



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

JORGE LUIS PINEDA GARCÍA

**NOVAS MASCULINIDADES E SUA RELAÇÃO COM A INDUMENTÁRIA: um
estudo sobre usuários de saia na cidade de Recife**

Recife
2021

JORGE LUIS PINEDA GARCÍA

**NOVAS MASCULINIDADES E SUA RELAÇÃO COM A INDUMENTÁRIA: um
estudo sobre usuários de saia na cidade de Recife**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Design. Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos,

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Simone Grace de Barros

Recife
2021

Catálogo na fonte
Bibliotecária Mariana de Souza Alves – CRB-4/2105

P649n Pineda García, Jorge Luis
Novas masculinidades e sua relação com a indumentária: um estudo sobre usuários de saia na cidade de Recife/ Jorge Luis Pineda García. – Recife, 2021.
107p.: il., fig.

Orientadora: Simone Grace de Barros.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2021.

Inclui referências e apêndices.

1. Planejamento e Contextualização de Artefatos. 2. Saia masculina. 3. Novas masculinidades. 4. Moda. 5. Crise da masculinidade. I. Barros, Simone Grace de (Orientadora). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2021-172)

JORGE LUIS PINEDA GARCÍA

**“NOVAS MASCULINIDADES E SUA RELAÇÃO COM A INDUMENTÁRIA: UM
ESTUDO SOBRE USUÁRIOS DE SAIA NA CIDADE DE RECIFE.”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Design.

Aprovada em: 16/07/2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Simone Grace de Barros (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^a Dr.^a Oriana Maria Duarte de Araujo (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof.^a Dr.^a Nathalie Barros da Mota Silveira (Examinadora Externa)
Universidade Federal de Campina Grande

Dedico esta dissertação a meu marido, Aurélio, por me acompanhar e apoiar nessa árdua jornada.

AGRADECIMENTOS

A Aurélio, que, com amor e paciência, incentivou, apoiou e tornou este sonho possível.

À minha família, a mexicana e a brasileira, pelo apoio desde sempre, pela torcida e celebração a cada passo adiante.

À minha orientadora, Simone Barros, agradeço todo o apoio, a compreensão e o direcionamento durante esse período do mestrado.

Ao Programa de Pós-Graduação em Design, pela acolhida e pela oportunidade de expandir minha formação pesquisando uma temática do meu interesse.

Aos professores do departamento de Design, que contribuíram com a construção deste trabalho durante as disciplinas cursadas.

À professora Nathalie Barros, pelas conversas e pelo apoio desde o começo do mestrado e pelas valiosas contribuições à dissertação.

À professora Oriana Duarte, pelas preciosas e essenciais contribuições que fizeram possível este trabalho.

Aos entrevistados, pela disponibilidade e as palavras sinceras.

À CAPES, pela bolsa que viabilizou o tempo dedicado à produção dessa pesquisa.

RESUMO

O homem com saia tem ganhado muita visibilidade nos últimos anos. A indústria da moda apropriou-se por completo dessa figura e é cada vez mais comum encontrá-los nos desfiles de moda de diferentes marcas e estilistas; parece que a saia de homem virou uma peça que não pode faltar nas grandes passarelas. Essa exagerada exposição da saia na mídia, sugere uma maior aproximação por parte do público masculino à adoção de roupas consideradas femininas. Entretanto, visualizar homens usando o artefato, mesmo nas grandes cidades brasileiras, como é o caso de Recife, é ainda uma situação excepcional. A saia é utilizada por homens com um perfil particular, em locais e eventos específicos e sob determinadas condições. Eles são o nosso objeto de estudo, sujeitos residentes na cidade do Recife, que agregaram ao seu guarda-roupa e ao seu cotidiano o uso da saia masculina. Nosso objetivo geral foi reconhecer as motivações principais para sua escolha, assim como os obstáculos e dificuldades de usar uma peça tida como feminina na sociedade local. A população pesquisada foi constituída por quarenta e um homens recifenses. Para a obtenção dos dados, optou-se pela netnografia, completada com entrevistas. Através da pesquisa, foi possível traçar um perfil que permitiu entender melhor os traços característicos e marcantes dos homens que usam saia na cidade, e foi provado que as circunstâncias do ato de vestir a peça estão ligadas ao contexto, à educação e à cultura local. A pesquisa mostrou que a região do nordeste brasileiro ainda carrega o peso de uma cultura patriarcal, e os estereótipos relacionados ao machismo estão tão arraigados na cultura local que deixam pouco espaço para explorar novas formas de masculinidades.

Palavras-chave: saia masculina; novas masculinidades; moda; crise da masculinidade.

ABSTRACT

The man with the skirt has gained a lot of visibility in the last years. The fashion industry has completely taken over this figure and it is more and more common to see them in the fashion shows of several brands and stylists; it seems that the masculine skirt has become an essential item on the runways. A growing trend in the media and in fashion journalism suggests that the male public is closer to the adoption of clothes considered feminine. This exaggerated exposure of the skin on the media suggests a closer approximation between men and clothes considered as feminine. However, the scene that we find in the streets, in our day to day, seems somewhat different. The piece is used by men with a particular profile, in specific places and events and under certain conditions. Our object of study is men, resident in the city of Recife, who added to his wardrobe and to his daily life the use of a male skirt. The general goal was to recognize the main motivations for his choice, as well as the obstacles and difficulties to use a piece considered feminine in the local society. The surveyed population consisted of forty-one men from Recife. To obtain the data, we opted for netnography, complemented with interviews. Through the research, it was possible to draw a profile that led to a better understanding of the profile and striking features of men who wear skirts in the city, and it was proven that the circumstances of the act of wearing the garment are linked to the context, education and local culture. The research showed that the Brazilian Northeastern region still carries the weight of a patriarchal culture, and the stereotypes related to male chauvinism are so ingrained in the local culture that they leave little room to explore new ways of masculinities.

Keywords: men's skirt; new masculinities; fashion; crisis of masculinity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Jaqueta da marca JoPin	13
Figura 2 - Tríade teórica	18
Figura 3 - Masculinidade hegemônica na sombra.....	27
Figura 4 - Primeiras imagens em google sobre o homem nordestino	32
Figura 5 - Homem do nordeste no sertão.....	35
Figura 6 - Literatura do Cordel	37
Figura 7 - Esculturas Francisco Brennand	39
Figura 8 - Duque de Medinaceli usando Justaucorps	44
Figura 9 - habit complet à la française	45
Figura 10 - Sans-culottes, revolucionários franceses.....	46
Figura 11 - Dândis franceses	48
Figura 12 - Teddy-boys	50
Figura 13 - Tribos urbanas	51
Figura 14 - Kaunakes, vestimenta masculina.....	56
Figura 15 - Shenti ou calção egípcio.....	56
Figura 16 - Peplo, a túnica grega	57
Figura 17 - Diferença de trajes masculino e feminino no começo do século XVI.....	58
Figura 18 - A classe burguesa imitando a nobreza no século XVIII	60
Figura 19 - Moda masculina e feminina na década de 1960.....	61
Figura 20 - Desfile São Paulo Fashion Week.....	62
Figura 21 - Saia escocesa original	64
Figura 22 - New Look Dior.....	66
Figura 23 - New look, Flavio de Carvalho	68
Figura 24 - Manchetes sobre saia masculina	71
Figura 25 - Bandeira LGBT	79
Figura 26 - Recifenses de saia/elemento contraste	84

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Análise por idade	73
Gráfico 2 - Análise por raça/cor.....	75
Gráfico 3 - Análise por ocupação	76
Gráfico 4 - Análise por orientação sexual.....	78
Gráfico 5 - Análise por lugar.....	80
Gráfico 6 - Análise segundo o tipo de saia	82
Gráfico 7 - Análise visual.....	83

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	APRESENTAÇÃO	12
2	APROXIMAÇÃO METODOLÓGICA	16
2.1	JUSTIFICATIVA E PROBLEMÁTICA DA PESQUISA.....	16
2.2	OBJETO DE ESTUDO E RECORTES	16
2.3	OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS	17
2.4	TRÍADE TEÓRICA DA PESQUISA E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	18
2.5	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	19
3	REFERENCIAL TEÓRICO	21
3.1	MASCULINIDADES FRAGMENTADAS: UMA INTERPRETAÇÃO DA CRISE ATRAVÉS DA TEORIA DO HABITUS	21
3.1.1	Conceitos-Chave Pierre Bourdieu	22
3.1.2	Masculinidade, crise masculina, um novo homem	24
3.1.3	<i>Habitus</i> em crise	29
3.1.4	Considerações	31
3.2	MASCULINIDADE NORDESTINA: RESERVA DE VIRILIDADE NACIONAL	32
3.2.1	Precisamos de um macho!!	34
3.2.2	Perfil do cabra	35
3.2.3	Falocentrismo nordestino	38
3.2.4	Considerações	40
3.3	MODA MASCULINA: CONCEITOS, HISTÓRIA E PANORAMA ATUAL.....	40
3.3.1	Moda: entendendo a vestimenta	41
3.3.2	Breve história da moda masculina	43
3.3.2.1	Estilo Barroco e o Rei Sol.....	43
3.3.2.2	A Revolução Francesa	44
3.3.2.3	Revolução Industrial e o surgimento dos Dândis.....	46
3.3.2.4	Século XX.....	48
3.3.2.5	Século XXI	53
3.3.3	Considerações	54
3.4	SAIA: UMA VELHA CONHECIDA	54
3.4.1	As origens - Uma peça sem gênero	55

3.4.2	Saia feminina - uma oferenda ocidental	58
3.4.3	Kilt - Um “bizarro” respeitado	62
3.4.4	Sobre saias famosas	64
3.4.4.1	New look - Christian Dior	64
3.4.4.2	New Look - Flávio De Carvalho	66
3.4.5	Considerações	69
4	CAMPO E SUJEITOS DE PESQUISA: O CABRA MACHO DE SAIA	71
4.1	PESQUISA NETNOGRÁFICA	72
4.1.1	Análise por idade	73
4.1.2	Análise por raça/cor	74
4.1.3	Análise por ocupação	76
4.1.4	Análise por orientação sexual	77
4.1.5	Análise por lugar	80
4.1.6	Análise por tipo de saia	81
4.1.7	Análise do <i>Look</i>	83
4.2	ENTREVISTAS	85
4.2.1	Perguntas, Respostas e Análises	85
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	92
	REFERÊNCIAS	94
	APÊNDICE A - TABELA COMPARATIVA DA PESQUISA NETNOGRÁFICA	98
	APÊNDICE B - ENTREVISTAS	100

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO

Era o ano 2014 quando saí do meu país, México, para formar a minha própria família e recomeçar uma vida no nordeste do Brasil. Deixar as minhas raízes foi uma escolha difícil, mas foi a melhor que já fiz. As mudanças foram muitas e o crescimento pessoal foi gigantesco ao ponto de me fazer questionar tudo o que eu tinha feito até esse momento e perceber que não estava feliz com meu histórico laboral/profissional. Criei coragem e resolvi reinventar-me por completo. Deixei a minha profissão de administração e a minha experiência de alguns anos na indústria farmacêutica e comecei de zero no que sempre quis fazer: me matriculei num curso de design de moda.

A experiência foi maravilhosa e aproveitei cada momento. Em 2017, eu estava na fase final do curso quando decidi entrar no mercado de moda vendendo peças criadas e produzidas por mim. A proposta da minha marca era apresentar um produto para o homem sensível, elegante e mais ousado na vestimenta (Figura 1). A intenção era atender à demanda masculina de uma nova geração que procurava um produto com um design diferenciado.

Na época, ingenuamente, desconhecendo as profundas complexidades que envolvem as diferentes masculinidades, decidi encaixar o meu público consumidor no rótulo do “novo homem”.

Figura 1 - Jaqueta da marca JoPin



Fonte: O Autor (2021).

Foi trabalhando neste projeto quando comecei a conhecer histórias sobre as dificuldades que tinham alguns dos meus clientes ao utilizarem, na sociedade local, as peças que eu vendia. Alguns deles se sentiam constrangidos e julgados na hora de usar peças tão “chamativas”. No começo, fiquei surpreso, pois a minha marca não apresentava formas transgressoras, não modificava silhuetas historicamente masculinas, não representava nenhuma ruptura óbvia. As peças que eu fazia só misturavam estampas, cores e texturas de uma forma descontraída.

Os relatos dos meus clientes, que retratavam uma sociedade nordestina intolerante e fechada, despertaram a minha curiosidade e me fizeram refletir sobre a complexidade do ato de se vestir e as diferentes consequências que a roupa pode gerar.

Se uma estampa de “vaquinha” poderia atrair um olhar preconceituoso, o que aconteceria então com os homens que transformam radicalmente a imagem masculina, aqueles que desafiam abertamente as tipologias rígidas e se aventuram a romper de vez os padrões estabelecidos, vestindo peças que ainda são associadas ao gênero feminino? Esse questionamento me fez perceber que estava diante de uma problemática muito interessante para desenvolver uma pesquisa. Havia, então, encontrado a temática que eu queria tratar no meu mestrado. Logo, uma dúvida

surgiu. Teria, eu, como estrangeiro, propriedade para falar do homem nordestino, para falar da sua identidade e indagar na sua construção social?

Moro aqui há alguns anos, me encontro imerso dentro desta rica e maravilhosa cultura do nordeste e carrego na bagagem um histórico diverso de experiências decorrentes da minha história dentro e fora do Brasil, assim como do meu processo migratório. Vivo e convivo com homens nordestinos, subalternos, estigmatizados, estudo e trabalho com moda, sou um apaixonado pela roupa e suas subjetividades. Por que não tentar? Resolvi, então, empreender esta jornada que teve como resultado final esta dissertação.

O começo não foi simples, precisei fazer vários recortes para chegar no meu objeto de estudo e, depois de muitas dúvidas, e análises decidi focar nos homens usuários de saia na cidade de Recife.

A escolha não foi por acaso, o homem com saia tem ganhado muita visibilidade nos últimos anos. A indústria da moda apropriou-se por completo dessa figura e, na atualidade, é cada vez mais comum encontrá-los nos desfiles de diferentes marcas e estilistas; parece que a saia de homem virou um enfeite que não pode faltar nas grandes coleções.

A imprensa, o jornalismo de moda, os *fashion blogs* e os *influencers* também têm sido responsáveis de nos “lembrar” constantemente o quanto a saia está sendo utilizada pelos homens brasileiros. Manchetes encontradas na mídia como: “As saias estão invadindo o guarda-roupa masculino” ou “Homens de saia são a tendência do momento” sugerem-nos uma maior aproximação entre a estética masculina e feminina. No entanto, o cenário que encontramos nas ruas, no nosso dia a dia, parece um tanto diferente.

Na atualidade, existem cada vez mais opções de roupas e estilos para o guarda-roupa masculino e a estética dos homens definitivamente tem se transformado no decorrer das últimas décadas, as mudanças têm sido muitas, entretanto, nas ruas, as formas e modelagens seculares da vestimenta dos homens quase sempre permanecem. O tabu que ainda regulamenta a indumentária masculina está cravado na nossa sociedade de tal forma que a maioria dos homens ainda se sente constrangidos e desconfortáveis só com a ideia de usar uma saia ou vestido.

Eu sou designer de moda, estudo e trabalho com design e designers, provavelmente vejo mais homens com saia do que uma pessoa que não está inserida

neste contexto. Ainda assim, as informações apresentadas nas manchetes, não representam os locais que eu frequento, onde eu moro e onde me desenvolvo.

É verdade que a saia masculina ganhou um espaço que não tinha anteriormente; não obstante, acredito que estamos longe de uma realidade como a retratada na mídia, nos desfiles e nas revistas.

A peça é utilizada por homens com um perfil particular, em locais e eventos específicos e sob condições determinadas.

Esta pesquisa busca dar visibilidade real a esses indivíduos, pessoas que vivem sua masculinidade de uma forma diferente e cujas lutas precisam ser reconhecidas: os usuários de saia que não aparecem nas revistas e que a nossa cultura, muitas vezes, nega ou esconde.

A intenção desta dissertação é apresentar a história dos homens recifenses e sua relação com a saia e demonstrar através deles que o rosto do homem nordestino pode ter distintas formas.

2 APROXIMAÇÃO METODOLÓGICA

2.1 JUSTIFICATIVA E PROBLEMÁTICA DA PESQUISA

O presente estudo foca na figura de um novo homem brasileiro, nordestino, o qual é vaidoso e goza de certa liberdade para fazer, usar e vestir o que ele considere melhor em termos de cores, modelagens e peças.

A relevância desta pesquisa ratifica-se na sua originalidade; é verdade que os estudos sobre indumentária têm se multiplicado consideravelmente nas últimas décadas, todavia, ainda assim, o vestuário continua sendo uma área pouco explorada pela academia.

A partir da perspectiva do design, existem alguns estudos focados na figura do novo homem e sua vestimenta, mas estes estudos geralmente priorizam a parte estética das roupas, quase sempre com uma abordagem semiótica. Desse modo, é menos frequente encontrar pesquisas sobre roupas que contemplem a relação da vestimenta com a identidade dos indivíduos.

Conhecer e entender melhor a figura do novo homem recifense pode ajudar a esclarecer a relação da indumentária com a aparência e a relação da aparência desses indivíduos com o seu contexto local.

Nessa perspectiva, pesquisar a relação dialética entre roupa e identidade das masculinidades subalternas dentro do campo do Design é especialmente interessante, visto que se trata de uma prática desenvolvida dentro de uma cultura, a qual precisa assimilar as preocupações e os interesses de toda a comunidade envolvida. A discussão de temas que envolvem grupos minoritários, como os homens que usam saia, visa a contribuir a uma prática mais abrangente e compreensiva, que valoriza o design como um componente cultural que concerne a todos.

2.2 OBJETO DE ESTUDO E RECORTES

A presente pesquisa tem como objeto de estudo um novo perfil de homem, residente na cidade do Recife, que agregou ao seu guarda-roupa e ao seu cotidiano o uso da saia masculina.

A história da indumentária é um campo de estudo amplo, em especial no ocidente, onde, segundo Lipovetsky (1987), a civilização se entrega por completo aos

prazeres da sofisticação das formas e loucuras do efêmero, possibilitando o surgimento da moda. Tal organização, mais recentemente, possibilitou o que, em nosso estudo, estamos tratando como o novo homem.

Pelo fato de o objeto central da pesquisa ser tão nebuloso e extenso e, para ter uma maior aproximação dele, tornou-se necessário fazer recortes. Para o primeiro deles, o critério utilizado foi o material, centramos a nossa atenção na saia, pois, dentro do leque de possibilidades em relação à indumentária, esta peça de vestuário tem conseguido uma atenção especial nos últimos anos, sendo bastante divulgada pela mídia, pelo jornalismo de moda e pelos próprios designers.

Para o segundo recorte, o critério foi temporal, delimitamos o período histórico a ser estudado. O período contemplado para esta pesquisa é o atual, centrando nossa atenção no nosso objeto de pesquisa no contexto contemporâneo.

O critério utilizado para o terceiro recorte foi o espacial, onde, segundo Lamparelli (1996), têm de ser identificadas a localização, a situação e a extensão das manifestações do objeto de estudo. Seguindo essa premissa, foi localizado e delimitado territorialmente o campo empírico da coleta de dados e das entrevistas, as quais aconteceram na cidade de Recife, capital do estado de Pernambuco, nordeste do Brasil. A cidade foi escolhida por possuir uma das culturas mais ativas, ricas e diversificadas do país. A multiculturalidade da capital pernambucana, que valoriza os aspectos tradicionais da vestimenta sem perder o toque cosmopolita, a torna um cenário rico e interessante para desenvolver pesquisas no campo do design.

2.3 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

Esta pesquisa tem como objetivo geral:

- analisar a figura do homem recifense que usa saia com o intuito de reconhecer as motivações principais para sua escolha, assim como os obstáculos e dificuldades de usar uma peça tida como feminina na sociedade local.

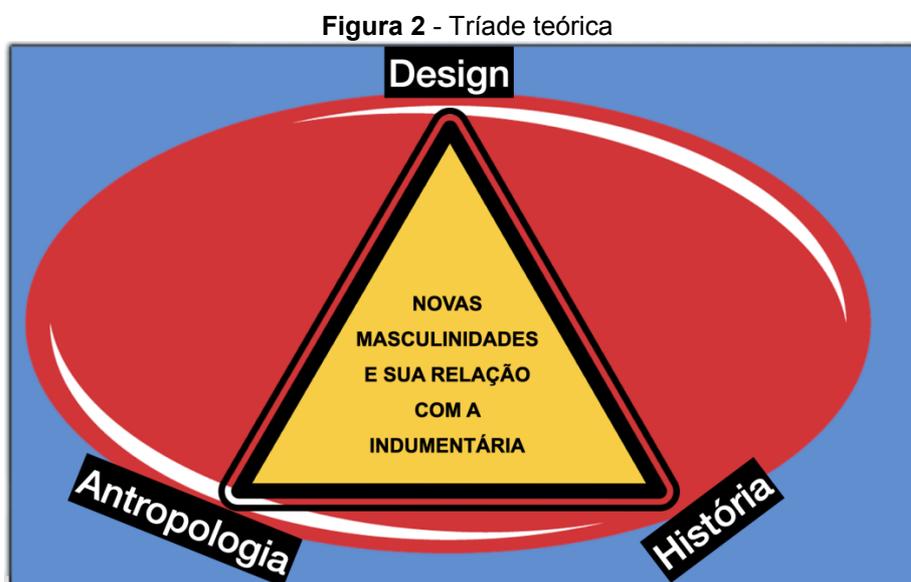
Os objetivos específicos são:

- identificar características e particularidades demográficas, físicas e ideológicas dos homens que usam saia ou vestido;
- identificar as relações entre saia masculina e gênero;
- identificar os espaços onde os homens utilizam a peça, analisar a composição visual que acompanha a saia no *look* masculino; e

- analisar os fatores que inspiram tais sujeitos a utilizarem roupas que são consideradas femininas.

2.4 TRÍADE TEÓRICA DA PESQUISA E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica é a base norteadora dos conceitos principais do projeto de pesquisa, os quais estarão inseridos em três grandes áreas: Antropologia, Design e História (Figura 2) e serão abordados temas como masculinidade, moda e a saia como artefato.



Fonte: O Autor (2021).

O primeiro capítulo discute sobre homens e as diferentes masculinidades. Este tema ganha cada vez mais notoriedade como objeto de estudo científico. As mudanças atuais nos papéis de gênero que acarretam novas formas de organização social e provocam a aproximação de homens e mulheres, despertam cada vez mais o interesse de pesquisadores das ciências sociais, os quais encontram, na masculinidade, um campo de estudo relevante.

O primeiro capítulo pretende, mesmo que, de maneira geral, oferecer uma visão sobre o processo de construção teórico e social das masculinidades. À luz da teoria do *habitus*, de Pierre Bourdieu, tecemos uma discussão acerca da crise da masculinidade e o surgimento do "novo homem".

No segundo capítulo, com a finalidade de entender mais sobre a ordem social e de gênero que tem orientado a nossa sociedade atual, valemo-nos das formulações

do historiador brasileiro Durval Albuquerque para abordar a situação sociopolítica dentro da qual foi forjada a imagem e a identidade do homem nordestino.

