedade e que acaba se tornando o padrão e ser seguido.

Dessa forma, chega-se à questão de que todo esse poder associado a sexualidade colocado por Bourdieu (2003) onde o ser masculino exerce sobre o feminino uma dominação natural, que é propagado culturalmente há centenas de anos, que passa de geração a geração, sendo transmitido de pais para filhos, até o surgimento de um novo perfil masculino, o homem pós-moderno. Segundo Hall (2015) existem três concepções de identidade, bastante distintas entre si, que são: o sujeito do iluminismo, o sujeito sociológico e o pós-moderno. O sujeito do iluminismo baseava-se na concepção da pessoa como um indivíduo centrado, com um forte poder de racionalização, onde encontrava-se num núcleo interior, surgindo pela primeira vez ao seu nascimento e se desenvolvia junto com o sujeito, permanecendo essencialmente idêntico ao longo da existência do

indivíduo. Enquanto a noção de sujeito sociológico refletindo a complexa modernidade, tendo consciência de que esse núcleo interno não era autossuficiente para o indivíduo, mas que se formava na relação com outras pessoas importantes para ele, intervindo para o sujeito os valores baseados na cultura do mundo em que ele habita. Com o processo de identificação é produzido o sujeito pós-moderno, marcado como não tendo uma identidade fixa, sendo transformado em relação as suas representações, permeado pelos sistemas culturais aos quais pertence. Sendo assim, o podemos afirmar que o sujeito pós-moderno é aquele homem que não possui uma identidade fixa.

Agora as questões de identidade começam a surgir, alguns homens, dentro da pós-modernidade, percebem que não mais se identificam com a imagem desta masculinidade arcaica, com uma virilidade exorbitante, que se acha ter poder (dominação) em relação ao feminino. A identidade cultural masculina a partir de então, passa a ser analisada por um novo aspecto, se afastando dessas relações de poder exercidas sobre o feminino, trazido inconscientemente por nossos antepassados e sendo traduzido em um homem que não possui uma identidade fixa, assumindo diferentes identidades em diferentes momentos.

Não se identificando mais com essa imagem masculina, começam a surgir questionamentos sobre esse novo padrão masculino, que vem justamente com a ideia de que não existe um padrão social para definir o eu pode ou não ser considerado masculino ou feminino a ser seguido e sim mostrar que a união entre os dois não afetará o papel social de nenhum. Daí a questão da não-binaridade ganha foco: uma identidade não binária é caracterizada pela ausência de gênero ou não conformidade com o conceito vigente de gênero, porque o padrão binário de gênero classifica as pessoas em mulheres ou homens, e o que foge disso não se enquadra. Agora, na pós-modernidade, esses indivíduos começam a utilizar-se de alguns elementos, antes considerados restritos ao armário feminino, como signos na construção de suas identidades. Saias, vestidos, maquiagem começam a interagir entre os dois universos, masculino e feminino.

A princípio, percebe-se uma limitação do guarda-roupa masculino se comparado ao feminino, a mulher possui uma maior variedade de formas no vestir (saias, calças, vestidos, shorts) enquanto o homem fica restrito (a calça ou a bermuda) não só em formas, mas também em cores, texturas e estilos.

A partir dessas questões a pesquisa ganha certa relevância, pois fará um apanhado histórico para analisar a origem dessa restrição masculina e o porquê ainda é tão propagada na atualidade. “Provavelmente o homem comum não saberia explicar porque uma saia não pode ser usada por homens (um escocês, por exemplo, usa *kilt*). Os padrões simplesmente são aceitos.” (QUEIROZ, 2009, p. 49). “Pensar o “indivíduo” traz novas possibilidades para esse homem que desde criança se habituou a seguir o pensamento coletivo e a se posicionar mediante os conceitos recebidos.” (QUEIROZ, 2009, p. 49). Desse modo as questões de identidade de gênero começam a entrar em discussão e ganhar força na atualidade, portanto os signos masculinos começam a ser observados por outras perspectivas, sendo ressignificado pelo homem pós-moderno. Alguns homens começam a não mais se identificarem com os padrões sociais que remetem ao masculino falocêntrico, a individualização humana potencializou drasticamente nesse processo, pois o homem começa a questionar sua imagem associada a esse padrão preestabelecido a sociedade ocidental, começa a “quebrar as regras”. Isso com certeza vai influenciar e refletir em seus comportamentos e vestuário. Postura, relações interpessoais, roupas, acessórios, cosméticos, cuidado com a aparência, antes restritos a “superficialidade feminina” agora transita entre os dois gêneros.

Percebe-se então, certos paradigmas que se sustentaram por milênios referente ao estereótipo/padrão da masculinidade já não são mais tão efetivos para alguns homens na sociedade atual. A construção da masculinidade pós-moderna começa, antes de tudo, a levar em consideração o seu gosto pessoal, a sua individualização, dessa forma, rejeitando alguns parâmetros pré-estabelecidos socialmente, como a imagem do poder, da virilidade. A partir daí o homem começa a buscar caminhos alternativos no que diz respeito a seu estilo de vida, ao seu cotidiano e a moda não fica de fora.

1.1 PROBLEMATIZAÇÃO

Com o advento desse comportamento não binário por parte da população, surge também a resignificação do vestuário, com novos padrões, estilos e estéticas. Algumas marcas de vestuário vão começar a se apropriar dessas estéticas não binárias, buscando uma imagem que não remeta ao masculino tampouco ao feminino, buscando por elementos neutros em relação ao gênero. Incorporando elementos de ambos os guarda-roupas (masculino e feminino) mas permeando por uma neutralidade não só formal, mas que também engloba cores e texturas. A não-binaridade surge como alternativa vestimentar para esses homens que começam a se resignificarem socialmente como indivíduos masculinos.

Com base no exposto desenvolveu-se a pergunta norteadora dessa pesquisa:

“Como se constrói a cultura de moda ocidental masculina?”

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Compreender como as relações de poder definem a identidade cultural na construção estética do gênero masculino.

1.2.2 Objetivos específicos

Analisar o padrão normativo de masculinidade sob uma perspectiva histórica.

Analisar o padrão estético masculino na cultura contemporânea.

Identificar as relações de poder existentes entre os gêneros

1.3 JUSTIFICATIVA

1.3.1 Justificativa prática

Segundo a Revista Versar, dados do mercado global mostram que o consumo masculino de moda cresce 14% ao ano (enquanto o feminino aumenta 8%). Além disso, 40% dos homens que fazem compras online buscam itens ligados à moda. Por isso, esse público vem ganhando cada vez mais atenção da indústria. Em 2014 o e-commerce para negócios ligados à moda masculina era tido como uma tendência, hoje o seu sucesso já é concretizado. Segundo pesquisa da iProspect, realizada em 2017, 67% dos homens fazem, no mínimo uma compra online todo mês.

O avanço de 94% em cinco anos pode ser justificado pela mudança comportamental da maioria dos homens que hoje, diferente de outra época, investem em itens que suprem necessidades específicas e assegurem benefícios de bem estar.

Segundo o Sebrae, 54% dos homens têm interesse por moda e, ainda, mostrou que o setor movimentou aproximadamente R\$ 20 bilhões, em um período de três anos. Um dos setores que mais crescem é o de moda e, neste meio, encontramos o alto consumo masculino que chega aos 30% de todo o segmento.

1.3.2 Justificativa teórica

A presente pesquisa surge através de observar um certo tipo de limitação na cultura vestimentar masculina, se comparado com o feminino, gerando um descontentamento de parte de alguns homens pós-modernos ocidentais em torno dos padrões sociais do que podem ser considerados como comportamentos masculinos e como isso se reflete no seu vestuário. As questões de gênero começam a ter relevância tanto nos reflexos individuais quanto nas áreas dos estudos sociais. Percebe-se que o padrão vigente relacionado a masculinidade não consegue mais representar todos os homens.

Segundo Hall (2015), as sociedades modernas são de mudança constante, apontando que as principais diferenças entre sociedades tradicionais e modernas, enquanto as tradicionais veneram o passado e seus símbolos, enquanto a modernidade vem em contraste a tudo isso, é uma forma reflexiva da vida, de mudança, buscando constantemente por examinação e reformulação de acordo com novas informações recebidas. A pós-modernidade revela que agora o padrão é não ter padrão nenhum, a individualidade humana vai ganhando foco cada vez mais. Alguns homens começam a levar em consideração seus gostos pessoais e personalidades e acabam rejeitando essa imagem masculina associada ao poder e a virilidade, por não identificação. “Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceitualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente” (HALL, 2015, pág. 11). “A identidade torna-se uma “celebração móvel”: formada e transformada continuamente em relação as formas pelas quais somos representados ou interpretados nos sistemas culturais que nos rodeiam (HALL, 2015, pág.12).

Até algum tempo certos tipos de comportamentos (os cosméticos, os cuidados com a aparência, alguns acessórios, algumas peças de vestuário) que eram restritamente destinados ao público feminino passaram a interagir entre os dois gêneros. A partir de então a estética agênero viria como alternativa para o homem pós-moderno: sem prender-se a símbolos masculinos ou femininos, gira em torno da neutralidade, buscando um entrelaçamento entre os gêneros. Desse modo traz consigo uma forma de resignificação para o vestuário, que busca pela ausência de gênero em suas composições e que no final não se restringindo apenas ao público masculino.

A presente pesquisa pode servir como ponto de partida para outros pesquisadores que possam perceber a identidade de moda por esse viés, também para designers que estejam buscando subsídios teóricos para conceituação de suas criações baseados na estética não binária, gênero neutro e, por fim, como forma de reflexão social sobre os comportamentos e construções de gênero na pós-modernidade.

1.4 PERCURSO METODOLÓGICO

Para a realização deste estudo pretende-se desenvolver uma estrutura metodológica de pesquisa, com o intuito de instrumentalizar os procedimentos e assim guiar ao entendimento dos objetivos estabelecidos. “A metodologia é a aplicação de procedimentos e técnicas que devem ser observadas para construção do conhecimento, com o propósito de comprovar sua validade e utilidade nos diversos âmbitos da sociedade.” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 14). A pesquisa vai ser estruturada na seguinte orientação: 1. Campo de atuação básico; 2. Resultados esperados; 3. Origem dos dados; 4. Procedimentos empregados; 5. Objetivos; 6. Setores do conhecimento envolvidos; 7. Natureza dos dados; 8. Foco de interesse; e 9. Grau de generalização dos resultados. Que serão descritos nos parágrafos a seguir.

Com relação ao campo de atuação, o presente estudo se enquadra como sendo uma pesquisa teórica, uma vez que busca o conhecimento científico sem a preocupação com uma aplicação direta, onde se evidencia pela necessidade da busca de dados e informações teóricas para uma reflexão sobre a cultura vestimentar ocidental masculina.

No que diz respeito aos resultados esperados, este estudo se classifica como uma pesquisa teórico-reflexiva, trazendo como resultados conceitos teóricos. O estudo se classifica como uma pesquisa teórico-reflexiva pelo fato de o estudo tentar gerar como alternativa a estética agênero para os problemas de identidade vestimentar sofridos por alguns homens na atualidade.

De acordo com a origem dos dados, o estudo pode ser identificado como uma pesquisa teórica, uma vez que os dados se originam de contextos teóricos como livros e artigos, onde busca compreensão em torno das relações inconscientes de poder entre os gêneros e como isso reflete no vestuário.

Segundo os objetivos, este estudo se enquadra como um tipo de pesquisa exploratória “Quando a pesquisa se encontra na fase preliminar, tem como finalidade proporcionar mais informações sobre o assunto que vamos investigar, possibilitando facilitar a delimitação do tema de pesquisa;” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 51 e 52). Onde busca a compreensão histórica e

cultural com relação aos comportamentos e imagem masculina, nos fornecendo informações do porquê desse padrão social não fazer mais sentido para alguns homens no contexto pós-moderno, permitindo assim um certo tipo de resignificação pessoal e individual na cultura vestimentar masculina.

Do ponto de vista dos setores de conhecimentos envolvidos, o presente estudo é compreendido como sendo uma pesquisa interdisciplinar, uma vez que aborda o mesmo tema em diferentes áreas do conhecimento, mesmo que com focos diferentes, mas que se relacionam na pesquisa. Sua classificação é justificada pela necessidade de busca de informações teóricas na história, na sociologia, na cultura e na moda.

Com relação a natureza dos dados, esta pesquisa se classifica como sendo uma pesquisa básica/objetiva, uma vez que envolverá dados diretos e impessoais. “Objetiva gerar conhecimentos novos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais;” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 51). Referente ao foco de interesse, o seguinte estudo se enquadra como sendo de origem qualitativa, onde Godoy (1995, pág.58) afirma: “[...] é a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, para compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos.” Preocupando-se com a identificação de alguns homens na pós-modernidade.

Repousando o foco sobre o grau de generalização dos resultados, este estudo realiza uma pesquisa por amostragem, uma vez que busca trabalhar com parte significativa do todo, com conclusões projetadas para o total. Desta forma vão ser analisados comportamentos no padrão social masculino pós-moderno ocidental e a partir daí discutir as relações de identidades pessoais.

Finalizado o entendimento sobre os tipos de pesquisa, a partir de então foi necessário a compreensão do que é traduzido pela identificação dos métodos de pesquisa mais adequados. “Por método podemos entender o caminho, a forma, o modo de pensamento. É a forma de abordagem em nível de abstração dos fenômenos. É o conjunto de processos ou operações mentais empregados na pesquisa.” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 26). “Os métodos gerais ou

de abordagem oferecem ao pesquisador normas genéricas destinadas a estabelecer uma ruptura entre objetivos científicos e não científicos (ou de senso comum).” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 26).

