

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

MILANE DO NASCIMENTO COSTA

E ISSO É COISA DE HOMEM?

Uma Análise do Exercício das Masculinidades no Campo da Moda em Maceió.

CAMPINA GRANDE - PB

2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE HUMANIDADES
UNIDADE ACADÊMICA DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

MILANE DO NASCIMENTO COSTA

E ISSO É COISA DE HOMEM?

Uma Análise do Exercício das Masculinidades no Campo da Moda em Maceió.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, nível Mestrado Acadêmico, sob a orientação do Prof. Dr. Jesus Izquierdo, para obtenção do título de mestra em Ciências Sociais.

CAMPINA GRANDE - PB

2015

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA CENTRAL DA UFCG

C837i

Costa, Milane do Nascimento.

E isso é coisa de homem? Uma análise do exercício das Masculinidades no campo da moda em Maceió / Milane do Nascimento Costa. – Campina Grande, 2015.

87f.

“Orientação: Prof. Dr. Jesus Izquierdo”.

Referências

1. Masculinidades. 2. Moda. 3. Gênero. 4. Trabalho. I. Izquierdo, Jesus. II. Título.

CDU 316.346.2(043)

UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

MILANE DO NASCIMENTO COSTA

E ISSO É COISA DE HOMEM?

Uma Análise do Exercício das Masculinidades no Campo da Moda em Maceió.

Dissertação defendida e aprovada em 14 de julho de 2015.

BANCA EXAMINADORA:

ELIZABETH LIMA
PPGCS- UFCG

VALDONILSON BARBOSA DOS SANTOS
MEMBRO EXTERNO

ALARCON AGRA DO Ó
MEMBRO EXTERNO

JESUS IZQUIERDO VILLOTA
ORIENTADOR

CAMPINA GRANDE - PB
2015

Dedico à minha mãe Maria Cícera e a meu pai Manoel Borges.

Agradecimentos

Minha mais profunda gratidão à minha mãe e a meu pai, que com todo zelo e amor fazem parte dessa realização em incentivo, força e demonstrações de saudade e afeto causados pela distância. A meu irmão Marcelo por sua preocupação nos momentos difíceis e por me dar a pessoinha mais preciosa, meu sobrinho Pedro Henrique. À minha amiga-prima-irmã de coração Cristiane Caetano que sempre esteve presente nos fracassos, conquistas, alegrias e decepções.

Às amigas e amigos tão especiais que as Ciências Sociais tão lindamente me presenteou e que contribuíram com sorrisos e momentos de felicidade: Francisco Augusto e família que sempre me receberam tão bem em Natal (RN), Izabela Freitas, Victor Hugo Nicácio, Taciana Kelly. À Crísthenes Fabiane com quem dividi a rotina, despesas, desesperos, histórias, raivas, alegrias, sorrisos e jogos do Flamengo. Agradeço também às amigas e amigos que surgiram durante essa caminhada e que fizeram o caminho mais alegre: Thycyanne Bezerra e Nicholas Matsho, que foram fortes comigo para enfrentarmos o inesperado e com quem pude verdadeiramente contar nos momentos mais adversos.

Aos professores e professoras do PPGCS/UFCG pela contribuição em meu enriquecimento intelectual e também pessoal, em especial ao meu orientador Jesus Izquierdo por sua dedicação, paciência e por partilhar de sua experiência teórica e acadêmica para a construção deste trabalho. Aos professores e à professora que compuseram a banca de defesa, Alarcon Agra, Valdonilson dos Santos e Elizabeth Lima. À Universidade Federal de Campina Grande pela oportunidade e à Capes pelo financiamento desta pesquisa, tornando possível sua realização.

É com gratidão que fecho mais esse ciclo, no qual essa dissertação é símbolo. Não teria sido possível sem cada uma dessas pessoas que maravilhosamente fazem parte da minha vida.

Cinquenta anos! Quantas horas inúteis! Consumir-se uma pessoa a vida inteira sem saber pra quê! Comer e dormir como um porco! Como um Porco! Levantar-se cedo todas as manhãs e sair correndo, procurando comida! E depois guardar comida para os filhos, para os netos, para muitas gerações. Que estupidez! Que porcaria! Não é bom vir o diabo e levar tudo?... A culpa foi minha, ou antes a culpa foi dessa vida agreste, que me deu uma alma agreste.

Graciliano Ramos, São Bernardo, 1934.

SUMÁRIO

RESUMO

ABSTRACT

INTRODUÇÃO 10

CAPÍTULO 1: Das Teorias Feministas aos Estudos de Gênero: Uma Revisão Histórica 20

1. “O Compromisso de Pôr Fim à Dominação Masculina” – O Movimento Feminista e os Estudos de (e sobre) Mulheres 20

2. Os Estudos sobre Homens, Masculinidades e o Masculino 29

3. Repensando as Masculinidades: O que diz Connell e Kimmel 39

CAPÍTULO 2: Sobre Moda e o Lugar da Pesquisa 45

1. Apresentando a Semana de Moda de Alagoas 50

1.1. Das observações 53

1.2. Das Entrevistas 55

2. O Campo e o *Habitus* da Moda 56

CAPÍTULO 3: De Homem e de Mulher: Relações Entre Gênero e Trabalho63

1. Trabalho e Gênero: Distribuição de Funções Segundo os Sexos 66

2. Redistribuição das Funções: Inserção dos Homens na Moda 70

5. ALGUMAS CONSIDERAÇÕES 76

6. REFERÊNCIAS 82

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

SITES CONSULTADOS

RESUMO

Gênero, como categoria de análise, nos remete a processos de diferenciação social entre os sexos, que com a vasta produção intelectual não cabe mais restringir ao masculino e ao feminino, ao contrário, as discussões se colocam no sentido de potencializar os debates que trabalham na perspectiva de quebrar com dicotomias e binarismos. Nesse processo, é possível perceber que os papéis sexuais tem sido tradicionalmente concebidos como resultado de uma divisão natural do trabalho que atribui responsabilidades que demandam investimentos racionais, físicos, estéticos e emocionais diferenciados para homens e mulheres. Quando se pensa no campo da moda, enquanto fenômeno social e cultural historicamente demarcado no ocidente, dada a demanda de sensibilidade, criatividade e refinamento, na distribuição de papéis específicos desse campo, com frequência se pensa em mulheres ou homossexuais. Essa demanda é aqui entendida como habilidades que são requisitadas dentro de um campo – o da moda – que o caracteriza e é nele exigido para dar conta de um espaço tão complexo e dinâmico. Mediante o uso de um instrumental metodológico de ordem qualitativo e partindo dessa constatação, nesta pesquisa assumo o desafio de problematizar o conceito de *habitus* do campo da moda para perceber a vivência de valores atribuídos à masculinidade por homens heterossexuais que atuam nesse campo. Dessa maneira, as análises partem de observações realizadas na Semana de Moda de Alagoas 2014 e apoiadas no referencial teórico que versam sobre gênero, masculinidades, moda e trabalho funcionando como eixos temáticos interligados que servem para problematizar as vivências de masculinidades no campo da moda em Maceió. Observo que essas vivências atendem a demarcações no plano do discurso, da ação e do pensamento que, ora se tocam e ora aparecem divergentes.

PALAVRAS-CHAVE: Masculinidades; moda; gênero; trabalho.

ABSTRACT: Gender as a category of analysis refers to the processes of social differentiation between the sexes, that with the vast intellectual production there is no more restricted to the male and the female, in contrast, the discussions are placed in order to enhance the debates working in perspective to break with dichotomies and binaries. In this process it can see that the sex roles have traditionally been designed as a result of a natural division of labor that assigns responsibilities that demand rational investments, physical, aesthetic and emotional differentiated for men and women. When we think in the fashion field, as a social and cultural phenomenon historically marked in the Ocident, for demand of sensitivity, creativity and refinement, distribution of specific roles in this field, often thinking about women or homosexuals. This demand is here understood as skills that are required within a field - the fashion - that characterizes it and is it required to account for such a complex and dynamic field. Through the use of methodological tools of qualitative order and based this evidence, this research assume the challenge of questioning the concept of habitus in the fashion field to realize the experience of values assigned to masculinity by heterosexual men in this field. Thus, the analyzes start from observations at Fashion Week in Alagoas (Brazil) in 2014 and supported the theoretical framework that deal with gender, masculinity, fashion and work functioning as interconnected subjects that serve to problematize the experiences of masculinity in the field of fashion in Maceio. We note that these experiences serve demarcations in the speech of the plan of action and thought, well touch and now appear as divergent.

KEYWORDS: Masculinities; fashion; gender; work

INTRODUÇÃO

Ao contrário de muitas meninas foi depois (mesmo) da adolescência que a maquiagem, as tendências em roupa, sapato e bolsas vieram a me chamar a atenção. Esse período é justamente o momento em que estou prestes a concluir a graduação em Ciências Sociais. Nos primeiros dois anos de curso já estava decidida pela área de Ciência Política, já havia iniciado o projeto e as pesquisas para a monografia sobre o Executivo Federal. Uma vez mudados os gostos e interesses pensei como eu poderia atrelar meu mais novo gosto pessoal à academia.