Para o terceiro capítulo, centramo-nos na moda masculina, tendo como base a bibliografia de Gilles Lipovetsky, Lula Rodrigues e Mario Queiroz. Refletimos sobre a moda como resultado de um processo de desenvolvimento determinado por condições e decisões específicas, fizemos uma breve narração cronológica da história da moda masculina, uma vez que acreditamos que acompanhar as mudanças do vestuário através dos séculos possibilita o entendimento da moda como um grande espelho onde se refletem as sociedades e seu tempo.

Por último, no quarto capítulo, falamos sobre a saia, apresentando sua história e trajetória com o passar dos séculos. Gilles Lipovetsky e Nieves Torralba são os autores que embasam este capítulo e nos outorgam ferramentas para entender melhor o papel desta peça na nossa cultura ocidental contemporânea.

2.5 METODOLOGIA DA PESQUISA

Nossa pesquisa é construída a partir de uma abordagem dialética, pois pretende analisar as relações da indumentária, especificamente da saia, com nossos sujeitos de pesquisa: homens da cidade do Recife que usam essa peça de roupa e seu contexto social e cultural.

Os métodos de procedimento visam a fornecer a orientação necessária à realização da pesquisa. Para esta dissertação, utilizamos dois métodos: o histórico e o etnográfico. Através do primeiro, foram analisados alguns fatos e acontecimentos históricos do passado para refletir sua influência e relação com a sociedade contemporânea. Já o método etnográfico foi utilizado para a observação do objeto de estudo, visando a um melhor entendimento e compreensão do seu contexto sociocultural.

Se a metodologia ajuda no alcance dos objetivos, as técnicas e ferramentas são necessárias para atingi-los. Para a consecução desta pesquisa, utilizamos as seguintes técnicas: documentação indireta, realizada através da pesquisa bibliográfica, e a documentação direta, pela qual foi realizada uma pesquisa de campo na rede social *Instagram*, utilizando a netnografia, que, segundo Kozinets (2014), é um ramo da etnografia que analisa o comportamento de indivíduos e grupos sociais na *internet* e as dinâmicas desses grupos no ambiente *on-line* e *off-line*. Para isso,

definimos uma amostra não probabilística e intencional, visto que seleção dos perfis da rede social foi feita a partir de uma pesquisa utilizando características em particular, especificamente o modo de vestir. O público-alvo foi examinado a partir de uma tabela comparativa com parâmetros de análise que envolvem dados demográficos e comportamentais. Após o preenchimento da tabela comparativa com os dados dos sujeitos, foi realizada uma análise de cada parâmetro.

Uma vez realizada a pesquisa netnográfica, selecionamos quatro perfis para entrevista com o objetivo de captar, a partir das falas dos sujeitos, dados subjetivos. Para isso, foi elaborada uma entrevista semiestruturada para que pudéssemos obter maiores informações sobre as experiências, os valores e o contexto em que se encontram os entrevistados.

A entrevista foi semiestruturada para que o participante pudesse ter a possibilidade de discorrer sobre o tema e ter liberdade de fala, e, assim, fornecer subsídios para novas questões durante o processo.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 MASCULINIDADES FRAGMENTADAS: UMA INTERPRETAÇÃO DA CRISE ATRAVÉS DA TEORIA DO HABITUS

Os homens e as diferentes masculinidades ganham cada vez mais notoriedade como objeto de estudo científico. As mudanças atuais nos papéis de gênero, que acarretam novas formas de organização social e provocam a aproximação de homens e mulheres, despertam cada vez mais o interesse de pesquisadores das ciências sociais, que encontram, na masculinidade, um campo de estudo relevante.

Nas últimas décadas, temos observado um *boom* de estudos sobre o masculino nos diversos cenários acadêmicos. A grande maioria dos autores fala da significativa mudança que os homens vêm atravessando em seu entorno social, assim como sobre as diferentes tipologias de homem que podem variar dependendo das circunstâncias e da cultura do indivíduo.

A fragmentação das masculinidades é hoje uma realidade na pesquisa científica e, como consequência, surgem teorias que sugerem uma desorientação dos homens por não conseguirem encontrar um modelo identitário para descrever sua nova condição. Alguns autores a chamam de *crise da masculinidade*.

Falar em crise da masculinidade pode ser complicado e polêmico. O termo tem sido alvo de críticas por diversos autores que consideram esse um terreno perigoso, considerando arriscado vitimar aos homens pelas marcas próprias do seu gênero, tipificando certos comportamentos e inaugurando uma nova patologia. Esses autores questionam a autenticidade da crise, sugerindo a inexistência de uma crise generalizada e a existência de só alguns homens em crise. Em contrapartida, há muitas teorias que defendem uma desorientação da identidade masculina, que se encontra confundida entre o passado e o presente.

Este capítulo tem como intenção refletir a ideia de uma crise masculina, utilizando algumas considerações teóricas de Pierre Bourdieu. Sem pretender abarcar a complexidade e amplitude de sua obra, sustentar-nos-emos na teoria do *habitus* para argumentar que os rigores do patriarcalismo recaíram também sobre muitos homens, que se encontram confundidos por não conseguirem identificação com um estereotipo masculino, o qual é incorporado desde uma tenra idade.

Para desenvolver esta reflexão, organizamos o argumento em três eixos. No primeiro deles, buscaremos explicar, de forma breve, alguns dos conceitos fundamentais que formam a rede de interações que orienta a sociologia de Bourdieu. Definiremos o conceito de *habitus*, campo, poder simbólico e violência simbólica, com a finalidade de refletir as práticas sociais como um conjunto de ações correlacionadas com as posições dentro de um determinado campo social. Na segunda parte, apresentaremos conceitos e teorias sobre a crise da masculinidade e o surgimento de um novo homem, a fim de entender como este processo de mudança está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam estabilidade aos homens no mundo social. Por último, refletiremos a crise do novo homem através da teoria do *habitus*, partindo da ideia de que a crise é provocada pela dissociação entre os valores com os quais os homens foram socializados primariamente e os valores que foram incorporados ao longo de suas vidas, gerando uma descontinuidade conflitante.

3.1.1 Conceitos-Chave Pierre Bourdieu

No decorrer da sua vida acadêmica, Pierre Bourdieu desenvolveu um estudo que trouxe grandes contribuições e reflexões críticas em torno das estruturas sociais. Para acompanhar sua teoria, existem alguns conceitos-chave os quais são essenciais compreender tanto de forma individual quanto na forma como se relacionam entre si.

Habitus. Começamos aqui pela mais conhecida das suas ideias. Para Bourdieu (2007), o *habitus* é um “sistema de disposições socialmente constituídas que, enquanto estruturas estruturadas e estruturantes, constituem o princípio gerador e unificador do conjunto das práticas e das ideologias características de um grupo de agentes”.

O *habitus* é obtido segundo a posição social do indivíduo e segundo o campo em que se encontra inserido, o qual provoca a formação de distintas posições sociais. Ou seja, o *habitus* é um sistema de disposições, que nos leva a atuar de determinada forma em determinadas circunstâncias. As disposições fazem parte da nossa realidade e estão interiorizadas de tal forma que até chegamos a ignorar sua existência. São consequência de uma aprendizagem da qual não estamos cientes e que se expressa de forma natural através do nosso pensamento, de nossos gostos,

de nossa expressão corporal, que nos permite agir sem pensar. É um conhecimento do qual não temos consciência.

Nosso *habitus* é adquirido desde os primeiros momentos da nossa vida pela interiorização das estruturas sociais, primeiramente a família e, posteriormente, na escola. Para Bourdieu (1979), a família e a escola são dois subespaços sociais que podem ser classificados como produtores, como reprodutores e como difusores de disposições de cultura, sendo a família a primeira responsável pela transmissão de um patrimônio cultural e econômico. É no núcleo familiar que a primeira identidade social do indivíduo é forjada (*habitus* primário). Por sua vez, a escola seria a responsável de propiciar, além de esquemas de pensamentos singulares, disposições gerais e geradoras de esquemas particulares, capazes de serem aplicados em diferentes áreas do pensamento e da ação. A partir dessa perspectiva, a escola não seria responsável somente por fornecer indicações, mas também seria responsável pela definição de cartografias cognitivas e intelectuais.

Além da família e a escola, existem outras instituições como a igreja, que são igualmente responsáveis para adquirirmos um *habitus* específico, que nos posicionará em algum lugar específico no mundo e direcionará nosso olhar para enxergá-lo de alguma forma determinada. Contudo, segundo Bourdieu, o *habitus* não é imutável, essas disposições são flexíveis, podem ser fortes ou fracas e podem sofrer alterações com novas experiências vivenciadas.

O conceito de *habitus*, de Bourdieu, é importante, pois convida-nos a pensar sobre o comportamento como sendo algo engendrado e regulado por disposições fundamentais que são internalizadas através da socialização, obriga-nos a questionar a autonomia dos sujeitos e oferece-nos ferramentas para entender que os indivíduos nem sempre são conscientes dos seus atos e que sua personalidade e valores são constituídos em condições sociais específicas, por diferentes sistemas de disposições produzidos em condicionamentos e trajetórias diferentes, em espaços distintos. Ao mesmo tempo, o *habitus*, sendo um produto da história, ou seja, da experiência social, e a educação outorga aos sujeitos a possibilidade de alterá-lo pela ação histórica, pelas novas experiências, pelo treinamento, pela intenção e pela consciência. Para Bourdieu, o *habitus* não é um destino.

Campo. O campo é um dos conceitos mais importantes na teoria de Pierre Bourdieu. Ele o define como um espaço de posições onde os dominantes e os dominados lutam pela manutenção e pela conquista de determinados postos. Cada

campo é dotado de mecanismos próprios. São microcosmos autônomos no interior do mundo social. Existem os mais variados tipos: o campo acadêmico, o campo da moda, o científico, das artes, política. São resultado de processos de diferenciação social e cada um deles cria suas próprias regras e o seu próprio princípio de compreensão.

O que estabelece os limites de um determinado campo são os interesses específicos, assim como o investimento econômico e psicológico que ele solicita a agentes dotados de um *habitus* e às instituições que se encontram dentro dele.

Poder e violência simbólica. Para Bourdieu (1989), existe, na sociedade, um poder oculto que ele chama de poder simbólico e o descreve como um poder invisível, o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem. O poder simbólico goza de uma certa camuflagem. Não se mostra como um poder e não aparenta ser um meio de coerção. A violência simbólica é exercida através do poder simbólico. Desse modo, Encreve e Langrave (2005, p. 303) a definem como:

Uma violência dissimulada. Essa dissimulação lhe confere poderes particulares e uma eficácia específica, porém, no fundo ela continua sendo irredutivelmente violência, que poderíamos dispor ao lado de outras espécies, tais como a violência física, por exemplo; ela não poderia ser utilizada de modo independente (*op. cit.*).

A violência simbólica é um meio sutil de dominação e é exercido através das diferentes estruturas sociais. Apesar de não ser tão óbvia quanto a violência física, a violência simbólica é tão nociva quanto.

As compreensões dos conceitos de poder e violência simbólica como os de *habitus* e campo constituem-se como indispensáveis para entender a sociedade como um sistema de privilégios e poder hierarquicamente organizado. É através deles que Bourdieu desenvolve sua teoria e explica as lutas e detenção de poder travados no sistema social.

3.1.2 Masculinidade, crise masculina, um novo homem

Como foi mencionado anteriormente, os homens e as masculinidades são cada vez mais estudados cientificamente. As mudanças sociais das últimas décadas têm atraído a atenção de pesquisadores de diferentes áreas, principalmente das ciências sociais, que têm tornado o tema um objeto de estudo muito visado.

Para uma melhor compreensão do tema, torna-se necessária uma definição, ainda que simples, de masculinidade. Porém a obtenção de uma definição clara do termo não é tarefa fácil, vista a grande variedade de estudos sobre gênero que apresenta diferentes ângulos de visão; quando, para alguns estudiosos, a palavra masculinidade tem uma conotação condutual, para outros, cultural, alguns outros dão um enfoque essencialista e outros normativo, existe também o enfoque semiótico ou o biológico, entre outros. De qualquer forma, o conceito de masculinidade parece ser bastante recente. Assim, Connel (1995, p. 6), reconhecendo a complexidade do termo e duvidando que seja possível descrevê-lo de forma simples, apresenta a seguinte definição:

A masculinidade, se pudesse ser definida brevemente, é ao mesmo tempo a posição nas relações de gênero, as práticas pelas quais os homens e mulheres se comprometem com essa posição de gênero, e os efeitos dessas práticas na experiência corporal, na personalidade e na cultura (*op. cit.*).

O fato é que, mesmo com muitos estudos sobre o tema, as fronteiras das masculinidades não estão totalmente definidas e não existe um consenso entre os pesquisadores sobre as dimensões, variáveis e indicadores que compõem o termo.

As três ondas: estudos sobre masculinidades. Os estudos sobre o masculino nos diversos cenários acadêmicos, que começaram no século passado, têm contribuído para uma maior compreensão da mudança que os homens vêm atravessando em seu entorno social. Gómez (2011) divide estes estudos cronologicamente em três diferentes ondas.

A primeira começa na década de 1970, quando muito estudos foram iniciados pelos maridos ou parceiros das feministas da época que colaboravam com o movimento. Eram grupos de homens antissexistas, que discutiam suas relações com o sexo feminino. Segundo Welzer-Lang (2001), esses mesmos homens anos depois se definiriam na Europa como pró-feministas, caracterizados por manifestar sua solidariedade com as análises feministas e respeitar a autonomia do movimento das mulheres. Dentro desta primeira onda que Daniel Welzer-Lang qualifica como “nebulosa antissexista”, aparecem mais grupos de homens estudiosos que aceitam total ou parcialmente teorias feministas; alguns buscam uma masculinidade tradicional através de arquétipos e sonhos, outros centraram-se mais na violência masculina.

Também surgem algumas redes de homens que procuram compreender melhor a alienação produzida pelas relações sociais de sexo e pela dominação masculina.

A segunda onda acontece na década de 1990, quando os avanços na matéria permitem detalhar diferentes tipologias de homem que podem variar dependendo das circunstâncias e da cultura do indivíduo, identifica-se, então, a diversidade masculina. Assim, Connell (1995) divide os homens em duas categorias: hegemônicos e subalternos.

A masculinidade hegemônica se refere à dinâmica cultural por meio da qual um grupo de homens reivindica e sustenta uma posição dominante frente às mulheres e outras formas marginalizadas de homens. Ainda que, estatisticamente, não represente a maioria, certamente a masculinidade hegemônica é normativa, pois incorpora a forma mais honrada de ser um homem. Para Kimmell (1997), se o homem hegemônico tivesse uma cara, seria branco, ocidental, de classe dominante, provedor, heterossexual, forte e viril.

Mas o fato é que são poucos os indivíduos que conseguem atingir esse ideal, o que gera amplas frustrações nos homens que são excluídos desse modelo utópico (Figura 3).

Grande parte da literatura sobre o masculino existente na atualidade concentra-se, sobretudo, nas figuras subalternas, os homens negros, pobres, mestiços, operários, homossexuais, e outros que, pelo fato de serem subalternos, não deixam de ter um lugar hegemônico nos seus espaços de atuação.

Figura 3 - Masculinidade hegemônica na sombra



Fonte: <https://novaescola.org.br/conteudo/17042/como-o-conceito-tradicional-de-masculinidade-afeta-os-meninos>

Durante esta segunda onda de estudos, nascem vários artigos que propõem a ideia de que os rigores do patriarcalismo não recaíram só sobre as mulheres, mas também sobre muitos homens que não se identificam com um estereótipo determinado. Posteriormente, foram surgindo matérias e discussões sobre a opção sexual, a violência masculina e temas de higiene e saúde dos homens.

Atualmente estamos na terceira onda dos estudos sobre o masculino. O homem começou a ser analisado pela sua inserção e desconstrução social, histórica e cultural. Para Gomez (2011), as pesquisas deixaram um pouco de lado a ideia do homem que só traz “problemas”, especialmente às mulheres, para focar nos homens como sujeitos sociais particulares, dignos de ser objetos de pesquisa e reflexão. Hoje, as pesquisas falam de “masculinidades”, no plural.

A terceira onda tem contribuído generosamente para desmascarar a figura do homem que tem poder absoluto. As críticas aos modelos de tipologias rígidas fizeram com que as muralhas da virilidade começassem a cair por conta própria. Grande parte da literatura atual coloca no centro a ideia de que a masculinidade hegemônica não equivale a um modelo de reprodução social e foca nos homens subordinados que influenciam formas dominantes.

Crise da masculinidade, um novo homem. Nos últimos anos, tem se falado bastante sobre a diversidade das masculinidades e algumas teorias que propõem uma desorientação dos homens por não conseguirem encontrar um modelo identitário para representar seu novo panorama social. Alguns autores a chamam de crise da masculinidade.

A crise da masculinidade definida por Montesinos (2002, p. 38) é

Um episódio em que a construção coletiva da identidade masculina encontra-se imersa em um processo de mudança cultural onde os princípios socioculturais da mesma, vão ficando em desuso. Isto provoca deslegitimação dos estereótipos sociais que nutrem o imaginário coletivo onde os homens construíam uma personalidade genérica que lhes permitia se diferenciar.

Mas o tema da crise dos homens ainda é um assunto polêmico, pois alguns autores têm feito duras críticas ao uso da expressão “crise”, achando arriscado vitimar os homens pelas marcas próprias do seu gênero, tipificando certos comportamentos e inaugurando uma nova patologia. Nesse contexto, Medrado e Lira (2008) criticam o uso da expressão crise da masculinidade argumentando que poucos homens se reconhecem nessa situação e questionam a sua existência, alegando que possivelmente não há uma crise generalizada e sim alguns homens em crise.

Por outro lado, existem muitas teorias que defendem esse processo de mudança masculina e consideram a discussão sobre a crise uma necessidade vigente para transformar o modelo imperante de ser homem. Montesinos (2002) afirma que a identidade masculina se encontra desorientada entre o passado e o presente e acha indispensável o debate para pôr fim aos rasgos autoritários de uma sociedade patriarcal que pesa para homens e mulheres.

Na opinião de Hall (1997), a crise de identidade masculina faz parte de um processo de mudança mais amplo que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam estabilidade aos homens no mundo social.

Os valores tradicionais que sempre guiaram as sociedades ocidentais tais como (Deus, Ciências, Família, Trabalho, Estado, Possessão) estão sendo questionados e substituídos por outros valores, nem sempre fixos, às vezes descartáveis. Bauman (2003, p. 6) nomeia esse período como sociedade líquida:

A sociedade moderna, como os líquidos, se caracteriza por uma incapacidade de manter a forma. Nossas instituições, quadros de

referência, estilos de vida, crenças e convicções mudam antes que tenham tempo de se solidificar em costumes, hábitos e verdades. Agora, as coisas todas tendem a permanecer em fluxo, voláteis, desreguladas, flexíveis.

Para o mesmo autor, essa vida líquida, que oferece cada vez mais liberdade individual, é a responsável pelo surgimento do novo homem.

Mas quem é esse novo homem? Para Bonácio (2009), ele é alguém dividido com múltiplas identidades. Desde o surgimento da sociedade, o homem sempre foi o ser central. Hoje, já não é essa organização social que encontramos quando analisamos a sociedade como um todo. A figura feminina, antes vista como uma atuante secundária, passou a buscar seu caminho no meio social e isso, conseqüentemente, afetou a rotina, o comportamento e a aparência física dos homens.

Para Gomes (2006), o modelo de masculinidade para o novo homem está baseado na capacidade e possibilidade desse homem demonstrar seus sentimentos, de poder amar e expressar sua emoção publicamente sem constrangimento, além de sensibilidade ao invés de agressividade, junto à capacidade de executar tarefas domésticas, maior participação na educação dos filhos, exercício de profissões antes consideradas femininas, admitindo, inclusive, ganhar menos do que sua companheira. No campo da sexualidade, as falhas na cama são compreensíveis. É preocupado com um futuro melhor, é espiritual, simples, ecológico, fraternal.

3.1.3 *Habitus* em crise

No começo deste texto, procuramos citar e explicar de forma breve alguns dos conceitos chave da teoria do *habitus* do sociólogo francês Pierre Bourdieu. Na segunda parte, apresentamos um panorama geral dos estudos sobre masculinidade e o surgimento de um novo homem que se encontra desorientado entre o passado e o presente.

Em seguida, valemo-nos das ideias de Bourdieu para refletir a crise da masculinidade como fruto do questionamento e a ruptura com o sistema simbólico ao qual os homens foram expostos desde uma tenra idade e que bate de frente com um discurso recente que prega a liberdade para escolher e decidir os seus destinos, sem serem constrangidos pelas imposições sociais, provocando, assim, uma crise de

identidade, pois essa ruptura provoca uma descontinuidade conflitante entre os valores primários e os valores que foram incorporados ao longo da vida.

De acordo com Alves (1999), a ideologia que estrutura a relação dos gêneros estabelece que homens e mulheres são portadores de identidades antagônicas inscritas no campo biológico, porém a identidade dos gêneros é construída a partir de um longo e complexo processo histórico e social de inculcação de verdades, o que podemos chamar de *habitus*. A crise masculina surgiria, então, na tentativa dos homens por reconstruírem esse *habitus*.

Para Bourdieu (1979), a família é a primeira responsável pela transmissão de um capital econômico e cultural para o indivíduo. É no núcleo familiar onde o *habitus* primário é forjado e é através da estrutura familiar que os homens aprenderão a estruturar seu comportamento antagônico ao universo feminino. De acordo com Alves (1999), é por meio da socialização primária que os papéis sociais começam a se definir. O homem é educado, desde os primeiros momentos da sua vida, para não demonstrar sinais de sensibilidade e afetividade. Aprender a não chorar, por exemplo, é um dos primeiros ensinamentos sociais para o gênero masculino.

Segundo Bourdieu (1989), toda forma simbólica origina-se dentro de um sistema do qual fazemos parte e no qual há uma tendência à perpetuação. Segundo o autor, as mulheres, apesar de serem vítimas dos efeitos da dominação, também contribuem para sua reprodução porque incorporam as regras de um poder masculino.

A ordem masculina também encontra respaldo nas instituições como a escola, que, segundo Bourdieu, é uma das principais instâncias formadoras de *habitus*. Para Thomé (2003), é perceptível que todo o sistema educacional exerce uma função estratégica na incorporação das diferenças sexuais como produto de uma certa hierarquia masculina. A educação elementar tende a inculcar maneiras de postar o corpo, maneiras de andar, de erguer a cabeça, de olhar, maneiras de vestir e de se comportar como homem ou como mulher ante diferentes situações. Os ambientes educacionais esforçam-se em perpetuar a divisão sexual, insistem em moldar e disciplinar os corpos a padrões que são socialmente “corretos” e “aceitáveis”. Para a mesma autora, a escola possibilita conhecimentos e saberes que vão além da dimensão cognitiva e envolvem outras dimensões do humano. Assim, a família, a escola e outras estruturas sociais, como a igreja e o Estado, são as responsáveis por exercer a violência simbólica incorporada como *habitus* que introduziu, desde cedo, a figura dos homens dentro do “campo da masculinidade”. Bourdieu chama de *campo*

um espaço de relações objetivas entre indivíduos que competem por um mesmo objeto. Seguindo essa linha de análise, o campo da masculinidade pode ser visto como um espaço onde os dominantes são aqueles que possuem mais qualidades “masculinas”; assim a luta constante por dominar e não ser dominado por homens mais “fortes” passa a ser uma carga pesada para o gênero.