Ao referir o fundamento geral da pesquisa, classificando-a no método de abordagem dedutivo. “É o método que parte do geral e, a seguir, desce ao particular. A partir de princípios, leis, ou teorias consideradas verdadeiras e indiscutíveis, prediz a ocorrência de casos particulares com bases na lógica.” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 27). “O raciocínio dedutivo tem o objetivo de explicar o conteúdo das premissas. Por intermédio de uma cadeia em ordem descendente, de análise do geral para o particular, chega a uma conclusão.” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 27).

Já estabelecido o método de abordagem, passamos para a etapa da seleção dos métodos de procedimento, os quais segundo Freitas e Prodanov (2013) que diferente dos métodos de abordagem, eles se tornam etapas da investigação. “Assim, os métodos de procedimento, estão relacionados com os procedimentos técnicos a serem seguidos pelo pesquisador de determinada área do conhecimento.” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 36). Dois métodos se tornam relevantes para executar essa pesquisa: o método histórico e o monográfico.

O método histórico se torna importante pelo fato de que se fundamenta em informações/fenômenos ocorridos no passado que giram sobre determinado assunto, o qual, na presente pesquisa, servirá de mecanismo para a compreensão dos aspectos que envolvem a origem da masculinidade, as relações de poder entre os gêneros e como isso se reflete no modo do homem se vestir. “No método histórico, o foco está na investigação de acontecimentos ou instituições do passado, para verificar sua influência na sociedade de hoje.” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 36 e 37). “Visando a uma melhor compreensão do papel que atualmente desempenham na sociedade, deve remontar aos períodos de sua formação e de suas modificações.” (FREITAS e PRODANOV, 2013, pág. 37). Desta forma, o método tipológico vem para trabalhar com comparações a partir de, ou melhor, tendo como referência o tipo/modelo ideal. “Ao comparar fenômenos sociais complexos, o pesquisador

cria tipos ou modelos ideais, construídos a partir da análise de aspectos essenciais do fenômeno.” (LAKATOS, 2011, pág. 109). “A característica principal do tipo ideal é não existir na realidade, mas servir de modelo para a análise e compreensão de casos concretos, realmente existentes.” (LAKATOS, 2011, pág. 109). Assim o método tipológico terá sua função alicerçada na compreensão do porque o guarda-roupa masculino acaba se tornando tão restrito, se comparado com o feminino, mesmo havendo uma busca incessante pela diferenciação.

Tendo finalizado a compreensão da essência da pesquisa, a estrutura do estudo envolveu a busca pelo norteamento desde o tipo de pesquisa, até os procedimentos a serem empregados. Como sendo um trabalho fundamentado no método de abordagem histórica, pode ser realizada através do processo de análise documental (livros, revistas, artigos, fotografias, pinturas); o objeto de pesquisa adotado nesse estudo em si, será a análise de dez imagens postadas no perfil do *instagram* da página *Vogue Hommes*, buscando identificar como se constrói a cultura de moda ocidental masculina a fim captar a essência do homem pós-moderno, analisando imagens do segundo semestre de 2019. Buscando por imagens que tragam um certo equilíbrio entre elementos considerados masculinos e femininos em suas construções. A página de origem Francesa, que posta looks e editoriais tiradas da própria revista *Vogue Hommes*, revista essa voltada para a área de moda, estilo e comportamento para os homens, publicando artigos sobre diversas áreas de interesse do universo masculino, não ficando restrito apenas à moda.

Utilizando-se da metodologia aplicada em DNA de imagem de moda Maciel e Miranda (2009), técnica de análise semiótica, onde analisa critérios como de forma, cor, materiais, composição e gestual; afim de adaptar o método de trabalhar com a pesquisa iconográfica, fundamentada nos valores percebidos, abordando a sistemática dos sistemas de signos na produção dos sentidos através de imagens. Este estudo que propõe uma nova abordagem no que diz respeito a utilizar a análise de imagens, como forma de decodificação de significados na forma de se vestir. Com o objetivo de mapear os códigos do vestuário masculino, propondo mais uma forma de ver e perceber a moda. A presente análise, tem como objetivo observar nas imagens, como os padrões dos comportamentos masculinos foram saindo de uma certa austeridade e

sobriedade dos trajes pós revolução industrial, do paletó preto, e começaram a ser influenciados por uma cultura jovem, com outras perspectivas sobre os comportamentos e modo de se vestir. Desse modo, o homem começa a incorporar elementos antes restritos ao universo feminino, percebendo assim uma ruptura com alguns padrões socialmente aceitos sobre a postura masculina e surgindo, a partir desse contexto, novas masculinidades sustentadas pela pós-modernidade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 MODA E GÊNERO

Segundo Lipovetsky (2001) o vestuário por muitos séculos exerceu um forte poder de imposição social, restringindo os cidadãos a usarem o que lhes eram cabíveis para os valores éticos e morais da sociedade em que estavam inseridos, possuindo um forte valor relacionado ao mundo das tradições. Os antepassados eram cultuados como um padrão ao qual devia ser seguido, o legado da ancestralidade era levado por gerações, valorizando a continuidade social. A partir daí, inconscientemente, impuseram a regra da imobilidade, os modelos herdados do passado eram reproduzidos fielmente. Todas as formas de enfeites, ornamentações, penteados, pinturas eram totalmente influenciados pela tradição, inalterados de geração a geração e dentro dos limites de uma sociedade hiperconservadora. A moda então surge como uma forma de negação ao poder do passado tradicional, a febre moderna das novidades celebra o presente social.

Lipovetsky (2001) coloca a moda como sendo um processo inseparável do nascimento e desenvolvimento do mundo moderno ocidental. Ressaltando que a vida coletiva se desenvolveu sem cultuar as fantasias e as novidades, a efemeridade da moda. Só a partir do fim da idade média é possível reconhecer a moda como sistema, com suas mudanças relativamente rápidas e intensas de formas, seus movimentos e extravagâncias. A moda é colocada como uma formação basicamente sócio-histórica, cujo os limites foram bem marcados a um tipo sociedade. Ela se torna uma instituição que ocorre além dos limites do estabelecido, característica do ocidente e da própria modernidade. Não ficando restrita a área do vestuário, influenciando assim outros setores como o mobiliário, a linguagem, os gostos e as obras culturais, podendo afetar esferas diversas da vida coletiva. Mas foi o vestuário, sem dúvida, que deu forma material à extravagância e ao exagero do processo de moda; sendo palco para as inovações formais, cada vez mais espetaculares; o domínio das aparências influenciou fortemente a história da moda.

Enquanto Queiroz (2009) coloca que a moda vai além da roupa com a simples função de cobrir e proteger o corpo, afirma que ela funciona como um

mecanismo de manifestação de identidade, fazendo com que as pessoas se integrem ou se desataquem dos grupos sociais. Morin (2005) coloca em foco que a moda possui um *imprinting* cultural onde vai ser selada a um determinado tipo de cultura, fazendo com que as pessoas descartem aquilo que não pertence às suas crenças. Toda essa crença acaba criando uma barreira que impede a penetração das novidades, principalmente no espaço dedicado à moda masculina, que ainda possui uma forte influência de ideias retrógradas socialmente pré-concebidas, em um contexto social em que o ser humano já nasce inserido e acaba por propagar, inconscientemente, essa linhagem.

Braga (2009) aponta que a moda no sentido estrito surge apenas a partir da metade do século XIV. Data que é imposta radicalmente uma nova forma no vestuário, marcada nitidamente segundo a diferenciação dos sexos. Revolução nas vestimentas, que põe em voga as bases do trajar moderno, as togas longas e flutuantes, usadas indistintamente pelos dois sexos foi substituída por um traje masculino composto por uma espécie de jaqueta encurtada e estreita, apertado na cintura (*gibão*), auxiliada por calções colantes, desenhando a forma das pernas. Por outro lado, um traje feminino marcado por vestidos longos, mas muito ajustados e decotados. A partir daí, nos países ocidentais, os vestidos eram usados somente por mulheres membros da igreja e acadêmicos, enquanto as calças tornaram-se símbolo exclusivo da autoridade masculina. Embasando-se na obra de Lipovetsky (2001) que vai colocar a temporalidade da moda como uma descontinuidade histórica, uma forma de ruptura; nas eras de costumes reinavam a imitação das ancestralidades, enquanto nas eras da moda o que domina é o culto as novidades, preferindo-se ter semelhança com os contemporâneos do que com os ancestrais. Instituído um sistema moderno, livre da dominação do passado, apenas o presente é considerado como digno de veneração

É possível observar que, a partir desse momento, o que está em voga é o distanciamento das eras da tradição. A transitoriedade da moda analisa a conjuntura e significação social por um outro ângulo. Impulsionado pela luxuosidade e sofisticações teatrais para ambos os sexos, trazendo uma dessemelhança nas aparências masculino e feminino, mas sem deixar para trás

o culto as novidades e preciosidade. De acordo com Braga (2009) sobre a moda masculina, houve uma maior importância em relação as novidades, ornamentações e das extravagâncias. O traje masculino encarnou um caráter mais ostentativo e extravagante do que o da mulher, a nova lógica do parecer estava na base das fantasias e das mudanças abruptas. O homem estava sempre em busca do estar nos parâmetros da moda, altamente ornamentada, o ser masculino demonstrava seu vigor e seu status social na forma que se vestir, enquanto a mulher se tornava um simples reflexo do seu marido.

Dentro desse contexto a moda não foi unicamente um símbolo de posição, de classe, mas foi um fator importante na individualização humana, serviu como um instrumento que nutre no indivíduo uma paixão excessiva por si mesmo, o culto ao Eu, isso tudo dentro de uma sociedade aristocrática. O mundo da moda é efêmero e ao mesmo tempo bastante complexo, pois essa complexidade se origina na vontade de se exibir, a vaidade por trás do se mostrar para as outras pessoas, mas ao mesmo tempo tenta se destacar através da diferenciação, dos detalhes. A expressão da moda acaba por se tornar um sistema individual.

De acordo com Lipovetsky (2001) a moda conseguiu se propagar devido a vontade excessiva dos indivíduos de se igualarem esteticamente àqueles considerados superiores, essa imitação de desejos e comportamentos difundiu-se incontestavelmente de cima para baixo. A moda se propagou, mesmo assim ainda não conseguiu afetar as classes subalternas, por muitos séculos a moda ficou restrita a um consumo luxuoso, confinado as classes nobres. As leis suntuárias proibiam as classes plebeias de se vestir como os nobres, muito menos ostentar tecidos finos e joias. Contudo com o desenvolvimento do comércio e os bancos, a partir dos séculos XIII e XIV, surgiram imensas fortunas burguesas. Há séculos decretos reais proibiam as classes plebeias de copiarem as formas do vestuário nobre, mas não tiveram muita eficácia e foram fortemente violadas, pois os burgueses agora tinham o poder de posse do mesmo tipo de vestimenta exibida pela nobreza, ostentando uma luxuosidade antes restrita a aristocracia.

Braga (2009), coloca o período que antecedeu a revolução francesa, como um momento de grande ostentação e luxo para os que tinham privilégios.

Toda essa diferenciação de classes gerou uma revolta popular que marcou a história ocidental com grandes mudanças sociais. O começo da idade contemporânea é marcado por roupas práticas e confortáveis. A ostentação característica do antigo regime desaparece, tanto para homens como para mulheres. Não há mais lugar para os bordados excessivos e tecidos exuberantes, corpetes e tão pouco resta espaço para as perucas e cabelos empoados. Sempre na busca pelas novidades e agora se apoiando na contemporaneidade e não mais no passado, a moda consegue desestruturar a ordem da aparência tradicional e as separações entre os grupos, favorecendo transgressões na nobreza e na burguesia.

Lipovetsky (2001) afirma que a moda se tornou agente da democracia porque foi acompanhado por dois processos de grandes consequências para nossas sociedades: a ascensão econômica da burguesia e o crescimento do estado moderno, foram os pilares para a construção de uma realidade legítima aos desejos das classes trabalhistas. A partir de então a moda se torna um sistema, ligada paralelamente ao individualismo, agora as pessoas tem uma certa liberdade para rejeitar ou aceitar as novidades. Caminhando por essa liberdade estética, restrita aos detalhes, o individualismo se consolidou dentro da espera do poder nas cortes. O vestuário acabou se tornando restrito a precedência dos poderosos e soberanos.

Segundo Braga (2009) o romantismo marcou fortemente o vestuário do século XIX, também chamado de período de restauração, trazendo consigo muita identidade para os trajes femininos. Enquanto a moda masculina estava a topo vapor, não que tenha mudado drasticamente, mas tornando-se muito significativa na Inglaterra. Já Lipovetsky (2001) coloca o amor cortês como catalisador para o novo, institui o impulso sexual, acompanhada da celebração da composição poética em relação a mulher amada, submissão do amante à dama, o homem se impõe de maneira diferente com relação a mulher. A moda não pode ser separada dessa nova imagem da feminilidade, que utiliza a sedução como signos estéticos. As modificações nas estruturas dos vestuários masculinos e femininos, são sintomas diretos da estética da sedução, os trajes são marcados radicalmente pela diferenciação entre os sexos, sexualizando assim a aparência.

A sedução afasta-se cada vez mais da ordem da tradição, inaugurando uma individualização nos signos do vestuário e idealizando a sensualidade das aparências. Dessa forma percebe-se que a individualização da moda caminha de mãos dadas junto à personalização da elegância, assim o que antes era considerado como marcas de classe e hierarquização, torna-se cada vez mais signo da expressão de uma personalidade. A moda na modernidade diversifica os modelos, abrindo espaço para os gostos e preferências pessoais. Braga (2009) coloca o começo da segunda metade do século XIX, como um período de grande prestígio burguês, o processo de revolução industrial estava a todo vapor, e cada vez mais pessoas podiam trabalhar com negócios e comércio se beneficiando, de maneira material, dentro dessa sociedade de consumo.