Então, homens e moda, porque? A dois fatores principais atribuo meu interesse e entrada nas discussões de gênero, um de ordem pessoal e afetivo e outro de ordem acadêmico/profissional. O primeiro motivado pelo gosto pela moda no nível do consumo, tendências e programas televisivos sobre o assunto, que, uma vez pega pela moda, todo o universo me despertou interesse ao ponto de, confessadamente, arriscar um desenho aqui, uma costura acolá e até um blog de moda. Quanto ao segundo, se deu a partir dos debates suscitados pelo I Fórum de Pesquisa sobre Gênero, Saúde e Direitos Humanos e pelo Seminário Gênero, Sexualidade e Direitos Humanos: Debatendo Homofobia em Alagoas. Esses debates foram realizados pelo Mandacaru – UFAL¹ e possibilitaram trabalhar o tema da moda na perspectiva das Ciências Sociais.

Esses debates, certamente, foram imprescindíveis na condução de meu interesse em me aproximar das discussões sobre gênero e sexualidade e, em especial, em mergulhar teoricamente no universo das masculinidades. Meu questionamento inicial foi: como são pensadas e praticadas na sociedade contemporânea essas relações e como são mantidas e transformadas ao longo do tempo?

Assim, minha identificação com temas relacionados com a moda ganharam um viés específico: a relação criação de moda/masculinidades. A partir dessa relação foi que comecei a desenvolver o interesse em tratar o tema das

¹ Núcleo de Pesquisa em Gênero, Saúde e Direitos Humanos da Universidade Federal de Alagoas – UFAL.

masculinidades no espaço da moda. Comecei problematizando a atribuição dos papéis de gênero dentro desse contexto, vi nessa tensão moda/masculinidades uma série de problemáticas que poderiam ser tensionadas pelas Ciências Sociais. Surgiram temas específicos relevantes na construção e definição do objeto para minha monografia de graduação e posteriormente para esta dissertação.

O tema das masculinidades não está presente apenas nos espaços acadêmicos, mas também na mídia, onde aparece mais num sentido de mostrar novos estilos de vida, indo do *metrossexual* ao *power-seeker*² como identificadores de um “novo homem”, embora saibamos que nesses últimos espaços não se busque necessariamente apresentar um debate político sobre as várias formas de identidade masculina e sobre as interações entre os gêneros, como é próprio nas Ciências Sociais.

No campo das Ciências Sociais e humanas esses estudos também estão ligados às discussões sobre corpo, sexualidade e, mais recentemente, aos temas da moda e do consumo.

Pensar o exercício das masculinidades nos convida a pensar também os estudos feministas, os temas da homossexualidade e homofobia, além das práticas e reprodução dessas práticas heterossexuais masculinas para a compreensão de como homens e mulheres se relacionam e como essa prática produz sentido em torno da sexualidade.

Os estudos sobre homens e masculinidades surgem como subgrupo dos estudos feministas emergidos a partir dos anos 90, das provocações iniciadas pelos estudos sobre diversidade sexual. As mudanças no conceito de masculinidades são provocadas pelo movimento feminista, o primeiro movimento organizado em meados

² **Metrossexual:** “termo criado pelo colunista e crítico cultural inglês Mark Simpson. O termo nasce da contração de duas palavras: metropolitano e heterossexual. Dessa forma, refere-se a homens jovens, supostamente com práticas sexuais heterossexuais, de 25 a 45 anos, ‘modernos’ e pertencentes a segmentos urbanos com alto poder aquisitivo” (MACHADO, Paula Sandrine. Na “Medida Certa”, 2005, p. 05);

Power-seeker: “São homens que ambicionam o poder e usam a vaidade para auxiliá-los as posições almejadas. Suas relações, bem como as práticas de consumo ocorrem em torno do trabalho, de forma que possam viabilizar seu sucesso” (VIEIRA-SENA, T. e CASTILHO, K. Moda e Masculinidade, 2001, p. 54).

do século XIX a funcionar como instrumento de debate que busca pautar a revisão cultural estabelecida no modelo falocêntrico.

A entrada de homens nos debates no campo do gênero foi significativa visto que foram introduzidos na discussão os problemas dos homens e também pôr à discussão o preço que estes têm a pagar por historicamente estarem na posição de dominadores. É nesse bojo que o tema da masculinidade vai se ampliando.

Para tanto recorro às discussões que contribuíram e contribuem teoricamente na compreensão do fenômeno social em questão. Desses, os estudos feministas, os estudos de gênero, a Teoria Queer, os estudos sobre masculinidades, discussões sobre trabalho e moda são primordiais e indispensáveis nesse processo analítico. Essa investigação gira em torno de quatro eixos, a saber: gênero, masculinidade, moda e trabalho. A análise do objeto se dá em torno dessas quatro categorias a fim de criar conexões entre elas e os três temas abordados (pensamentos, sentimentos e ações), conexões essas que são subsídios para a análise final dessa pesquisa: a auto percepção de homens que trabalham no campo da moda sobre sua masculinidade.

Sobre gênero, são destacadas, ao longo do primeiro capítulo, as discussões levantadas pela teoria feminista e de gênero, uma vez que, do conjunto de movimentos sociais, o movimento feminista foi o que deu o ponta pé inicial na luta pela quebra do padrão cultural predominante. Em especial, as tendências que seguem a linha de Simone de Beauvoir, filósofa existencialista, de pensamento permeado pelas ideias feministas que problematizou a independência feminina na sociedade. Sua obra referencial é *O Segundo Sexo (Le Deuxième Sexe)*, escrito no final dos anos 40, é uma análise da condição da mulher sob o olhar sexual, psicológico, histórico, social e político onde denuncia os pilares culturais da desigualdade entre os sexos, retirando do biológico natural e conferindo ao cultural as atribuições que constituem o feminino, propondo uma separação entre sexo (natureza) e gênero (cultura) ao afirmar que “Ninguém nasce mulher: torna-se mulher” (BEAUVOIR, 1990, p. 09). Isto significa dizer que também não se nasce homem, o gênero não é estanque, é antes produto de uma construção sociocultural.

Por outro lado, os movimentos gay e lésbico, na luta por visibilidade, também contribuíram para a reflexão sobre as identidades sexuais. Nesse sentido, esses movimentos propõem repensar o modelo de masculinidade hegemônica: branca,

heterossexual e dominante. Essa reflexão serviu de influência para a construção do debate em torno das masculinidades ao longo das últimas décadas.

A Teoria Queer também deu grande contribuição para os estudos de gênero e sexualidade. Desenvolvida a partir dos anos oitenta por pesquisadores e militantes da causa gay, em especial nos Estados Unidos, a Teoria Queer busca resignificar o termo (que em sua tradução pode ser entendido por estranho, excêntrico ou mesmo ridículo) usado num sentido pejorativo nos insultos aos homossexuais, de modo a positivá-lo. Os estudos Queer tem como maior referência a filósofa estadunidense Judith Butler, vista como uma das percussoras da Teoria Queer, ao desenvolver a teoria da performatividade em seu livro *Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade* (1990).

O primeiro capítulo traz ainda a produção sobre masculinidades no Brasil, estas desenvolvidas pensando as esferas da sexualidade e reprodução, importantes também na contribuição para a formulação de políticas públicas relativas à condição masculina, sexualidade e saúde reprodutiva, adentrando ainda no processo de socialização do homem e as flexibilizações dos padrões de masculinidades a partir da discussão da existência de um novo homem em contraposição ao “homem de verdade”.

Dentro disso, alguns trabalhos se apresentam como importantes dentro dessas temáticas: o trabalho de Arilha, Ridenti e Medrado (1998) sobre as várias dimensões do masculino, inclusive no tocante à paternidade; o de Pedro Nascimento (2011) sobre os papudinhos da região metropolitana do Recife; além do trabalho de Lyra e Medrado (2008), que analisam as masculinidades a partir de uma matriz feminista. Outros trabalhos também são visitados, estes produzidos mais recentemente sobre a “crise do masculino” que sugerem a emergência de um “novo homem” (NOLASCO, 1997; TREVISAN, 1997; CALDAS, 1997, GOLDENBERG, 2003).

Definindo como objetivo entender como são vivenciadas e percebidas as masculinidades de homens heterossexuais que trabalham no setor de moda em Maceió, este texto foi construído a partir de leituras e discussões sobre masculinidades, representações de gênero, sexualidade e moda. . Essa pesquisa quer somar-se ao amplo debate sobre gênero e masculinidades. A proposta de investigação tem por objetivo geral construir uma representação da autopercepção

de homens que trabalham no setor da moda quanto ao exercício de sua masculinidade.

Observando que o campo da moda, fortemente demarcado pela ordem dos gêneros como espaço essencialmente feminino, tem sido cada vez mais construído por homens no exercício de diversas funções próprias desse campo, utilizo de dois conceitos teóricos que possibilitam analisar dois processos igualmente distintos de internalização e exercício das masculinidades.