Essa tensão gerada pelo dever de afirmar a virilidade a todo momento, acompanhada dos avanços nos estudos sobre gênero já mencionados anteriormente, tem levado alguns homens a questionar ou rejeitar o padrão de comportamento que lhes foi imposto desde uma tenra idade, gerando assim uma descontinuidade socializadora. Segundo Alves (1999), isso significa que determinadas áreas da vida de uma pessoa sofrem uma mudança, abandonando padrões e hábitos preexistentes. As sobreposições entre as novas concepções de gênero *versus habitus* primário são as que provocam um conflito.

Entendemos, então, a crise da masculinidade como uma crise do *habitus* primário, considerando que, segundo Bourdieu, o *habitus* não é um destino para ninguém e que os indivíduos sempre têm a possibilidade de modificá-lo através das novas experiências, pelo treinamento, pela intenção e pela consciência.

3.1.4 Considerações

Acreditamos na crise da masculinidade e reconhecemos nela um movimento que tem afetado os homens tanto no individual como no coletivo e, conseqüentemente, a interação dos mesmos com seu entorno social. Entendemos, também, que não existe uma homogeneidade nas identidades masculinas e que cada homem responde diferente às mudanças sociais. Visualizar a crise dos homens a partir da perspectiva da teoria do *habitus* e entender a masculinidade como um campo em que dominantes e dominados lutam pela manutenção e obtenção de determinados postos facilita a compreensão dos homens como identidades sociais diversas. Assim, enquanto alguns homens comprometem sua ação em práticas sociais orientadas a manter suas posições de poder e privilégio, outros podem utilizar essas posições para questionar e transformar as estruturas sociais nas quais se encontram inseridos. Nesse sentido, consideramos o estudo da figura do novo homem e seus conflitos fundamental para avançar na construção de uma sociedade verdadeiramente igualitária.

3.2 MASCULINIDADE NORDESTINA: RESERVA DE VIRILIDADE NACIONAL

A construção da masculinidade na região do nordeste brasileiro ocorre em meio de simbologias próprias da região. Pelo fato de o nosso objeto de estudo ser um novo perfil de homem que reside na cidade pernambucana de Recife (capital do estado), tornou-se fundamental para este projeto analisar a formação dessa identidade e sua estereotipia característica: a do “cabra macho”.

Esta percepção é preponderante na literatura, na mídia e na pesquisa científica e no imaginário social. A região e seus habitantes são imediatamente associados a uma série de símbolos e signos atribuídos a seu espaço e seu povo. De acordo com Albuquerque (1999), o nordeste é uma cristalização de estereótipos que são subjetivados como característicos do ser nordestino. Estes tornam-se evidentes quando exploramos, por exemplo, a palavra “homem nordestino” a partir de imagens no Google (Figura 4).

Figura 4 - Primeiras imagens em google sobre o homem nordestino



Fonte: google.com/imagens

Neste breve e simples experimento, chama a nossa atenção que as primeiras imagens que aparecem na internet associadas ao homem do nordeste estão carregadas de signos com um tom folclorizado, os quais retratam um homem violento, sanguinário, mulherengo e cheio de atributos masculinos.

Compreender a constituição histórica e cultural através da qual foi forjada a masculinidade nordestina nos possibilitará desconstruir essa imagem que vem sendo desenhada e redesenhada por uma extensa produção intelectual e cultural. Com essa intenção, valer-nos-emos principalmente das teorias do historiador Durval Albuquerque Jr. para refletir e desnaturalizar a figura caricata do “Cabra Macho” do nordeste.

Segundo Albuquerque Jr. (1999), no começo do século XX, a região que hoje conhecemos como nordeste tomou forma a partir de práticas regionalistas e de um discurso político intenso, caracterizado por uma ampla militância intelectual e cultural, no sentido de definir tanto a região, quanto o seu povo. Esta iniciativa acontece frente às mudanças históricas posteriores à Primeira Guerra Mundial, mudanças que, segundo os autores intelectuais da época, representavam uma feminização social. Entre essas alterações, podemos citar a alteração das relações de trabalho e uma nova legislação que outorgava uma proteção ao trabalho feminino. As mulheres ganhavam cada vez mais espaço no mercado laboral à medida que a industrialização avançava nas grandes cidades. Gilberto Freyre descreve este processo como responsável por levar ao declínio uma ordem social que se estruturou durante séculos em torno do homem, do macho, do pai: o patriarcalismo.

Para Freyre, o mundo dos patriarcas estava em ruínas e um mundo feminino parecia avizinhar-se. Existia uma clara tendência ao cosmopolitismo e, portanto, uma ameaça de perda das particularidades nacionais. A instalação da república e suas “características femininas” parece ter incomodado especialmente as elites do antigo norte agrário (agora nordeste), que viram diminuir seu poder econômico e político para o sul. Segundo Albuquerque (2013), esse processo foi vivido pelas elites intelectuais como um rebaixamento dos dotes de resistência viril. A república representava para o norte o fim da sociedade do império e a submissão aos novos chefes da República-Mulher.

Existiam já muitos indicadores de que a sociedade estava em um processo de feminização. A crescente polidez dos costumes trazida pelos novos modelos educacionais, pela urbanização e as exigências crescentes de civilidade, aliadas à adoção de roupas europeias, revelavam uma dramática perda da virilidade. Nas palavras de Albuquerque (2013, p. 76):

Aquela sociedade endurecida, rústica, autoritária, onde imperava o poder do macho, parecia dar lugar a uma sociedade de relações flexíveis, mais civilizadas, delicadas, e onde o feminino ameaçava tomar conta de todos os lugares antes reservados ao masculino. Seria isto uma consequência da instauração da república?

Como consequência a estas “perigosas” mudanças, foi criado, em 1924, tendo como sede a cidade de Recife, o centro regionalista do nordeste. À iniciativa de Gilberto Freyre, foram congregados políticos e intelectuais dos estados vizinhos com a finalidade de discutir e fechar ainda mais o perfil do nordeste e do homem regional por meio do resgate das tradições.

3.2.1 Precisamos de um macho!!

As primeiras décadas do século passado são cruciais para entendermos a estruturação da masculinidade nordestina. Como mencionamos anteriormente, o Brasil e o mundo inteiro atravessavam um processo de modernização. De acordo com Galdino (2012), os sujeitos brasileiros subjetivavam novas formas de sociabilidades que estavam causando uma verdadeira confusão na delimitação das fronteiras entre sexos.

Neste período, na tentativa de burlar a feminilidade que estava emergindo, intensificaram-se as discussões em torno de um discurso regional e uma figura masculina própria do nordeste. Albuquerque (2013) menciona que o movimento incentivou que o regionalismo local se explicitasse em obras de arte e na literatura, visando a “dar expressão ao regional”.

Além de criar um discurso regionalista que pretendia definir a realidade nordestina e sua diferença em relação a outras realidades do Brasil onde dominava o modernismo e o cosmopolitismo urbano, havia uma proposta clara por parte do movimento de contribuir para traçar e fixar o perfil do homem da região.

Para Gilberto Freyre e alguns membros da elite intelectual da época, fazia-se necessária a presença de uma figura que garantisse a predominância política e econômica que a região havia perdido, era preciso resgatar o patriarcalismo, não apenas como modelo familiar e de relação entre os “sexos”, mas como ordem social. O nordeste precisava de um modelo masculino que tivesse a capacidade de reagir com valor a esta feminização que o mundo moderno, a cidade, a industrialização e a República haviam trazido.

O nordestino será inventado nesta década e seus traços físicos, assim como suas características antropológicas, etnográficas e culturais serão definidas pela elite intelectual da região. Mas será apenas nos anos 30, através de uma vasta publicação de obras clássicas da sociologia nacional de Gilberto Freyre e de toda uma publicação artística, literária e ensaística, quando a figura do homem do nordeste se afirmará como um tipo regional brasileiro (Figura 5).

Figura 5 - Homem do nordeste no sertão



Fonte: <https://animais.culturamix.com/informacoes/cavalo-nordestino>

3.2.2 Perfil do cabra

A partir da militância regionalista e tradicionalista e diante da “necessidade” de um homem tradicional, voltado à preservação de um passado regional que estaria desaparecendo, o tipo nordestino começa a ser delineado. A construção da figura do nordestino é pensada como uma reação viril à passividade desta região e de suas elites.

O nordestino será inventado como um homem que se situa na contramão do mundo moderno, que rejeita suas superficialidades, sua vida delicada e artificial. Um homem de costumes conservadores, rústicos, ásperos, masculinos. Um macho por

excelência, a encarnação do falo, o herói capaz de resgatar aquele patriarcalismo em crise, um ser viril, capaz de retirar sua região da situação de passividade e subserviência em que se encontrava. O homem da região será definido como o cabra macho, cabra da peste, homem de fibra. Nas palavras de Albuquerque (2013), o nordestino será “uma reserva de virilidade nacional”.

De acordo com o mesmo autor, os discursos regionalistas retratam o homem regional como um indivíduo telúrico: endurecido e áspero, especial por ser fruto da adaptação a uma natureza rude, um homem forjado na luta contra o meio, contra a seca e a aridez. Para Albuquerque (2013, p. 171), nestas descrições, fica evidente que, ao falar do indivíduo regional e suas características, o discurso privilegia sempre a área do sertão:

Este homem era feito da mesma natureza a sua volta, por isto passa a ser descrito como um homem de fibra, homem tão resistente quanto a fibra do algodão. Homem capaz de enfrentar as mais terríveis dificuldades, como as pestes tão comuns nos sertões, por isto era também um cabra de peste. Era um cabra por ser como este animal, tão bem adaptado à natureza de pedra, seca, capaz de sobreviver comendo o que estivesse disponível.

Esta natureza explicaria uma das principais características do nordestino, a de ser masculino e viril, pois só um macho poderia lidar com um meio tão hostil. Albuquerque (2013, p. 172):

só com uma exagerada dose de virilidade se conseguiria sobreviver numa natureza adusta, ressequida, áspera, árida, rude, traços que se identificariam com a própria masculinidade, por isso até a mulher sertaneja seria masculinizada.

A masculinidade, nesta região, será forjada na luta contra o meio natural, onde só os mais valentes, os mais machos e os mais “membrudos” conseguirão sobreviver. O nordeste não terá espaço para frágeis, delicados, afeminados, débeis. Eles, simplesmente, não se encaixariam porque o mesmo meio os devoraria. Ser macho era, pois, a própria natureza do nordestino.

Outra característica do homem local que aparece nos discursos regionalistas tem a ver com hereditariedade cultural. Alguns textos da época mencionam que o comportamento, os valores e atitudes do povo nordestino são reflexo da sua formação cultural, a qual foi marcada por um clima de constantes conflitos entre o colono europeu e os indígenas, entre os portugueses e os invasores de outras nações, entre

o homem e as feras do interior. Esse panorama de luta e derramamento de sangue teria sido responsável por uma das mais destacadas qualidades do homem nordestino: a valentia, o destemor frente às situações difíceis.

O cordel é em grande parte responsável por consolidar essa imagem do homem valente (Figura 6). Nessa literatura, a coragem e um apurado sentido de honra, seriam os principais atributos do homem nordestino

Figura 6 - Literatura do Cordel



Fonte: Pinterest

Este discurso literário vai cimentando uma imagem do nordestino como aquele que goza da superioridade dos fortes, temido por não recuar diante das adversidades. Conforme Albuquerque (2013, p. 177):

Esta literatura parece oferecer as imagens e enunciados com que muitos homens e mulheres da região vão, em suas memórias, desenhar as fibras dos seus pais, irmãos, maridos ou a sua própria. A valentia, a coragem o destemor, a resistência a todas as afrontas, serão uma temática recorrente das memórias escritas por nordestinos. Parece não ter havido pais ou mães covardes, frágeis, medrosos nesta terra.

A literatura do cordel e outras produções literárias foram, em grande parte, responsáveis por incentivar uma legitimação da violência nesta região.

É assim, sob esta lente teórico e cultural, que a figura do nordestino vai ganhando uma imagem homogênea. É principalmente no campo do sertão que vai se buscar um modelo típico de masculinidade para ser generalizado para todo o ser regional. A partir da década de 1920, todos os tipos regionais com atributos masculinos (o cangaceiro, o senhor do engenho, o jagunço, o matuto, o vaqueiro, o coronel, o brejeiro, o sertanejo) serão agrupados a essa figura.

3.2.3 Falocentrismo nordestino

Albuquerque (2013) endossa o surgimento da figura nordestina à crise das masculinidades, localizada no final do século XIX no mundo ocidental, trazida principalmente pelas rápidas mudanças do mundo moderno e sobretudo pela mudança na posição social das mulheres e, em consequência, da família tradicional.

Para Ceballos (2003), essa crise identitária dos homens é especialmente perceptível na cidade de Recife. Segundo o autor, o periódico o Diário de Pernambuco publicava constantemente matérias que exibiam o medo das elites diante das novas práticas de “maus costumes” masculinos.

De acordo com Albuquerque (2013), o “cabra macho” seria uma reação a essa crise do masculino. Se, na América do Norte, foram buscar no vaqueiro americano essa figura viril, reacionária ao mundo feminino, aqui será o homem nordestino quem desempenhará essa função de macho guardião dos interesses das elites agrárias. O nordestino é definido como uma reserva da brasilidade, nascido do caldeamento das três raças formadoras da nacionalidade. Mais puro, mais nativo, por não ter sangue estrangeiro recente nas veias.

Como já foi mencionado anteriormente, uma diferença muito marcante da figura nordestina em relação ao restante do País era a reação viril; embora se mostrasse às vezes frouxo ou entibiado à menor provocação, o nordestino se provaria um macho rude, que não aceitava desonras nem covardias. Um super-homem cuja aparência nem sempre mostrava sua essência varonil.

Essa forma de ser nordestino teria sido transmitida e perpetuada pela própria educação através da família. Para Albuquerque (2013, p. 219), os papéis masculino/feminino começavam a se separar na mais tenra idade:

Os códigos de gênero são internalizados como se fossem coisas 'naturais'. Neles, a masculinidade é desde cedo, definida pela competição, pela disputa, em que se pretende derrotar outro homem, pela força ou pela astúcia.

A centralidade do falo na cultura nordestina é inculcada desde muito cedo, essa divisão entre os sexos e a supervalorização do membro masculino acontece já na primeira infância e é relatado por Feitosa (1980), quando narra a história do seu irmão, que gostava de brincar com boneca. Esse gosto proibido pelas “coisas de menina” faria seu irmão escutar, da própria mãe, em diversas ocasiões, frases como: “menino que brinca de boneca vira mulher” ou “se brincar de boneca cai o pintinho”. Este discurso mostra a centralidade que tinha o falo masculino na sociedade e na família nordestina. Quando o irmão é repreendido por fazer a coisa “errada”, aparece uma frase punitiva que o ameaça com a possibilidade de virar mulher e perder o membro, como se fosse a pior condenação possível.

A relação do nordestino a uma cultura fálica está muito presente nas artes e na literatura de Recife, essa relação é evidente nas esculturas do artista plástico Francisco Brennand, por exemplo, no projeto “Torre de Cristal” (Figura 7). De acordo com Bezerra (2017), o projeto foi criado para comemorar os quinhentos anos do “Descobrimento” do Brasil, em 1999, e foi censurado pelo fato de se assemelhar a um grande “pênis ereto”. A Torre de Cristal ficou conhecida, até os dias de hoje, por diversos nomes, como a “Piroca de Brennand”, batizada pela população de Recife.

Figura 7 - Esculturas Francisco Brennand



Fonte: <http://oblogdareclamacao.blogspot.com/2010/11/turismo-no-recife-o-atelie-de-francisco.html>

O nordestino é uma figura, um corpo construído por discursos em que a fala encarna o falo. Para Ceballos (2003), a representação fálica do nordestino, tanto na literatura, como nas artes, pretende reafirmar lugares de poder dos homens que não veem com bons olhos os novos modelos de masculinidade.

3.2.4 Considerações

Estudar a emergência do homem nordestino é extremamente importante para este projeto, pois é através desse conhecimento que podemos desnaturalizar a figura caricata do cabra macho e pensar outras formas possíveis de ser homem na cidade de Recife.

O século XXI está sendo cenário de uma mudança nos valores tradicionais. As novas dinâmicas sociais estão abrindo espaço a novas formas de ser homem. Hoje, grande parte das novas gerações dos homens nordestinos não se reconhecem na virilidade caricatural do passado, eles já são os herdeiros de uma primeira geração de mutantes, mas não deixam de estar inseridos dentro de uma sociedade que, segundo Albuquerque (1999, p.182), ainda cobra dos seus homens, uma postura viril:

O Nordeste é uma sociedade onde a coragem, o destemor e a valentia pessoal ainda influenciariam no status social dos indivíduos, no respeito que este teria do grupo, daí a necessidade permanente de provar sua masculinidade, sua macheza, pela realização de atos ditos de coragem.

Considerando que a masculinidade é uma construção social permeada por códigos e simbolismos, adentrar no universo e no território no qual se desenvolve esta pesquisa e conhecer o contexto sociocultural no qual se forjou a imagem do homem nordestino se torna indispensável para uma melhor compreensão da figura do novo homem na região, pois a masculinidade nordestina não pode ser estudada como um objeto isolado, ela tem de ser reconhecida como um conceito em constante relação com fatores sociais, econômicos, culturais, familiares e sexuais.

3.3 MODA MASCULINA: CONCEITOS, HISTÓRIA E PANORAMA ATUAL

A moda é um documento estético sociológico único. Através dela, é possível acompanhar as sensibilidades de uma época e reconhecer fatores determinantes da

mudança social. É um fenômeno tão estranho e com uma originalidade histórica tão particular que a torna um objeto de estudo de suma importância. Lipovetsky (1987) compara a moda a um espelho onde se reflete aquilo que faz nosso destino histórico mais singular: a negação do poder imemorial do passado tradicional, a febre moderna das novidades e a celebração do presente social. Segundo o mesmo autor, a moda deixou de ser um enfeite estético da vida coletiva para passar a ser a sua pedra angular, chegou ao topo de seu poder, conseguiu remodelar a sociedade inteira à sua imagem e deixou de ser periférica para se tornar hegemônica. A expressividade do fenômeno exige e intensifica a necessidade da pesquisa e do desenvolvimento do conhecimento científico do tema.

O objetivo deste capítulo é incentivar o pensamento reflexivo e crítico para entendermos a moda como resultado de um processo de desenvolvimento determinado por condições e decisões específicas, para o qual dividimos da seguinte maneira: na primeira parte, discutimos o termo moda com suas diferentes interpretações, identificamos o vestuário como o principal centro de interesse nos estudos relacionados com moda e explicamos as suas cinco funções básicas. Para a segunda seção, fazemos uma breve narração cronológica da história da moda masculina. Acreditamos que acompanhar as mudanças do vestuário através dos séculos possibilita o entendimento da moda como um grande espelho onde se refletem as sociedades e seu tempo.

3.3.1. Moda: entendendo a vestimenta

O termo moda é bem amplo, pode ser considerado como um mecanismo aplicável a quase todas as áreas concebíveis do mundo moderno. Lipovetsky (1987) define moda como um dispositivo, independente de qualquer objeto social que se caracteriza por uma temporalidade breve, por reviravoltas mais ou menos fantasiosas, podendo, por isso, afetar esferas muito diversas da vida coletiva.

A palavra moda é utilizada em contextos tão diversos que, às vezes, torna-se confuso seu entendimento. Pollini (2007, p. 17) explica as diferentes aplicações do termo:

É claro que ao nos depararmos com estas frases diversas sabemos que 'está na moda ser ecológico' e 'a moda da cintura alta' são referências a aplicações diferentes do termo: na primeira frase, encontramos o uso mais geral fazendo referência àquilo que é

considerado *legal* no momento presente. A segunda frase faz referência a um contexto mais específico do uso, sua aplicação ao universo dos vestuários e às mudanças constantes no estilo deste.

Se bem, a moda se aplica a quase todas as arenas sociais, é o vestuário o centro de interesse nesse contexto. Toda teoria ou história da moda tem o vestuário como centro de investigação, pois ele exhibe os traços mais significativos do problema. Nesta dissertação, quando falamos de moda, a discussão está centrada especificamente no vestuário.

A moda não é um tema sobre exclusividades e minorias, ela está presente nas ruas e mexe com todo o mundo, ela é assumida pelos diferentes grupos e tribos como elemento de confirmação e afiliação dos membros e se torna um fator gerador de identidade. Para Medina (2008), o ato de vestir é uma prática social complexa que muda segundo o contexto em que se desenvolve. Essa prática pode desempenhar diferentes papéis. Pode ser um escudo, uma máscara, um espelho, um espetáculo ou uma ferramenta de sedução. O mesmo autor reconhece cinco funções básicas do vestido. A primeira é proteger o corpo. A vestimenta se torna uma extensão direta da pele, dá abrigo e cuida das adversidades climáticas e do entorno. Na segunda função, o vestido serve para enganar, ocultar coisas, ocultar o verdadeiro corpo (debilidades por exemplo). Na terceira, ele pode ter um conteúdo referencial: um espelho que reflete a imagem do portador, a vestimenta de qualquer época é uma fotografia social, um código de identidade particular que facilita aos homens o reconhecimento de uns com outros. A vestimenta é um localizador instantâneo de cada pessoa, cada grupo e cada contexto. Na quarta função, faz parte do *show* e teatro da vida cotidiana. A vestimenta facilita a projeção da estética e dá ornamento ao corpo, pode mudar a aparência física e renovar a imagem, oferece um espaço de experimentação através da sociedade onde o estilo e a estética são determinantes. E a quinta, última e não menos importante é o desejo de atrair, de agradar, de seduzir, a vestimenta é um mecanismo estratégico na sedução já que, com os seus contrastes de ocultamento e desvelamento, ativa a imaginação e a fantasia. Para Medina (2008), estas funções do vestido e o valor atribuído pelas pessoas não são sempre os mesmos e podem mudar segundo a circunstâncias, as épocas e as culturas. Para entender o papel que a vestimenta representa na vida das pessoas, é preciso avaliar a importância dos fatores sociais, a influência do contexto e as ações individuais, é preciso ter consciência de que o vestir é uma prática contextualizada, nunca uma prática isolada.

3.3.2. Breve história da moda masculina

Nas últimas décadas, temos visto um interesse crescente quanto a produtos de moda por parte do mercado masculino, os homens, hoje, gozam de uma certa liberdade para cuidar da sua imagem e beleza. No entanto, é importante entender que os modos e comportamentos não se transformam da noite para o dia, a moda masculina tem uma história e uma trajetória própria e saber disso é crucial para entendê-la como se conhece hoje. Nesta sessão, apresentamos, de forma breve, alguns acontecimentos e conceitos importantes que tiveram uma repercussão significativa no surgimento e desenvolvimento da moda masculina.

3.3.2.1 Estilo Barroco e o Rei Sol

Alguns autores identificam o começo da moda masculina na Europa com Luís XIV (idealizador do Palácio de Versalhes), que reinou na França de 1643 a 1715, chamado também do Rei Sol. Naquele tempo, a França representava a elegância para os europeus, tanto na arquitetura, arte, estilo de vida e roupas, esse contexto foi o cenário perfeito para o surgimento do primeiro “pavão” da moda masculina, o Rei Sol. Ele era considerado o homem mais bem vestido da Europa, era um verdadeiro guru da moda.

Os trajes cortesãos refletiam o gosto do monarca e se compunham de perucas frisadas com cachos, salto alto e roupas confeccionadas perfeitamente. Luís XIV e seu círculo inspiravam esteticamente o velho continente.