De acordo com Braga (2009) a moda foi fortemente influenciada por esses fatores, nas mulheres marcadas especificamente pelo uso da crinolina. Sendo um tecido feito a partir da crina de cavalo mesclado com o algodão ou linho, que armava e ao mesmo tempo dava movimento. Nesse período a moda foi fortemente modificada, devido ao prestígio financeiro burguês, que era muito semelhante àquela da nobreza e da aristocracia. Dessa forma o homem foi ficando cada vez mais sóbrio, em relação ao vestuário, enquanto que mulher cada vez mais enfeitada, mostrando o poder financeiro masculino o qual a mulher era dependente. O contraste visual era muito evidente, em relação a ornamentação, enquanto a mulher abusava, o homem procurar esconder os enfeites, caminhando para uma moda mais prática; as mulheres utilizavam-se cada vez mais de adornos, deixando claro seu papel de esposa com todos os babados e rendas.

Lipovetsky (2001) afirma que a moda moderna acaba pode se caracterizar em torno de duas novas indústrias, que vão formar um sistema homogêneo e regular na produção das frivolidades. Colocando a Alta Costura como a responsável pelas novidades, uma moda essencialmente de caráter feminino. Não quer dizer que não tenha mais existido uma moda masculina, mas nada podia ser comparado à Alta costura, com as renovações de estação, seus desafios com manequins vivos, suas revoluções, enquanto que a moda masculina é lenta, igualitária e sem impacto. Essa época importante para o crescimento e desenvolvimento da moda ao mesmo tempo ficou proibida para os homens “As

fantasias serão banidas, os alfaiates para homens jamais se beneficiarão da aura dos grandes costureiros, e nenhuma imprensa será consagrada às modas masculinas.” (LIPOVETSKY, 2001, p. 90).

A apoteose da moda feminina é colocada por tendo em contrapartida a negação a da moda masculina, simbolizada pelo traje preto e futuramente sendo substituído pelo terno e gravata. O homem, a partir de então, busca aproximar do mundo democrático e burguês. O traje masculino preto, neutro, austero, traduz a consagração das conquistas do trabalho das classes burguesas. Aquele vestuário altamente rebuscado da aristocracia, foi substituído por um traje que traduz novas legitimidades sociais, remetendo a economia, o esforço. Dessa forma, está destinado as mulheres dar continuidade aos símbolos de luxo e frivolidades.

“*La Belle Epoque*, (...) período de 1900 a 1914. Eles evocam imagens de grupos de homens e mulheres de poder e nível social elevado, elegantemente vestidos participando de passatempos amenos.” (HAYE e MENDES, 2009, pag. 2) Nesse contexto e riqueza era exibida na luxuosidade dos trajes femininos e estilo de vida faustoso. As regras da moda eram seguidas rigorosamente, afastar-se do pré-estabelecido era está exposto ao ridículo social. O vestuário masculino não estava sujeito as variações decorativas quanto o feminino, destacando os valores da tradição e descrição. Braga (2009) aponta o que prevalecia nesse momento, foi o gosto referente ao curvilíneo, ao orgânico e ornamental do *Art Nouveau*, marcado pela predominância das formas e linhas curvas. Nesse contexto a moda vai ser influenciada fortemente por esse movimento, que vai tornar o corpo da mulher marcado por linhas curvas, o afunilamento da cintura vai ser o grande carro chefe dessa metamorfose corporal.

Haye e Mender (2009) afirmam que por baixo de todos aqueles ornamentos, que completavam a *toilette* feminina, eram formadas por várias camadas de roupas. Para poder vestir-se ou despir-se a mulher necessitava da ajuda de uma criada de quarto. Muitas mulheres se queixavam do desconforto dos espartilhos, mas como estavam sempre em busca das novidades ditadas pela moda, era como se estivessem “preparadas para sofrer”. Enquanto os

homens usavam calças compridas, paletós e gravatas, traje que se tornou uma uniformização, refletindo o modelo herdado da sociedade patriarcal, apoiada na imagem do homem forte, o provedor da família, que habita os mundos do poder e do dinheiro.

Essa imagem de imponência e poder se consolidou ainda mais com a chegada da primeira grande guerra “Durante a década de 1910, exatamente de 1914 a 1918, chegou ao solo europeu o conflito que mudou inúmeros aspectos da humanidade: a primeira guerra mundial. Os tempos então a ser outros.” (BRAGA, 2009, p. 69). Agora que o homem estava na guerra acarretou uma grande ausência no campo do trabalho, fazendo com que a mulher ocupasse uma posição diferenciada, atuando em diversos setores antes restrito aos homens. Com a mulher presente no mercado de trabalho, sua vestimenta vai passar por adaptações para que ela seja inserida da melhor forma e que possa executar suas funções. Dessa forma o espartilho é colocado de lado, para possibilitar um maior número de movimentos corporais. Outro importante acontecimento foi o encurtamento das saias e vestidos até a altura das canelas, por uma necessidade de funções no trabalho.

Por outro lado, Braga (2009) aponta que com o término da grande guerra, a mulher solteira já estava acostumada a independência financeira, essa emancipação garantiu uma independência do marido. Começou a surgir um estilo meio andrógono, plausível, já que a mulher estava mais livre. A partir dos anos 1920, considerado como “anos loucos” o funcionalismo começou a dominar o vestuário, apoiando-se no utilitarismo e na simplificação. Uma silhueta curta e tubular surgiu como o novo padrão vestimentar feminino. Essa androgínia dominou maciçamente o vestuário da época, a mulher começou a usar cintas para anular as curvas dos quadris, os cabelos encurtaram consideravelmente, o famoso corte *à la garçonne* (à maneira dos meninos). A mulher nesse período ficou tão andrógina que o que a diferenciava dos homens era o uso da maquiagem.

Enquanto Hays e Mendes (2009) colocam que os anos 1930 foram marcados fortemente pelo cinema. Os Estados Unidos tinham Hollywood, onde os filmes vão influenciar fortemente a moda desta década. Estes estilistas não

criavam simplesmente trajes que se ajustavam com o filme e personalidade dos personagens, mas também a utilizavam para lançar novas tendências. Alguns anos se passaram, e mais uma vez uma grande guerra se aproxima. Dentro desse contexto a moda vai ser fortemente influenciada, começando com uma masculinização das roupas femininas, inspiradas nos uniformes militares, como forma de preceder a guerra. Ombros, nesse momento, estavam sempre bem estruturados, sendo uma influência direta vinda dos paletós masculinos com ombreiras.

Braga (2009) coloca que o fim da II guerra (1945) trouxe de volta a alegria de viver, a alta costura teve seus problemas durante a guerra, mas logo voltou a se reerguer. Christian Dior foi o que mais se destacou nessa época, o *New Look* proposto por Dior trazia de volta a cintura bem marcada, as saias bem volumosas e rodadas em corte godê. Fazendo a moda voltar a ser feminina e delicada. O *prêt-à-porter* traz uma democratização da moda reforçada pelas ideias de individualismo, sendo mostrado pela multiplicação das revistas femininas e pelo cinema, mas também a vontade de viver o presente, elevando assim o nível de vida, valorizando a cultura do bem-estar social e do lazer. A partir de então começa a surgir uma “cultura juvenil”, se tornando um elemento essencial para o *prêt-à-porter*.

Baseando-se em Lypovetsky (2001) o impulso da cultura jovem entre os anos 1950 e 1960 acelerou a difusão dos valores da dedicação aos prazeres como estilo de vida, contribuindo assim para dar uma nova forma ao individualismo. A moda ganha uma cara jovem, inspirada nos valores contemporâneos do *rock* e das estrelas jovens, marcada por uma agressividade de formas e justaposição de estilos; emancipados dos valores tradicionais do passado, pelo contrário, nesse momento os filhos não queriam mais parecer-se com os pais, fazendo com que os jovens desprezassem o vestuário de luxos usados na antiguidade. Certos comportamentos outrora considerados femininos começam, novamente, a habitar a masculinidade. O narcisismo traz ao homem uma certa elegância, virilidade, preocupação com seu bem-estar e sua aparência; agora ele cuida do rosto, da pele, faz exercícios físicos e anda sempre bem perfumado.

Trata-se agora de se diferenciar perante os outros, de cultivar uma originalidade pessoal, mas não deixa de ser uma forma de ruptura com os códigos dominantes. Acaba aquele traje sóbrio, refinado com gravata e luvas, a moda jovem traz uma marginalidade em seu código, na confusão dos sexos (os homens começaram a deixar os cabelos crescerem) e até mesmo na afirmação cultural. Lipovetsky (2001) afirma que a moda na antiguidade era marcada totalmente pela distinção entre os sexos, onde o polo feminino era sempre o exuberante e o versátil, mas a partir dos anos 1960 surgiram diversas transformações importantes, que acabaram por modificar essa estruturação masculino e feminino. Depois de um longo período o tempo, o vestuário masculino ficou restrito ao signo do preto, mas a partir de agora “o homem volta a moda”. A maior novidade foi o desenvolvimento do *sportswear*, trazendo o traje masculino entrar para o ciclo da moda, com todas suas mudanças frequentes e originalidade.

Nesse contexto o processo de moda acaba sendo influenciado pela redução na diferença entre os sexos, dessa forma a mulher começa a adotar peças do guarda roupa masculino (calça, jeans, *smoking*, gravata), mas signos referentes a masculinidade vão influenciar a moda feminina, isso não quer dizer um desaparecimento das modas do sexo. Enquanto as mulheres tem acesso aos trajes masculinos os homens se veem bebendo novamente da fonte da fantasia, surgindo assim novas diferenciações que vão reconstruir a estrutura das aparências, mesmo assim um mínimo detalhe pode discriminar a diferenciação dos sexos. Homens e mulheres agora podem usar calças, mas o corte e as cores nunca serão as mesmas para ambos os sexos.

A partir desse contexto Lipovetsky (2001) aponta que na nova aparência dos sexos, homens e mulheres não estavam no mesmo nível. Para as mulheres foi permitido usar quase de tudo, incorporando várias peças do guarda-roupa masculino ao seu, enquanto o homem não se aproxima de certos signos femininos, não podendo usar saias e vestidos. No ocidente o vestido pertence a vestimenta feminina a seis séculos e isso não deixa de fazer efeito dentro desse contexto, sendo excluído do homem pelo fato de estar associado culturalmente a mulher, enquanto os homens vão contra aos signos da sedução, do superficial. Quando as mulheres usam calças, não é com o intuito de se parecer com os

homens e sim buscam por uma imagem diferente de mulher, mais livres e donas de si.

Com o passar das décadas a “ditadura” da moda não vai ser mais tão eficaz, se tornando um dispositivo aberto e sem barreiras. A democratização da moda entra em sua fase final, agora os indivíduos possuem uma liberdade no vestuário muito grande. A partir de então o mimetismo da moda agora não se propaga mais de baixo para cima, não se imita mais o superior, imita-se agora o que é visto em torno de si. Desde sua existência, a moda não foi exclusivamente uma forma de distinção social, o gosto pela novidade e o desejo por uma individualidade estética foram os propulsores para a motivação da moda. Em nossos dias o individualismo no vestuário vem aumentando drasticamente, as pessoas se vestem mais para si mesmos, em funções dos próprios gostos, a autonomia pessoal está na base dos critérios da aparência.

Dentro dessa perspectiva a moda passa a não ter mais um centro principal, ela não é mais um privilégio para uma elite, todas as classes vão entrar na onda das mudanças e paixonites. Ela vai se tornando cada vez mais uma ferramenta da vida coletiva, não se restringindo mais a um setor específico, estando de maneira ativa no todo social ao qual está inserida. Lipovetsky (2001) afirma que as sociedades contemporâneas estão organizando-se em torno da renovação interpretativa, da imagem, da diferenciação marginal, propagado pelos EUA. Desde os anos 1960, os teóricos já tinham a percepção de uma nova sociedade comandada pelo processo de moda, desde a modernidade, particularmente herdado das grandes revoluções. Sendo identificado por uma moda do desperdício, criação em grande escala de necessidades artificiais controladas e fadadas a normalização. É uma sociedade centrada na expansão das necessidades, reordenando a lei do consumo sob a égide da obsolescência e sedução dos produtos, definida pela generalização do processo de moda.

Nesse contexto, vai afirmar que a regra do efêmero vai acabar controlando a produção e consumo dos objetos, marcado por um processo de renovação propícia a incentivar cada vez mais o consumo. Os produtos começam a ser pensados realmente para não durar (lenços de papel, fraudas, isqueiros, roupas baratas), buscando sempre pela inovação, mesmo que mínima, aumentando a

competição de mercado. O processo de moda acaba tirando o padrão dos produtos, multiplicando as opções de escolha, que propõe um leque amplo de possibilidades baseado em um padrão, que se distinguem por pequenas diferenças combinatórias. Dessa forma pode-se substituir a unicidade pela multiplicidade tão exigida com a individualização dos gostos.

O desenho industrial, design, insere o mundo dos objetos na ideologia da sedução das aparências. As indústrias percebem a importância da estética dos produtos e começa a utilizar desse artifício para potencializar as vendas. Mesmo que produzidos em grande escala, os industriais vão começar a estudar formas de apresentar as linhas e apresentações dos produtos esteticamente. Com o tempo a sofisticação das formas, apenas, começa a não ser mais tão efetivo e acaba sendo substituído por um funcionalismo.