O conceito de *habitus* (BOURDIEU, 2009) enquanto conceito teórico que possibilita pensar a internalização de estereótipos socialmente construídos de um modelo de masculinidade que adota o modelo hegemônico – ainda que no plano cultural ideal – e exerce uma função de monitoramento e controle quando o *habitus* é incorporado. Assim sendo, o *habitus* promove uma ritualização das práticas cotidianas que afasta e nega aspectos considerados femininos e que subordina outras práticas variadas de masculinidade. Permite dessa forma problematizar a internalização da ideia de um “homem padrão” pautado na heteronormatividade, que uma vez inserido num campo onde circulam masculinidades plurais, pensar a vivência de sua masculinidade nesse espaço socialmente atribuído ao feminino. De maneira geral, a análise recai num primeiro momento, ao se reconstruir o modelo de masculinidade hegemônico confrontado às experiências adotadas e vivenciadas por homens atuantes no campo da moda, e que aponta a existência de várias masculinidades, o que caracteriza o segundo momento. Colocado isto, o campo da moda é aqui pensado como um local onde circulam masculinidades várias é justificado o uso da performatividade, segundo Butler (1990), por entender que os homens que atuam nesse campo promovem uma desconstrução de um ideal de masculinidade pautado na virilidade e nos demais atributos heteronormativos.

Partindo da perspectiva sociológica, a abordagem das masculinidades e sua relação com a moda possibilita a problematização da relação entre natureza e cultura nas representações dos papéis de gênero e, no caso específico desta pesquisa, das masculinidades produzidas no nordeste brasileiro, onde a figura do nordestino é construída a partir de elementos masculinos, inclusive a figura da mulher nordestina, “mulher macho, sim senhor” (ALBUQUERQUE JÚNIOR, 2013), mais especificamente na cidade de Maceió-AL, fortemente marcado pelo modelo de

“masculinidade hegemônica”³. Entendendo que a produção e reprodução de masculinidades é contextual, chamo a atenção para o fato de a masculinidade hegemônica é aqui adotada enquanto um modelo ideal referenciado por elementos culturais e que, por isto mesmo, não se aplica a todos os homens.

Na perspectiva das masculinidades plurais, autores como Raewyn Connell⁴ e Michael Kimmel se destacam na contribuição de um campo autônomo nos estudos sobre masculinidades principalmente por publicarem em 2005 o *Handbook of Studies on Man and Masculinities*, com a proposta de sistematizar e desenvolver estudos nesse campo levando em consideração a organização social dessas masculinidades, como são reproduzidas em contexto local e global; a compreensão de como os homens entendem e expressam identidades de gênero; as masculinidades enquanto produto das interações de gênero, ou seja, de homens com outros homens e de homens com mulheres além da institucionalização das masculinidades. Entendem que, “assim como as feminilidades, a masculinidade é construída socialmente, é histórica, mutável e relacional” (Connell, 1995; Kimmel, Messner, 1995).

Nesse tocante, nossa pesquisa perpassada a discussão acerca dos papéis sociais e da essencialização do feminino e do masculino feita segundo Bourdieu ao problematizar a dominação masculina tomando a sociedade Cabila como universo, dirá que a dominação não se dá pela força, mas sim no nível do simbólico – com isso não discorda de que haja várias manifestações de violência sofridas pela mulher – e, portanto, está naturalizada e assimilada nos corpos e no *habitus* dos agentes. Esse saber social incorporado funciona como sistema de percepção, pensamento e ação, dados no plano das estruturas cognitivas e objetivas verificadas, assentadas e realizadas no mundo social e suas divisões, sendo a

³ “O conceito de masculinidade hegemônica foi primeiro proposto em relatórios de um estudo de campo sobre desigualdade social nas escolas australianas, em uma discussão conceitual relacionada à construção das masculinidades e à experiência dos corpos dos homens; e em um debate sobre o papel dos homens na política sindical australianas.

Os estudos pioneiros foram sistematizados no artigo ‘*Towards a New Sociology of Masculinity*’, que criticou extensivamente a literatura sobre o ‘papel sexual masculino’ e propôs um modelo de masculinidades em múltiplas relações de poder. Por sua vez, o modelo foi sistematicamente integrado a uma teoria de gênero sociológica. As seis páginas resultantes em *Gender and Power* sobre ‘masculinidade hegemônica e feminilidade enfatizada’ se tornaram a fonte mais citada para o conceito de masculinidade hegemônica” (CONNELL, 2013: 242-243).

⁴ Raewyn Connell, cientista social australianas, que nasceu Robert Connell e que após cirurgia para mudança de sexo, adotou o nome de Raewyn Connell. Tem trabalhos em diversas áreas: sociologia, educação, ciência política, história e seus mais reconhecidos são os estudos de gênero.

principal delas a divisão dos sexos, que é socialmente construída, reconhecida e legitimada. Por sua vez, essa divisão está alicerçada na divisão social do trabalho onde as atividades são distribuídas segundo a divisão dos sexos, e da mesma forma, responsável pela divisão do local, momento e instrumentos de trabalho. É essa divisão social do trabalho que confirma a dominação masculina.

No capítulo 2, opto por discorrer sobre a moda, sua história e sua essência a partir dos processos de imitação e individualização, além de seu caráter de distinção e a moda de classes, discussão provocada segundo Simmel (2008), Lipovetsky (2009) e Bourdieu (Apud ORTIZ, 1994). Abordo também o campo da moda de forma mais ampla e o campo da moda em Maceió, de forma mais específica, para aproximação com o objeto.

Simmel (2008) ao problematizar os temas da modernidade e da individualização toma a moda como pano de fundo explicativo. O aspecto importante para esse entendimento é a dualidade que atravessa a vida humana e na moda encontra sua representação de forma mais clara, pois ela concatena o efêmero, o transitório e fugidio ao eterno e imutável, ou seja, o movimento e a fixidez. Traz ainda a importância do dinheiro na sua dinâmica e a moda de classes conforme Simmel – também problematizadas por Bourdieu (Apud ORTIZ, 1994) e Lipovetsky (2009) e o processo histórico da moda e sua problematização enquanto acontecimento importante para a formação das sociedades contemporâneas, seu desenvolvimento ao longo dos anos.

No mesmo sentido de Simmel, ficando clara sua influência, Lipovetsky, filósofo francês, em *O Império do Efêmero* (2009) elabora uma reflexão que vai além da diferenciação social. A moda é antes de tudo signo das transformações que antecedem o surgimento das sociedades modernas, conferindo-lhe dessa forma um caráter libertário. Foi o autor que melhor analisou o fenômeno da moda, desde seu surgimento, descrevendo seu desenvolvimento até seu estabelecimento enquanto um sistema.

Discorro ainda no segundo capítulo sobre o processo da pesquisa, as observações realizadas na Semana de Moda de Alagoas, a análise das entrevistas

com profissionais na área de moda⁵. Destaco que as análises apresentadas são, sobretudo, interpretativas uma vez que trabalhar com um universo de múltiplas facetas, onde o subjetivo ganha grande dimensão, de modo que explorá-lo torna-se um trabalho de minúcia. O detalhe torna-se fundamental para a apreensão de elementos fluidos e mutáveis. Ademais, trabalhar o tema das masculinidades culmina na discussão sobre estereótipos e preconceitos, o que nos leva a pensar e formular novos sentidos.

Problematizo no terceiro capítulo as relações entre gênero e trabalho e o reajuste na distribuição das funções, de modo que a participação do homem no campo da moda demanda esforço analítico em razão da complexidade que esse campo apresenta. Apoiada nas contribuições de Castells (1999), Hirata e Kergoat (2007), Antunes (2004) e Bourdieu (2009), na tentativa de problematizar esse fenômeno é pertinente dizer que com a ascensão do neoliberalismo houve estagnação do emprego masculino em relação ao feminino, que cada vez mais tem ocupado as vagas de emprego formal e, sobretudo, como mão de obra especializada. Isso tende a reconfigurar os locais de gênero nos postos de trabalho anteriormente ocupado majoritariamente por homens, “forçando” os homens a ocupar cargos anteriormente atribuídos ao universo feminino, de acordo com a ordem dos gêneros estabelecida socialmente. É nesse cerne que será pensada a inserção dos homens nos espaços de moda enquanto campo profissional.

Por fim, apresento as análise e considerações retiradas principalmente das observações feitas nos espaços de moda em que estive presente, lançando mão de algumas hipóteses que serão desdobradas conforme a análise das entrevistas numa relação estreita com a teoria que serviu de aporte na pesquisa. Dessa forma, os quatro aspectos – trabalho, moda, masculinidades e gênero – serão atravessados ainda por outras discussões acerca do corpo, imagem e identidade, por exemplo, importantes dentro das Ciências Sociais e que aparecem aqui como elementos subsidiários para uma análise mais ampla nas discussões que compõem os quatro aspectos fundamentais da pesquisa.

⁵ Inicialmente optei por realizar um mínimo de cinco entrevistas, porém diante de algumas dificuldades no curso da pesquisa, reduzi a três entrevistas. Foram entrevistados o idealizador e curador da Semana de moda além de um fotógrafo e dono de agência de modelos e um modelo.