Para Rodrigues (2019), o terno executivo como se conhece hoje teve suas origens durante seu reinado, em que os alfaiates reais confeccionaram pela primeira vez o *justaucorps* (Figura 8), um traje com três peças que depois seria imitado pelo Rei da Inglaterra, Charles II, que decretaria, na corte inglesa, o uso obrigatório do mesmo.

Figura 8 - Duque de Medinaceli usando Justaucorps



Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Justaucorps#/media/File:Voet-duque_de_medinaceli-prado.jpg

Juntos, Luís XIV e Charles II revolucionaram a imagem masculina, exportando o novo estilo do homem, primeiro pela Europa e, depois, mundo afora.

O *justaucorps* converteu-se em uma das peças mais importantes da história da indumentária masculina; ao longo do tempo, sofreu algumas modificações e seu uso foi prolongado até a segunda metade do século XVIII.

O legado do Rei Sol para a moda é inegável, seu estilo enriqueceu o vestuário masculino como ninguém e sua roupa foi idolatrada e imitada por muitos. Foi no reinado dele que o luxo transformou-se em objeto de desejo e consumo. Durante seu reinado, a França passou a ser considerada a maior impositora de elegância e estilo do mundo.

3.3.2.2 A Revolução Francesa

Para o século XVIII, a moda já fazia parte de todas as classes sociais e era usada por todo aquele que podia consumi-la; a França continuava sendo a principal influência de moda para homens, entretanto perdia cada vez mais terreno para a Inglaterra, que aperfeiçoava pouco a pouco o estilo masculino inglês.

Na segunda metade do século, ocorre uma transformação do vestuário que simplificaria a silhueta. Surgiu na França um traje formal que se tornaria popular em

toda Europa entre os nobres e homens de negócios: o *habit complet à la française* (Figura 9), Rodrigues (2019, p. 37) o descreve da seguinte maneira:

Uma evolução do *justaucorps*, cuja casaca era um pouco mais curta, mangas mais estreitas e punhos mais discretos e gola para cima, sem lapelas. Usava-se aberto para deixar em evidência o preciosismo dos bordados do colete mais justo, símbolo de status, o século XVIII pode ser chamado da era do bordado para homens.

Figura 9 - habit complet à la française



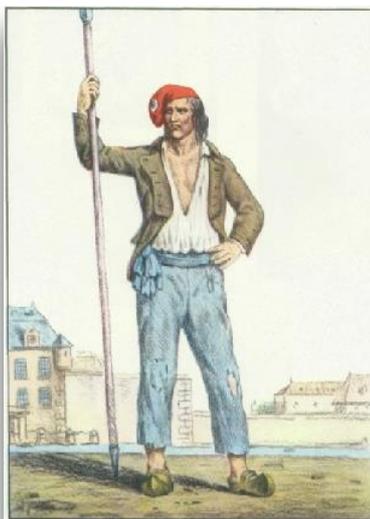
Fonte: https://www.centraalmuseum.nl/en/collection/7900-001-003-herenkostuum-habit-la-franraise-anoniem/slideshow/7900_001-003_09-tif/image_view_fullscreen

Mas a extravagância e artificialidade da aristocracia francesa era, cada vez mais, criticada e questionada pela sociedade europeia do final do século. Devido às influências inglesas, aconteceriam algumas mudanças de rumo buscando uma certa simplicidade, o *habit complet à la française* passou a ser usado apenas na corte francesa e a Inglaterra converteu-se, pela primeira vez, em líder da moda e estilo para homens. Muitos aristocratas do velho continente abandonaram as referências da França e adotaram o modo de vestir inglês com toda a austeridade e elegância da sua peça fundamental: o *business suit*.

Para Schmitt (2018), os decretos de proibição do vestuário aristocrático após a revolução francesa foram decisivos no processo de tornar a Inglaterra a ditadora principal da moda masculina e, segundo a mesma autor, os *Sans-culottes* (Figura 10), indivíduos militantes da revolução francesa que vestiam calças compridas de algodão e paletó curto seriam os responsáveis pela extinção dos calções na classe média, pois

impunham a substituição da indumentária sensualista da corte por uma vestimenta racional e obrigavam o cidadão a manifestar seu desprezo pelo estilo cortesão.

Figura 10 - Sans-culottes, revolucionários franceses



Fonte: <https://mywordworld.ru/pt/fizika/chto-takoe-sankyuloty-znachenie-slova-sankyuloty-sankyuloty-v-slovare/>

A revolução francesa banuiu as diferenças de classes. Assim, todos os ornamentos e extravagâncias desapareceram. Nas décadas seguintes, o vestuário masculino perdeu a cor e tornou-se mais simples, confortável e solto.

Começa um dos períodos mais marcantes da história da moda, que Flügel (1966) chamará da “grande renúncia”, quando a moda masculina se obscurece. Os novos cânones de elegância masculina serão a discricção, a sobriedade, a rejeição da cor e ornamento. A partir desse momento, a moda passou a ser uma prerrogativa feminina.

3.3.2.3 Revolução Industrial e o surgimento dos Dândis

O Século XIX foi caracterizado pelos grandes avanços da tecnologia, os quais tornaram possível a fabricação em massa, que permitiu o surgimento da indústria da moda e vestuário; surgem, também, as primeiras lojas de departamento. Pela primeira vez, o usuário comum poderá tocar e experimentar as roupas antes de comprar. Ocorre também a grande exposição de Londres, em 1851, onde todas as invenções do século foram exibidas.

Nesse contexto de mudanças e modernidade, a influência inglesa na vestimenta masculina tinha dominado o antigo e novo continente, os homens já tinham adotado a cor preta como uniforme. Segundo Harvey (2004), quando a Revolução Industrial entra em cena, o preto atendia à necessidade de emprestar uma honra modesta e algum escrúpulo a quem conquistara sua posição pelo trabalho e nunca pelo sangue ou troca de favores com a realeza. Na época, as aglomerações masculinas tinham cara de funerais, a moda masculina carregava a marca do perpétuo luto.

Dentro desse panorama, surgiu uma das figuras mais populares da história da moda: o dândi, que chegou para incomodar o comportamento padrão do homem. Dois dos mais conhecidos foram George Bryan Brummell (da Inglaterra) e Charles Baudelaire (da França). O primeiro é considerado pioneiro do dandismo na história da moda, Rodrigues (2019) o descreve como um árbitro da moda, cativador das pessoas através do detalhe e precisão dos seus trajes, não era considerado exatamente um transgressor, ele chamava atenção sem excentricidades. Para Queiroz (2009), era uma espécie de modelo com uma impecável sobriedade na apresentação que o fazia ter poder e influência sobre a classe dominante. Todos os detalhes da sua vestimenta eram perfeitos, os casacos finos, as camisas, gravatas, calças e calçados eram impecáveis. Ele considerava os exageros vulgares e pregava uma elegância sóbria.

Por outro lado, o dandismo *flâneur* na França (Figura 11), representado por Baudelaire, era diferente. Eles se vestiam com longos sobretudos pretos, coletes, sapatos bem brilhantes e gravatas coloridas. Baudelaire era um intelectual, fino e elegante, costumava dizer que o homem deve viver como se estivesse sempre diante de um espelho, mesmo quando dorme. Ele tinha uma aparência exótica, diferente e sempre estava perfumado com cabelos bem penteados e barba impecável. Para Queiroz (2009), a aparência do dândi francês, seu vestir, seu perfume, o elogio ao ócio e ao prazer do cortejo eram formas de desafiar a massa burguesa da época. Para o mesmo autor, enquanto o dândi inglês ensinava ao homem a se vestir, o dândi francês desafiava os padrões com excentricidades.

Seja na França ou na Inglaterra, o mais interessante deste movimento é a importância dada à imagem e à vaidade. Resulta interessante como estes personagens (os dândis), por meio de rupturas, mais ou menos escandalosas, conseguiram se consagrar como líderes de opinião e impor as suas ideias quanto ao vestuário e acessórios diante de sociedades tão fechadas.

O legado dos dândis, sobretudo de Brummell para a moda masculina, é inegável. Eles conseguiram impor uma imagem impecável masculina através dos detalhes da vestimenta. Conseguiram distanciar o termo *gentleman* da aristocracia e aproximá-lo da elegância e da moral e estabelecer a máxima que prevaleceria durante muito tempo: “a verdadeira elegância do homem é passar despercebido”.

Figura 11 - Dândis franceses



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Dândi#/media/Ficheiro:Dandys_1830.jpg

3.3.2.4 Século XX

No começo do século os homens jovens, pela primeira vez, começaram a querer diferenciar-se dos velhos através da vestimenta. A alfaiataria, então, passou a oferecer silhuetas mais modernas, apareceu um terno mais justo e de cintura alta, com abotoamento de dois ou três botões, o que se tornaria o uniforme dos executivos jovens ocidentais.

Tal comportamento, após a Primeira Guerra Mundial, ganha ainda mais adeptos e a moda masculina passa por um processo de descontração. Rodrigues (2019) aponta que a alfaiataria começou a ser mais relaxada e menos dura, os homens começaram a usar camisas de colarinho mole e incorporaram ao guarda-roupa o suéter, que permitia criar sobreposições e deram uma cara nova às peças básicas.

Na França, aparece uma camisa esportiva branca de manga curta que ajudava a conter o suor, foi apelidada de camisa polo, por ser muito popular entre os jogadores

desse esporte. A peça tornou-se conhecida e passou a ser usada por jovens nobres e plebeus.

A Segunda Guerra Mundial trouxe austeridade e mudanças significativas na roupa masculina. De acordo com Rodrigues (2019), a marinha dos Estados Unidos desenhou um tipo de *underwear*, uma camisa com decote redondo e manga curta, confeccionada em algodão branco, com seus braços formando um T: a *t-shirt*. Quando a guerra acabou, a geração nova, sedenta de novidades, incorporou a vestimenta da milícia ao próprio guarda-roupa: camisetas, roupas de cores cáqui e verde, calças da marinha, jaquetas *bomber*. O estilo relaxado americano invadiu as ruas do mundo ocidental.

Na metade do século, surgiram dois estilos dominantes da moda entre os homens: os *rockers*, nos Estados Unidos, e os *Teddy-boys*, na Inglaterra. Os primeiros tiveram como principais representantes dois nomes que, segundo Queiroz (2009), bastariam para mudar todo o imaginário masculino: James Dean e Marlon Brando. Eles se apresentavam só de jeans e camisetas brancas que contornavam seus corpos fortes. Para o autor, a imagem desses dois ícones influentes abriu as portas a diferentes maneiras de vestir e trouxe um novo valor ao jogo da moda masculina: a sensualidade.

Simultaneamente, na Inglaterra, encontravam-se os *Teddy-boys*, uma subcultura composta por jovens britânicos, de classe média e amantes de rock que adotaram as roupas inspiradas na Era Eduardiana. Rodrigues (2019) os descreve como “um tiro saído pela culatra”, pois as roupas que usavam tinham sido criadas para os homens recatados e tradicionais e não para os barulhentos e rebeldes das classes inferiores. Seu visual consistia em um paletó escuro, pinçado, com gola aveludada e uma calça bem justa, gravata e um colete de brocado.

Juntos, esses visuais de meio século abriram passo para o surgimento de um novo viés da moda masculina, o estilo das ruas, que mais tarde passaria a ser conhecido como: “o streetwear”.

Figura 12 - Teddy-boys

Fonte: <https://www.audaces.com/es/moda-streetwear-inspiracion-para-todas-las-edades/>

Já na segunda metade do século uma conjuntura sócio-econômica-cultural impulsiona o aparecimento de uma série de explosões de expressões juvenis que vão ter uma grande influência na moda.

Na Inglaterra, o estilo modernista ou *mod* ficou conhecido rapidamente, tendo como principais representantes os Beatles (no começo da carreira). O estilo era caracterizado por ternos com cortes perfeitos, lapelas finas e calças justas, cabelo curto com estilo natural. Essa moda iria influenciar homens do mundo inteiro.

Nos Estados Unidos, surge o movimento *hippie*, que propunha uma nova maneira de agir e pensar, uma transformação da mentalidade vigente a fim de engendrar um novo contexto social. As roupas características do movimento, segundo Marinho (2012), eram calça *jeans* boca de sino, vestidos de tecidos leves, camisas estampadas com cores chamativas e motivos psicodélicos, sapatos e bolsa artesanais, acessórios feitos com elementos naturais. A vestimenta tinha uma clara influência étnica. Eles protestavam contra a indústria e usavam raízes folclóricas. Toda a vestimenta era remetida ao natural, à natureza de forma geral e à repulsa à fabricação e consumo em massa, por isso preferiam produtos artesanais. O estilo

hippie tornou-se uma corrente de moda que iria repercutir bastante nas próximas gerações. Até os dias atuais, a vestimenta do movimento inspira designers e criadores pelo mundo todo.

Anos mais tarde, outros movimentos importantes também foram absorvidos pela moda, como os *punks*, que, com sua vestimenta característica, fez época e virou um clássico; a moda disco; os *preppies*; os *rasta*; *skinhead*; *skaters*, entre outros. Lipovetsky (1987) reconhece nessas expressões uma espécie de onda neo-dândi, consagrando a importância extrema do parecer, exibindo o afastamento radical com outros setores da população, arriscando a provocação, o excesso, a excentricidade para desagradar, surpreender ou chocar.

Uma das grandes contribuições dessas manifestações jovens para a moda foi retirar as barreiras e abrir espaço a novas possibilidades. Depois disso, todo mundo recebeu um convite para liquidar os estereótipos, para misturar estilos e sair das regras. Estes movimentos voltaram a atenção dos criadores para as ruas, que passaram a ser a principal fonte de referência e inspiração. A moda, que sempre foi imposta pelas classes nobres, agora adota as ideias de uma juventude revolucionária.

Figura 13 - Tribos urbanas



Fonte: <https://pt.quizur.com/quiz/a-qual-tribo-urbana-voce-pertence-2Lio>

A década dos anos 1980, inicia um período que Lipovetsky (1987, p. 155) vai definir como a “moda consumada”, uma época em que a moda não tem epicentro, deixou de ser o privilégio de uma elite social e todas as classes são levadas pela embriaguez da mudança. A moda torna-se intrínseca à vida de toda a sociedade:

Uma nova geração de sociedades burocráticas e democráticas faz sua aparição, com dominante “leve” e frívola. Não mais a imposição coercitiva das disciplinas, mas a socialização pela escolha e pela imagem. Não mais a Revolução, mas a paixão do sentido. Não mais a solenidade ideológica, mas a comunicação publicitária. Não mais o rigorismo, mas a sedução do consumo e da aparência. [...] A moda consumada não significa desaparecimento dos conteúdos sociais e políticos em favor de uma pura “gratuidade esnobe”, formalista, sem negatividade histórica. Significa uma nova relação com os ideais, um novo investimento nos valores democráticos e, ao mesmo tempo, aceleração das transformações históricas, maior abertura coletiva à prova do futuro, ainda que nas delícias do presente.

Os anos 1980 também são lembrados como a década do *designer suit*, ou seja, a década das roupas de grife. A procura de um bom acabamento tinha sido substituída pela procura de uma marca que outorgasse uma identidade. Os homens estão cada vez mais antenados com moda e estilo e, cada vez mais, investem o seu dinheiro no cuidado das aparências.

Com a explosão da cultura *gym*, os homens estão mais preocupados com seus corpos e passam a vestir, nas ruas, as roupas que utilizavam na academia. Chegaram também os designers japoneses, que trouxeram para a moda um frescor com roupas diferentes, novas formas e caimentos que hoje ainda são lembrados e comemorados em museus. Para alguns estudiosos, as coleções japonesas dos anos 80 são consideradas como a última grande inovação na história da moda. Para Rodrigues (2019), a moda masculina da década não apresenta grandes novidades, a juventude começou a olhar de forma retrô para os estereótipos dos anos 1950 e 1960. Será o começo de um processo que vai acabar re-visitando todas as décadas do século XX. Como dado curioso da época, em 1984, o estilista Jean Paul Gaultier lança sua primeira coleção masculina na qual inclui trajes com saias e vende 3000 peças.

Os anos 1990 foram marcados por uma demanda ampliada para a moda. Surge o modelo de *fast fashion* que vai revolucionar a indústria. Um sistema onde são produzidas minicoleções ao longo do ano. As coleções que antes duravam meses para serem elaboradas e confeccionadas são substituídas por produções temáticas, que são rapidamente produzidas e comercializadas. Com tanta oferta, a década é

fragmentada em muitos estilos, mas nenhum deles apresenta nada realmente inovador.

No final do século XX, começa um processo de democratização da moda. A partir de agora, a última voga não é mais privilégio exclusivo das classes nobres, é uma realidade para todos.

3.3.2.5 Século XXI

A virada do século trouxe um grande interesse por parte da indústria da moda pelo homem, seu comportamento e consumo passaram a ser objeto de estudo. A moda masculina ficou na moda.

Segundo Rodrigues (2018), apesar de mais de duas décadas para assumir por completo estes acessórios, o novo milênio apresenta um homem que faz uso regular de *piercings*, brincos e tatuagens.

Na primeira década do século, surge uma figura polêmica que vai mudar o comportamento e a imagem masculina: o metrossexual. García (2004) o descreve como um homem que vive nos grandes centros urbanos e faz questão de exibir um lado mais delicado, mas sem assumir, necessariamente, uma postura feminina. São homens com um poder aquisitivo elevado, que consomem roupas de grife, carros luxuosos e tratamentos de beleza. O metrossexual usa joias para homens, passa base nos lábios e é consumidor de cremes antirrugas, além de combinar ousadamente suas peças e usar cuecas das melhores marcas. Consome produtos do mundo todo e procura qualidade.

A metrossexualidade, mais do que uma moda passageira, foi a primeira manifestação visual em tempos modernos de uma masculinidade diferente. A essa figura, seguiram outros movimentos representando outras masculinidades como o retrossexual (contrário aos valores metrossexuais) e o übersexual (menos exótico que o metrossexual).

Por outro lado, e paralelo a estes movimentos, voltaram ao cenário da moda os ternos sob medida. A figura do alfaiate passa a ser valorizada novamente pelas grandes marcas. Esta reaparição da alfaiataria será também absorvida pelas ruas (que ainda determinam as tendências) e misturada a outros estilos mais relaxados, como as roupas esportivas.

Para a segunda década do século XXI e graças à tecnologia e à explosão da *internet*, popularizam-se os *blogs*, as redes sociais e a informação em tempo real. Mudam, também, alguns processos e nascem novas formas de fazer roupas, como os tecidos inteligentes e os wearables.

Também crescem as críticas ao sistema de moda e alguns estudiosos falam de uma moda desgastada, que tem perdido o contato com o mundo e com o que as pessoas querem. Para Edelkoort (2014), o sistema de moda está se auto destruindo para que possamos viver uma nova época, e surgir uma nova moda, na qual as roupas se tornarão a resposta para as orações da indústria. Segundo a autora, as roupas vão dominar as tendências para o futuro. Na “nova moda”, a alta costura terá um papel estelar e ocupará esse vazio que a moda antiga vai deixar. A profissão do costureiro se tornará cobiçada e será inspiração para todos.

3.3.3 Considerações

Através deste capítulo, por meio de uma revisão histórica procuramos outorgar ao leitor uma visão panorâmica sobre a moda masculina. É interessante acompanhar a evolução da indumentária através dos séculos e perceber como a moda dos homens, ora exagerada, ora discreta, muda e caminha com a sociedade e seu tempo. Acreditamos que, para olhar a indumentária contemporânea e conseguir entendê-la, torna-se necessário relacionar o passado. Essa junção constitui uma das bases fundamentais de qualquer pesquisa científica.

3.4 SAIA: UMA VELHA CONHECIDA

Por se tratar de um trabalho que tem como foco principal o estudo dos homens que usam saia, dedicamos um capítulo desta dissertação a tão longeva e popular peça de vestuário que, com o passar dos séculos, tem se transformado e reinventado de maneira considerável. Com mudanças de comprimento, caimento, materiais, tecidos, aviamentos e cores, a saia é um dos elementos da indumentária humana mais mutante da história.

Para entendermos o papel desta peça na nossa cultura ocidental contemporânea, apresentamos, na primeira parte, uma breve resenha sobre sua história e evolução ao longo do tempo. Em seguida, fazemos menção a um tipo de

saia masculina que permaneceu vigente na cultura ocidental: o kilt. Por último, realizamos um breve comparativo entre dois acontecimentos que envolveram saias icônicas: o inesquecível *new look* de Christian Dior e o polêmico *new look* de Flávio de Carvalho.

3.4.1 As origens - Uma peça sem gênero

A definição de saia segundo o dicionário AURÉLIO é “peça do vestuário que, geralmente, desce da cintura até ao joelho, mas pode ter comprimento variável”. Quando procuramos exemplos de frases e usos da palavra saia, no mesmo dicionário, temos o seguinte:

“Uma mulher nua seria menos perigosa do que é uma saia habilmente exibida, que cobre tudo e, ao mesmo tempo, deixa tudo à vista”.

“A coleção defende uma elegância com toque sexy: as modelos “esquecem” algumas peças, como a blusa ou a saia para deixar à mostra um corpete, um sutiã, uma cinta-liga ou uma sofisticada meia-calça”.

Chama a nossa atenção nesses exemplos a imediata identificação do termo com o gênero feminino, mas, se analisamos os arquivos históricos da indumentária, podemos observar que essa associação saia-mulher nem sempre existiu.

Lipovetsky (2009) explica que, antes do surgimento da moda como sistema, o vestuário não delimitava território segundo o sexo. Será no ocidente e a partir do final da Idade Média que a indumentária começará a traçar diferenças marcadas entre os trajes masculino e feminino.

Antes disso, nas civilizações antigas, tanto homens como mulheres usavam uma espécie de saiotte para cobrir o corpo. Torralba (2015) explica que os sumérios contavam com duas peças básicas de vestuário. A primeira era uma saia até a panturrilha, chamada de *kaunake*, formada por múltiplas linhas de um material feito com lã (Figura 14); a segunda era um retângulo de tecido com o qual envolviam o corpo deixando o braço direito livre. Essas peças eram usadas por homens, mulheres e crianças e só continham pequenas variações externas referentes à ornamentação.

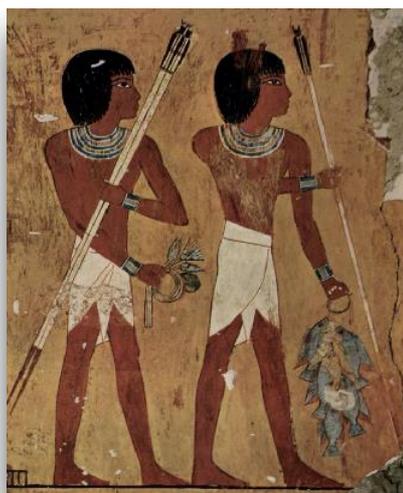
Figura 14 - Kaunakes, vestimenta masculina



Fonte: http://www.allempires.com/forum/forum_posts.asp?TID=31447

Outro exemplo do uso democrático da saia na antiguidade acontece na sociedade egípcia. O linho era a principal matéria-prima utilizada no vestuário e a peça mais popular era uma saia branca, *shenti* (figura 15), que mudava de comprimento e caimento em função da posição social do usuário. Gonzalez (1996) a descreve como uma peça simples feita com uma comprida e fina tira de tecido, enrolada várias vezes no quadril e fixada por um cinto.