Dessa forma, podemos analisar que nas eras primordiais do desenvolvimento da moda, o ser masculino possuía um maior luxo e ostentação, relacionado a sua aparência, do que o ser feminino. Com a industrialização, marcada pela Revolução Francesa, os homens começaram a utilizar na sua imagem pessoal símbolos que denotassem o sentido de superioridade, poder, austeridade e força. A partir de então, o supérfluo e as frivolidades da moda tornaram-se símbolo exclusivo do feminino, cabendo à mulher esbanjar as riquezas do marido através da vestimenta. Essa austeridade no vestuário masculino continua sendo propagada no século XXI, por séculos a imagem do homem sempre está relacionado a essa imponência, essa simplicidade, essa funcionalidade.

Portanto, a atualidade marcada pelo individualismo, começa a romper um pouco dessas resistências trazidas pelos antepassados. O homem inserido no contexto da pós-modernidade volta a cuidar de sua aparência, do seu corpo, preocupa-se mais com o que está vestindo e a partir de sua imagem ele traz um pouco de sua personalidade e gostos pessoais. Mas culturalmente a vestimenta do homem, apesar de uma maior liberdade em cores e modelagens, ainda é muito restrito se comparado ao feminino, o homem usa apenas calça, bermuda, camisa, camisetas, jaquetas, paletós; enquanto a mulher conquistou uma maior liberdade no seu guarda-roupa, que além de se apropriarem de diversas peças

do armário masculino, ainda possuem vestidos, saias, *shorts*, na sua construção vestimentar. Tudo isso é uma construção social propagado a séculos, mas que alguns estudiosos vêm levantando hipóteses sobre possíveis ressignificações da aparência.

2.2 CONSUMO E IDENTIDADE MASCULINA

Barbosa e Campbell (2013) afirmam que a corrida para o consumo não se fundamenta apenas baseada na febre pelas novidades impostas pelos desejos, mas também operando sob um conjunto de leis próprias, sendo reconhecida como instrumento na hierarquia social. À medida que a sede pelas novidades interage com o cotidiano social fazem com que as novidades sejam mais facilmente aceitas. Deve-se superar a ideia de irracionalidade e desperdício relacionados a moda, ela contribui na construção de uma sociedade que anseia por mudanças se preparando para uma reciclagem constante das formas e gostos a sua volta. A moda se torna um instrumento que influencia a racionalidade social, mas importantíssimo para adaptar-se à modernidade, auxiliando na construção de uma sociedade preparada para as variações contínuas do futuro.

Lipovetsky (2001) afirma que com a dinâmica interminável pela busca de renovação e de diversificação vai criar uma competição entre as marcas, a uniformização da produção industrial vai ser impulsionada por uma busca incessante pelo inédito para obter a atenção dos consumidores. Agora, investe-se no look personalizado. A sedução é posta como responsável pelas inovações, pela originalidade, o espetáculo, a fantasia. A sedução funciona como mecanismo para o irreal, retirando a seriedade da vida e trazendo de voltar o festival dos artifícios. Enquanto a vida coletiva é controlada e organizado pelo estado, uma certa dominação é exercida sobre as normas do estado-partido. Exercendo sobre os indivíduos diversas pressões, mas disfarçado na autonomia de escolhas pré-concebidas, que de uma certa forma vai influenciar nas aspirações pessoais e nos modos de vida.

Dessa forma, a publicidade acaba por uniformizar os desejos e os gostos, nivelando as personalidades individuais, assim orientando e direcionando o gosto para os produtos. Para Lipovetsky (2001) a publicidade também pode ser aqui colocada como um dos responsáveis pela individualização humana, aquela que busca por personalidade e autonomia das particularidades. A renovação das indústrias culturais acaba não tendo muita ligação com tradição pela inovação, os produtos culturais acabam se moldando em modelos já experimentados, sendo fadado a repetição de estruturas e estilos já existentes. Assim o produto vai apresentar uma certa individualidade, mas sempre enquadrada em esquemas típicos.

Barbosa e Campbell (2013) apontam que a cultura de massa vem com a função de reorientar certas atitudes individuais e coletivas, definindo novos padrões de vida. Funcionando como agente na aceleração do estado de decadência relacionado aos valores tradicionalistas, desagregando valor a certos comportamentos herdados do passado e assim podendo propor novas ideias e estilos de vida. A moda acaba se tornando lei para o ocidente devido a nossa cultura sacralizar o novo e consagrar o presente social, isso vai afetar nas técnicas, na arte e até mesmo nos modos de vida ordenados pelos valores da dedicação aos prazeres como estilo de vida. A era da moda não se restringe apenas a uniformização, ela homogeneizou sim os gostos e os estilos de vida, mas por outro lado, despertou um processo de fragmentação dos estilos de vida.

Desse modo, podemos destacar que a moda vai se manter cada vez mais presente dentro dos nossos sistemas sociais pré-definidos ao ocidente e sem nunca colocar de lado as questões da individualidade. Barbosa e Campbell (2013) colocam o consumo como ambíguo pois pode ser entendido como uso e manipulação de massa, mas também como compra, exaustão. Essa ambiguidade, nos últimos anos, cresce cada vez mais, pois vai despertar um novo interesse em ser estudada as ênfases do consumo, seus significados e consequências passam a considerar os dois sentidos, tanto o de esgotamento quanto o de adição e realização. Essas percepções sobre os aspectos negativos e positivos acabam não ficando restritos apenas aos âmbitos acadêmicos, mas também afetando as experiências dos consumidores.

Os objetos, bens e serviços que matam a fome das pessoas, que as abrigam das intempéries do tempo, entre outras necessidades físicas e biológicas, são consumidos no sentido de esgotamento, podendo até conferir *status*, construindo identidades e delimitando enquadramentos entre grupos e pessoas, mas também esses mesmos bens e serviços podem ser utilizados na descoberta das subjetividades e identidades individuais, como afirmam Barbosa e Campbell (2013). Dentro desse contexto o consumo passa a afetar diversas esferas da vida cotidiana, sendo para designar os mecanismos sociais aos quais as pessoas então inseridas, classificando e organizando o mundo a nossa volta. Servindo para ser investido para uma função que até então não lhe era atribuído, sendo ele um dos mais importantes mecanismos da reprodução social no mundo contemporâneo, mas reconhecendo que ainda existem muitos problemas a serem descobertos com o maior aprofundamento nos estudos do consumo.

O consumo acaba por se tornar uma área de investigação bastante complexo, que engloba várias atividades e um conjunto de bens e serviços que não se restringe sob a forma de mercadorias. Um exemplo pode ser o Estado enquanto entidade política que dita um conjunto de serviços de consumo coletivo, que vai permear hábitos coletivos. O universo doméstico também é afetado, provendo uma série de serviços referentes a sociedade, como o afeto, laços familiares, entre outros. Assim na sociedade contemporânea, consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços.

Barbosa e Campbell (2013) afirmam que agora o consumo passa ser um mecanismo não mais restrito ao fato da posse do produto, como no caso dos aluguéis dos bens de consumo, sendo responsável pela criação das identidades, mas o consumo só pode ser visto como área de estudo quando o consumo de massa é visto como diversidade. Prevendo a importância dos bens materiais para as pessoas (o materialismo) sendo utilizado para distinção e diferenciação social. As sociedades se reproduzem segundo uma lógica cultural específica. As pessoas sobrevivem a partir de determinadas escolhas que antecedem seus atos, os constituindo para depois serem modificadas por eles. A cultura acaba se tornando uma variável que se entrelaça junto ao consumo orientando os indivíduos a determinar certas direções para si, mas não podemos esquecer que

por trás da oposição entre necessidades básicas e supérfluas, existe uma certa possibilidade de controle imbuído as classes populares e dando um certo tipo de poder a determinados grupos sociais e políticos.

O consumo moderno vem se relacionando em satisfazer as necessidades dos outros, em busca do prazer ou talvez quem sabe como forma de conferir algum tipo de *status* associado. Contudo, ganha muita importância na vida das pessoas por suprimir não apenas uma função voltada para a satisfação dos prazeres, mas também como forma de individualização como colocam Barbosa e Campbell (2013). Dessa forma os processos do consumo estão altamente relacionados ao individualismo, mas no anseio das sociedades modernas existem esferas do consumo coletivo como a lei e a ordem por exemplo, onde o consumo vai afetar diretamente.

Como foi sugerido por Barbosa e Campbell (2013) o ato de comprar pode reafirmar quem as pessoas são, sendo considerado como um caminho inevitável para o autoconhecimento. O que se compra diz muito sobre o consumidor, mas está mais relacionado com as reações aos produtos do que a posse em si. É baseando-se no que as pessoas gostam ou não gostam que vão descobrir quem realmente são. Não se deve esquecer que o ser humano muda o seu padrão de gostos com o passar do tempo, sendo definido pelas preferências do consumidor, que para as sociedades contemporâneas ocidentais, existe um certo de padrão social ao qual deve ser seguido.

Com o processo de globalização a sociedade ocidental é colocada dentro de uma lógica de valores sobre as formas como as quais as pessoas devem consumir e usufruir dos bens e serviços, gerando na satisfação de suas necessidades, impostas por um mercado de consumo que demonstra um falso poder de escolha. Dessa forma todos os objetos, bens ou serviços passam a ser partes integrantes dos sistemas de representações simbólicas e, portanto, servindo como ferramenta para determinar grupos e indivíduos. “A cultura material “comunica”, ou seja, funciona como uma espécie de código, no sentido de fornecer informações acerca das pessoas e do mundo que as cerca, materializando as categorias da cultura.” (BARBOSA; CAMPBELL, 2013, p. 109).

A partir de então a imagem pessoal entra em foco, como coloca Queiroz (2009), sendo um dos mais importantes veículos da cultura humana, ficando atrás somente do corpo em movimento em si. As imagens são capazes de transmitir mensagens, tendo um poder de capturar os olhares alheios. Posto isto, percebe-se o quanto a imagem moderna pode ser transfigurada por formas, valores, sentidos, desenhos, design nos corpos e também na moda masculina. “Os padrões (de beleza como de moda) são históricos e sujeitos aos princípios mutáveis das polarizações culturais, (...), mas acima disso, tais padrões, traduzidos em imagens, possuem um poder incomum (...)” (QUEIROZ, 2009, p. 13).

Queiroz (2009) afirma que não foi fácil para o homem do século XX, entender a moda como fenômeno, sempre relacionando-se com a funcionalidade e austeridade, existindo sempre velhas ideias que impedem a penetração da novidade. Existe sempre uma marca cultural que vai atingir todas as classes, determinando os gostos e poder de escolha baseados na crença de determinada sociedade, mas essa barreira pode ser enfraquecida pelo surgimento dos desvios e modificações nas estruturas de reprodução social. Esse código cultural tem um forte poder de persuasão e mesmo depois de várias tentativas de quebra desse padrão, ele permanece indiscutível por anos. A imagem de moda masculina permanece intrínseca no contexto do herói.

Essa ideologia da imagem masculina poder está associada a figura do herói tem sido observada no estudo de Queiroz (2009) “1998, *Arena Homme Plus* traz como título: “A edição dos heróis” e estampa na capa um homem com um leão. A imagem nos surpreende, o homem não está vestido e nem posa de domador. Eles caminham olhando para câmera (...)” (QUEIROZ, 2009, p. 28). O autor levanta que características do leão associados ao poderoso, ao soberano, ao símbolo de rei da floresta poderiam ser aplicadas ao homem, talvez por isso apareçam juntos na capa da revista. A imagem do leão possui elementos que reforçam a sua soberania, a juba, seu tamanho e maneira de andar, por exemplo. Remetendo ao mito grego de Hércules e o leão de Nemeia, onde o herói se veste com a pele do leão abatido. Assim percebe-se que ao dominar o leão o homem assume o papel de rei no lugar da fera.

Queiroz (2009) continua dizendo que, dessa forma (enfrentando leões), os homens vão assemelhar-se a sua existência à dos heróis. Hércules remete que, para poder se aproximar dos deuses, os homens teriam que demonstrar coragem e força, dando ao herói uma superioridade tanto física quanto espiritual, referente aos outros homens. Dessa forma o herói surge sob uma imagem referente ao alto, ao forte, ao bonito, o destemido; essa idealização é formulada desde o homem grego. São considerados heróis também os modelos utilizados nas campanhas publicitárias. Percebe-se que nessas campanhas sempre prevalece a imagem do homem forte, com porte físico atlético e que estão sempre a esbanjar para as câmeras seu belo corpo, representando um modelo a ser seguido pelos demais que, a partir daí começam a utilizar dos artifícios das academias para possuírem o corpo tanto almejado.

Queiroz (2009) coloca que esses heróis surgindo na contemporaneidade são sempre releituras de atores e músicos do passado, que foram influenciados por seus ídolos, dessa forma podendo chegar até chegar aos heróis mitológicos da Grécia. Principalmente os adolescentes, que são fortemente influenciados por seus ídolos e onde seus colegas estarão sempre o lembrando da postura de macho, reforçando ainda mais aquele ideal de homem que possui um apetite sexual insaciável.

Com o surgimento das *top models* na década de 1980, alguns rapazes começaram a se destacar, esses homens tinham a postura de semideuses se afastando da média dos homens tanto pela altura e o seu porte atlético quanto pela beleza, eles acabam sendo sinônimo de divinização para os demais como aponta Queiroz (2009). Se na atualidade a moda busca aproximar-se do homem comum, a algum tempo atrás era o inverso, ela era conquistada através do inverso, do distanciamento com o padrão social. O homem busca se parecer com seu herói, seja através do uso do mesmo corte de cabelo ou usar roupas parecidas com ele, fazendo com que se sinta mais próximo de quem admira, como se o imitando, pudesse adquirir um pouco de sua força. Então, dentro desse contexto social do “herói”, como ideal a ser seguido pelos demais homens, associado a essa imagem da virilidade e austeridade, desse dominador; que vão ser levantadas as idealizações para a construção da identidade de gênero

masculina, baseadas na busca por esse padrão do homem ideal tanto trazido pelas mídias sociais.