- Sobre a metodologia adotada

Em razão dos aspectos do mundo da moda acima citados, o desenvolvimento da pesquisa se dará de acordo com o modelo epistemológico da pesquisa social qualitativa. Nesse sentido, é dentro da pesquisa proposta – que pretende explorar pensamentos, sentimentos e ações e seus significados dentro de um dado universo – a metodologia mais adequada para seu desenvolvimento.

A metodologia qualitativa foi inicialmente usada na antropologia e na sociologia, ganhando espaço também em outras áreas nos últimos anos. Tem por característica apresentar uma realidade de maneira não quantificada. Assim, detalha o universo dos significados, emoções, crenças, valores e atitudes e seus significados que são colocados e recolocados cotidianamente na realidade social. É assim definida por Maanen (1979):

A expressão 'pesquisa qualitativa' assume diferentes significados no campo das ciências sociais. Compreende um conjunto de técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados. Tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social; trata-se de reduzir a distância entre o indicador e o indicado, entre a teoria e dados, entre contexto e ação (MAANEN, Apud NEVES, 1996, p.01).

Como técnicas de coleta de dados utilizei a observação participante e a entrevista aberta. A observação participante (SCHWARTZ e SCHWARTZ, Apud GUIMARÃES, 1980, p. 89) se mostra necessária enquanto recurso que favorecerá a aproximação para a escolha dos sujeitos para a realização das entrevistas. O campo escolhido para realização da prática de observação é a *Trend House* – Semana de Moda de Alagoas que contará com a presença dos profissionais mais requisitados na área.

Atrelada a isso, o uso da entrevista aberta possibilitará a apreensão de impressões, experiências vividas no uso da memória dos interlocutores no discorrer de sua trajetória de vida como elemento importante e fundamental para a reconstrução da realidade objetiva em seu significado. Seu uso é justificado também pelo fato de esse tipo de entrevista deixar o interlocutor à vontade, funcionando como uma conversa despretensiosa e assim ajudar a compreender o universo estudado ao deixar o entrevistado livre para dar vazão a seu discurso. De acordo com Minayo (1993):

A entrevista aberta é utilizada quando o entrevistador deseja obter o maior número possível de informações sobre determinado tema, segundo o entrevistado, e também para obter um maior detalhamento sobre o assunto em questão. Ela é utilizada geralmente na descrição de casos individuais, na compreensão de especificidades culturais para determinados grupos e para comparabilidade de diversos casos (MINAYO, 1993 Apud BONI e QUARESMA, 2005, p. 74).

A ideia é tratar da atuação no campo da moda, questões de gênero, procurando explorar o que é ser homem para os entrevistados; relações familiares e interpessoais e envolvimento em outras atividades profissionais.

A amostra levantada foi probabilística por conveniência, composta por homens que trabalham em ramos ligados à moda, os quais dois fazem parte: o idealizador e curador da Semana de Moda de Alagoas e um fotógrafo e dono de agência de modelos.

O recorte trabalhado é formado por homens heterossexuais de camadas médias urbanas que constroem (trabalham) esses nichos de moda na cidade de Maceió.

CAPÍTULO I - DAS TEORIAS FEMINISTAS AOS ESTUDOS DE GÊNERO: UMA REVISÃO HISTÓRICA

Neste capítulo a proposta é apresentar como os estudos sobre homens e masculinidades surgem e se consolidam ao longo do tempo, bem como discorrer sobre os estudos feministas, gay e lésbico e sua contribuição para a consolidação do campo de estudos sobre o masculino, sem esquecer a parcela de contribuição dada pelas Teorias Queer, no sentido de traçar um panorama explicativo sobre a contribuição teórica desses movimentos, para fundamentar a importância destes na construção dos estudos sobre homens e masculinidades, seus significados e contribuições.

1. “O Compromisso de Pôr um Fim à Dominação Masculina⁶” – O Movimento Feminista e os Estudos de (e sobre) Mulheres

O movimento feminista foi o primeiro movimento organizado a pautar a revisão cultural da sociedade moldada no modelo falocêntrico⁷, peculiar por ao mesmo tempo em que produz sua reflexão crítica, também produzir sua própria teoria. Desse movimento, surgiram muitos estudos que centravam na discussão acerca da condição social da mulher. Esses estudos se firmaram no discurso intelectual devido à chamada Primeira Onda do Feminismo com as primeiras manifestações massivas as lutas pelo voto e pelo acesso ao espaço público por parte das mulheres, ocorridas no final do século XIX, na Inglaterra, quando as mulheres se organizam para lutar por direitos, tais como o voto, acesso ao espaço

⁶ Jane Mansbridge (1995, p. 29).

⁷ Paradigma que estrutura o pensamento e a sociedade a partir de uma lógica opositiva entre homens e mulheres, onde o homem ocupa uma posição de privilégio e de dominação de forma naturalizada nos discursos e nas práticas cotidianas, difundidas e internalizadas, sobretudo nas instituições da Família, escola, Igreja e Estado.

público, igualdade entre os sexos, direitos econômicos, sexuais e reprodutivos e contra a opressão feminina no espaço domiciliar e do trabalho. Esse movimento ficou popularmente conhecido como movimento sufragista que alcança o direito ao voto no Reino Unido no ano de 1918.

No Brasil o movimento feminista também pautou o direito ao voto, iniciado sob a liderança de Bertha Lutz, em 1932 é concedido às mulheres o direito ao voto. O movimento de operárias anarquistas também é bastante significativo para o movimento de mulheres no Brasil.

Após um tempo de refluxo – a partir da década de 30 – na Europa e Estados Unidos, mas também no Brasil, o movimento ressurgiu nos anos 1960 e pela primeira vez as relações de poder entre homens e mulheres é colocada em questão. O feminismo aparece, então, como um movimento que, para além de reivindicar o acesso às mulheres à esfera pública quanto à educação e ao trabalho, por exemplo, aparece sobretudo como ferramenta reflexiva acerca da liberdade e da autonomia sobre a vida e sobre o corpo, problematizando e propondo assim, novas formas de relações entre homens e mulheres. Quando o movimento passa a considerar que existem outras formas de dominação além da dominação de classe – a dominação do homem sobre a mulher aparece no movimento feminista com seu elemento mais original, a centralidade das reflexões sobre a subjugação feminina.

Nesse entremeio, o Segundo sexo, escrito em 1949 por Simone de Beauvoir aparece com uma máxima que se torna imprescindível no feminismo até os dias de hoje: “não se nasce mulher, se torna mulher”. Com isso, desenvolve reflexões acerca da condição feminina sob a perspectiva sexual, psicológica, social e política tornando-se uma referência para o pensamento do movimento feminista ao apontar os temas da independência e do papel femininos na sociedade, além da importância da luta das mulheres para a mudança dos padrões e dos papéis socialmente estabelecidos.

De maneira geral e explicativa, podemos dizer que o movimento estava assim polarizado, apresentando diversas denominações; o autodenominado “feminismo radical”, originado a partir da organização em separado de mulheres de diversos movimentos sociais para reagirem à dominação masculina e à discriminação sexual, com a realização de workshops culminou na formação de outros grupos separados dos movimentos políticos revolucionários de maioria masculina (CASTELLS, 1999).

Assim propõe uma transformação total das formas de vida afetivo-sexual e política, como parte do rompimento com a política tradicional e pela criação de vínculos não patriarcais moldados pelos esquemas de pensamento (CLÍMACO, 2000)⁸. Outra tipologia do movimento está representada pelo institucionalizado que conseguiu pautar na agenda internacional, a importância da especificidade dos direitos das mulheres, com ênfase na não violência contra a mulher, no exercício pleno da vida pública e à saúde sexual e reprodutiva ainda quando não diretamente ligado aos movimentos sociais, comunga de algumas de suas preocupações.

Esse modelo é diretamente influenciado pelo pensamento feminista de Simone de Beauvoir explicitado principalmente em *O Segundo Sexo*, quando retira a dominação sobre mulheres do campo da natureza (determinada biologicamente) ou do econômico (como elemento importante na sustentação do capitalismo), entendendo a dominação como tendo uma lógica própria de matriz social e, portanto, podendo ser transformada. Nessa perspectiva, Beauvoir retira da ordem do natural e transfere para o construído cultural e socialmente as demandas colocadas aos gêneros, propondo a separação entre o sexo e o gênero, ou seja, entre natureza e cultura. Essa ideia corresponde ainda à tradição francesa das Ciências Sociais, propondo que a compreensão de homens e mulheres só se realiza ao considerar uma referência mútua e um padrão de dominação relacionado à ordem capitalista. Em consequência desta dominação, as mulheres tiveram seu corpo, o produto de seu trabalho e a reprodução apropriada pelos homens, impedindo com isso que se afirmem como indivíduos livres, nas mesmas condições que os homens.