Figura 15 - Shenti ou calção egípcio



Fonte:

https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Schenti#/media/File:Maler_der_Grabkammer_des_Kenamun_001.jpg

Da mesma forma, a civilização minóica e a grega, vestiram o mesmo sistema aberto (saia) tanto homens como mulheres. Para Torralba (2015), é possível acompanhar a indumentária antiga através dos objetos encontrados e as esculturas da época. Algumas peças como a Vênus de Lespugne e muitas outras estátuas gregas permitiram aos historiadores da arte traçar o caminho da saia e da indumentária em geral até os nossos dias. Na antiga Grécia, o *Peplo* (Figura 16) permaneceu intacto durante mais de mil anos. A mesma autora descreve esta peça como um retângulo de tecido sem costuras, em forma de túnica drapeada que era usado por homens, mulheres e crianças. Essa mesma túnica ficou de herança para a civilização romana que preservou o uso do *peplo* nas suas sociedades.

Figura 16 - Peplo, a túnica grega



Fonte: <http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/opombo/hfe/protagoras/links/vestuario.htm>

Ao olharmos para o continente asiático, observa-se também que a indumentária não muda de forma segundo o sexo. Na sociedade japonesa, o *kosode*, agora chamado de *kimono* era utilizado por homens e mulheres e diferenciados apenas pela estampa externa. Na China, a túnica feita em seda e utilizada por ambos os sexos permaneceu imutável durante séculos. Na Índia, um retângulo feito de algodão e sem costuras que enrola o corpo faz parte da vestimenta local até hoje, é chamado de *dhoti* para os homens e *sari* para as mulheres. Torralba (2015) sinaliza que, também no sudeste asiático, em países como Birmânia, Camboja, Tailândia e Vietnã é utilizada a saia desde épocas pré-históricas, a qual é chamada de *longyi*, o

comprimento para as mulheres vai até o tornozelo e para os homens chega na metade da perna.

Na região geográfica da Oceania, existem saias feitas de fibras vegetais torcidas formalmente que são utilizadas por homens e mulheres e são conhecidas como *piu piu*. Também no continente americano existiam os *taparabos*, uma espécie da saia feita com tecidos de algodão, utilizada pelas tribos originárias.

3.4.2 Saia feminina - uma oferenda ocidental

Através da história, a indumentária sofrerá diversas alterações quanto ao sexo. Ao longo dos séculos, a sociedade incrementará diversos signos de distinção até chegar ao que hoje se considera roupa masculina e feminina. Refletir este processo é indispensável para entender as “regras” da vestimenta atuais e a associação saia-mulher como uma construção cultural característica de ocidente.

De acordo com Lipovetsky (2009), só na Idade Média é possível reconhecer a moda como sistema, com suas metamorfoses, seus movimentos bruscos e suas extravagâncias. É a partir daqui que o vestuário empenha-se em exhibir algumas diferenças significativas entre homens e mulheres. No século XV, a túnica do homem foi ficando cada vez mais curta e ajustada, e aumenta o número de homens usando uma espécie de meia calça (Figura 17). A partir desse momento, a vestimenta anuncia uma nova era, em que a moda no ocidente é nitidamente diferenciada segundo os sexos. Essa revolução do vestuário lançou as bases do trajar moderno.

Figura 17 - Diferença de trajes masculino e feminino no começo do século XVI



Fonte: <https://omundovestido.wordpress.com/category/historia-da-indumentaria/>

A transformação da vestimenta no final da Idade Média, que instituiu uma diferença muito marcada entre os trajes masculinos e femininos, padronizou as silhuetas segundo o sexo e forjou uma ideia que foi difundida por toda Europa Ocidental e, depois, pelo mundo. Esse padrão foi perpetuado de geração em geração. O homem perdeu o direito de usar saias e vestidos e passou a usar apenas calças.

A expansão social da moda, segundo Lipovetsky (2009), não foi imediata. O traje de moda foi, por muito tempo, um consumo luxuoso e prestigioso confinado às classes nobres. A partir do século XIII e XIV, surgiram, com o comércio, as grandes fortunas burguesas, e apareceu o novo rico, que se veste como os nobres e rivaliza em elegâncias com a nobreza de sangue. Mas a popularização dos trajes só progrediu na passagem do século XVI ao XVII, quando a imitação do vestuário nobre chegou a novas camadas sociais: advogados e pequenos comerciantes também adotam os tecidos, toucas, rendas e bordados usados pela nobreza. O processo prosseguirá ainda no século XVIII, quando veremos os artesãos e os comerciantes empoar-se com peruca à maneira dos aristocratas.

Assim, com o passar dos séculos, a moda expandiu-se, chegando cada vez mais a novas camadas da sociedade. O ocidente testemunha a sua democratização repousando sobre uma oposição acentuada dos sexos.

Se a divisão do parecer entre classes se esfuma cada vez mais, em compensação a dos sexos permanece. Essa lógica permaneceu intacta durante séculos.

Figura 18 - A classe burguesa imitando a nobreza no século XVIII



Fonte: <https://sites.google.com/site/capituloc/terceiro-estado-1>

Foi só na década de 1960 que apareceram algumas modificações significativas no vestuário secular. Aparece um processo de redução da diferença dos sexos no vestir. Por um lado, o vestuário masculino integra a fantasia, cores vivas, alegres, roupas confortáveis e esportivas se incorporam ao guarda-roupa dos homens; por outro, as mulheres adotam cada vez mais trajes do tipo masculino (calça, blusão, terno, gravata, blazer). Mas essas mudanças não autorizam a diagnosticar a uniformização da moda.

Para Lipovetsky (2009), o processo de igualdade dos anos 1960 revela logo seus limites e não prossegue até a anulação de toda diferença. A homogeneização da moda dos sexos só compreende um olhar superficial. Perpetua-se um processo de diferenciação com signos exclusivamente femininos, a saia continuaria vestindo só as mulheres.

Figura 19 - Moda masculina e feminina na década de 1960



Fonte: <https://vintagedancer.com/1960s/1960s-menswear-clothing-fashion-ideas/>

Para a década de 1970, a aparência dos sexos aproximou-se bastante. Os homens gozavam de total liberdade para deixar o cabelo comprido, usar cores que, antes, eram proibidas e até usar brincos na orelha, porém, segundo Lipovetsky (2009), esse movimento não abalou em nada a interdição de fundo que pesa sobre a moda masculina. Em 1985, o famoso estilista J.P. Gaultier apresentou na sua coleção algumas saias-calças para homem, mas, segundo o mesmo autor, o estilista pretendia mais impactar e provocar o mercado, através de um golpe publicitário, do que mudar as formas centenárias do vestuário masculino. O estilista foi seguido por alguns designers reconhecidos, como Kenzo, Giorgio Armani, John Galliano, entre outros. A operação não repercutiu em nada no vestuário real.

Na década dos anos 1980, o novo sistema, por mais aberto e flexível que fosse, estava ainda longe de se desprender do ordenamento anterior. O efeito de um homem usando saia é inelutavelmente burlesco, ridículo e paródico. Os jogos do charme e das metamorfoses extremas continuam a ser coisa feminina.

A partir dos anos 1990, a apresentação de saias masculinas nos principais desfiles do mundo como Milano e Nova York virou uma constante. Nos Estados Unidos, Marc Jacobs tornou-se o principal defensor da saia para homens. No mundo da música, a saia masculina também se popularizou e, hoje, é comum encontrar muitos cantores de rock, pop e hip-hop vestindo a polêmica peça; entre os mais

famosos estão Mick Jagger, Jonathan Davis, Robbie Williams, Kanye West, entre muitos outros.

No ano de 2008, foi criada uma associação na França para lutar pelo direito dos homens usarem saia. Segundo o portal de notícias da BBC (2008), a ideia do grupo Hommes en Jupe ("Homens de Saia", na tradução literal) é resgatar uma tradição que ainda existe em vários lugares do mundo, mas foi perdida nos países ocidentais.

No ano de 2013, um grupo de maquinistas de trem na Suécia ganhou o direito a usar saias no trabalho. A pressão social foi muita e a empresa ferroviária mudou as normas laborais para permitir que os maquinistas usassem saias no verão. De acordo com a BBC (2013), os maquinistas declararam não ter outra opção a não ser recorrer às saias que, segundo eles, são muito mais confortáveis do que calças.

Hoje, associar a saia como uma peça exclusivamente feminina já é passado. As principais grifes nacionais e internacionais, o jornalismo de moda, as celebridades, os editoriais de moda e as redes sociais mostram a saia como uma peça de vestuário utilizada pelos homens, embora não seja uma constante nas ruas.

Figura 20 - Desfile São Paulo Fashion Week



Fonte: <https://www.saopaulopretaporter.com/noticias/ler/homens-querem-usar-saias-sim>

3.4.3 Kilt - Um “bizarro” respeitado

A trajetória do kilt ou saia escocesa é analisada em uma seção à parte, por ser uma das poucas saias que goza de uma determinada permissão pela sociedade ocidental para ser utilizada pelo público masculino.

Algumas teorias associam a origem do kilt com os exploradores, guerreiros, comerciantes e piratas nórdicos que invadiram, exploraram e colonizaram grandes áreas da Europa, mas outros historiadores afirmam que não se tem evidência para afirmar que o kilt procede dos viquingues.

Segundo Pautret (2019), foi no século XVI quando a população escocesa adotou o kilt como peça básica da sua vestimenta, a qual era constituída por um pedaço grande de tecido (aproximadamente seis metros) feito com lã (Figura 21) que contornava a cintura e era segurada por uma tira flexível. A velha saia escocesa era uma peça comprida que tinha como objetivo principal dar abrigo ao portador para resistir às temperaturas geladas provenientes das terras altas.

Tempo depois, em época de guerra, de acordo com a mesma autora, a Escócia foi dominada pela Inglaterra e o uso do kilt foi proibido e castigado com morte, o exército escocês não obedeceu e continuou usando a saia como prova de lealdade ao rei. O kilt, então, converteu-se em um símbolo de coragem e resistência escocesa.

Posteriormente, segundo Torralba (2015), a peça diminuiu o comprimento até o joelho, modificou o caimento e foi adotada pela aristocracia da região, o que favoreceu sua popularização.

Ainda hoje, a saia escocesa é utilizada diariamente por alguns poucos grupos tradicionalistas, no entanto é comum seu uso por grande parte dos homens em comemorações especiais tais como casamentos, formaturas, eventos esportivos *etc.*

O kilt, além de ser um símbolo escocês de prestígio internacional, é um dos poucos exemplos de um uso de saia “normalizado” no mundo ocidental.

Figura 21 - Saia escocesa original



Fonte: <https://www.lindaclifford.com/GreatKiltWrap.html>

3.4.4. Sobre saias famosas

Na arte moderna e no design de moda, são utilizadas diferentes linguagens com a finalidade de trabalhar algumas problemáticas relacionadas ao corpo, à identidade e ao consumo. Nesse panorama, Garza (2015) enxerga a saia como uma peça-chave que, aplicada a algumas manifestações artísticas, possibilita o questionamento das categorias binárias como masculino e feminino. Alguns artistas e designers tem outorgado à saia o papel estelar das suas obras.

3.4.4.1 New look - Christian Dior

Como já foi mencionado anteriormente, ao longo do século XIX, a moda instalou-se por completo no mundo ocidental. De acordo com Lipovetsky (1987), a burguesia ascendeu ao poder e passou a impor na sociedade seus padrões de gosto e de comportamento, fazendo surgir uma costura de alto padrão estético e de acabamento impecável, para atender às exigências de uma classe sofisticada e de gosto refinado. Iniciou-se, então, uma nova fase na moda denominada de “Alta Costura”.

Dentro desse contexto o estilista Christian Dior, apresenta, em 1947, na França, uma icônica coleção que chamou de: *Ligne Corolle*, que passaria a formar

parte importante de todos os futuros livros de design e história da moda. Com a coleção, o estilista propunha uma renovação da silhueta feminina após os tempos difíceis da Segunda Guerra Mundial, quando foram impostas severas restrições para o uso de materiais empregados na produção do vestuário, eliminando exageros e simplificando a vestimenta feminina. A ideia da coleção era devolver às mulheres da época a imagem de sonho que tinham perdido nos anos anteriores. Sobre o estilo proposto por Dior, Quintino (2015, p. 13-14) comenta:

O estilo idealizado por Dior cumpria o destino da moda em fazer retornos ao passado, como sistema caracterizado por alterações cíclicas nos modos de construção da imagem externa do indivíduo, e retomava a silhueta usada em meados do Século XIX, em que, vendendo-se de baixo para cima, a arquitetura da figura feminina iniciava com uma saia elevada convergindo para a cintura mínima, a sustentar seios ogivais. A novidade, ou a renovação de um velho estilo, enfrentou polêmicas, como campanhas contra o seu uso, mas encantou – e vestiu! – mulheres do mundo inteiro ao longo dos dez anos seguintes à sua re(invenção), sendo mais duradouro do que o próprio Christian Dior poderia imaginar.

Logo depois, a *Ligne Corolle* foi rebatizada pela editora de moda norte-americana Carmel Snow, que, depois de assistir o primeiro desfile do estilista, exclamou: “*wow, this is a new look!*”. O visual passou a ser reconhecido pelas revistas e livros de história da moda como: o *New Look* de Christian Dior.

A importância da peça para os arquivos da moda é enorme, o *New Look* é considerado como a primeira moda a atingir todos os continentes. O visual foi acolhido e elogiado pela crítica da moda. No entanto, a extravagância do mesmo gerou muita polêmica, primeiro pelo custo da peça, pois cada saia usava entre 10 e 25 metros de tecido, demasiado para uma época marcada pela recessão econômica do pós-guerra e, depois, por ser qualificado por alguns como uma tentativa de limitar e coibir a liberdade feminina.

Segundo Quintino (2015, p. 14), sua adoção por mulheres dos quatro cantos do planeta enfatizou a separação entre os sexos

propiciada pelo apelo erótico das curvas arquitetadas nas dobras e franzidos dos panos, enchidos e armados com a intenção de criar volumes para a edificação de uma forma feminina semelhante à ampulheta, ou, como se disse no Brasil, o corpo-violão.

Para o autor, o *new look* contribuiu para a construção de uma imagem feminina associada à maternidade, imagem bem comum na publicidade da época que

apresentava a mulher como mãe, esposa, filha e amiga: a rainha e dona absoluta do lar.

Para alguns historiadores, Christian Dior queria que as mulheres voltassem para casa e abandonassem o trabalho remunerado que tinham realizado durante a Guerra. E a vestimenta, por ele projetada, pedia precisamente isso, já que era quase impossível para a mulher desempenhar qualquer atividade usando o figurino. Após décadas de guerra, racionamento, mortes e tristeza, a moda celebrava a volta da mulher para a casa.

Apesar da polêmica envolvida em torno do lançamento, Christian Dior conseguiu reinventar a moda feminina dos anos 1950 e dar brilho à figura desgastada das mulheres da época. O *new look* passou a ser reconhecido como uma das peças mais icônicas da história da moda.

Figura 22 - New Look Dior



Fonte: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2014/06/1474914-estilista-christian-dior-criador-do-new-look-ganha-livros-e-exposicao.shtml>

3.4.4.2 New Look - Flávio De Carvalho

Alguns anos depois de Christian Dior ter encantado as mulheres dos cinco continentes e ter-lhes devolvido a feminilidade, através do vestuário, com o polêmico *new look*, uma performance elaborada por um artista brasileiro, intitulada “experiência n.3”, também chamou a atenção do mundo.

Flávio Resende de Carvalho foi um dos nomes mais respeitados da geração modernista brasileira. Foi pintor, desenhista, arquiteto, cenógrafo, decorador, escritor, teatrólogo, engenheiro entre outros rótulos. No dia 18 de outubro de 1956, na cidade de São Paulo, o artista desfilou pelas principais ruas da capital paulistana com um traje aberrante para a época (Figura 23). Lotufo (2009, p. 8) descreve assim a controversa e criticada marcha:

Saiu de seu ateliê no nº. 297 da Rua Barão de Itapetininga percorreu as ruas centrais da cidade de São Paulo chegando até o saguão da sede do jornal Diários Associados, vestindo blusa amarela de mangas curtas, saia verde de comprimento acima dos joelhos, meias de rede, sandálias de couro e um pequeno chapéu de náilon branco transparente.

Mas o polêmico passeio não foi coisa improvisada, ele acontece depois de muitos estudos e reflexão por parte do autor. Segundo Lotufo (2009), a trajetória criativa, que culminou na Experiência nº. 3, está presente nos 39 artigos escritos por ele, analisando as mudanças dos trajes femininos e masculinos no decorrer do tempo, e publicados pelo jornal Diário de São Paulo.

Em algumas dessas publicações, o artista Flávio de Carvalho (2010), criticando a vestimenta adotada pelo Brasil, escreveu que a moda masculina da época era sobrevivência da calça, colete e casaco do século XVII e possuía ainda as cores sombrias e escuras imposta à burguesia pela nobreza como condição depreciativa. Assim, inconformado com essa situação, ele apresenta seu *new look* propondo uma nova forma de vestir para o homem que mora nos trópicos.

Ele rejeitava a vestimenta herdada pelos europeus, alegando não fazer sentido nenhum em um país tropical com um clima quente e úmido como o Brasil. Na opinião dele, o típico traje masculino não estaria de acordo com os conhecimentos do homem contemporâneo e com seu desenvolvimento cerebral. A proposta dele (o *new look*), levava em consideração a ventilação do corpo e possibilitava a evaporação do suor com maior rapidez.

Para Chiarelli (1999), a Experiência nº 3 pode ser vista como uma manifestação narcisista, porém com uma preocupação relacionada à liberdade do homem

contemporâneo, em uma sociedade que tendia a subjugar-lo ao fluxo implacável do capital, perceptível no contexto urbano de uma cidade como São Paulo.

Figura 23 - New look, Flavio de Carvalho



Fonte: <https://artebrasileiros.com.br/art/flavio-de-carvalho-a-permanent-experimentation/>

Não é à toa que Flávio de Carvalho intitulou sua criação de “*new look*”, a mesma designação da proposta de silhueta feminina apresentada por Christian Dior alguns anos antes que tinha como peça principal a famosa saia Corolle. Para Lotufo (2009), o artista se apropriou, ironicamente, de um termo estrangeiro para enfatizar seu descontento com uma maneira de vestir importada de outras culturas e não apropriadas para o clima tropical.

Com o termo *new look*, Carvalho também desafia o emblema da masculinidade hegemônica nas sociedades ocidentais, questionando as convenções do vestir masculino e feminino e as normas da indústria da moda impostas pela capital francesa com pretensões de adoção universal.

Segundo Garza (2015), a minissaia, utilizada por ele, deixava ao descoberto as pernas masculinas, que tinham permanecido escondidas atrás das calças durante décadas. O seu corpo feminizado e exposto como um objeto de desejo invertia os

papéis dos sexos e as polífticas do olhar tradicional, em que os homens têm um papel ativo, que olha, e as mulheres um papel passivo, que recebe os olhares.

A proposta de vestimenta de Flávio de Carvalho não era apenas uma supérflua criação de moda, pois não era essa sua intenção, mas muito mais um questionamento de cunho antropológico e social. Com sua proposta da saia como uma peça confortável e adequada para o contexto brasileiro, colocava a saia como uma peça sem gênero, tirando dela seu significado histórico mais recente. O *new look* brasileiro carregava o ideal de uma sociedade justa e moderna, livre de preconceitos e imposições estrangeiras

3.4.5 Considerações

Por meio da história da saia, podemos observar que um homem e uma mulher se vestem diferente não em função da natureza, mas em decorrência de uma educação diferenciada, produto de uma herança cultural forjada durante séculos. Na sociedade moderna do ocidente, reconhecemo-nos homens e mulheres de essência igual, reivindicamos os mesmos direitos e, mesmo assim, temos uma dificuldade muito grande em superar os tabus que regulamentam nossa estética, reprimem nossos desejos e freiam a nossa curiosidade natural.

Compreender o contexto histórico que traçou essa diferença tão marcante no vestuário dos sexos é importante para abrir o pensamento a novas possibilidades e livrar-nos do velho mecanismo da moda ocidental. Sobre o tema, Carvalho (1956) questiona: por que insistir em venerar o passado, quando não conhecemos a natureza íntima dos nossos desejos, não conhecemos sequer as consequências desses desejos.

Se a forma de vestir ocidental é fruto de um aprendizado, possivelmente seja hora de aprender novas coisas, deixar de lado a repetição que comodamente preferimos só por encontrá-la feita e abraçar a novidade. É preciso lembrar e aceitar que a mudança e a transformação são indispensáveis para o progresso.

Entender esta dinâmica é importante para atenuar o choque entre as gerações, entre pensamentos divergentes e evitar comportamentos preconceituosos. Da mesma forma que é importante para a humanidade a compreensão das diferenças entre povos de culturas diferentes, é necessário também saber entender as diferenças que ocorrem dentro do mesmo sistema cultural. Este procedimento nos prepara para

receber mudanças e aceitar novas capacidades, e, por que não, para ver nas ruas do ocidente homens livres de julgamento usando saias e vestidos.

4 CAMPO E SUJEITOS DE PESQUISA: O CABRA MACHO DE SAIA

A presente pesquisa de campo tem como ponto de partida uma tendência crescente na mídia e no jornalismo de moda que sugere uma maior aproximação por parte do público masculino à adoção de roupas consideradas femininas (Figura 24), especificamente saia e vestido.

Figura 24 - Manchetes sobre saia masculina



Fonte: desenvolvido pelo autor através de imagens de google

Nas últimas décadas, o imaginário relativo à identidade masculina do brasileiro tem se expandido cada vez mais. Na atualidade, os homens, encorajados por um discurso que, com frequência, faz alusão às novas masculinidades, têm demonstrado uma crescente preocupação com a aparência física e têm incorporado ao guarda-roupa cores, estampas e peças de vestuário que, em uma época passada, teriam sido inconcebíveis. Entretanto, visualizar homens usando peças consideradas femininas, mesmo nas grandes cidades brasileiras, como é o caso do Recife, é ainda uma situação excepcional.

A intenção desta investigação em campo é identificar e analisar esses indivíduos recifenses que usam saia com intuito de reconhecer as motivações para sua escolha e os obstáculos e dificuldades de usar uma peça tida como feminina na sociedade local. Para isso, dividimos a pesquisa em duas partes, a primeira teve como base a rede social *Instagram*, onde utilizamos a netnografia, que, de acordo com

Kozinets (2014), é um ramo da etnografia que analisa o comportamento de indivíduos e grupos sociais na *internet* e as dinâmicas desses grupos no ambiente *on-line* e *off-line*. Para tal, definimos uma amostra não probabilística e intencional, devido ao fato de que a seleção dos perfis da rede social foi feita conforme ao julgamento do autor; utilizamos características das pessoas em particular, especificamente o modo de vestir. O público-alvo foi analisado a partir de uma tabela comparativa com diferentes parâmetros de análise. Para a segunda etapa, foram selecionados alguns perfis para entrevista, com o objetivo de captar, a partir das falas dos sujeitos, alguns dados subjetivos, elaboramos uma entrevista semiestruturada com intuito de obter maiores informações sobre as experiências, os valores e o contexto em que se desenvolvem os entrevistados.

A entrevista combinou perguntas abertas e fechadas e os participantes tiveram a possibilidade de discorrer sobre o tema. Foi um contexto semelhante a uma conversa informal na qual seguimos um roteiro predefinido, mas também surgiram perguntas adicionais para elucidar questões e alcançar nosso objetivo.