A definição do gênero, ainda hoje, é um princípio de reconhecimento social. Nas maternidades os quartos dos bebês ainda são marcados pelas cores azul e rosa determinando o sexo da criança, dessa forma as cores neutras e sóbrias eram associadas ao gênero masculino, enquanto as cores vivas e luminosas ao feminino. Queiroz (2009) aponta que enquanto os meninos ficam restritos em formas e volumes (bermudas, calças e camisas) enquanto as meninas podem experimentar diferentes formas e volumes (saias, vestidos, blusas, calças, bermudas, camisas). Por isso a moda ainda não é tão pertinente ao mundo masculino, pois os homens não buscam por elementos de diferenciação, mas sim querem assemelhar-se aos outros homens; sendo influenciados fortemente por seus ídolos. Na sociedade ocidental, se um menino é muito vaidoso, ele é logo considerado “mulherzinha” pelos seus colegas.

Em Foucault (2013) vamos encontrar o esclarecimento de que o indivíduo durante muito tempo foi marcado pela referência dos outros a sua volta, depois passou a ser identificado pelo discurso que tinha de si mesmo, individualizando o poder. O poder aqui dita e lei a respeito do sexo, sendo reduzido ao regime binário (permitido e proibido), sendo exercido de cima para baixo e sendo aplicado fortemente pela censura. A sexualidade foi fortemente anulada, privada por alguns agentes de poder, o cristianismo foi um dos agentes mais marcantes, pois foram responsáveis por sacralizar o sexo, restringiu o sexo ao casal, a família tradicional. Trazendo o conceito de dispositivo de sexualidade como um conjunto de ideias e teorias que fazem com que determinado conceito seja naturalizado dentro de uma determinada sociedade, aqui no caso o conceito seria a sexualidade dentro da cultura ocidental.

Foucault (2013) coloca que esse sistema se constituiu a partir da modernidade, baseando-se na hipótese repressiva. Vale salientar que o ocidente foi o único lugar que construiu espaços que serviram para colocar a sexualidade em discussão, dando uma atenção ao espaço do confessionário cristão. As pessoas eram incitadas a falar sobre suas práticas sexuais, isso sacralizou o sexo, o restringindo-o a função reprodutora. A partir daí o saber psiquiátrico vai

se apropriar desse objeto chamado de sexualidade e assim fazer analogias do que pode ser considerado como sexualidade normal e as desviantes. O ocidente de fato vai construir uma ciência da sexualidade embasada pela verdade científica, sendo uma das forças para o desenvolvimento de um dispositivo de sexualidade, que tem a heterossexualidade como normal em contrapartida das sexualidades desviantes.

Do ponto de vista de Bourdieu (2003) a construção social dos corpos humanos baseia-se, a princípio, na diferenciação dos sexos, significando sexualmente o corpo. O movimento para cima por exemplo, vai ser sempre associado ao masculino, como sinônimo de ereção, a posição superior no ato sexual; enquanto tudo o que seja oposto a isso seja associado ao feminino. A partir de então a divisão das coisas (não só sexuais) vão ficar restritos a essa dicotomia de oposições, masculino e feminino, alto e baixo, negativo e positivo. A divisão entre os sexos estar na ordem das coisas, estando presente em todo o mundo social, incorporado nos corpos e *habitus* das pessoas e assim influenciando os esquemas de percepções, pensamentos e ações. “O mundo social constrói o corpo como realidade sexuada e como depositário de princípios de visão e de divisão sexualizantes.” (BOURDIEU, 2003, pag.18).

Segundo o autor esse programa social aplica-se primeiramente ao próprio corpo em sua natureza biológica, que é construída pela diferenciação entre os sexos, preso numa relação de dominação dos homens sobre as mulheres, influenciando assim a divisão do trabalho e também todo o mundo social. A diferença biológica é marcada tanto por diferenças anatômicas quanto pela diferença dos órgãos sexuais. Durante um tempo (na Idade Média) acreditava-se que o órgão sexual feminino tinha as mesmas características do masculino, só que invertido, enquanto um se desenvolve para o exterior, para crescer, o outro é totalmente interno; assim o homem e a mulher são vistos como duas variantes da mesma fisiologia. A maior diferença entre os corpos masculinos e femininos é a delimitação da cintura, tornando-se símbolo de feminilidade.

Nas palavras de Bourdieu (2003) o próprio alto sexual fica restrito a masculinidade, as práticas e representações sexuais não são equivalentes para homens e mulheres na sociedade ocidental; esse desnivelamento ocorre devido

ao fato de os homens possuírem uma ideia de dominação/posse sobre o ato sexual. Dessa forma, a mulher vai ser socialmente preparada a entender o ato sexual com uma maior carga de afetividade/sentimentalismo, enquanto os rapazes o concebem como um ato de agressividade física, orientado para a penetração e o orgasmo. Essa relação de dominação existe devido uma construção fundamental entre masculino, ativo e o feminino, passivo; reforçando o desejo masculino de posse e o desejo feminino de se deixar dominar pelo homem, disfarçado através da erotização.

O autor coloca que a propósito essa ordem masculina vai afetar diretamente as rotinas de divisão do trabalho ou até mesmo os rituais coletivos e privados, a ordem social vai ser construída através da exclusão das mulheres de tarefas consideradas mais nobres, deixando para o homem esse prestígio, dando a eles a permissão de frequentar lugares públicos e deixando a mulher restrita ao âmbito doméstico. A dominação masculina vai afetar diretamente as estruturas de pensamento, em alguns casos já se tem uma naturalização possível de não ser questionados, mas que pode ser reconhecido a partir de uma origem. Refletindo um pouco sobre a violência simbólica, como uma violência sutil, imperceptível, parecendo natural; mas de certo modo vai legitimar as práticas que definem alguns símbolos, dando significado para as coisas incorporadas ao subconsciente como lógico.

Percebe-se então que a cultura ocidental é bastante androcêntrica, ou seja, que toma o masculino como medida para todas as coisas. Em Bourdieu (2003) vamos encontrar o esclarecimento de que a organização da sociedade se dar por meio de uma ideologia binária, praticada por meio de oposições. Assim dentro desse contexto, vai ser construído a categoria de masculino/positivo e feminino/negativo. Aqui o feminino é visto como a falta desse masculino, o não homem. O espaço da mulher é tão diminuído através de símbolos, como regras de comportamentos ou a roupa que utiliza, contendo a mulher, dificultando seus movimentos; enquanto o homem é ensinado a ter controle sobre as situações, a ocupar os espaços. Desse modo a mulher é vista como símbolo do diminutivo, alguém dócil, pequeno, sendo associada a imagem da futilidade, do colorido, do frívolo, enquanto ao homem serão destinados os símbolos de nobreza, sobriedade, rudeza, virilidade, austeridade.

Ao analisar a sociedade ocidental, trazendo para o contexto da pós-modernidade, pode-se notar que muitos desses comportamentos da dominação masculina está enraizado na cultura. Lopes (1995) vai colocar que os movimentos sociais de contestação das décadas de 1960/70, foram os grandes responsáveis por trazer as questões femininas para as discussões, as mulheres agora buscam e lutam por um ideal em comum que é uma maior igualdade de gênero. As questões de gênero vão começar a ganhar uma força de estudos sobre a temática. A partir de então a um esforço maior para dar visibilidade a mulher, tudo isso vai começar a refletir sobre os comportamentos e vestuário. Elas vão possuir uma maior liberdade com a conquista da utilização das calças, não querendo ocupar o lugar dos homens, mas sim serem reconhecidas como indivíduos socialmente ativos, circunscrito a algum tipo de sociedade.

Para os homens colocados em altos cargos sociais, homens que levam uma rotina de escritório, mudar a maneira de se vestir acaba sendo muito corajoso de sua parte. Talvez fugir dos padrões pré-estabelecidos no tradicional pode não fazer muito sentido se compararmos a relação do design da roupa com a imagem de moda. Existem alguns trabalhos marcados pela diferenciação, mas a grande maioria se mantém prisioneiro de um design mais clássico. Talvez seja por essa razão que a maioria dos homens tem uma certa resistência e quase nunca queiram variar as formas, volumes e cores já aceitos, mas existem exceções. As produções de moda criadas pelos estilistas, transmitem os conceitos de masculino ou feminino; esses conceitos são aceitos como verdades.

Queiroz (2009) aponta que alguns trabalhadores de imagem, fotógrafos e editores de imagem, vão começar a colocar em foco, os considerados desviantes, por não se encaixarem nos padrões de masculinidade vigentes, utilizando a moda para romper suas próprias ideias, tornando-se criações sem compromisso com o estabelecido social e que acabam chocando o público; levando ao questionamento de quem usaria? A resposta poderia ser “os heróis”. Dessa forma trazendo uma ressignificação dos trajes masculinos, agora as novidades podem ser mais aceitas por uma parcela da população.

2.3 IDENTIDADE PÓS-MODERNA

Hall (2015) aponta que as questões de identidade estão sendo fortemente discutidas no contexto pós-moderno, velhas identidades que por tanto tempo se mantiveram no mundo social, não são mais suficientes para caracterizar o indivíduo, fazendo surgir novas identidades e, assim, fragmentando o indivíduo moderno. Os aspectos culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade estão sendo fortemente desestruturados afim de uma nova significação, afetando assim as identidades pessoais dos indivíduos, que antes se via como um sujeito integrado. Para um melhor entendimento o autor vai levantar três concepções referentes a identidade com o passar do tempo, para tentar explicar um pouco como esses questionamentos começam a interagir no âmbito social.

O sujeito do iluminismo, que se baseava no indivíduo totalmente centrado e dotado das capacidades da razão, onde possuía um núcleo interior que surgia com o nascimento e com ele se desenvolvia, permanecendo essencialmente o mesmo ao longo de sua existência. Esse centro era a identidade da pessoa, sendo uma ideia muito individualista do próprio sujeito. Já a noção do sujeito sociológico colocava que esse núcleo interno não era autossuficiente, sendo formado então a partir da relação com outras pessoas importantes para o sujeito, mediando para ele os valores e símbolos sociais e culturais. Sendo então formada a partir da interação entre o “eu” e a sociedade, dessa forma é colocado como se existisse um padrão, embutido na sociedade, que deve ser seguido como forma de pertencimento a determinando tipo de cultura ao qual o sujeito está inserido. A não conformidade com esse tal padrão pré-estabelecido socialmente vai levantar alguns questionamentos, produzindo assim o sujeito pós-moderno, marcado como não tendo uma identidade fixa. A identidade vai sendo formada e transformada baseando-se nas interpretações que o sujeito faz de si mesmo, dentro dos sistemas culturais ao qual está inserido.

Como descrito por Hall (2015) essa nova concepção de identidade desarticula certas identidades estáveis do passado, abrindo a possibilidade para novas articulações e assim criando novas identidades, novos sujeitos. As

transformações pertencentes à modernidade libertam os indivíduos da tradição, dando espaço a uma maior individualidade, mas sempre vai estar circunscrito a algum tipo de cultura/sociedade. Dentro desse contexto o processo de globalização começa ganhar espaço na vida coletiva, o processo de globalização vai ressaltar que existem diferentes tipos de identidades, criando uma ideia de possível escolha. O impacto do global, vai trazer um novo interesse para o local, explorando uma maior diferenciação local, potencializando assim a globalização. “A possibilidade de que a globalização possa levar a um fortalecimento de identidades locais ou à produção de novas identidade.” (HALL, 2015, p. 50).

A partir de então, Breton (2017) coloca que as representações do corpo representam a pessoa em si, a visão de corpo nas sociedades ocidentais representa uma ideia particular de pessoa, tornando-se uma estrutura simbólica capaz de reunir diversas formas culturais. O corpo antes de tudo é uma construção simbólica definida pelas sociedades humanas. Então surge uma sociologia do corpo, que descobre uma enorme área de pesquisa ainda inexplorada. O corpo é colocado, a partir de então, como uma construção individual, mas que de toda forma estar enraizado a algum tipo de cultura ao qual o sujeito vai estar inserido.

Breton (2017) então coloca a gestualidade aqui como a maneira de usar o corpo delimitada as diferenças culturais, referindo-se as ações do corpo aos quais os sujeitos se encontram, em seus rituais individuais ou coletivos. Sendo assim influenciado por três fatores: a dimensão espaço-temporal, relacionada à amplitude dos gestos; a dimensão interativa, que se refere à algum tipo de interação entre o ator com o espaço a sua volta: e a dimensão linguística, onde os gestos possuem uma significação diferente do estabelecido. Nesse contexto percebe-se que a etiqueta corporal é controlada por um sistema cultural, o ator acaba adotando determinadas etiquetas corporais inconscientemente guiadas por normas sociais implícitas. Cabe agora ao indivíduo dedicar-se a construir a ideia que quer de si mesmo para os outros, mas é claro que isso vai ser influenciado pela cultura e contexto social ao qual ele está inserido.