Enquanto nos Estados Unidos e na Europa o cenário é propício para a retomada do movimento com as manifestações de maio de 68, na Europa e do movimento hippie nos EUA, no Brasil o cenário é bastante adverso com a emergência do Golpe de 64 nesse bojo o movimento feminista provoca suas

⁸ CLÍMACO, Danilo de Assis. *Tráfico de Mulheres, Negócios de Homens. Leituras Feministas e Anticoloniais sobre os Homens, as Masculinidades e/ou o Masculino*. Florianópolis, 2009. Mestre em psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina, sua dissertação se debruça sobre sete paradigmas feministas como ponto de partida para os estudos sobre masculinidades com o objetivo de apresentar uma visão panorâmica dos textos escolhidos focando as singularidades que cada um traz, comparando-os quando necessário, além de oferecer uma leitura profunda das tradições feministas bem como de sua área de influência que tem por tema os homens, o masculino e as masculinidades. A ideia central proposta por Clímaco é abrir espaço dentro dos EHMM para o paradigma do tráfico de mulheres ao confrontar o modelo das masculinidades, ao conhecer seus limites e trazer discussões pouco conhecidas e suas influências possivelmente transformativas.

primeiras manifestações na década de 70. À mesma época, as exiladas do Regime da Ditadura estão em contato com o feminismo europeu e, com a redemocratização nos anos 80, vários grupos e coletivos põem em pauta os temas da violência, trabalho, racismo, sexualidade e outros tantos que vão compor a agenda de lutas do movimento feminista a partir de então. Nesse sentido, “o movimento feminista brasileiro, apesar de ter origens na classe média intelectualizada, teve uma interface com as classes populares, o que provocou novas percepções, discursos e ações em ambos os lados” (PINTO, 2010, p. 17).

A partir da década de 70, as diferenças entre os feminismos radical e liberal se atenuam tanto na prática como ideologicamente e, agora, o movimento se viu questionado quanto à representação da identidade lésbica. Dentro da corrente radical, as feministas lésbicas foram exemplo de engajamento, importantes no ativismo prático, mas também na contribuição para o enriquecimento teórico. Esse processo é assim destacado por Castells (1999):

O crescimento inexorável e a influência do lesbianismo no movimento feminista, ao mesmo tempo em que se tornava uma grande força, representava também um grande desafio para o movimento, que tinha de encarar seu próprio preconceito interno quanto às formas de sexualidade além de enfrentar o dilema sobre onde (ou se) deveria impor um limite à liberação feminina (p. 214).

O fato é que é difícil admitir o feminismo como algo homogêneo, este se diversificou, tomou novas abordagens, ideologias e formas diferentes de se colocar na prática enquanto movimento social é por toda essa diversificação que hoje se fala em feminismos⁹. Mas o mais importante, é que o esforço histórico, individual ou coletivo, formal ou informal, no sentido de redefinir o gênero feminino em oposição direta ao patriarcalismo (CASTELLS, 1999) é comungado por todos os segmentos,

⁹ Sobre os elementos principais que impulsionaram essa indistinção, ver: CASTELLS, Manuel. O Poder da Identidade, p. 214-215. In: A era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. vol. II. “O poder da Identidade”. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

como que uma essência do feminismo e se apresenta atualmente como uma denominação comum contrária a todas as formas de opressão feminina, onde mulheres de forma individual ou coletivamente organizada agregam suas reivindicações e lemas.

Além do movimento feminista, os movimentos gay e lésbico, na busca por visibilidade e conquista de direitos, também foram importantes para as discussões sobre as identidades sexuais. Quando pôs em questão o modelo de masculinidade hegemônico – branco, heterossexual e dominante – também influenciaram a construção de um debate acerca das masculinidades de um modo mais amplo nas últimas décadas com os movimentos sociais defensores dos direitos da comunidade LGBT e da afirmação da liberdade sexual gay e lésbica nos Estados Unidos nos anos 69 a 70 e expandido em seguida para a Europa e posteriormente para, praticamente, todo o mundo sendo a Revolta de Stonewall¹⁰ seu maior símbolo.

O movimento lésbico - como parte do movimento feminista - e o movimento gay surgem no momento em que se questiona a categoria mulher como sujeito dos feminismos. Passa a ser legítimo e necessário, então, pensar também a categoria homem e toda a construção do que vem a sê-lo, por entender que são categorias relacionadas entre si, uma existindo em oposição à outra. Os estudos gays e lésbicos adotam as categorias de gênero, mas realizam seus estudos na área da sexualidade enfatizando discussões sobre as identidades sexuais. Os movimentos mostraram a limitação de categorias como “gay”, “lésbica” e “homossexual” para

¹⁰ Na década de 60 nos EUA, a homossexualidade era considerada um desvio mental segundo a Associação Psiquiátrica da época e, além de tratamento psiquiátrico violentos, em alguns casos com a realização de lobotomia, haviam leis rígidas para combater e reprimir atos e prender homossexuais em ambientes públicos de pegação. A homossexualidade era vista como problema de saúde pública e campanhas eram realizadas para combatê-la. Stonewall Inn era um bar reduto gay de Nova Iorque onde sempre aconteciam batidas policiais que sempre terminavam com o esvaziamento de bar e o fechamento por alguns dias. Os gays não tinham força política o bastante para um enfrentamento à repressão e os conflitos se intensificaram até que, no dia 28 de junho de 1969, os frequentadores de Stonewall se recusaram a sair e resistiram à prisão. A polícia perdeu o controle da batida e a tropa de choque foi acionada e o confronto tomou proporções de um cenário de guerra com confrontos violentos que duraram seis dias. A Revolta de Stonewall marca a virada pelo movimento pelos direitos LGBT nos Estados Unidos e em todo o mundo.

tratar sobre a diversidade das identidades sexuais. Estas acabam, por sua vez, essencializando as identidades homossexuais não se libertando do sistema patriarcal e heterocêntrico.

Outra importante contribuição para os estudos de gênero e sexualidade, mas também para a formação desse campo de estudos foi dado pelas Teorias Queer. Surgidas nos anos oitenta por militantes e pesquisadores da causa gay, principalmente nos Estados Unidos, buscava resignificar o termo, retirando do sentido pejorativo com a proposta de positivá-lo, tem como proposta central o rompimento com o binarismo, em especial, a oposição hetero e homossexual. Segundo Eve Sedgwick:

[a Teoria Queer refere-se a] uma trama aberta de possibilidades, brechas, sobreposições, dissonâncias e ressonâncias, lapsos e excessos de significado quando os elementos constituintes do gênero de alguém, da sexualidade de alguém não são feitos (ou não podem ser feitos) para significar monoliticamente (SEDGWICK, 1993, p. 8 Apud MUSSKOPF, 2008).

Os estudos Queer vão além das análises feitas pelos estudos de gênero, eles colocam a sexualidade num patamar de relevância dentro da academia no nível do discurso e de outros campos de estudos, mostrando que a organização da vida social em seus aspectos políticos, econômicos, culturais e religiosos está baseado e construído sob a perspectiva heterocêntrica, propondo assim, alternativas de experiências de vida que não se pautem na heteronormatividade.

Na perspectiva de repensar as categorias sexuais e de gênero, Butler é referência uma vez que é precursora da Teoria Queer. Ao problematizar a categoria gênero, Butler propõe pensá-la de uma nova forma, a partir das representações dos sujeitos e não apenas da construção social dos gêneros, deixando de lado a necessidade de definir as categorias “mulher” e “gênero” de forma fixa e imutável. Neste sentido a autora traz uma importante contribuição para os estudos de gênero e sexualidade. Nessa releitura sobre a relação direta entre comportamento e produção de subjetividades a partir de demandas sociais e históricas construídas, a

teoria da performatividade, por ela formulada, é indubitavelmente de grande significação para os estudos de gênero.

Ao afirmar que o gênero é performativo, quer com isso dizer que a repetição de normas, na maioria das vezes feita de forma ritual, produz sujeitos resultantes dessa repetição e quem se comporta em desacordo com as normas estabelecidas está sujeito a sofrer determinadas consequências.

Butler historiciza o corpo e o sexo ao procurar o que há de ontológico nessas categorias, rompendo com a dicotomia entre sexo e gênero. Sua proposta é a da subversão da ordem e assim abrir espaço para outras formas de ser, dado o dinamismo do ser humano. Sua crítica recai sobre toda e qualquer singularidade, essencialismo do feminino e a noção de identidade¹¹. Segundo Butler:

A noção binária de masculino/feminino constitui não só a estrutura exclusiva em que essa especificidade pode ser reconhecida, mas de todo modo a 'especificidade' do feminino é mais uma vez totalmente descontextualizada, analítica e politicamente separada da constituição de classe, raça, etnia e outros eixos de relações de poder, os quais tanto constituem a 'identidade' como tornam equívoca a noção singular de identidade (BUTLER, 2008, p. 21).

Nas contribuições para a conformação do gênero enquanto categoria histórica, Joan Scott (1990) faz um apanhado sobre as abordagens realizadas acerca desse campo de estudos apresentando contribuições e limitações. Ao articular a noção de poder à definição do gênero, Scott traz uma nova perspectiva para se pensar o gênero, relacionando-o a outras categorias sociais (classe, cor e etc.) mostrando com isso que o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos, e o gênero é o primeiro modo de dar significado às relações de poder (SCOTT, 1990, p. 14).