4.1 PESQUISA NETNOGRÁFICA

Para realizar a pesquisa, selecionamos um grupo de indivíduos da população masculina do território escolhido. Foi utilizada a técnica de amostragem conhecida por bola de neve, que, de acordo com Ochoa (2015), é uma amostra não probabilística onde os indivíduos selecionados, para serem estudados, convidam novos participantes da sua rede de amigos e conhecidos, assim a amostra aumenta de tamanho como uma bola de neve ladeira abaixo.

O processo foi executado da seguinte maneira: definimos um programa de participação através da rede social *Instagram*, em que foi lançado um convite para que todos aqueles que fossem ou conhecessem um homem com as características requisitadas no estudo, fornecessem o perfil (de *instagram*) do indivíduo com a finalidade de ter acesso a eles para levar a cabo uma pesquisa netnográfica. O uso desta técnica de amostragem resultou de grande ajuda, ao ser um recurso econômico e simples que brindou acesso à população desejada.

Só uma característica foi solicitada aos contatos iniciais, que os homens que indicassem tivessem sido vistos em alguma publicação usando saia ou vestido.

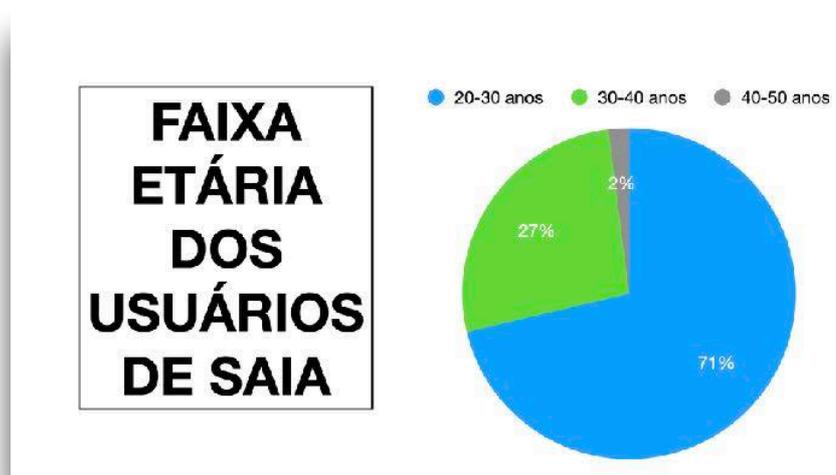
O objetivo de monitorar esta população foi justamente o aprofundamento no estudo desta figura. Para a melhor compreensão do entorno do novo homem, foi elaborada uma tabela comparativa (Apêndice A) para extrair dos perfis dados demográficos e atitudinais, como idade, estado civil, ocupação, raça/cor, orientação sexual, lugares onde usam saia, tipo de saia usada, entre outros.

No total, foram pesquisados quarenta e um homens moradores da cidade de Recife. Os resultados da extração, assim como a análise estão na continuidade.

4.1.1 Análise por idade

O primeiro dado analisado na tabela foi a idade dos indivíduos usuários de saia masculina. Segundo Morace (2012), a idade está relacionada à intuição, ao talento e à capacidade de improvisação criativa. Para o autor, é importante agrupar pessoas semelhantes com o propósito de estudar o comportamento do consumo, pois os grupos geracionais são os produtores de novas possibilidades para públicos transversais. Para analisar este parâmetro, fizemos uma divisão etária por décadas e o resultado demonstrou que a grande maioria dos usuários de saia masculina no Recife está entre os 20 e 30 anos de idade.

Gráfico 1 - Análise por idade



Fonte: O Autor (2021).

Segundo a divisão por núcleos geracionais do livro *Consumo Autoral*, o público maioritário consumidor de saia pertence ao grupo “linker people”; Morace (2012) descreve esta geração como “*trendsetters*”, ou um dos apontadores de tendências,

que são caracterizados por uma forte necessidade de reelaborar o mundo e os contextos à sua volta de maneira única e criativa, são jovens abertos a experimentar coisas novas, inclusive inesperadas. A imprevisibilidade é a marca registrada deste grupo.

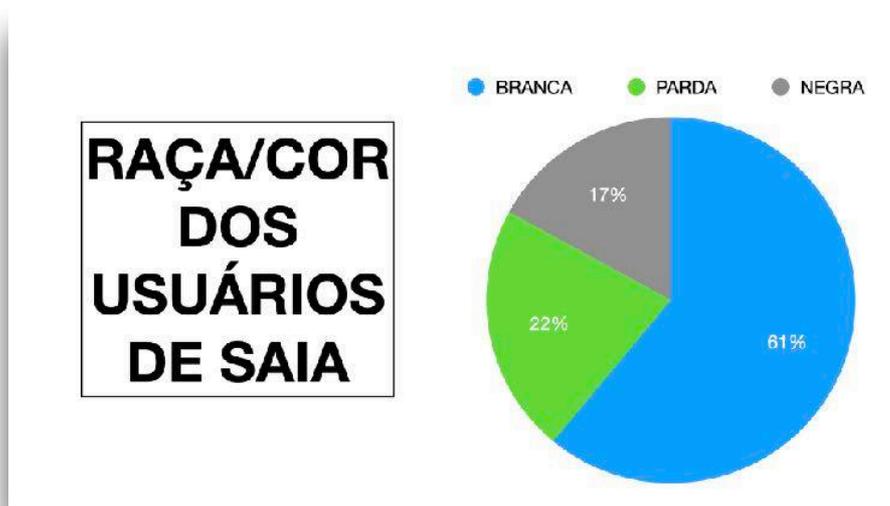
Analisando a descrição deste núcleo, não nos surpreende que a maioria dos homens que veste saia faça parte dele. Como observamos no capítulo “moda masculina”, os jovens desta idade são historicamente responsáveis pelas grandes rupturas que transformaram a vestimenta dos homens. Como exemplo, podemos citar os dândis no século XIX, os hippies e os punks no século XX. Hoje, os “linker people” que usam saia posicionam-se como um grupo de novos transgressores da regra do século XXI.

4.1.2 Análise por raça/cor

O segundo item analisado foi a raça/cor dos usuários. No começo desta pesquisa, esta categoria não estava contemplada, pois inicialmente não consideramos que haveria uma relação relevante entre a cor das pessoas e o uso da saia, foi só no decorrer da mesma que percebemos que a grande maioria dos usuários de saia, que postavam fotos nas redes sociais, era de homens brancos.

De acordo com o portal do BDE (2015), do governo de Pernambuco, a população urbana residente no estado, classificada por raça ou cor está composta da seguinte maneira: 32% dos homens são brancos, 58% são homens pardos, 9% são negros e uma porcentagem muito pequena são homens indígenas e amarelos. Se olhamos para o Gráfico 2, que mostra as porcentagens dos homens usuários de saia na cidade de Recife, podemos observar que não se respeita essa proporção; pelo contrário, homens pardos e negros são minoria na hora de usar a peça.

Gráfico 2 - Análise por raça/cor



Fonte: O Auor (2021)

Procurando uma resposta a esta contrariedade, revisitamos o primeiro capítulo (masculinidades fragmentadas), onde analisamos diferentes teorias sobre o masculino. Se bem, e é verdade que, nas últimas décadas, as críticas aos modelos de tipologias rígidas têm contribuído à desmitificação da masculinidade hegemônica. É um consenso que este modelo, mesmo estando longe de representar a maioria, continua sendo normativo na nossa sociedade. Resulta que é impossível ignorar que, quando Kimmell (1997) define as características do homem hegemônico, este sempre se apresenta como um homem branco. Seguindo esta lógica, toda figura masculina de outra raça/cor estaria classificada como uma figura subalterna.

Por outro lado, a violência na sociedade brasileira ainda é um tema preocupante para os homens que tem atitudes “desviantes”. De acordo com o portal da Folha de Pernambuco (2018), o Brasil é o líder mundial de violência contra transgêneros e Pernambuco é o oitavo estado mais violento do Brasil para a população LGBTQ+. Essa situação mostra-nos que, em uma sociedade ainda intolerante como a brasileira, qualquer ato transgressor, como vestir peças que ainda são associadas ao gênero feminino ou à homossexualidade pode ter consequências perigosas. No entanto, a situação piora quando olhamos as estatísticas mais de perto e observamos que a porcentagem de homens negros e pardos violentados é consideravelmente superior em relação à de homens brancos. Para esses homens,

com maior susceptibilidade à violência, usar uma peça feminina pode chegar a revelar uma identidade estigmatizada e, conseqüentemente, atrair algum tipo agressão.

Seguindo essas premissas, interpretamos que um homem negro ou pardo que evidencia uma atitude transgressora (como o uso de saia) encontra-se mais propenso a sofrer ataques violentos que um homem branco. Atribuimos, então, essa disparidade no gráfico que mostra mais homens de raça branca vestindo saia a um problema estrutural que torna as outras categorias raciais mais vulneráveis.

4.1.3 Análise por ocupação

Olhando a ocupação dos perfis examinados, chegamos a uma conclusão interessante, mas não muito surpreendente. A maioria dos homens analisados (Gráfico 3), quase 89% estão inseridos em alguma profissão/ocupação do campo criativo. Foi muito recorrente observar pessoas relacionadas ao mundo da moda como estilistas, figurinistas, designers, estudantes de moda, modelos e produtores de moda usando saia. Outro grupo do mesmo campo que se destacou bastante pela recorrência foram as pessoas relacionadas às artes cênicas, como djs, musicistas, dançarinos e estudantes de música.

Gráfico 3 - Análise por ocupação



Fonte: O Autor (2021).

Bourdieu (1989) define o campo como um microcosmo autônomo no interior do mundo social. O campo criativo é um exemplo desse microcosmo. De acordo com o

mesmo autor, todo campo resulta de processo de diferenciação social e se caracteriza por ter agentes dotados do mesmo *habitus*.

Quando analisamos as ocupações do grupo escolhido, não nos surpreendeu que a maioria dos homens estivessem localizados em um mesmo campo de atuação, pois, conforme Bourdieu (1989), ao entrar em um determinado campo, os sujeitos aceitam os pressupostos cognitivos e valorativos do mesmo.

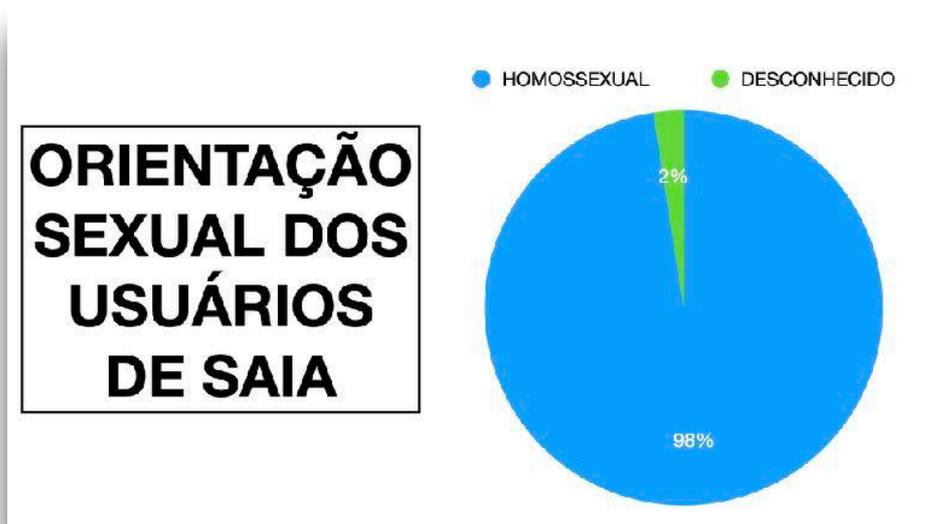
O campo criativo, conta com mecanismos próprios e tem seus próprios princípios de compreensão. Machado e Lopes apontam como uma das suas características principais o desprendimento de padrões. De acordo com os autores, as pessoas do campo criativo gozam de maior liberdade ao vestir, pois se importam menos com opiniões alheias e dão mais ênfase ao significado das roupas.

Os indivíduos que integram este campo compartilham o mesmo *habitus*, a criatividade, e abraçam os mesmos valores fundamentais, a liberdade criativa. Olhando a partir desta perspectiva, faz sentido que os homens que vestem saia façam parte dele.

4.1.4 Análise por orientação sexual

No começo da investigação, já era esperado que a grande maioria dos homens analisados fossem homossexuais, porém esperávamos também encontrar alguns homens heterossexuais vestindo saia na cidade de Recife. Foi um assombro ver que todos os participantes escolhidos na pesquisa tinham a mesma orientação sexual.

Gráfico 4 - Análise por orientação sexual



Fonte: O Autor (2021).

Quando olhamos pesquisas do tipo, realizadas em outras grandes capitais do Brasil, como Rio de Janeiro e São Paulo, observamos que é verdade que uma arrasadora maioria de usuários de saia é gay, mas também é possível observar figuras heterossexuais, principalmente do campo criativo, vestindo a peça. Essa diferença entre outras grandes capitais do país e Recife pode ser explicada pelo que Albuquerque (2013) chama de falocentrismo nordestino. Para o autor, a centralidade do falo na sociedade nordestina é muito evidente. Em cidades como Recife, os códigos de gênero são internalizados como se fossem coisas naturais. Esses códigos são transmitidos e perpetuados pela própria educação familiar, em forma do que Pierre Bourdieu chama de *habitus*. Bourdieu (1989) explica o comportamento dos indivíduos como sendo algo engendrado e regulado por disposições fundamentais que são internalizadas através da socialização primária. Tanto Albuquerque (2013) como Bourdieu (1989) nos outorgam ferramentas para entender que o homem heterossexual nascido em Recife tem uma identidade e personalidade forjada sob condições sociais específicas da região e, provavelmente, se encontra ainda longe de sentir-se confortável usando uma peça tida como feminina em uma sociedade que, segundo Albuquerque (2013), ainda cobra dos seus homens uma postura viril.

Por outro lado, foi interessante descobrir que a maioria dos homens analisados estão orgulhosos de sua orientação sexual e apoiam causas LGBTQ+. Foi muito comum encontrar, nos perfis examinados, símbolos e sinais que falam do seu

comprometimento com a comunidade, tais como bandeiras LGBTQ+ (Figura 25), fotografias em paradas do orgulho LGBTQ+, fotografias de provas de HIV, incentivando os usuários a fazerem, roupas e maquiagem nas cores do arco-íris, entre outros.

Figura 25 - Bandeira LGBTQ+



Fonte: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Bandeira_arco-%C3%ADris_\(movimento_LGBT\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Bandeira_arco-%C3%ADris_(movimento_LGBT))

Essa participação ativa na defesa das causas da comunidade, por grande parte da população analisada, faz-nos questionar o papel que tem a vestimenta nessa postura de militância.

Como estudamos em capítulos anteriores, a saia já foi, em diversas ocasiões, o centro de movimentos que questionavam o gênero da peça e tiravam dela seu significado histórico. Na metade do século passado, Carvalho (2010) já criticava o uso da calça e defendia a adoção da saia masculina por fazer mais sentido em um clima tropical, como o brasileiro. Assim como Flavio de Carvalho, nas últimas décadas, temos observado diferentes manifestações, tanto artísticas como do mundo da moda, que questionam as categorias binárias como masculino e feminino.

É bem provável que os motivos pelos quais os homens que investigamos usam saia sejam diferentes dos motivadores que tinha Flavio de Carvalho no século passado, mas eles também fazem um questionamento de cunho antropológico e social; por meio da saia, estes indivíduos celebram a diversidade e fazem do vestir um protesto ao desconstruir as categorias de gênero e sexuais por meio da roupa.

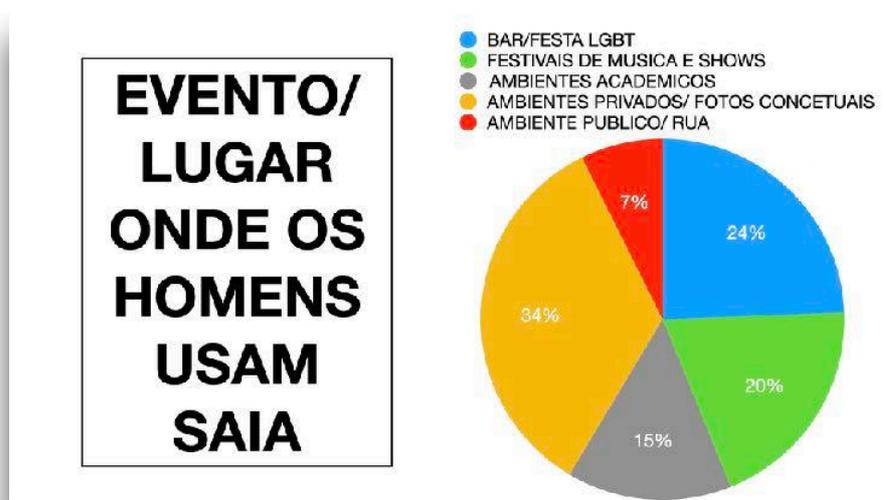
De acordo com Pontes (2020), quanto mais se coloca a sexualidade no âmbito privado, menos visibilidade tem em debates políticos, estéticos, culturais e de poder, ou seja, os homens que usam saia, ao tornar público seu ato, contribuem ativamente para enfrentar um preconceito profundamente enraizado na sociedade nordestina.

Vestir a saia se converte em um ato político, uma ferramenta a mais na luta emancipatória contra o falocentrismo.

4.1.5 Análise por lugar

Outra categoria contemplada na nossa pesquisa foi a espacial, analisamos os lugares e eventos onde os homens recifenses vestiam a saia. Observamos que 34% das fotografias aconteciam em locais privados como casas particulares e estúdios de fotografia, também observamos que 24% dos indivíduos usavam a peça em bares e festas da comunidade LGBTQ+; 20% dos registros de homens com saia foram encontrados em festivais de música e shows e 15% em ambientes acadêmicos como universidades, congressos e seminários. O que mais chamou a nossa atenção foi a baixa incidência de registros de homens usando saia em espaços públicos (fora do meio LGBTQ+ e acadêmico), só 7% das fotografias aconteceram em ruas, centros comerciais e locais expostos.

Gráfico 5 - Análise por lugar



Fonte: O Autor (2021).

De acordo com Albuquerque (2013), a macheza ainda é um elemento que influencia no *status* social dos indivíduos nordestinos. Diante dessa construção social tão fechada à diversidade sexual, não é surpresa que o estado de Pernambuco seja um dos mais violentos contra a comunidade LGBTQ+. Para indivíduos fora da norma, qualquer ato transgressor no espaço público representa um risco.

Podemos interpretar essa seleção de lugares “discretos” para vestir uma saia masculina como um ato de autoproteção. Pereira e Ayrosa (2010) alertavam o perigo eminente que sofria um indivíduo ao expor uma identidade estigmatizada. De acordo com os autores, o consumo de itens considerados símbolos gays (como a saia) poderia atrair para o indivíduo algumas consequências violentas. Esse risco explicaria a preferência destes homens por espaços mais seguros.

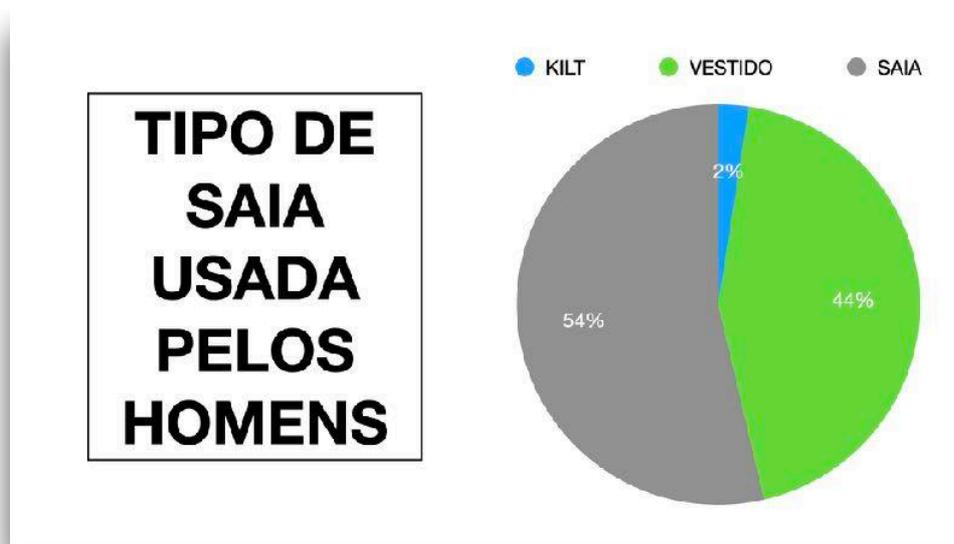
Pontes (2020) menciona que as grandes metrópoles brasileiras, como Recife, ofertam espaços sociais legítimos para clientes de identidades estigmatizadas. Esses espaços despertam um sentimento de identidade e convivência nos indivíduos e o torna um espaço protetor contra atitudes agressivas.

A preferência dos homens recifenses que usam saia por espaços seguros, como bares, festivais de música e ambientes acadêmicos, não é coincidência, ela acontece na busca de segurança, tolerância e aceitação.

4.1.6 Análise por tipo de saia

O tipo de saia utilizada pelos homens de Recife também foi motivo de análise. A intenção era identificar as características principais da saia que o público masculino vestia, porém o resultado foi inesperado, pois não conseguimos localizar um padrão nos modelos consumidos. Foi interessante observar que somente 2% dos sujeitos examinados utilizava o Kilt, que é uma saia especificamente projetada para o público masculino; também foi interessante observar que quase a metade dos indivíduos estudados utilizava vestido.

Gráfico 6 - Análise segundo o tipo de saia



Fonte: O Autor (2021).

Como observado em capítulos anteriores, a saia, além de ser uma das peças mais longevas da história, é também uma das peças mais versáteis. A variedade de modelos existente no mercado é considerável e essa mesma variedade se fez presente na nossa análise. As modelagens, os comprimentos, os aviamentos... tudo mudava segundo a personalidade do indivíduo analisado.

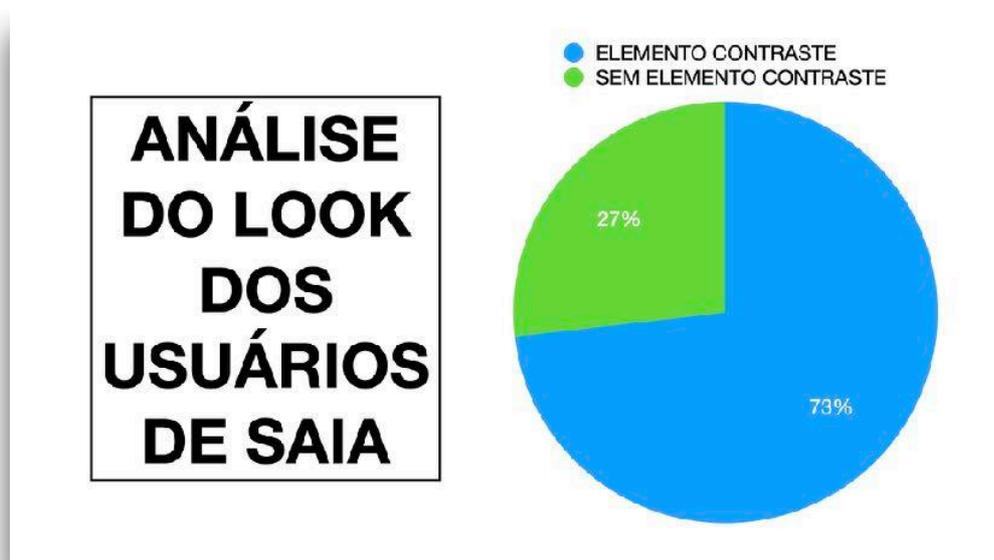
No segundo capítulo (moda masculina), Medina (2008) apontava a complexidade do ato de vestir e os diferentes papéis que essa prática pode desempenhar. Ficou claro, na nossa análise, que o tipo de saia utilizada pelos usuários não obedecia a nenhuma norma e mudava segundo cada sujeito, pois o vestido tem um significado diferente para cada pessoa. Enquanto para alguns a saia tinha um conteúdo referencial e se apresentava como um código de identidade particular, para outros, era um mecanismo estratégico de sedução que ficava evidente com o comprimento da peça e os acessórios que acompanhavam. Medina (2008) já mencionava o desejo de atrair, de seduzir como uma das funções básicas do vestido. Segundo ele, a prática do vestir, incentivava a imaginação e fantasia através dos seus contrastes de ocultamento e desvelamento.