Breton (2017) afirma que a sociologia do corpo vai apontar a importância da relação do outro com a formação da corporeidade, aponta também que somos

fortemente influenciados pelos aspectos de pertencimento culturais e sociais, afetando assim nas relações do corpo com a individualidade, manifestada na forma pelo qual os sujeitos devem construir e assumir sua imagem pessoal perante os outros. Chegando até uma diferença entre os sexos, marcado pelo fato de que o homem tem a habilidade de fecundar enquanto a mulher carrega a criança em si e pôr fim a coloca no mundo. Breton (2017) coloca como sendo os traços estruturais que vão dar significados sociais ao que pode ser considerado como homem ou como mulher. Essa configuração dos sexos vai preparar o homem e a mulher para cumprirem esse estereótipo de masculino e feminino.

Pinho e Réis (2016) apontam que as preocupações sociais com o corpo e com o gênero, começam a ganhar força a partir dos movimentos de contestações sociais das décadas de 1960/70, com uma propagação considerada do feminismo pelo mundo, a famosa revolução sexual, que observava um padrão de dominação na relação dos homens com as mulheres, colocado numa hierarquização onde o homem é visto como superior. A partir de então as questões de gênero começam a ganhar foco nas ciências sociais, por séculos o gênero foi restrito a estrutura binária levantada pela sexualidade. Por muito tempo a sociedade ocidental caracterizou-se por um falocentrismo e uma heterossexualidade compulsória. Portanto gênero é compreendido como sendo produto da cultura, que vai construir o que pode ser considerando como ser homem e ser mulher.

Historicamente vem sendo replicado o seguinte pensamento: se nasce com pênis é automaticamente considerado homem e, se o oposto, nasce com vagina, é considerada mulher. Butler (2015) aponta que a identidade de gênero vai além disso, sendo considerado como uma construção cultural, são significados culturais assumidos por um corpo sexuado; genitália não define gênero. Simone de Beauvoir (2009) já considerava em sua obra, não se nasce mulher e sim “torna-se”. Essa nova concepção vai dar nova significação aos corpos, ocasionando uma ressignificação que vai além da estrutura binária. Pinho e Réis (2016) colocam que vai existir uma diferença entre identidade de gênero e expressão de gênero: enquanto o primeiro se caracteriza como uma

concepção individual, o outro está relacionada à representação física desse gênero.

Dentro desse contexto, Butler (2015) afirma que o corpo vai aparecer como um meio passivo sob os quais são exercidos significados culturais, apropriando-se de determinados significados por si mesmo, enquanto Breton (2017) coloca que o corpo pode ser entendido como um vetor semântico que constrói uma relação do mundo com o contexto social e cultural ao qual o sujeito está inserido. É a partir do corpo que se propagam as significações individuais e coletivas, fazendo do mundo a extensão da sua experiência. Entretanto, Pinho e Réis (2016) afirmam que esse contexto sociocultural dos gêneros é construído de maneira binária, tendo o masculino e o feminino como possibilidades, essa construção binária encontra representação nas oposições anatômicas e assim delimitando papéis sociais, onde ser homem é rejeitar qualquer traço de identidade ao universo feminino.

Para Butler (2015) a heteronormatividade exerce um certo poder na naturalização dos corpos e gêneros, preso aos grandes símbolos sociais e culturais, colocando que não há razões para se manter em número de dois as identificações de gênero. De acordo com Pinho e Réis (2016) o gênero é visto como flutuante dos polos masculinos e femininos, nesse aspecto os que não se identificam com as características masculina ou feminina vão construir uma identidade não-binária, que além de transgredirem a imposição social colocada em seu nascimento ultrapassam os limites do que pode ser considerado como homem ou mulher.

Segundo Pinho e Réis (2016) esses indivíduos não serão totalmente homens ou mulheres, mas vão procurar diferentes formas de neutralidade, ambiguidade, ageneridade ou fluidez em suas identificações. Sendo colocado que existem múltiplas identidades não-binárias, mas o agênero, sendo uma característica da não-binaridade, marcado por indivíduos que buscam uma ausência de gênero. Uma das formas pela busca nessa ausência de gênero vai ser trazido na forma de se vestir desses indivíduos e é perceptível que essa dicotomia pertencente ao sexo de categorização entre masculino e feminino ficou presente no inconsciente coletivo por vários séculos e com toda certeza

isso afetou diretamente as pessoas se vestirem, pois a roupa é o objeto de intercepção entre cultura, indivíduo e gosto pessoal. A moda vai auxiliar na construção individual desse sujeito, lhe dando características atribuídas as peças de vestuário ao qual ele usa.

Breton (2017) coloca que a aparência corporal está relacionada em como o indivíduo se representa, a maneira de se vestir é uma das mais perceptíveis. Essa aparência vai se relacionar diretamente com os símbolos morais que pertencem a cultura do indivíduo. A apresentação física de si mesmo sempre tem o filtro da moral, que classifica uma espécie de código moral das aparências, colocando assim o sujeito ao olhar apreciativo dos outros a sua volta, classificando-o numa categoria moral ou social conforme o tipo de vestimenta que utiliza. Criando assim estereótipos sociais que controlam, inconscientemente, a aparência física dos sujeitos. Arcoverde (2015) aponta que desde seu surgimento a moda reproduz um discurso alinhado a valores morais e culturais de sua época, as roupas se tornam formas de interação entre o indivíduo e o mundo externo.

Arcoverde (2015) ressalta que a cultura dominante utiliza a moda como mecanismo de pertencimento a determinado grupo social em troca de legitimidade e aquelas pessoas que destoam do grupo acabam sendo excluídos por não atenderem as exigências. Ao não reproduzir a aparência do gênero esperada, acaba ocorrendo um distanciamento com esse gênero original, simbolizado como uma traição ao determinismo biológico; mesmo encontrando muita resistência, uma das maiores vitórias no que diz respeito ao vestuário feminino foi a adaptação das calças, democratizando um símbolo antes considerado exclusivamente masculino. A democratização dessa peça de vestuário funcionou como um elemento de empoderamento de toda uma categoria e não foi apenas mais uma possibilidade de vestuário entre os que já existiam.

Todavia Arcoverde (2015) aponta que o inverso não ocorreu, o homem foi fortemente influenciado pela religião no ocidente que o proibiam de usar roupas consideradas de mulher, pois era visto como pecado. Com o passar do tempo a religião não passou mais a restringir os comportamentos individuais, mas ainda

pairam as questões de rompimento com os valores morais, travestir-se é visto como imoral. Sabe-se que culturalmente os valores do feminino e do masculino não são iguais no ocidente, o homem sempre é mais valorizado. Portanto, com a chegada dos movimentos identitários levantados pela cultura jovem, como o feminista e o gay, que começam a levantar alguns questionamentos e conseqüentemente refletindo novas masculinidades que podem e são expressas através das peças de vestuário, essa inflexibilidade da moda masculina começa a dar lugar a formas mais autênticas de se vestir.

Embora esses movimentos de contestação da cultura jovem influenciaram a moda masculina, a tradição das saias e vestidos serem associados ao gênero feminino ainda perdura no inconsciente coletivo e que dessa forma impõem barreiras na sua utilização pelos homens, portanto a transgressão as normas vêm encontrando cada vez mais adeptos. Arcoverde (2015) coloca que vários estilistas vão começar a atribuir em suas coleções masculinas algumas saias para homens ou até mesmo outros elementos antes ditos como femininos. Jean Paul Gautier ficou muito conhecido por promover tais propostas. Também é importante destacar que a restrição da cultura vestimentar masculina não se limita apenas a necessidade de usar ou não usar saias e vestidos, podendo ser mostrado em uma austeridade através das cores, formas rígidas ou quais parte do corpo estão à mostra.

Dentro desse contexto, Domingues e Miranda (2018) colocam que vão surgir, dentro de um cenário net-ativista, consumidores que, através da sua imagem, vão comunicar utilizando a moda como instrumento de disseminação de narrativas ou até mesmo apoiando causas levantadas na atualidade. Dessa forma propagando um consumo de moda de ativismo, que buscam demonstrar por meio das mídias sociais, um contentamento ou desapontamento em relação a algumas questões (socais ou culturais) através de atitudes que fazem relação com o consumo, os consumidores se tornam ferramentas na difusão de exercícios políticos baseando-se em suas escolhas de mercado. “O consumo de ativismo é a adesão ao discurso ativista como valor simbólico de interação social tanto por parte dos consumidores quanto das empresas, não implicando em prática de ação ativista, mas também não a excluindo.” (DOMINGUES E MIRANDA, 2018, p.4)

Dessa forma a estética não-binária serviria como ferramenta na construção do discurso net-ativista, pois através da neutralização de suas vestimentas constrói-se uma narrativa de constatação que rever conceitos trazidos a gerações sobre os parâmetros dos padrões da masculinidade, comunicando novos discursos, e portanto novas masculinidades, tendo a moda como apoiadora de causas. Que vai utilizar as mídias sociais como forma de propagação e em busca de aprovação pelos demais.

Domingues e Miranda (2018) também ressaltam que ao se ajustar a algumas restrições, podem mostrar o quanto o comprometimento com a identidade social do indivíduo pode influenciar em seu comportamento. Identidades postas como primordiais são consideradas como guias de comportamento apropriado para a grande massa. Muitos produtos tem características simbólicas bem marcantes e o consumo deles é mais coerente pelo seu forte significado social do que sua própria funcionalidade, o consumidor vai levar em consideração os símbolos encontrados na forma de identificar os produtos; produtos esses consumidos pelos indivíduos vão agregar significados pessoais e funcionais e sua funcionalidade. Assim, para que seja aceito em determinado grupo social, o indivíduo deve concordar fielmente com os símbolos e significações sociais pré-estabelecidos.

Sendo assim, afirmam que discussões sobre identidade e estética de gênero já se mostram consolidadas na atualidade dentro das ações de consumo e ofertas de mercado, focando na indústria da moda e da aparência de que pode ser considerado como não binaridade ou que não pertença a um gênero específico. Nesse caso, aqui levaremos em consideração o uso de saias por homens como uma forma de comportamento desviante, pois está infringindo a lei do pertencimento feminino. O desvio é socialmente construído pois é resultado da reação do outro ao ato de uma pessoa. “O que o grupo de desviantes tem em comum e o que leva a serem vistos como tal é partilharem o rótulo e a experiência de serem rotulado como desviantes.” (CHEVITARESE E MIRANDA, 2017, p. 4). Assim, o sujeito é percebido pelos outros grupos como sendo desviantes e são submetidos a julgamentos sociais.

Historicamente tivemos a apropriação de algumas peças de roupas consideradas masculinas pelo guarda-roupa feminino, impulsionadas pelas lutas femininas. Essa apropriação veio na busca de significados de poder através do uso da calça, ombreiras, gravatas. Dessa forma, Chevitaese e Miranda (2017) afirmam que no uso da saia por homens percebe-se o contrário, pois eles se fragilizam, devido a imagem feminina estar relacionada à submissão. Tanto as mulheres feministas quanto os homens desviantes da atualidade buscam pela liberdade de ação e o uso da moda como quebra de algumas convenções sociais impostas, buscando uma sociedade sem julgamentos e que, dessa forma, tente difundir um novo tipo de comportamento para tentar a normatização do mesmo.

Chevitaese e Miranda (2017) colocam que ser um modelo comportamental como forma de se libertar e libertar os outros, busca uma normatização de certo tipo comportamento. O transgressor procura lugares onde seja possível sua intervenção, por medo das reações dos defensores da moral e em alguns casos acabam por serem punidos por estar infringindo a regra. Fica fácil perceber que só é possível uma ação desviante quando existe uma barreira moral, então essa ação desviante vem com a função de tentar mudar o pensamento conservador que começa negando a sua liberdade de escolha.

Nesse caso Chevitaese e Miranda (2017) afirmam que tanto um hétero quanto um homossexual, ao usar saia, está assumindo características de outro gênero e acaba sendo visto pelos conservadores como sendo uma maneira de abrir mão de sua masculinidade, como se o fato de aproximar-se, de um certo modo, da feminilidade fosse carregado de uma imagem altamente negativa. Mas, analisando a hierarquia entre homens e mulheres, a saia para os homens vai significar uma desconstrução à norma e, dessa forma, vai questionar essa hierarquia. A saia se torna uma ferramenta para esse homem, como maneira de se libertar e também libertar os outros homens do que se convencionou como imutável no comportamento masculino e que pode fazer parte do modo de ser de homens e mulheres.

A partir de então, no ponto de vista de Chevitaese e Miranda (2017) vai ser percebido que essa saia de homem vai ter uma associação diferente quanto a saia pertencente ao universo feminino, sofrendo mudanças simbólicas

colocadas através de elementos que podem masculinizar a saia, buscando por cores mais sóbrias, modelagens retas e sem muitos detalhes, com uma pegada meio esportiva. A saia de homem vai buscar um equilíbrio entre os aspectos masculinos e femininos, usando esses elementos masculinos como forma de se proteger. O preto e o reto acrescentam ao sujeito saia a possibilidade de transitar de onde o colorido, o suave relaciona-se com a fragilidade feminina.

O indivíduo que utiliza do discurso de moda como forma de desvio é fortalecido pela responsabilidade colocada em torno de si e também do outro, como afirmam Chevitarese e Miranda (2017). Os autores continuam reforçando que as práticas de reinvenção de si mesmo são colocadas como forma de resistências dos indivíduos que estão à procura de uma ressignificação através da liberdade de escolha longe dos julgamentos alheios, mas a reação dele perante esses julgamentos está na base de sua resistência, pois enquanto estiver uma reação negativa, significa que existe um desvio. Mas a partir do momento que for tratada no sentido de normatização não existe mais desvio, pois já foi absorvido pelo âmbito social. “A ação desses “homens desviantes de saia” traz uma oportunidade de investigar como as roupas podem construir uma ação de desafio ao padrão dominante de comportamento.” (CASOTTI, CHEVITARESE e MIRANDA, 2018, p.1)

Casotti, Chevitarese e Miranda (2018) apontam a importância de observar que as pessoas estão mais preocupadas com a ruptura no paradigma do gênero, do que com a própria orientação sexual do desviante, esse lugar considerado inferior já está designado para o feminino. O modelo comportamental surge como forma de libertação pessoal e coletiva buscando a normalização do comportamento, a negação se fortalece pela não exposição ao ocorrido e quando esta passa a ser corriqueiro, sai da faixa da anormalidade e é massificado. A liberdade que as pessoas entendem, dentro dos seus contextos, já estão começando a ser tidos como uma ilusão é mais pertinente dizer que habitam bolhas onde a transgressão pode ocorrer, mas que no dia a dia é difícil de acontecer.