Dessa forma, a proposta de Scott é pensar o gênero como ferramenta para a compreensão do processo histórico de produção e reprodução da oposição binária masculino/feminino e não apenas como ferramenta para pensar a oposição em si. A

¹¹ Sobre a superação do essencialismo feminino Butler afirma: "Se alguém 'é' uma mulher, isso certamente não é tudo que esse alguém é" (BUTLER, 2008:21).

análise feita por ela e sua grande contribuição é exatamente a proposta que traz em refletir sobre os mais variados campos de produção/reprodução discursiva da representação masculino/feminino, ou seja, Scott propõe pensar para além do gênero e é por essa guinada que faz na teorização e na abordagem que *Gênero: Uma Categoria Útil de Análise Histórica* (1990) torna-se uma obra clássica, por apresentar os avanços mais significativos nesse campo de estudos.

A discussão sobre a essencialização dos papéis de gênero, onde homens e mulheres devem corresponder a um comportamento legitimadamente masculino e feminino, respectivamente, já trazida por Butler, aparece também em Bourdieu ao problematizar a dominação masculina tomando a sociedade Cabila como universo, ele dirá que a dominação não se dá pela força, mas sim no nível do simbólico – com isso não discorda de que haja várias manifestações de violência sofridas pela mulher – e, portanto, está naturalizada e assimilada nos corpos e no *habitus* dos agentes. Esse saber social incorporado funciona como sistema de percepção, pensamento e ação, dados no plano das estruturas cognitivas e objetivas verificadas, assentadas e realizadas no mundo social e suas divisões, sendo a principal delas a divisão dos sexos, que é socialmente construída, reconhecida e legitimada.

Partindo das ideias de Bourdieu identificamos duas matrizes explicativas, as quais serão apontadas para a conformação da condição social da mulher. A primeira é de ordem cosmológica ou mítica, indica que o corpo feminino é quase sacralizado e, portanto, deve ser resguardado, intocado, proibido e domesticado. A segunda é de ordem biológica, pautada nas diferenciações biológicas dos corpos feminino e masculino, ela define a função que socialmente é atribuída aos órgãos sexuais – e com isso transfere as imposições sociais para o espaço das necessidades físicas - e retoma os discursos dos anatomistas do século XIX sobre a disposição dos órgãos (o feminino posto de maneira inversa ao masculino) que explicaria o interior feminino (sensibilidade, passividade etc.) e o exterior masculino (razão, ação, força etc.).

Esse discurso coloca o princípio masculino como medida para todas as coisas, tomando-o por natural e, portanto, comum, conferindo um status de superioridade em relação ao que é feminino, que é visto por incomum, o avesso e inferior, e é base para corroborar a distribuição de papéis conforme os sexos.

O corpo socialmente construído passa a ser percebido como local sexuado e território onde se configura e demarca o poder e a diferença sexual. Nas disposições corporais nas práticas sexuais, a penetração é afirmação de superioridade¹². A virilidade aparece como atributo de honra e a morfologia também tem significação dentro desse universo simbólico de poder. A frente do corpo tem diferenças marcantes, a parte de trás é indiferenciada, é a parte do feminino passivo e submisso. Percebe-se assim que as práticas sexuais também estão incluídas nas atividades que são regidas pelo princípio da masculinidade, onde o normal é sempre o lado positivo das oposições (em cima/em baixo, quente/frio...), que por sua vez se refere ao masculino. Vejamos:

Se a relação sexual se mostra como uma relação social de dominação, é porque ela está construída através do princípio de divisão fundamental entre o masculino, ativo, e o feminino, passivo, e porque este princípio cria, organiza, expressa e dirige o desejo (...) (BOURDIEU, 2009, p. 31).

E mais: “Compreende-se que, sob esse ponto de vista, que liga a sexualidade a poder, a pior humilhação, para um homem, consiste em ser transformado em mulher” (p. 32). Podemos dizer a partir das discussões trazidas por Bourdieu sobre a centralidade do corpo para a dominação, que a relação entre os sexos em suas práticas e representações aparece de forma assimétrica e hierarquizada, tendo o homem por superior e a mulher por inferior.

Essa essencialização também aparece na discussão de Scott sobre os papéis sociais que, assim como Bourdieu, vai situar essa discussão no campo das relações

¹² “A particularidade dessa relação de dominação simbólica é que ela não está ligada aos signos sexuais visíveis, e sim à prática sexual. A definição dominante da forma legítima desta prática, vista como relação de dominação do princípio masculino (ativo, penetrante) sobre o princípio feminino (passivo, penetrado) implica o tabu da feminilização, sacrilégio do masculino, isto é, do princípio dominante, que está inscrito na relação homossexual. Comprovando a universalidade do reconhecimento concedido à mitologia androcêntrica, os próprios homossexuais, embora sejam disso (tal como as mulheres) as primeiras vítimas, aplicam a si mesmos muitas vezes os princípios dominantes: tal como as lésbicas, eles não raro reproduzem, nos casais que formam, uma divisão dos papéis masculino e feminino (inadequada a aproximá-los das feministas, sempre prontas a suspeitar de sua cumplicidade com o gênero masculino a que pertencem, mesmo se este os oprime) e levam por vezes a extremos a afirmação da virilidade em sua forma mais comum, sem dúvida em relação contra o estilo ‘efeminado’ antes dominante” (BOURDIEU, 2009, p. 144).

sociais sobre o sexo, porém, de forma particular, Scott está problematizando o gênero enquanto categoria analítica:

O termo “gênero”, além de um termo substituto para o termo mulheres, é também utilizado para sugerir que qualquer informação sobre mulheres é necessariamente informação sobre os homens, que um implica o estudo do outro (SCOTT, 1990, p. 75).

Assim como Bourdieu, Scott desloca o discurso do campo biológico para o campo social, definindo gênero como categoria para análise das relações entre os sexos que reverberam nas distribuições e atribuições dos papéis sociais.

2. Os estudos sobre homens, masculinidades e o masculino.

A produção sobre masculinidades é mais forte na década de noventa, porém já aparece na década de oitenta, quando as produções feministas passam a abordar as relações de gênero, discutindo as desigualdades entre homens e mulheres numa perspectiva de poder. Só após essa inserção do gênero como objeto de análise surge o tema das masculinidades como campo de investigação. Ao criar a categoria gênero como campo de estudo, amplia-se o leque e possibilita-se a inserção dos homens na problemática da condição feminina. Propor a categoria gênero implica romper com o binarismo masculino-feminino, criticado tanto pelo feminismo quanto pelas Teorias Queer. A grande contribuição dos primeiros trabalhos neste campo é a tentativa de desconstrução crítica dos elementos constitutivos dos papéis masculino e feminino.

Segundo Gomáriz (1992 Apud MEDRADO, 1997, p. 39), os estudos sobre masculinidade se dividem em dois grandes grupos:

1) Aliados do Feminismo: aqueles que reconhecem a importância do feminismo na construção teórica dos estudos de gênero como base para os estudos sobre masculinidades;

2) Estudos autônomos¹³: Buscam compreender a masculinidade fora da perspectiva da produção feminista, adotando as perspectivas da psicanálise, neomarxista e pós-estruturalista.

No Brasil os estudos sobre masculinidades vêm ganhando espaço. No âmbito acadêmico grupos de pesquisa e estudos vêm realizando trabalhos no campo da sexualidade e da reprodução. A discussão tem se estendido a outras áreas, como a moda, tornando-a um lócus para se pensar as masculinidades e suas representações.

Este campo tem início com a produção de dissertações em nível de mestrado, realizadas no sul e sudeste do país. Como exemplo, temos o trabalho organizado por Margareth Arrilha e Benedito Medrado, “Homens: outras palavras” realizado em São Paulo (1998) e também o de Ondina Fachel Leal sobre os gaúchos de fronteira (2012). As produções no nordeste também são muito significativas e o trabalho de Parry Scott realizado em Pernambuco (1990) e intitulado “O homem na matrifocalidade: gênero, percepção e experiências do domínio doméstico”, ilustra essa relevância.

Esses trabalhos estão interessados no homem moderno, jovem ou mesmo de meia idade e as relações que mantem com a sexualidade, com a reprodução, com a afetividade, com as mulheres, com o trabalho e com seus corpos, na tentativa de compreender a constituição dessas subjetividades dentro desses variados campos, mas também procurando entender à relação dos homens com a demanda imposta socialmente a eles, dada a valoração de sua capacidade de ser provedor, de lidar com um mundo de responsabilidades exigido ao entrar na vida adulta.

Os estudos iniciais estavam voltados para os temas da sexualidade, deixando em segundo plano, temáticas como a da violência e da paternidade. Atualmente, os estudos sobre masculinidades têm avançado em perspectivas diversas e dentro das produções realizadas no Brasil. Vale mencionar o trabalho de Arrilha, Ridenti e Medrado (1998) que reúne uma série de textos que abordam as variadas dimensões do masculino nas temáticas da sexualidade, reprodução e paternidade.