O fato é que, independentemente da função que cada homem dava à peça, a variedade de saias identificadas (longas, curtas, sensuais, discretas, de couro, de algodão, com abertura na frente, com comprimento até o chão) nos reafirma o papel da roupa como fator gerador de identidade.

4.1.7 Análise do Look

Quando analisamos o *look* dos indivíduos envolvidos na pesquisa, identificamos um detalhe interessante: a maioria deles, quase três quartos dos homens em questão (Gráfico 7), acompanhava seu *look* de saia/vestido com algum elemento tosco, mais grosseiro, mais rude. Um elemento que tornava seu visual menos feminino. Chamamos esse elemento de *elemento contraste*, pois representa uma oposição à natureza “delicada” da saia.

Gráfico 7 - Análise visual



Fonte: O Autor (2021).

O elemento contraste nos *looks* analisados seria o encarregado de “masculinizar” o visual, ele seria representado através de acessórios geralmente associados aos homens. Foi muito recorrente encontrar uma associação da saia com botas masculinas estilo militar. Sapatos masculinos, camisas formais masculinas, jaquetas de couro, pochetes e cintos também figuraram como elementos opostos à saia. A barba e bigode estiveram presentes em muitas das fotos examinadas. Outro elemento contraste foi, em alguns casos, o próprio corpo dos homens, quando utilizavam a peça junto com camisetas sem manga deixando visíveis os braços musculosos, signos da masculinidade.

Figura 26 - Recifenses de saia/elemento contraste



Fonte: O Autor (2021)

Foi pouco comum encontrar nos looks a mistura de dois elementos associados à figura feminina, por exemplo saia mais salto alto, saia mais sandália feminina, ou saia mais bolsa. A associação da peça quase sempre negociava com artefatos “masculinizantes”.

Podemos interpretar esses visuais “femininos/masculinizados” como uma tentativa de quebrar a regra simbólica do elemento feminino enquanto residência da fragilidade, De acordo com Miranda, Cassoti e Chevitarase (2019, p. 164),

A “saia de homem” como materialidade dessa resistência mostra a negociação simbólica que busca o equilíbrio entre o feminino e o masculino, mas que ainda usa elementos masculinos como armadura e proteção. O preto, o reto, o pesado se sobrepõem e acrescentam o predicado ao sujeito saia nessa frase visual, possibilitando a transição onde o colorido, o babado, o suave forneceriam um discurso de fragilidade que os empreendedores sociais não perdoariam.

O homem com saia estaria, então, valendo-se do elemento contraste para, de algum modo, sustentar seu lugar dominante frente às mulheres e frente a algumas outras formas marginalizadas de homens. Kimmel (1997) apontava que mesmo as figuras de homens subalternos não deixavam de ter um lugar hegemônico nos seus espaços de atuação. Podemos dizer que o elemento contraste é uma âncora que segura o poder da hegemonia masculina.

4.2 ENTREVISTAS

Escolhemos nos apoiar na entrevista como instrumento de pesquisa, uma vez que ela propicia, através do contato com os indivíduos, a possibilidade de extrair do discurso dos homens analisados alguns dados subjetivos que a pesquisa netnográfica não proporcionou.

As entrevistas realizadas foram semiestruturadas, já que utilizamos para todos os entrevistados as mesmas perguntas, porém, tanto os entrevistados como o entrevistador, gozávamos de uma certa flexibilidade para aprofundar em determinadas informações apresentadas.

Diante da difícil situação sanitária que o estado de Pernambuco e o Brasil inteiro atravessava pela pandemia do coronavírus, algumas das entrevistas não se deram de forma presencial. Foram realizadas através de plataforma digital e telefone.

Ao todo, foram quatro pessoas entrevistadas, extraídas das redes sociais por meio da nossa primeira análise (netnográfica). Todos eles são homens, moradores da cidade de Recife que têm e usam saia no seu cotidiano. Por motivos de privacidade, os nomes dos entrevistados foram substituídos por nomes de modelos de saia: Balonê, Midi, Godê e Tulipa.

4.2.1 Perguntas, Respostas e Análises

As entrevistas foram organizadas em torno de dez questões. A apresentação e análise do discurso recebido são apresentadas a seguir.

1. Você se considera homem? Qual é sua preferência sexual?

A questão tinha como intenção saber se algum dos indivíduos vestia saia no seu cotidiano por se sentir identificado com o gênero feminino, porém as respostas à primeira pergunta foram unânimes. Todos os entrevistados são homossexuais, se sentem identificados com o gênero masculino e se autodenominam homens.

2. Você já se sentiu desorientado por não encaixar num modelo identitário de masculinidade?

Esperava-se saber dos entrevistados se eles teriam sentido, na sua trajetória, algum tipo de desorientação por não encaixar num modelo identitário de masculinidade. As respostas também foram unânimes e todos os participantes já tiveram ou ainda têm esse sentimento. É interessante o fato de que a maioria dos indivíduos sinalizaram algumas estruturas sociais como a família, a escola e igreja como causadoras dessa desorientação.

“Fingi ser um homem que eu não era só para encaixar nesse modelo que as pessoas esperavam de mim. Eu mentia na casa, no trabalho, na igreja, na escola” Balonê, 25 anos. Estilista

“Eu não conseguia encaixar facilmente, isso provocou em mim muita ansiedade e depressão” Tulipa, 24 anos, Estudante.

Essas afirmações podem ser explicadas pela teoria de Bourdieu (1979), que diz que o nosso *habitus* primário é forjado no núcleo familiar. Para o autor, através da estrutura familiar, os homens aprenderão a estruturar seu comportamento antagônico ao universo feminino e esse comportamento encontrará respaldo nas instituições como a escola e a igreja. Quando os entrevistados mencionam que se sentem desorientados e desconfortáveis sendo eles mesmos, interpretamos esse sentimento como uma crise da masculinidade, ocasionada por uma descontinuidade socializadora, gerada pelo questionamento ou rejeição aos padrões de comportamento que lhes foram impostos desde uma tenra idade.

As sobreposições entre as novas concepções de gênero *versus habitus* primário são as que provocam neles essa sensação de falta de pertencimento.

3. Você considera que Recife é uma cidade aberta e tolerante a novas formas de ser homem?

Nesta pergunta, questionou-se aos indivíduos sobre sua percepção da cidade. A intenção era saber se os entrevistados consideravam a cidade de Recife como um lugar aberto e tolerante diante de novas formas de ser homem. A resposta contundente foi um “não”, nenhum dos participantes da pesquisa considerou o lugar como tolerante; pelo contrário, eles narraram histórias de incompreensão e inflexibilidade por parte da sociedade recifense.

“Cresci escutando críticas e comentários desrespeitosos para pessoas fora do padrão” Balonê, 25 anos. Estilista.

“Recife historicamente é uma cidade de machos, o machismo está presente nas estruturas da maioria das famílias pernambucanas” Midi, 34 anos, Designer.

“As pessoas tendem a achar que se você usar saia automaticamente quer ser mulher” Godê, 22 anos, Estudante.

“Recife é uma cidade tradicional com cara de grande metrópole, mas quem conhece sabe que as pessoas têm mentalidade de interior, não é tolerante, não é flexível, não é aberta a mudanças” Tulipa, 24 anos, Estudante.

Os depoimentos dos entrevistados, que descrevem uma sociedade local machista e pouco tolerante, coincidem com a visão de Albuquerque (1999) que atribui esse comportamento social ao discurso regionalista do começo do século passado, quando o tipo regional nordestino foi inventado por alguns dos intelectuais da época e definido como “uma reserva de virilidade nacional”, que teria a capacidade de reagir com valor à “feminização” que o mundo moderno, a cidade, a industrialização e a República haviam trazido.

De acordo com o autor, essa forma de ser nordestino tem sido transmitida e perpetuada pela própria educação através das instituições como a família e a escola. O comportamento machista e pouco tolerante é consequência desse movimento cultural, herança do século passado.

4. Por que você usa saia?

Questionou-se aos participantes sobre os motivos para vestir uma peça que é socialmente considerada como feminina, a saia. As respostas obtidas são variadas. Para Balonê e Midi, usar saia é um ato de resistência, um ato político e uma forma de provar ao mundo que homem também pode vestir a peça. Para Godê e Tulipa, a saia é um meio de expressão, é uma peça que lhes permite experimentar novas formas de existência e ser quem eles realmente querem ser.

5. Com que frequência usa saia? / 6. Onde usa saia? Qual situação, qual lugar, qual evento?

A quinta e sexta pergunta abordam a questão da frequência de uso e os locais onde os indivíduos vestem a peça. Todos os entrevistados declararam usar a saia com pouca frequência e em locais reservados, a maioria deles veste saia só em festas particulares ou locais da comunidade LGBTQ+.

Estas respostas, sobre os lugares nos quais os indivíduos vestem saia, confirmam as nossas conclusões obtidas através da análise na pesquisa netnográfica, quando identificamos a preferência dos homens recifenses que usam saia por espaços discretos, os quais são escolhidos por serem locais mais seguros e tolerantes a comportamentos que estão “fora da norma”.

7. Você considera a saia uma peça mais confortável em relação a uma calça ou bermuda?

Quando questionados, sobre o conforto de vestir uma saia, todos os entrevistados coincidiram em falar que a saia é uma peça mais confortável comparada com algumas roupas consideradas masculinas como calça ou bermudas.

“É fresca, é folgada, você se sente livre” Balonê, 25 anos. Estilista

“É mais confortável porque você tem um espaço maior entre as pernas, não fica nada te apertando, dá mais liberdade para você se movimentar” Godê, 22 anos, Estudante.

O conforto e a liberdade que os usuários dizem ter na hora de usar a saia faz muito sentido em uma cidade quente e úmida como Recife. Essa questão da saia ser uma peça mais adequada para locais tropicais já era discutida desde o século passado pelo Flavio de Carvalho (2010). O artista argumentava que o uso da calça masculina não era adequado para um país com as condições climáticas do Brasil e propunha um *look* composto por saia que levava em consideração, segundo ele, a ventilação do corpo e possibilitava a evaporação do suor com maior rapidez.

8. Você já sofreu algum tipo de violência por vestir saia?

Uma vez que eles declararam que Recife é uma cidade pouco tolerante a novas formas de ser homem, questionou-se se eles teriam sofrido algum tipo de violência por vestir a peça considerada feminina.

Só um dos nossos entrevistados declarou que já sofreu violência diretamente por vestir uma saia.

“Uma vez, na balada. Uma mulher beba começou a me atacar, ela ria das minhas canelas finas e falava que sentia vergonha alheia” Balonê, 25 anos. Estilista

Os outros participantes mencionaram agressões indiretas, mas também falaram que preferem evitar exposições de risco, usando a peça em locais discretos.

“por vestir saia não, pois como eu te falei, quase não uso saia fora de casa” Godê, 22 anos, Estudante.

“tento evitar essas situações.” Tulipa, 24 anos, Estudante.

A violência na sociedade brasileira ainda é um tema muito preocupante para os homens que tem atitudes transgressoras, porém, desde o ano 2013, os atos contra lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais passaram a ser enquadrados como conduta criminosa. Mesmo assim, a nossa pesquisa mostra que os homens ainda se sentem intimidados e inseguros revelando publicamente uma identidade estigmatizada.

9. Quais são as dificuldades de usar saia numa sociedade como a nordestina?

Na opinião de “Balonê” e “Midi”, a sociedade tem muita dificuldade em aceitar as diferenças e não existe lugar para novas possibilidades; a sociedade espera e cobra determinadas atitudes dos homens só pelo fato de serem homens. Para Godê, o nordeste tem dificuldade em se desvencilhar de aquilo que lhes foi ensinado desde cedo, o entrevistado atribui a cultura machista ao histórico patriarcal da região e às práticas religiosas. Na opinião de Tulipa, a sociedade nordestina ainda se desenvolve em torno da figura masculina e o machismo estrutural da sociedade nordestina é, muitas vezes, tão sutil que a maioria das pessoas o naturalizam.

Essa situação narrada pelos entrevistados, onde relatam a dificuldade que a sociedade nordestina tem de aceitar as diferenças e a necessidade de cobrar determinadas atitudes dos homens, cobram sentido nas palavras de Albuquerque (1999), quando diz que uma postura viril ainda influencia no *status* social dos

indivíduos nordestinos. Para o mesmo autor, a masculinidade e macheza ainda são sinônimos de respeito no nordeste. Isso explica as dificuldades que pode ter qualquer indivíduo que fuja do padrão hegemônico.

10. Qual é a opinião da sua família quando você veste a peça?

A última questão apresentada para os entrevistados, contemplava a opinião das suas respectivas famílias sobre a ideia deles vestirem uma saia. A maioria respondeu que não usa a peça na frente da família, pois prefere evitar um constrangimento desnecessário

“procuro que não me veja usando roupa ou acessórios femininos e eu nunca saí com eles para rua ou para canto nenhum vestindo ou saia. Eu não ficaria confortável e eles também não” Balonê, 25 anos, Estilista

“Demorou para eles entenderem que eu não sou um travesti. Que sou só um homem usando saia” Midi, 34 anos, Designer.

“Se eu vou sair de saia para rua e isso vai ficar um impacto negativo para os meus pais eu quero que eles saibam primeiro” Godê, 22 anos, Estudante.

“Prefiro evitar esse estresse” Tulipa, 24 anos, Estudante.

O constrangimento que os homens sentem ao usar saia diante das suas famílias pode ser explicado pelo que Albuquerque (2013) chama de falocentrismo nordestino. Segundo o autor, a centralidade no falo na cultura do nordeste é inculcada desde muito cedo através da educação familiar, onde os códigos de gênero são internalizados como se fossem coisas naturais.

Feitosa (1980) fala da sua experiência crescendo no nordeste com um irmão que gostava de brincar de boneca. A autora diz que era recorrente escutar a própria mãe falando para o irmão que ele iria perder o “pintinho” se brincasse de boneca ou que iria a virar mulher. Esta testemunha, da mãe repreendendo o filho com frases punitivas, que o ameaçam em perder o membro se fizer coisa de “mulher”, fala da centralidade que tinha o falo masculino dentro da família nordestina.

O constrangimento, medo ou estresse que os entrevistados sentem é, também, consequência dessa herança cultural centrada no falo.

As respostas conseguidas através das entrevistas confirmaram muitas das nossas conclusões, obtidas através da pesquisa netnográfica, mas também complementaram as informações com dados subjetivos que só poderiam ter sido extraídos através de uma conversa.

Esta pesquisa de campo nos aproximou ainda mais ao nosso objeto de estudo e possibilitou o cumprimento dos nossos objetivos. Com base nas discussões teóricas, fizemos uma análise da figura do homem que usa saia na cidade de Recife e conseguimos entender um pouco mais sobre os obstáculos que atravessam os homens que optam por usar uma peça considerada feminina.

Esperamos que esta dissertação possa trazer um melhor entendimento destes indivíduos. Acreditamos que este tipo de pesquisa é importante para identificar a raiz de problemas sociais e viabilizar mudanças para uma sociedade mais igualitária. Confiamos que os resultados aqui apresentados possam ampliar o debate e a reflexão em torno às masculinidades subalternas e suas dificuldades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com objetivo de analisar a figura do homem recifense que usa saia, a primeira parte deste trabalho baseou-se em conceitos antropológicos para falar sobre as diferentes masculinidades e as dificuldades que apresentam alguns homens que não se identificam nos modelos identitários dominantes.

Com intuito de compreender melhor a situação das masculinidades subalternas na cidade de Recife e a ordem social e de gênero que tem orientado a sociedade nordestina, apoiamo-nos na história para descobrir as práticas discursivas e não discursivas que possibilitaram a emergência do tipo regional.

Mostramos algumas verdades sobre o homem nordestino, sua imagem e identidade foi construída, legitimada e reproduzida através dos discursos da elite intelectual local que via ameaçada sua masculinidade.

Também revisamos teorias do design de moda para acompanhar a evolução da vestimenta masculina através do tempo e situar-nos no estágio atual. Descobrimos, nos arquivos históricos da indumentária, que originalmente a saia não delimitava território segundo o sexo e que a associação saia/mulher é fruto de uma herança cultural que foi forjada, principalmente no ocidente, durante séculos.

Esta abordagem teórica nos possibilitou circundar o nosso objeto de pesquisa e nos outorgou ferramentas para analisar a relação que existe entre a saia, os indivíduos recifenses e o contexto local.

Através da pesquisa de campo, conseguimos traçar um perfil que nos permitiu entender melhor os traços característicos e marcantes dos homens que usam saia ou vestido na cidade de Recife, e reafirmamos a nossa suspeita inicial de que, na capital pernambucana, uma invasão da saia nos guarda-roupas masculinos encontra-se ainda longe da realidade.

Os homens que usam saia, na cidade, continuam escassos e as circunstâncias que acompanham o ato de vestir a peça estão ligadas ao contexto, à educação e à cultura local.

A nossa pesquisa mostrou que a região ainda carrega o peso de uma cultura patriarcal, e que, muitas vezes, é o mesmo povo nordestino quem se encarrega de reproduzir as imagens que os estereotipam. Muitas famílias recifenses ainda defendem e se orgulham da rudeza e da valentia dos seus homens, muitas vezes

incentivam e legitimam a violência masculina, celebram a macheza de um mundo construído em torno do falo.

Esses estereótipos tão arraigados na cultura local deixam pouco espaço para explorar novas formas de ser homem. As análises e os resultados, nesta pesquisa obtidos, mostram-nos que, na cidade de Recife, quem se aventura a viver sua liberdade precisa lutar contra todo um modelo construído historicamente como severamente machista.

Consideramos que os objetivos propostos no começo desta pesquisa foram cumpridos satisfatoriamente. Acreditamos que uma apreciação mais profunda das roupas pode nos levar a uma apreciação mais profunda das pessoas. Confiamos que os resultados aqui obtidos possam contribuir de alguma forma a derrubar as barreiras discriminatórias baseadas no gênero e na orientação sexual que ainda se encontram tão vigentes na nossa estrutura social, inclusive no vestuário.

Acreditamos que a partir desta pesquisa se desdobram muitas possibilidades e aplicações. A nossa análise revelou temas muitos delicados e complexos como racismo, machismo, intolerância, entre outras problemáticas provenientes do simples (que resultou não tão simples) ato de vestir e que podem ser questionadas e estudadas desde de diferentes perspectivas. Ficam em aberto muitas possibilidades e temáticas emergentes da nossa investigação. Inclusive replicar a pesquisa desenvolvida em outros territórios pode trazer reflexões interessantes.

Não é possível saber o que o futuro reserva à saia masculina na sociedade nordestina. Hoje, com os debates de gênero e a visibilidade que a peça tem no mundo inteiro, a nossa tendência é acreditar que cada vez mais homens se sentirão confortáveis vestindo a peça. Esperamos algum dia chegar perto dessa realidade que a mídia e os desfiles de moda nos vendem e que realmente, no futuro, os homens vestindo saia possam invadir as ruas do Recife, do Brasil e do Mundo.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC. **Mercado masculino de HPPC segue em crescimento**. 2016. Disponível em <https://abihpec.org.br/release/mercado-masculino-de-hppc-segue-em-crescimento/> > Acesso em 11 dez. 2018.

ALBUQUERQUE JR, Durval. **Nordestino: uma invenção do falo - uma história do gênero masculino (Nordeste 1920/1940)**. São Paulo: Intermeios, 2013.

ALBUQUERQUE JR, Durval. **Quem é frouxo não se mete: violência e masculinidade como elementos constitutivos da imagem do nordestino**. São Paulo: Proj. História, 1999.

ALBUQUERQUE JR, Durval. **A invenção do Nordeste e outras artes**. São Paulo: Cortez, 1999.

ALVES, Berenice. **A (re)construção da identidade masculina**. Florianópolis: UFSC, 1999.

BAUMAN, Zygmunt. **O Mal-Estar da pós modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

BBC. Os **homens querem direito de usar saias na França**. 2008, disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL725237-5602,00-HOMENS+QUEREM+DIREITO+DE+USAR+SAIAS+NA+FRANCA.html>>. Acesso em mar. de 2021.

BBC. **Contra calor, maquinistas usam saia na Suécia**. 2013, disponível em <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/06/contra-calor-maquinistas-usam-saia-na-suecia.html>>. Acesso em mar. de 2021.

BDE. **População residente, por cor ou raça, situação e sexo - Pernambuco**. 2015. Disponível em http://www.bde.pe.gov.br/visualizacao/Visualizacao_formato2.aspx?CodInformacao=1031&Cod=3> Acesso em 23 mar. de 2021.

BEZERRA, Jose. **A “piroca de Francisco Brennand”**: política e censura no projeto torre farol. Roraima: CBHA, 2017.

BONACIO, Daiany. **Discurso, mídia e identidade masculina: quem é esse novo homem**. Maringá: UEM, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas** (5a ed.). São Paulo: Perspectiva, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **La distinction: critique sociale du jugement**. Paris: Minuit, 1979.

BÜRDEK, Bernhard. **História, teoria e prática do design de produtos**. São Paulo: Edgar Blücher, 2006.