O espaço em que se acha possuir liberdade, nada mais é do que uma construção de contextos socialmente favoráveis para tal comportamento, as

consideradas bolhas de consumo. Acaba que o comportamento transgressor se restringi dentro dessas bolhas de consumo, fazendo com que alguns indivíduos tenham receio de andar na rua utilizando saia. Esse receio pode ser diminuído se o indivíduo tiver o “privilégio” de se heterossexual ou possuírem características físicas de tal. As características masculinas são seu campo de proteção, pois quando estão de saia e percebem que aquilo os deixa com a imagem fragilizada começam a sentir empatia com os problemas sofridos pelas mulheres colocadas por Casotti, Chevitaese e Miranda (2018).

Os autores afirmam que ser um modelo dentro da bolha se constrói como um forma de liberdade que busca a normalização do comportamento, a saia se torna o objeto de libertação do homem que não quer mais estar preso ao convencionalizado como natural, demonstrando assim que nem homens e nem mulheres possuem uma liberdade no que diz respeito ao uso das saias. Dessa forma percebe-se que só é possível esse consumo desviante dentro de bolhas onde esses desvios de gênero podem ser colocados como modelo a ser seguido, que podem explicar como esses comportamentos de consumo vão auxiliar no processo de mudança social. As pessoas que não se encaixam no “padrão” precisam de um espaço confiável onde podem ser elas mesmas (as bolhas de consumo), sem a pressão externa. Os grupos dentro das bolhas são reconhecido pelos demais grupos através de seus comportamentos.

Portanto, dessa forma, a frequências no uso vai acabar por diminuir esse estranhamento causado nos homens mais conservadores, vai acabar acostumando o olhar das pessoas para aquela novidade, e a partir daí poder ser aceita, futuramente com mais naturalidade pelos demais membros da sociedade pós-moderna. “Ainda que a moda das passarelas ofereça e incentive novas possibilidades do vestir, a sociedade de maneira geral ainda guarda muitas reservas no que diz respeito à desconstrução da estrutura binária reiterada e reafirmada pela roupa.” (ARCOVERDE, 2015, p. 11). Essa naturalização é trazida a partir do momento que os “homens comuns” percebem seus ídolos adotarem esses tipos de comportamentos como forma de comunicação através da vestimenta.

Dentro dessa contexto a estética não-binaria viria como alternativa para esse novo perfil masculino, pois vai utilizar-se dessa nova forma de consumir na

criação de suas composições, ainda que, com um público reduzido. Mesmo que, conforme foi dito por Arcoverde (2015) a sociedade sendo muito conservadora em torno da estrutura binária trazida pela vestimenta, o uso constante, traz a naturalização. Tendo em vista que esse estudo traz consigo uma forma de ressignificação para o vestuário masculino no contexto pós-moderno, a fim de compreender como as relações de poder entre os gêneros afetaram o vestuário e como isso começa a refletir nas formas de vestir. O que impõe a constatação de que a cultura ocidental pós-moderna vem revendo alguns conceitos trazidos a gerações sobre os parâmetros dos padrões da masculinidade.

3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Utilizando-se da metodologia aplicada em DNA de imagem de moda Maciel e Miranda (2009), técnica de análise semiótica, onde analisa critérios como de forma, cor, materiais, composição e gestual; afim de adaptar o método de trabalhar com a pesquisa iconográfica, fundamentada nos valores percebidos, abordando a sistemática dos sistemas de signos na produção dos sentidos através de imagens. Buscando identificar como se constrói a cultura de moda ocidental masculina a fim captar a essência do homem pós-moderno, este que propõe uma nova abordagem no que diz respeito a utilizar a análise de imagens, como forma de decodificação de significados na forma de se vestir, baseando-se em critérios como forma, cor, materiais, composição e gestual como mecanismos de observação, buscando por imagens que tragam um certo equilíbrio entre elementos considerados masculinos e femininos em suas construções. Com o objetivo de mapear os códigos do vestuário masculino, propondo mais uma forma de ver e perceber a moda, analisando dez imagens tiradas do *instagram* da *Vogue Hommes*, revista essa voltada para a área de moda, estilo e comportamento para os homens, publicando artigos sobre diversas áreas de interesse do universo masculino, não ficando restrito apenas à moda. A fim de observar como os padrões dos comportamentos masculinos foram saindo de uma certa austeridade e sobriedade dos trajes pós revolução industrial, do paletó preto, e começaram a ser influenciados por uma cultura jovem, com outras perspectivas sobre os comportamentos e modo de se vestir (não-binaridade).

FIGURA 1 – Look inspirado no herói

Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

CrITÉRIOS

01 – Forma – Comprimentos e volumes trazidos remetem as togas da cultura grega.

02 – Cor – O branco e o cinza trazidos remetem as vestimentas gregas, enquanto os detalhes em dourado servem para traduzir status e requinte.

03 – Materiais – A forma estrutural da toga levemente encurtada, tira da configuração masculina a necessidade da calça. Aparentemente confeccionado em um tecido leve, remetendo ao feminino.

04 – Composição – Vestido acentuado com um cinto e acessório dourado nas mãos. Traz bastante para uma silhueta lida como feminina na contemporaneidade, ao mesmo tempo o acessório remete ao poder dos deuses e heróis (já que tem formato de raios e chamas). O cabelo também remete a estética das estátuas da civilização grega.

05 – Gestual – O observado apresenta uma postura de imponência, de nobreza, de solenidade em seu aspecto. Dando assim um maior empoderamento a si mesmo e a sua imagem, remetendo assim a imagem do herói.

Conclusão – Podemos perceber que essa superioridade associada ao ser masculino perdura desde a idealização do herói grego. Mesmo com o material leve, o comprimento curto, a falta de calça e a silhueta de cintura marcada (elementos que remetem ao feminino), a imagem continua sendo lida como o herói, ressignificando o masculino contemporâneo dentro da estética do herói grego.

FIGURA 2 – Traje masculino clássico dentro da pós-modernidade



Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Critérios

01 – Forma – Traz uma forma clássica ao guarda-roupa masculino, e ao mesmo tempo mostrando um diferencial, pelo fato da modelagem ser ajustada ao corpo.

02 – Cor – O *blazer* e a calça, todos em um único tom de azul, dando um certo contraste com uma camisa na cor verde, mas totalmente estampada. O azul e o verde são socialmente associados ao masculino.

03 – Materiais – O tradicional traje masculino para ocasiões formais permanece com uma mesma estrutura, mudando apenas no que diz respeito a cores, estampa e modelagem mais ajustada ao corpo.

04 – Composição – A imagem apresenta uma certa influência do estilo clássico masculino, mas com alguns elementos visuais da pós-modernidade. Elementos esses que o homem começa a adotar do universo feminino, como por exemplo a utilização de cores e estampas em suas composições, outra característica bem marcante é a modelagem mais ajustada ao corpo, o tradicional não apresentava esse tipo de modelagem e sem esquecer é claro, das unhas pintadas.

05 – Gestual – O jovem observado na imagem apresenta uma postura descontraída, apesar de estar em um ambiente que impõe maior postura e seriedade.

Conclusão – Percebemos que dentro da cultura pós-moderna, elementos antes altamente restritos ao universo feminino começam a transitar entre os dois gêneros, dessa forma, trajes clássicos masculinos acabam formando um novo perfil para esse traje.

FIGURA 3 – Alfaiataria masculina pós-moderna



Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Crêterios

01 – Forma – Comprimentos e volumes trazidos do clássico traje masculino p s-revolu o industrial. Com exce o dos *shorts*, também em alfaiataria, mas com um comprimento não muito convencional aos homens.

02 – Cor – Os ternos possuem cores tradicionais para esse tipo de vestimenta, cores frias e sóbrias, que remetem essa austeridade e seriedade exigida dos trajes masculinos.

03 – Materiais – O tradicional traje masculino para ocasiões formais permanece com uma mesma estrutura de materiais.

04 – Composi o – Percebe-se um certo tipo de tradicionalismo nesse tipo de vestimenta, clássica e ao mesmo tempo inovadora, pois mant m a estética com elementos totalmente modernos. Conseguindo se manter fiel ao tradicionalismo vestimentar, mas com um ar de inova o, através da troca de calças por shorts, as mangas um pouco mais curtas que as tradicionais e o uso de maquiagem.

05 – Gestual – Apesar dos trajes exigirem uma maior seriedade, na imagem os rapazes apresentam uma postura mais descontraída.

Conclusão – Percebemos que dentro da cultura pós-moderna, elementos antes altamente restritos ao universo feminino começam a transitar entre os dois gêneros, dessa forma, trajes clássicos masculinos acabam sofrendo algumas altera es, para melhor representar esse novo perfil masculino.

FIGURA 4 – Alfaiataria masculina

Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Crêterios

01 – Forma – Traz comprimentos e volumes do clássico traje masculino p s-revolu o industrial. Com exce o da saia, que   plissada e no joelho, continuando no campo do tradicional mas associada socialmente ao gênero oposto, saindo assim do tradicional terno e calça presentes desde a revolu o industrial.

02 – Cor – O terno possui uma cor geralmente associada ao uso feminino, o rosa suave, ainda mais associado ao delicado, romântico, feminino, mas que aos poucos vem sendo incorporado no guarda-roupa masculino.

03 – Materiais – O tradicional traje masculino para ocasiões formais permanece com uma mesma estrutura de materiais.

04 – Composi o – Percebe-se um certo tipo de tradicionalismo nesse tipo de vestimenta, clássica e ao mesmo tempo inovadora, trazendo o tradicionalismo do traje masculino e do feminino ao mesmo tempo, além

de meias, um sapato diferente, uma bola na mão como elementos de inovação.

05 – Gestual – Os trajes exigem uma maior seriedade, na imagem o rapaz traz uma postura de maior seriedade, imponência.

Conclusão – Percebemos que dentro da cultura pós-moderna, elementos antes altamente restritos ao universo feminino começam a transitar entre os dois gêneros, os trajes clássicos apresentados na imagem traz os elementos do traje masculino e do feminino ao mesmo tempo.

FIGURA 5 – O macacão dentro da cultura vestimentar masculina



Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Critérios

01 – Forma – Percebe-se que os comprimentos e volumes do macacão começam a ressignificar o traje masculino, fugindo da tradicional calça e camisa, que restringe seu guarda-roupa; aparentemente com uma modelagem mais reta

02 – Cor – Já que a forma sai um pouco do convencional, as cores, nesses casos, assumem um ar de neutralidade, trabalhados na lavagem do *jeans*. E os respingos de tinta acabam por acrescentar muito na composição do *look*, dando um ar de modernidade.

03 – Materiais – A tradição do *jeans* para o público jovem aqui é trabalhado em um *look jeans* total, mesmo que o tecido seja associado a um certo tipo de descontração, remetendo a cultura jovem, o *baby boom* dos anos cinquenta.

04 – Composição – O macacão é trazido com uma camisa social, também em *jeans*, trazendo o mesmo material e estampa, dando uma ideia de continuidade. Também são utilizadas algumas pulseiras como forma de adorno corporal.

05 – Gestual – Apesar de estar em um ambiente aparentemente formal, a gesticulação do jovem não impõe tanta seriedade, a mão no bolso o deixa mais descontraído.

Conclusão – Percebemos que o macacão pode ser um grande aliado no armário masculino, pois além de não fugir da configuração usar calças, a sua versatilidade de poder ser usado de diferentes maneiras e em diferentes composições pelo usuário. Servindo como ferramenta para uma maior diversificação do armário masculino, mesmo que inicialmente tenha sido criado para os trabalhadores fabris, logo foi incorporado pelo guarda-roupa feminino e assim entrou para a estética do *streetwear* e assim adotado pelos homens com o passar do tempo.

FIGURA 6 – Streetwear

Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Crêterios

01 – Forma – Comprimentos e volumes trazidos, podem se referenciar pelo estilo *hippie* dos anos 70.

02 – Cor – A calça vem numa tonalidade de roxo, querendo quebrar um pouco desse tabu do homem não poder usar cores marcantes, enquanto o *cropped* apresenta uma estampa têm em cores marcantes.

03 – Materiais – Esse *look* mostra uma total quebra de paradigmas trazidos da cultura pós-modernista. Traz um tricô estampado e uma calça de veludo como ferramentas de transgressão social.

04 – Composi o – Foto de tirada em 2019, mas mostra que o usuário possui forte conhecimento e gosto pela cultura hippie da década de 70, trazidos na estética dos óculos e do *cropped*. O jovem traz muitas referências *vintage* na sua composi o, o que sobressai   o guarda-chuva, além da ado o de inúmeras peças antes restritas apenas ao

universo feminino. Mas os sapatos e cintos vem como o símbolo da masculinidade no look, afim de trazer um equilíbrio de elementos.

05 – Gestual – O rapaz na foto apresenta uma postura altamente descontraída. A pose acaba sendo mais ligada ao campo do feminino, trazendo uma leitura de quebra do padrão de gênero.