¹³ “Estes estudos admitem o avanço das discussões produzidas pelo movimento de mulheres, inclusive tendo tomado o conceito de gênero como objeto de discussão, todavia não reconhecem no movimento uma teoria própria capaz de dar conta do caráter múltiplo e complexo dos fenômenos que envolvem a masculinidade e a feminilidade” (MEDRADO, p. 40).

O trabalho de Pedro Nascimento (2011) sobre os não-provedores de Camaragibe, região do grande Recife, também é uma grande contribuição que reforça o argumento de que as masculinidades são plurais. A pesquisa é realizada entre os anos de 1997 e 1999 e apresenta conexões entre gênero e desemprego masculino observadas nessa população, onde os homens não são provedores de sua família e são dependentes financeiramente de uma mulher, geralmente da mãe ou irmã e que se identificavam além de serem identificados como sustentados por outros e que nos discursos apresentados sentiam-se à vontade nessa situação.

Alguns trabalhos trazem uma matriz feminista para análise das masculinidades, como vemos no trabalho de Jorge Lyra e Benedito Medrado (2008) no contexto da saúde pública. Os autores desenvolvem a análise a partir de quatro eixos: aquelas interessadas no sistema sexo/gênero, aquela que foca a dimensão relacional, as que trazem a perspectiva de demarcações de poder e, por fim, as que rompem com a perspectiva binária dos gêneros dentro das esferas política, das organizações sociais e das instituições.

Porém os mais emergentes são aqueles que focam a crise do masculino que numa nova abordagem para se discutir masculinidades, sugerem a construção de um “novo homem”, temas não só presentes nos espaços acadêmicos, mas também na mídia. Nesse último caso, o debate político e as novas formas de identidade masculina e sobre as interações entre os gêneros não é central nessas discussões, mas sim apresentar como identificadores desse “novo homem” novos estilos de vida. Nas discussões levantadas no âmbito acadêmico, trabalhos como o de Araújo e Dantas (2011), Mirian Goldenberg (1991;1992) e Sócrates Nolasco (1995) podem ser citados como referência de trabalhos que pensam a crise da masculinidade no Brasil.

O Simpósio do Homem, realizado por e para homens, em 1985 já dá indicativos da ampliação da questão masculina no país culminando na publicação de um livro intitulado Macho-Masculino-Homem: a Sexualidade, o Machismo e a Crise da Identidade do Homem Brasileiro. Dentre as conclusões retiradas dos debates ocorridos nesse simpósio está a de que o homem brasileiro está atravessando uma crise que se deve em outras causas, à mudança comportamental das mulheres e ao questionamento feminista sobre a posição de domínio dos homens na família e na sociedade.

Com isso, estabeleceu-se a ideia de que há um “peso da masculinidade” que os homens têm de inevitavelmente carregar, o que de fato instigou a produção de várias pesquisas dentro desta perspectiva que já estavam sendo feitas em países centrais, como podemos observar em trabalhos de Kimmel e Kaufman (1995).

Autores que se debruçaram sobre a crise do masculino provocaram a reflexão sobre o processo de socialização do homem como ponto de partida para se pensar as masculinidades dadas suas diferentes configurações, gerando uma crise da masculinidade quando emergem novas formas de representação, levando a uma importante e inquietante pergunta: o que é ser homem? Esta pergunta põe em questão a ideia de um “homem de verdade”, problematizando e polarizando como um velho modelo superado na contemporaneidade por um novo modelo, ou melhor, novas formas de se representar o masculino, na conformação de novas identidades. Mas será mesmo que surge um “novo homem” ou a contemporaneidade nos possibilita a ampliar a visão e enxergar a existência de masculinidades plurais como se elas sempre tivessem existido, mas que, mesmo por uma interdição e construção social, estivemos sempre condicionados a focar nesse modelo de “homem de verdade”?

A mudança nas relações de gênero está intimamente ligada às transformações ocorridas nas sociedades ao longo dos anos e, no processo de socialização dos indivíduos elementos são trazidos e incorporados a partir de referências sociais, por isso, podemos então afirmar que os indivíduos são reflexos de sua época. Nesse panorama, algumas questões aparecem: como pensar a mudança do comportamento masculino ao longo dos anos? Com as mudanças nas sociedades contemporâneas, que trazem o culto à liberdade em vários sentidos, como é possível ainda pensar na existência de um “homem de verdade” tão típico das sociedades patriarcais? Conforme aponta Bento (1999) “tão importante quanto tentar precisar o momento histórico em que começou a se constituir uma nova forma de definição de ser homem, é buscar destacar que tal processo não ocorreu tranquilamente, sem embates com os padrões de masculinidade socialmente aceitos” (p. 36).

O modelo de sociedade próprio do patriarcado, embora de forma mais tênue, ainda é muito presente na sociedade atual. Questionar ou subverter o papel social masculino é ainda pôr em dúvida a imagem/reputação de macho. No nordeste isso

parece ainda mais conflitante se pensarmos enquanto uma região inventada, isso do ponto de vista de que se criou uma imagem do nordeste e do nordestino segundo seus aspectos geográficos e climáticos – a seca, a caatinga e o sertão (ANDRADE, 2006 Apud HONÓRIO, 2011).

Alguns estudos apontam que essa ideia de nordeste (e também de nordestino) deve-se à história da formação do espaço colonial brasileiro. Para Durval Muniz de Albuquerque Júnior (2013), o nordeste e o nordestino são produtos culturalmente construídos, um discurso elaborado no final do século XIX e início do XX que ganhou conteúdo histórico, cultural, econômico, político e artístico. Mas é com o movimento regionalista encabeçado por Gilberto Freyre que o discurso político define um tipo regional nordestino. O movimento pretendia traçar o perfil do homem nordestino por meio do resgate de suas tradições rural e patriarcal, uma vez que a sociedade local passava por um processo de feminização.

Para eles, era preciso criar um novo homem, que preservasse antigas tradições e costumes, que resgatasse a masculinidade e virilidade, que fosse capaz de reagir à feminização da sociedade que o mundo moderno trazia e que garantisse a predominância econômica e política que a região havia perdido (HONÓRIO, 2011, p. 07).

É nessa ideia de retorno ao tradicionalismo rural patriarcal que vai se construindo a ideia de nordeste. Uma invenção da modernidade, num contexto de saída da sociedade rural para uma industrializada moderna e urbana, que, segundo Freyre e outros intelectuais, é a responsável pela desvirilização da sociedade, representada pelo declínio econômico da região. O que Freyre está enxergando é um nivelamento social em termos socioeconômicos, de classe e gênero visto pela elite conservadora brasileira como feminização da sociedade, já que as masculinidades estão sendo modificadas.

Os entrevistados percebem essa característica do nordeste como uma região onde o machismo é muito mais latente quando falam da inserção do homem na moda, mas não somente do homem, mas da mulher também. Principalmente em localidades interioranas, muitas meninas são proibidas pela família, ainda que tenham potencial de acordo com as exigências que o mundo da moda coloca, pois

os familiares acreditam que o futuro delas está direcionado ao casamento e aos cuidados da casa. No tocante aos rapazes, a maioria, segundo o proprietário da agência de modelos, procura o ramo por que veem o espaço como local que envolve a presença de muitas meninas e tem nisso uma oportunidade para a paquera.

Isso nos leva a crer, até mesmo pela forma despreziosa com que se deu a inserção dos entrevistados no ramo da moda, ainda que estes em suas falas relativizem muito mais a ideia de que o espaço profissional da moda seja um espaço do feminino, mesmo com as mudanças de comportamento masculino que acompanhamos na mídia e no cotidiano, principalmente pelas gerações mais jovens, certos universos, como este, ainda estão num processo de mudança mais lento. Digo isso quando se pensa o aspecto profissional da moda, pois no aspecto do consumo, a mudança caminha a passos largos.

Ora, mas o que o homem criado nas sociedades tradicionais traz enquanto elementos de identidade masculina que estão sendo modificados na contemporaneidade? Para tanto é preciso entender sobre o processo de socialização de um menino e a construção de seu papel social.

O homem criado na sociedade patriarcal aprendeu desde cedo a ser um “homem de verdade”. Mas o que é mesmo ser um “homem de verdade”? Sócrates Nolasco (1997) indica duas respostas para essa questão que dependem primeiramente do contexto social a que se remete para respondê-la. A primeira é quando se reflete sobre o homem das sociedades tradicionalmente patriarcais. Este seria aquele viril, poderoso e de sucesso, que nada tem em comum com a mulher, pois o sistema patriarcal também tratou de criar uma representação de mulher desqualificada e inferior ao homem. Qualquer proximidade com uma característica dita feminina é o mesmo que inferiorizar ou desqualificar o homem como ser humano.

A segunda põe em cena outro aspecto importante: a crise do masculino. Hoje as representações de homem e mulher são mais tênues, não há mais uma forte separação entre o feminino e o masculino. O homem que antes se encontrava “socialmente impedido” de chorar, de ser afetivo, se vê agora numa crise, ao perceber que esse homem forte e viril pode não existir. O homem produzido pela sociedade patriarcal sai de cena para dar lugar a um novo homem que se descobre mais afetivo, além disso, tem um novo olhar sobre os cuidados com o corpo e a

aparência, não mais referenciando isso a homossexualidade, ainda que seja esse um pensamento contra hegemônico. Os cuidados com a aparência pelo público masculino reapareceram no final do século passado como que um retorno ou mesmo uma releitura contemporânea do homem do século XVIII.