- CARVALHO, Flávio de. **A moda e o novo homem**. São Paulo: Azougue, 2010.
- CEBALLOS, Rodrigo. **Os “maus costumes” nordestinos: invenção e crise da identidade masculina no Recife (1910 - 1930)**, Campinas: 2003
- CHIARELLI, Tadeu, **Flávio de Carvalho: Questões sobre a arte da ação**. Catálogo da Exposição Flávio de Carvalho – 100 anos de um revolucionário romântico, 1999
- CONNELL, Robert. **La organización social de la masculinidad**. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1995.
- CONNELL, Robert. **Masculinities**. Berkeley, Los Angeles: University of California Press, 1995.
- MIRANDA, Ana Paula de; CASOTTI, Leticia; CHEVITARESE, Leandro. Saia de homem como discurso de poder. **Dobras**, n. 26, v. 12, 2019
- EDELKOORT, Lidewij. **Anti-fashion: a manifesto for the next decade**. Paris: Trend Union, 2015.
- ENCREVÉ, Pierre; LANGRAVE, Rose-Marie. **Trabalhar com Bourdieu**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.
- FEITOSA, Z.A. **Mulher macho, sim, senhor**. São Paulo: Cortez, 1980.
- FLÜGEL, J.C. **A psicologia das roupas**. Tradução Antonio Ennes Cardoso. São Paulo: Mestre Jou, 1966.
- FOLHA PE. **Pernambuco é o oitavo estado mais violento para a população LGBT**. 2018. Disponível em <<https://www.folhape.com.br/noticias/pernambuco-e-o-oitavo-estado-mais-violento-para-a-populacao-lgbt/81477/>>. Acesso em 25 mar. 2021.
- GALDINO, Vivian. **Laços entre a história e a tela: formadura da identidade do cabra macho**. Joao Pessoa: UFPB, 2012.
- GARCIA, Wilton. **O corpo contemporâneo: a imagem do metrossexual no Brasil**. Caicó: mneme, 2004.
- GARZA, Claudia de la. **El papel de la falda**. México: UNAM, 2015.
- GOMES, Sergio da Silva. **A crise da masculinidade: uma crítica à identidade de gênero e à literatura masculinista**. Instituto de Medicina Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro: Brasília, 2006.
- GOMEZ, Elizabeth. **Nem anjos nem demônios: homens comuns**. Narrativas sobre masculinidades e violência de gênero. Campinas: 2011.
- GONZALEZ, Pilar. **El vestido y la cosmética en el antiguo Egipto**. Madrid: Espacio, tiempo y forma, 1996.
- HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

- HARVEY, John. **Homens de preto**. São Paulo. UNESP, 2004.
- KIMMELL, Michael. **Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la entidad masculina**. Santiago: Flacsois Internacional, 1997.
- KOZINETS, Robert. V. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.
- LAMPARELLI, Celso. **Metodologia Aplicada à Arquitetura e Urbanismo**. São Paulo: USP-FAU, 1996.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: a moda e seus destinos na sociedade moderna**. São Paulo: Companhia das letras, 1987.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do efêmero: a moda e seus destinos na sociedade moderna**. São Paulo: Companhia das letras, 2009.
- LOTUFO, Flavio. **O Processo criativo de Flavio de Carvalho ao elaborar sua Experiência nº. 3**, 2009.
- MACHADO, Lucas; LOPES Paula. **Estilo #5: criativo**. E-Tends, 2020. Disponível em <<https://www.paraisofeminino.com.br/etrends/estilo-5-criativo/>> Acesso em 26 mar 2021
- MARINHO, Ludimila. **A identidade hippie analisada na cidade de viçosa - MG**. Juiz de Fora: UFJF, 2012.
- MEDINA, Federico. **La moda, el sentido del vestir y la posmodernidad**. Medellín: Iconofacto, 2008.
- MEDRADO, Benedito; LYRA, Jorge. **Por uma matriz feminista de gênero para os estudos sobre homens e masculinidades**. Florianópolis: Estudos feministas, 2008.
- MONTESINOS, Rafael. **La masculinidad ante una nueva era**. México: El cotidiano, vol.18, 2002.
- MORACE, Francesco. **Consumo autoral: as gerações como empresas criativas**. São Paulo: Estação de letras e cores editora, 2012
- OCHOA, Carlos. **Amostragem não probabilística: Amostra por bola de neve**. Nov. De 2015. Disponível em: <<https://www.netquest.com/blog/br/blog/br/amostra-bola-de-neve>>. Acesso em: 13 Maio 2020.
- PAUTRET, Estelle. **El kilt, símbolo de Escocia**. In: Cultinera, abril de 2019. Disponible em <<https://cultinera.wordpress.com/2019/04/15/el-kilt-simbolo-de-escocia/>> Acesso em: 6 jun 2019.
- PEREIRA, Severino; AYROSA, Eduardo. **Estigma, consumo e identidade de gênero entre gays**. Florianópolis: ANPAD, 2010.
- POLLINI, Denise. **Breve história da moda**. São Paulo: Claridade, 2007.

PONTES, Beatriz Yolanda. **Com que roupa você vai para aquela festa?** O consumo e seus desdobramentos sociais entre os jovens homossexuais no Recife. Recife: Dialética, 2020.

QUEIROZ, Mario. **O herói desmascarado:** a imagem do homem na moda. São Paulo: estação de letras e cores, 2009.

RODRIGUES, Lula. **400 anos de moda masculina.** Rio de Janeiro: Senac Rio, 2019.

SCHMITT, Juliana. **Construindo a diferença:** vestuário e gênero no século XIX. São Paulo: Arte revista, 2018.

THOME, Deborah. **Corpo, poder e dominação:** um diálogo com Michelle Perrot e Pierre Bourdieu. Florianópolis: Perspectiva, 2003.

TORRALBA, Nieves. **El papel de la falda.** México: UNAM, 2015.

QUINTINO, João. **Moda e gênero:** o vestuário sexualizado no New Look de Christian Dior (anos 1950), Caicó: mneme, 2015.

WELZER-LANG, Daniel. **A construção do masculino:** dominação das mulheres e homofobia, In: Estudos Feministas, 2001.

APÊNDICES

APÊNDICE A - TABELA COMPARATIVA DA PESQUISA NETNOGRÁFICA

HOMENS COM SAIA NA CIDADE DE RECIFE

PERFIL Instagram	FAIXA ETÁRIA	COR/ RAÇA	OCUPAÇÃO	ORIENTAÇÃO SEXUAL	ESTADO CIVIL	EVENTO/ LUGAR ONDE USA SAIA	TIPO DE SAIA	ANÁLISE DO VISUAL
A	30-40	BRANCA	Artista, jornalista, influencer	Homossexual	Casado	Festival de música	Vestido comprido	Vestido preto, tipo jardineira, comprimento até o tornozelo. Tênis branco e meia preta
AA	20-30	BRANCA	Designer	Homossexual	Solteiro	Foto conceitual	Vestido até o joelho	Vestido amarelo até o joelho, bota grossa. Barba e bijuê
B	30-40	BRANCA	Figurinista, ator	Homossexual	Casado	Seu casamento	kilt	Saia tipo kilt: cinza com cor lisa azul, sapato formal preto
BB	20-30	BRANCA	Brechó, design	Homossexual	Solteiro	Festival de música	Camiseta vestida	Camiseta vestida perto com marrom. Barba e óculos de sol
C	20-30	BRANCA	Estudante design	Homossexual	Solteiro	Campus Universidade	Vestido curto	Vestido curto azul, bermuda baixo o vestido
CC	30-40	BRANCA	Moda	Homossexual	-	Marco pernambucano da moda	Saia-bermuda	Saia bermuda estampada com camiseta branca e tênis branco. barba
D	20-30	BRANCA	Estudante design	Homossexual	Solteiro	Editorial Fotográfico	Vestido joelho	Vestido joelho, com listras, barba
DD	30-40	BRANCA	Modelo	Homossexual	Solteiro	-	Vestido até o joelho	Vestido preto até o joelho, pochete vermelha, boina, bota grossa
E	20-30	BRANCA	Produtor artístico	Homossexual	Solteiro	Editorial Fotográfico	Vestido curto	Vestido branco com cinto de couro preto
EE	20-30	PARDA	-	Homossexual	Solteiro	Festa drag	vestido	Vestido dourado meia de rede e tênis preto. Barba
F	20-30	PARDA	Design	Homossexual	-	Em casa	Saia comprida	Saia comprida, camiseta preta e tênis. barba
FF	30-40	BRANCA	dança	-	-	Evento cultural de dança	Saia ampla	Saia ampla colorida com camiseta branca e chinelo. Bigode e barba
G	20-30	NEGRA	Produtor de moda	Homossexual	Solteiro	Festival de música	Saia reta até o joelho	Saia preta, casaco preto plus size
GG	30-40	PARDA	Designer	Homossexual	Solteiro	Rua	Saia	Saia até o joelho vermelha com camiseta sem manga preta, chapéu preto e lente escuro. Barba e bigode
H	20-30	BRANCA	Estudante design	Homossexual	Solteiro	Concerto Johnny Hooker	saia curta com transparência	Saia curta preta, camiseta preta com transparências, bota
HH	40-50	BRANCA	Designer	Homossexual	Casado	Bar lgbt	Vestido até o joelho	Vestido cinza sem manga
I	20-30	PARDA	Estudante biomedicina	Homossexual	Solteiro	Bar	Saia comprida	Saia comprida até o umbigo estampada com regata estampada, look com barba
II	30-40	BRANCA	Designer	Homossexual	Solteiro	Editorial Fotográfico	Saia comprida	Saia preta comprida até o chão, camiseta preta com tênis
J	30-40	BRANCA	Apresentador de clube LGBT	Homossexual	Solteiro	Bar	Saia comprida	Saia preta comprida até o chão, camiseta sem manga preta. Bota cinza
JJ	20-30	BRANCA	Dj, art	Homossexual	Solteiro	Editorial Fotográfico	vestido	Vestido preto de pernas com sandália.
K	20-30	NEGRA	Estudante música	Homossexual	Solteiro	Bar	Saia comprida	Saia preta comprida com camiseta listrada e tênis
KK	20-30	BRANCA	-	Homossexual	Solteiro	Festival de música	Saia curta	Saia curta preta, sem camiseta, usa jaqueta jeans e coque

PERFIL Instagram	FAIXA ETÁRIA	COR/ RAÇA	OCUPAÇÃO	ORIENTAÇÃO SEXUAL	ESTADO CIVIL	EVENTO/ LUGAR ONDE USA SAIA	TIPO DE SAIA	ANÁLISE DO VISUAL
L	20-30	PARDA	Publicitário	Homossexual	Solteiro	Festival de música	Saia curta	Saia curta marrom, sandália melissa com uma blusa moletom
LL	20-30	PARDA	Diretor criativo	Homossexual	-	Editorial Fotográfico	saia plissada	Saia preta plissada, camiseta preta, bota grossa, bigode.
M	20-30	BRANCA	Designer	Homossexual	-	Foto editorial	Saia plissada	Saia preta até o joelho, plissada, com camiseta preta e chapéu preto. Bota grossa
MM	20-30	PARDA	Diretor de arte	Homossexual	Solteiro	Editorial Fotográfico	Saia ampla	Saia preta comprida até o chão, camiseta amarela e salto alto
N	20-30	BRANCA	Designer	Homossexual	Solteiro	Foto em casa	Saia reta curta	Saia curta preta com blazer roxo e cinto preto, bota preta grossa
NN	20-30	BRANCA	Designer	Homossexual	-	Bar lgbt	saia plissada	Saia branca plissada camiseta colorida
O	20-30	BRANCA	Cinema	Homossexual	Solteiro	foto rua	Vestido até o joelho	Vestido laranja até o joelho. Bigode
OO	20-30	BRANCA	Designer	Homossexual	Solteiro	Bar lgbt	Saia curta	Saia curta com calça, camiseta sem manga e papete
P	20-30	NEGRA	Moda	Homossexual	-	Congresso	Saia envelope comprida	Saia envelope cinza comprida até o chão com camiseta preta e tênis
Q	30-40	BRANCA	Médico	Homossexual	-	Editorial Fotográfico	vestido	Vestido azul e amarelo com gola tipo camisa, bota vermelha
R	30-40	BRANCA	musicista	Homossexual	Solteiro	Premiação artística	Saia reta	Saia laranja, com blazer cinza e bota grossa
S	20-30	NEGRA	Artes	Homossexual	-	Editorial Fotográfico	Vestido comprido	Vestido vermelho comprido com detalhe em branco. Barba
T	20-30	NEGRA	DJ	Homossexual	Solteiro	Editorial Fotográfico	Vestido	Vestido marrom curto com abertura na perna, papete.
U	20-30	PARDA	artista	Homossexual	Solteiro	Festa bar	Vestido	Vestido curto preto, meia rede e bota grossa
V	20-30	BRANCA	Designer	Homossexual	-	Marco pernambucano da moda	Vestido sem manga	Vestido curto, sem manga, jacueta amarrada na cintura e tênis. Barba
W	20-30	NEGRA	Moda	Homossexual	Solteiro	rua	Saia reta até o joelho	Blusa branca, saia amarela, salto alto branco. Barba
X	20-30	NEGRA	administração	Homossexual	Solteiro	Editorial Fotográfico	Vestido até o joelho	Vestido preto com cinto e uma estampa de lobo na frente. Papete
Y	20-30	BRANCA	dj	Homossexual	Solteiro	Bar lgbt	vestido	Vestido preto. barba
Z	20-30	PARDA	dj	Homossexual	Solteiro	Festa lgbt	vestido	Vestido branco, barba branca e botas grossas

APÊNDICE B - ENTREVISTAS

Meu nome é Jorge Pineda e sou mestrando em Design na Universidade Federal de Pernambuco. A presente entrevista faz parte de minha pesquisa de mestrado, intitulada “Novas masculinidade e sua relação com a indumentária: um estudo sobre usuários de saia na cidade do Recife”, que tem como objetivo principal analisar a figura do homem recifense que usa saia, com o intuito de reconhecer as motivações principais para sua escolha, assim como os obstáculos e dificuldades de usar uma peça tida como feminina na sociedade local.

A tua participação é muito importante e teu nome nunca será revelado. Agradecemos muito tua cooperação.

.

ENTREVISTA 1: Balonê, 25 anos. Estilista

1. Você se considera homem?, Qual é sua preferencia sexual?

R: Sim

2. Você já se sentiu desorientado por não encaixar num modelo identitário de masculinidade? Se sim, explique.

R: Sim, sempre. Muito anos eu fingi ser um homem que eu não era só para encaixar nesse modelo que as pessoas esperavam de mim. Eu mentia na casa, no trabalho, na igreja, na escola. Mas um dia cansei e resolvi aceitar e falar para todos que eu nao era nada de aquilo que eles esperavam, ai ficou tudo bem mais fácil.

3. Você considera que Recife é uma cidade aberta e tolerante a novas formas de ser homem? Justifique.

R: Nunca!! Eu cresci escutando críticas e comentários desrespeitosos para pessoas fora do padrão. Meu vizinho era bicha assumida e sempre foi a piada do bairro. Coitada, ela apanhava o tempo todo. Um dia cortaram o cabelo dela com faca só porque tinha passado a prancha, lembro dela chorando desesperada.

4. Por que você usa saia?

R: Acho legal, acho diferente. Usar saia é um ato de resistência, é tipo uma lição para as pessoas, é falar você poder ser quem quiser.

5. Com que frequência usa saia?

R: Pouco, uso mais para o rolê

6. Onde usa saia? Qual situação, qual lugar, qual evento?

R: Festas, as vezes em casa.

7. Você considera a saia uma peça mais confortável em relação a uma calça ou bermuda?

R: Bem mais. É fresca, é folgada, você se sente livre

8. Você já sofreu algum tipo de violência (física, verbal, simbólica) por vestir saia? Explique.

R: Uma vez, na balada. Uma mulher beba começou a me atacar, ela ria das minhas canelas finas e falava que sentia vergonha alheia.

9. Quais são as dificuldades de usar saia numa sociedade como a nordestina? Justifique.

R: Eu acho que é sobre isso, sobre ser julgado o tempo todo. Sobre as pessoas esperarem certas atitudes de você só pelo fato de ter um pênis, as pessoas acham que você quer ser mulher só por usar uma saia, ou um salto alto. A sociedade tem muita dificuldade em aceitar as diferenças.

10. Qual é a opinião da sua família quando você veste a peça?

R: Agora ninguém mais fala nada, mas no começo a minha mãe ficava muito preocupada, achando que eu seria espancado ou violentado pelas minhas roupas. Hoje está mais tranquila com isso. Acho que acostumou com a ideia, mas também eu procuro não constrangê-la, procuro que não me veja usando roupa ou acessórios femininos e eu nunca saí com eles para rua ou para canto nenhum vestindo ou saia. Eu não ficaria confortável e eles também não. Melhor evitar esse constrangimento.

ENTREVISTA 2: Midi, 34 anos, Designer.**1. Você se considera homem?, Qual é sua preferencia sexual?**

R: Sim, Gay

2. Você já se sentiu desorientado por não encaixar num modelo identitário de masculinidade? Se sim, explique.

R: Sim, desde criança, acho que a pior parte foi quando adolescente. Eu era bem inseguro e me faltava estabilidade emocional. Sempre houve um sentimento de não pertencer.

3. Você considera que Recife é uma cidade aberta e tolerante a novas formas de ser homem? Justifique.

R: Não, Recife historicamente é uma cidade de machos, o machismo está presente nas estruturas da maioria das famílias pernambucanas. A figura masculina até hoje é considerada superior, tem uma posição dominante frente as mulheres e frente aos homens diferentes. Qualquer tipo de homem que fuja do padrão está destinado a ter um papel marginalizado.

4. Por que você usa saia?

R: Porque eu posso. Para mim é uma forma de provar que não me sinto inferior. Uso saia porque me sinto empoderado, forte, livre. É um tapa na cara dos preconceituosos, dos ignorantes. Definitivamente é um ato político.

5. Com que frequência usa saia?

R: Sempre que tenho oportunidade, pelo menos uma vez por mes.

¿Você não tem medo de vestir saia na rua?

R: Tenho, menos que antes mas ainda tenho. A gente não mora na Suíza né? Eu não pego ônibus de saia, não ando sozinho na rua de saia. É triste mas não me sinto completamente seguro. Quando frequentava a universidade eu saia de casa e pegava o ônibus de calça e me trocava só no campus.

6. Onde usa saia? Qual situação, qual lugar, qual evento?

R: No trabalho (trabalho com moda), festas, lazer, em casa mesmo. Acho bem mais confortável.

7. Você considera a saia uma peça mais confortável em relação a uma calça ou bermuda?

R: Sim, no começo achava estranho mas depois que acostumei ...

8. Você já sofreu algum tipo de violência (física, verbal, simbólica) por vestir saia? Explique.

R: Só indiretamente. Aqueles olhares, e aqueles comentários entre pessoas preconceituosas. Agressão homofóbica é crime né? As pessoas são mais discretas agora.

9. Quais são as dificuldades de usar saia numa sociedade como a nordestina? Justifique.

R: Um homem usando saia é considerado uma aberração, um degenerado. Na cabeça da maioria das pessoas no nordeste não existe lugar para novas possibilidades. Tudo é certo ou errado, negro ou branco, feminino ou masculino. Tudo é muito limitado. Faltam referências, falta cultura, falta leitura.

10. Qual é a opinião da sua família quando você veste a peça?

R: Agora eles apoiam, mas no começo foi complicado. Demorou para eles entenderem que eu não sou um travesti. Que sou só um homem usando saia.

ENTREVISTA 3: Godê, 22 anos, Estudante.

1. Você se considera homem?, Qual é sua preferencia sexual?

R: Sim, depende da ótica, mas acho que sim. Sou Gay

2. Você já se sentiu desorientado por não encaixar num modelo identitário de masculinidade? Se sim, explique.

R: Sim, isso é comum com pessoas LGBT, de ter essa questão de não se sentir 100% parte de uma sociedade, no meu caso eu já tive muitas dúvidas com relação a minha expressão de gênero e minha identidade, ao ponto de me questionar se isso não seria uma disforia e tal. Hoje sou um pouco mais tranquilo, prefiro não me rotular.

3. Você considera que Recife é uma cidade aberta e tolerante a novas formas de ser homem? Justifique.

R: tolerante não, culturalmente falando, as pessoas tendem a achar que se você usar saia automaticamente quer ser mulher, mas a gente sabe que a vida não é preto e branco, existe todo um caminho de cinzas nesse percurso.

4. Por que você usa saia?

R: quando tinha 18 anos e comecei a ter contato com outras pessoas me fez entender que a vida é diferente de aquilo que eu fui criado vendo e me fez querer experimentar, nessa época comecei a usar saia para experimentar novas possibilidades de existência através da moda..

5. Com que frequência usa saia?

R: não é tão frequente, acho 1 ou duas vezes por mês

6. Onde usa saia? Qual situação, qual lugar, qual evento?

R: uso dentro de casa ou em casa dos meus amigos. Muito raramente saio para rua de saia.

7. Você considera a saia uma peça mais confortável em relação a uma calça ou bermuda?

R: Sim, é mais confortável porque você tem um espaço maior entre as pernas, não fica nada te apertando, dá mais liberdade para você se movimentar.

8. Você já sofreu algum tipo de violência (física, verbal, simbólica) por vestir saia? Explique.

R: Por vestir saia não, já aconteceu por vestir maiô, mas por vestir saia não, pois como eu te falei, quase não uso saia fora de casa.

9. Quais são as dificuldades de usar saia numa sociedade como a nordestina?**Justifique.**

R: Diversas. É complicado para a sociedade nordestina se desvencilhar de aquilo que a gente foi acostumado e que os nossos avós e os nossos pais foram acostumados a ver e reproduzir porque o nordeste era dominado por coronéis, era uma cultura muito machista e perdura até hoje, por uma questão de que boa parte das pessoas da cidade são religiosas e condenam tudo o que esta entre ser homem e mulher. Acho que as dificuldades são por ela questão histórica e religiosa.

10. Qual é a opinião da sua família quando você veste a peça?

R: Meu pai foi criado em uma educação bastante tradicional, ele foi criado no olhar de 1970 e para ele entender que as pessoas são diferentes foi um Shock, mas acredito que o maior Shock foi mais pela minha sexualidade do que a forma que eu me visto. Mas eu nunca oculte nada para eles, eu sempre fiz questão de dialogar e deixar eles cientes da minhas escolhas. Eu acho que o segredo de eu existir da maneira que eu quero é deixar sempre as pessoas próximas a mim cientes das minhas escolhas. Se eu vou sair de saia para rua e isso vai ficar um impacto negativo para os meus pais eu quero que eles saibam primeiro.

ENTREVISTA 4: Tulipa, 24 anos, Estudante.**1. Você se considera homem?, Qual é sua preferencia sexual?**

R: Sim. Sou Homossexual.

2. Você já se sentiu desorientado por não encaixar num modelo identitário de masculinidade? Se sim, explique.

R: Sim, hoje estou mais tranquilo, mas já sofri muito por essa desorientação, por não me sentir parte de determinados grupos. Eu não conseguia encaixar facilmente, isso provocou em mim muita ansiedade e depressão.

3. Você considera que Recife é uma cidade aberta e tolerante a novas formas de ser homem? Justifique.

R: Não, Recife é uma cidade tradicional com cara de grande metrópole, mas quem conhece sabe que as pessoas tem mentalidade de interior, não é tolerante, não é flexível, não é aberta a mudanças.

4. Por que você usa saia?

R: Acho que a saia assim como outras peças de roupa me permitem ser quem eu sou de verdade, não sei explicar, mas com a saia me sinto mais autêntico, mais eu.

5. Com que frequência usa saia?

R: Uma vez por semana

6. Onde usa saia? Qual situação, qual lugar, qual evento?

R: Em casa, em festas de amigos próximos, nas casas dos meus amigos

Você não frequenta lugares públicos vestindo saia?

R: Não muito, tentou evitar situações de vulnerabilidade, já tive experiências ruins por causa disso, hoje só quero paz.

7. Você considera a saia uma peça mais confortável em relação a uma calça ou bermuda?

R: Sim.

8. Você já sofreu algum tipo de violência (física, verbal, simbólica) por vestir saia? Explique.

R: Ultimamente não, já fui agredido por usar maquiagem mas acho que por usar saia não. Porque tento evitar essas situações.

9. Quais são as dificuldades de usar saia numa sociedade como a nordestina? Justifique.

R: Acho que é mais uma questão de educação, as pessoas foram educadas dentro de uma cultura machista, que se desenvolve em volta do homem, do chefe da família. É difícil se desconectar dessa realidade, pois a maioria das pessoas nem percebem

o machismo estrutural que domina as nossas relações. Acho que só estudando, e tendo outras referências podemos escapar dessa realidade.

10. Qual é a opinião da sua família quando você veste a peça?

R: Não faço isso na frente deles. Prefiro evitar esse estresse.