Conclusão – Percebemos que dentro da cultura pós-moderna, elementos antes altamente restritos ao universo feminino começam a transitar entre os dois gêneros, mas alguns elementos do *look*, ainda puxam para fortalecer símbolos masculinos, como o uso dos sapatos e do cinto.

FIGURA 7 – A influência da cor do cabelo



Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Crêterios

01 – Forma – Traz comprimentos e volumes que apresentam referencias do *sportswear*.

02 – Cor – Mix de cores aparentemente de forma aleatória, mas que acabam por fazer associa o a feminilidade, deixando a peça com uma cara *unissex*. Já o cabelo colorido, tradicionalmente associado ao feminino, traz o aspecto de que os homens também podem cuidar da aparência e pintar os cabelos da cor que se sentirem confortáveis.

03 – Materiais – Aparentemente   um tecido leve e confortável, meio que destinado para movimentac o do corpo e exercícios físicos.

04 – Composi o – Na composi o da imagem, os elementos cabelos coloridos e roupa também colorida acaba por reforçar a quebra da masculinidade tradicional.

05 – Gestual – Postura casual.

Conclusão – Percebemos apesar do corte do cabelo ser o convencional para os homens, sendo curto, a cor vem como forma de transgressão social

FIGURA 8 – Feminilização da masculinidade

Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Critérios

- 01 – Forma** – Em relação a vestimenta, traz comprimentos e volumes do cotidiano dos homens. Tirando a questão dos óculos, da peruca e do cinto fino.
- 02 – Cor** – Cores singelas e sóbrias, características tão marcantes do armário masculino, contrastando com as cores fortes trazidas na estampa da camiseta.
- 03 – Materiais** – Esse *look* é bem comum, trazendo elementos que remetem ao conforto para a vida cotidiana e suas tarefas diárias.
- 04 – Composição** – Mostra aparentemente uma forte referência de elementos masculinos e femininos. A peruca, os óculos, o cinto fino e a infantilização da camiseta reforçam uma certa feminilidade, enquanto o casaco e a calça ancoram a masculinidade.
- 05 – Gestual** – O rapaz na foto apresenta uma postura considerada um tanto quanto feminina, ao considerar que ele está com as mão na cintura.

Conclusão – Percebemos que a coleção da *Martine Rose's* traz elementos tanto da cultura masculina, uma roupa do cotidiano, como também coloca elementos, os óculos e a peruca, do armário feminino como forma de quebra de paradigmas, além é claro da postura do modelo.

FIGURA 9 – Transparência e calças bicolores



Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Critérios

01 – Forma – Percebe-se que os comprimentos e volumes da calça mantem-se fiel ao tradicional tipo de calça masculina, contudo a blusa traz uma diferenciação em sua construção.

02 – Cor – As cores, nesses casos, assumem um ar de neutralidade, trabalhados no branco e nos tons terrosos, puxando para um lado mais masculino.

03 – Materiais – A questão da calça bicolor quebra um pouco da naturalidade do traje masculino, trazida num veludo, enquanto a transparência da blusa traz um ar de sensualidade a composição.

04 – Composição – Nesse contexto existe toda uma configuração para de alguma forma reforçar a masculinidade, contudo em sua construção, pequenos elementos, como a transparência da camiseta e o fato da calça se bicolor, acaba por refutar esse levantamento.

05 – Gestual – Apesar de uma foto catálogo, o modelo se apresentar de forma altamente casual, despojado, fugindo da pose imponente do herói.

Conclusão – Percebemos que mesmo a configuração calça e blusa, dentro do contexto da pós-modernidade, dependendo dos elementos estéticos aos quais está atrelado, pode não ficar restrito apenas a masculinização de quem os usa. Cores e texturas tem um forte poder na construção da imagem.

FIGURA 10 – Barroquismo pós-moderno



Fonte: [instagram.com/voguehommes/](https://www.instagram.com/voguehommes/)

Crêterios

01 – Forma – Comprimentos e volumes trazidos, podem se referenciar pelo estilo barroco.

02 – Cor – O branco acaba remetendo a uma certa neutralidade tanto exigida dos trajes masculinos, contudo o dourado, com forte liga o ao barroco, coloca em evidencia a imponência, o empoderamento.

03 – Materiais – Tecidos plissados e brocados para remeter a delicadeza dos trajes barrocos femininos, que eram todos trabalhados em detalhes e bordados.

04 – Composi o – A foto apresenta algumas caracterizas que referenciam uma influência dos estilos barrocos, pelo trabalhado dos tecidos e composi o do visual geral do *look*, o deixando com um aspecto mais delicado.

05 – Gestual – O rapaz na foto apresenta uma postura altamente empoderada.

Conclusão – Percebemos que dentro da cultura pós-moderna, elementos antes altamente restritos ao universo feminino começam a transitar entre os dois gêneros. Saias e tecidos mais delicados começam a dialogar com o guarda-roupa masculino, além de trazer um maior conforto, traz têm um maior variedade no que usar de nosso perfil masculino.

A partir dessa análise, podemos perceber o quanto a cultura vestimentar masculina vem mudando com a cultura jovem no contexto da pós-modernidade, desse modo, o homem começa a incorporar elementos antes restritos ao universo feminino, percebendo assim uma ruptura com alguns padrões socialmente aceitos sobre a postura masculina e surgindo, a partir desse contexto, novas masculinidades sustentadas dentro de uma sociedade pós-moderna, identificando assim um homem que não possui uma identidade fixa, assumindo diferentes identidades em diferentes momentos. Não se identificando mais com uma imagem masculina arcaica, presa aos parâmetros da virilidade e austeridade tão exigido para o ser masculino, criando assim novos mecanismos traduzidos nas formas de vestir. Dessa forma percebe-se a importância da estética não-binária para esse contexto, servindo como alternativa para a

construção de novas masculinidades, traduzindo discursos e levantando causas nos âmbitos sociais através das roupas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando iniciou-se o trabalho de pesquisa foi constatado um certo tipo de limitação no guarda-roupa masculino, se comparado com o feminino; gerando um certo tipo de descontentamento em alguns homens, inseridos na cultura pós-moderna ocidental, em torno dos padrões sociais que podem ser considerados comportamentos masculinos e como isso está refletindo nas formas de vestir. Levantando assim outros aspectos, como as questões de gênero por exemplo e dessa forma mostrando sua relevância nos reflexos individuais e nas áreas dos estudos sociais, a fim de analisar sobre a restrição ao consumo da moda masculina, buscando compreender como as relações de poder entre os gêneros afetaram o vestuário no passado e como isso vem sendo desmistificado na cultura pós-moderna. Trazendo a estética não-binária como ferramenta na construção de novas formas de vestir, servindo como alternativa para a problemática levantada, sendo adotado mecanismo de transgressão social.

A partir de então, buscando compreender o padrão da masculinidade, apoiando-se na história e na cultura da sociedade ocidental, percebeu-se que toda a construção do mundo social é baseado em dicotomias, alto e baixo, frio e quente, masculino e feminino; sendo um considerado totalmente o oposto do outro, então, se para o homem ficou o externo, o domínio, a imponência, para a mulher fica o interno, o dominado, o modesto. Dessa forma também foram construídas as roupas, valorizando assim os atributos corporais de cada gênero. Tais padrões comportamentais acabam sendo transmitidos de geração a geração inconscientemente.

Nesse contexto, Identificou-se relações de poder existentes entre os gêneros, que acaba por influenciar na maneira das pessoas se vestirem, relações estas, baseando-se nos parâmetros da sexualidade, acaba por criar dicotomias que acabaram sendo fortemente explorados no contexto pós-revolução industrial. Enquanto para o homem se construiu uma imagem de patriarca, trabalhador, herói da família, símbolo da virilidade e imponência, então sua forma de vestir traduzia essa austeridade, cores sóbrias, ombros bem marcados, sem nenhum tipo de adorno. Por outro lado, restou para a mulher carregar toda a frivolidade, luxo, requinte, exagero e ao mesmo tempo submissão; trazidas em suas vestimentas. Onde as calças, símbolo da

autoridade masculina, se torna peça exclusiva para o uso dos homens, enquanto as saias tornam-se o símbolo da feminilidade.

Na contemporaneidade, depois de todas as conquistas objetivadas pelas mulheres, elas acabaram por construir toda uma liberdade no que diz respeito a cultura vestimentar ocidental. No contexto pós-moderno, as mulheres têm toda uma liberdade de usar calças, saias, vestidos, blusas; enquanto o homem fica restrito apenas a calças e blusas. Dessa forma identificou-se um descontentamento com os padrões de masculinidade. As contestações de gênero colocam em prova quais parâmetros podem ser considerados como masculinos e ou femininos a partir do momento que há uma quebra de paradigmas. A saia sendo um símbolo de feminilidade, começa a ser utilizada por homens que, não buscam se tornar femininos, mas a utilizam como ferramenta de transgressão social para conferir o *status* de que sim, eles também podem, isso é apenas uma peça de roupa.

Dessa forma, esta pesquisa partiu da hipótese de como se constrói a cultura de moda ocidental masculina e como isso se traduz nos estereótipos e desejos de consumo da sociedade, percebendo-se assim, uma certa limitação no consumo masculino, ficando restrito a uma gama pequena de variedades. Nesse contexto comportamentos antes limitados apenas ao uso pelas mulheres, passam a interagir com o universo masculino (peças de vestuário, uso de maquiagens, cuidado com a aparência) e assim mudando alguns paradigmas trazidos através da ancestralidade. Desse modo, o homem começa a incorporar elementos antes restritos ao universo feminino, percebendo assim uma ruptura com alguns padrões socialmente aceitos sobre a postura masculina e surgindo, a partir desse contexto, novas masculinidades sustentadas dentro de uma sociedade pós-moderna.

Nesse contexto, a estética não-binária viria como alternativa vestimentar para a problemática levantada, pois vai trazer elementos masculinos e femininos na construção de novas formas de vestir. Assim sendo, a presente pesquisa pode servir como ponto de partida para outros pesquisadores que possam perceber a identidade de moda por esse viés, também para designers que estejam buscando subsídios teóricos para conceituação de suas criações

baseados na estética não-binária, gênero neutro e, por fim, como forma de reflexão social sobre os comportamentos e construções de gênero na pós-modernidade.

IMPLICAÇÕES PARA O DESIGN

Desenvolver projetos de design pensando no mercado masculino usando a compreensão da estética não-binária para desenvolvimento de coleções.

Sugestões para futuras pesquisas

Usar as imagens desse trabalho para fazer uma pesquisa usando elicitação visual para analisar o discurso dos consumidores sobre essas imagens de moda.

REFERÊNCIAS

1. ARCOVERDE, Maíra. Moda: tecendo outras possibilidades na construção das identidades de gênero. Revista Periódicus. Abril. São Paulo, 2015.
2. BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Colin. Cultura, consumo e identidade. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.
3. BEAUVOIR, S. *O Segundo Sexo: A Experiência Vivida*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.
4. BOURDIEU, Pierre. A dominação masculina. 3^o ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
5. BUTLER, Judith. Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.
6. BRAGA, João. História da moda: uma narrativa. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2009.
7. CASOTTI, Letícia, CHEVITARESE, Leandro; MIRANDA, Ana Paula. Resistência de gênero, comportamento desviante e bolhas de consumo: uma reflexão a partir de Foucault, Becker e Butler. Curitiba: EnANPAD, 2018.
8. CHEVITARESE, Leandro, CASOTTI, Letícia e MIRANDA, Ana Paula. Saia de homem como discurso de poder. Revista Dobras. Agosto, 2019.
9. DOMINGUES, Izabela e MIRANDA, Ana Paula. Consumo de ativismo: Dinâmicas de mercado, arquétipos e moeda social. Rio de Janeiro: III Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo, 2018.
10. FOUCAULT, Michel. História da sexualidade I: A vontade de saber – 23^o ed – Rio de Janeiro: Edições Graal, 2013.
11. HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.
12. LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Fundamentos da metodologia científica. 5^a ed. São Paulo: Atlas S.A., 2003.
13. LE BRETON, David. A sociologia do corpo. Rio de Janeiro: Vozes, 2017.
14. LIPOVETSKY, G. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das letras, 2001.
15. LOPES, Guacira. Gênero, história e educação: Construção e desconstrução. Revista Educação e Realidade. Jul/Dez. Rio Grande do Sul, 1995
16. MACIEL, Eduardo Jorge e MIRANDA, Ana Paula. DNA da imagem da moda. Pernambuco. 2009.

17. MENDES e VALERIE, D. A moda do século XX. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
18. MORIN, Edgar. Cultura de massas do século XX. Trad. Maura Ribeiro Sardinha. Rio de Janeiro: Forence-Universitária, 2005.
19. PINHO, Raquel e REIS Neilton dos. Gêneros não-binários, identidade, expressões e educação. Revista Reflexão e Ação. V 24. Jan/Abr. 2016
20. Prodanov, Cleber Cristinho; Freitas, Ernani Cesar. Metodologia do trabalho científico (recurso eletrônico): Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ª ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
21. QUEIROZ, Mário. Moda: O herói desmascarado – A imagem do homem na moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.
22. SEBRAE. Moda: 54% dos hoomens tem interesse, 2018. <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ce/sebraeaz/moda-54-dos-homens-tem-interesse,3727cde5d61b3610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 05 out. 2019.
23. VERSAR. Pesquisa aponta crescimento e consolidação do mercado de moda masculina no Brasil, 2019. <https://www.revistaversar.com.br/pesquisa-aponta-crescimento-e-consolidacao-do-mercado-de-moda-masculina-no-brasil/>. Acesso em: 05 out. 2019.