O processo de socialização de um indivíduo passa pelo aprendizado da diferenciação dos gêneros nas brincadeiras, nas roupas, nos espaços e no comportamento construindo a partir desses elementos sua subjetividade. Basta lembrarmos do azul para meninos e do rosa para as meninas, carrinhos e futebol para os meninos e bonecas para as meninas, meninos devem ser fortes, das meninas espera-se fragilidade, meninos devem “pegar todas” e meninas devem se dar ao respeito. São elementos que demarcam e constroem as diferenciações e representações de gênero tão arraigadas na sociedade que passam por muitas vezes como naturalizados e inerentes ao indivíduo.

Durante esse processo o indivíduo é ensinado desde cedo que existem diferenças nas formas de se vestir, o que é próprio do feminino e o que é próprio do masculino. Ou seja, há um vestuário que se adequa ao sexo: vestidos somente para meninas, assim como laços e enfeites de cabelo. Essa tarefa cabe à mãe desempenhar, é ela a responsável pela educação e adequação do indivíduo ao seu gênero (DUTRA, 2002). Trata-se de uma “pedagogia da virilidade” (BENTO, 1999), onde a família é a instituição responsável pela socialização primária, pela produção e reprodução dos comportamentos em acordo ao gênero desde a primeira infância, isto para homens e mulheres, ou seja, pela formação do *habitus*.

Essas estruturas de adequação do indivíduo ao meio social ou de parte dele atua na produção de sentidos, funcionando como verdades sociais irrefutáveis que constituem o *habitus*, definido por Bourdieu como:

Sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isto é, como princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente ‘regulamentadas’ e ‘reguladas’ sem que por isso sejam produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim, sem que tenha a necessidade de projeção consciente deste fim ou do domínio das operações para atingi-lo, mas sendo, ao mesmo tempo, coletivamente orquestradas

sem serem o produto da ação organizadora de um maestro (BOURDIEU Apud ORTIZ, 1994, p. 15).

Quando consideramos que a prática é uma estrutura estruturada, admitimos por consequência que o habitus não se refere apenas à internalização de normas e valores pelos indivíduos, mas também que os sistemas de classificação são anteriores às representações sociais, pressupondo um conjunto de conhecimentos prévios que o indivíduo adquiriu ao longo da vida – e por isso são estruturas estruturadas – que o orientam na percepção e ação no mundo social dados no campo concreto das relações sociais. Ao passo que essas estruturas produzem pensamentos, percepções e ações, são estruturantes.

Elisabeth Badinter (1993) procura mostrar que a masculinidade não é algo tão natural. “Ser homem se diz mais do imperativo do que do indicativo”, afirma ela. Segundo a autora, o homem viril demanda deveres, provas e provações, que estimulam essa virilidade que nada mais é que uma espécie de “artefato”. Analisando o processo de socialização masculino diz partir primeiro da negação, ou seja, o menino precisa primeiro convencer a si e aos outros que não é uma mulher, que não é um bebê e que não é homossexual.

Já para João Silvério Trevisan (1998), o tornar-se homem é reforçado pelo distanciamento de tudo o que é considerado feminino ao ponto de tornar essa busca algo obsessivo. E por as afirmações de virilidade estar apoiadas em escoras externas, caso algum elemento esteja em falta pode por tudo em risco.

Alguns autores passaram a pensar essa crise da masculinidade argumentando que essa crise está no modelo hegemônico¹⁴ de masculinidade, sendo fundamental para provocar reflexões acerca da construção social dos gêneros no Brasil. Segundo Lisboa (Apud SOUZA, 2009, p. 133) alguns desses autores tentam explicar a crise do masculino a partir da ideia de que os homens procuram definir sua masculinidade em oposição a tudo o que é feminino, já outros apostam não se deve exatamente a isso, valendo-se do argumento de que o surgimento de

¹⁴ Entendo que “a masculinidade hegemônica – branca, heterossexual e dominante é um modelo cultural ideal, não sendo, portanto, atingível por praticamente nenhum homem. Contudo, enquanto padrão, ela exerce um efeito controlador, através da incorporação de habitus (Bourdieu, 1983), da ritualização (no sentido antropológico) das práticas da sociabilidade cotidiana e de uma discursividade que exclui todo um campo emotivo considerado feminino e subordina outras variedades”, de acordo com MEDRADO (p. 20).

um “novo homem” está estreitamente relacionado a temporalidade e, devido a mudanças geracionais, os comportamentos são mais flexíveis e cada vez mais distanciados do modelo tradicional, o que corrobora a busca pela explicação do modelo patriarcal - e nesse tocante, buscando o processo de socialização como sua base - como um modelo em oposição a esse mais flexibilizado, procurando dar um sentido temporal a essas mudanças.

A concepção de um “novo homem” (NOLASCO, 1995) é ainda pouco clara quanto ao seu significado e inicialmente discutida no Brasil por intelectuais da área da psicanálise, como é o caso de Sócrates Nolasco, psicanalista e fundador do Núcleo de Pesquisa sobre o Comportamento Masculino. Aborda a temática apontando que a crise, a fragilidade e o conflito são inerentes tanto ao masculino quanto ao feminino, fato esse que não aparecem em muitos trabalhos que compreendem essas três dimensões como essencialmente femininas.

A mudança no perfil dos estudiosos de gênero, segundo Goldenberg, pode ser entendida como reconhecimento da importância da realização de pesquisas nesse campo como variável explicativa da sociedade atual, se difundindo e despertando interesse para além dos muros acadêmicos e estendendo-se também aos meios de comunicação de massa. Um dos temas que tem chamado atenção é o da “crise do masculino” ou “crise da identidade masculina”, que conforme Goldenberg, numa análise do material midiático impresso sobre o tema, essa crise aparece como resultado da mudança do papel social da mulher que agora é, além de dona de casa, trabalhadora, independente financeiramente, e que por muitas vezes ocupa um cargo mais elevado que o homem no trabalho. A independência feminina também se tornou explicação para a delinquência juvenil pela falta da presença cada vez mais frequente de um pai nos lares brasileiros.

Então o homem que antes era o provedor da casa, modelo de autoridade e respeito dentro da família sente-se retirado de seu lugar e pior, sem um lugar na sociedade em que a masculinidade esteja devidamente representada. Nesses artigos, os homens são colocados numa posição de vítimas, onde a mulher não é mais considerada uma companheira e sim uma concorrente. É essa sensação de ter seu lugar ocupado pelas mulheres a responsável pela “crise do masculino”.

Por outro lado, as mudanças na sociedade têm apresentado novas possibilidades de ser homem e evidentemente a independência feminina tem certa

responsabilidade nesse processo em conjunto com outros fatores seja a mídia, que tem levado cada vez mais essa discussão sobre o que é ser homem, ou mesmo a moda ao produzir roupas, acessórios tendências que saem do tradicional “para homens de verdade”, investindo na proposta de um novo homem que surge.

Como então, esse “novo homem” tem lidado com essa nova demanda e com as mudanças nos padrões comportamentais quando se coloca uma importante questão: o que é então, “ser homem” uma vez que há um confronto com esses dois padrões tão presentes e que vem permeando o ideal de masculinidade?

Parece-me que mesmo com alguma resistência em admitir, a vaidade, tão própria desse padrão identificado como “novo homem”, está presente seja mesmo como indicativo de higiene ou mesmo como artifício para conquista, servindo de “desculpa” socialmente aceita para justificar a flexibilização desses padrões sem que a heterossexualidade esteja em questão.

Outro aspecto relevante é o fato de a mídia ser um canal de criação e difusão desses novos padrões flexibilizados de ser homem, auxiliando numa maior aceitação por parte destes, que não se sentem tão “fora das normas” ao estarem em convergência com alguns tipos tão expostos na mídia que assumem outra forma de ser homem, principalmente aqueles vistos como “pegadores” certamente fazem maior sucesso entre o público masculino evidenciado no copiar cabelo, roupa e estilo em geral.

Para José Silvério Trevisan (1998) essa visibilidade permitiu que outro lado masculino se revelasse uma parte reprimida e dessa forma pequenas mudanças podem ser observadas, tanto na maneira de ver o outro como o modo com o que os homens veem a si mesmos. São observadas também no modo de se vestir, roupas mais descontraídas, mais coloridas, cabelos compridos, uso de brincos, no gosto pela dança e no cuidado cada vez mais frequente com a aparência e com o corpo até mesmo a procura por intervenções cirúrgicas. Tudo isso deixa de ser apanágio das mulheres e de homens efeminados, faz cada vez mais parte do universo masculino.

Sabe-se que falar de moda vai além de falar de roupas, pode se tratar de um estilo musical, um penteado ou corte de cabelo, ou qualquer outra coisa que esteja em voga e é nesse sentido que a moda valoriza certos comportamentos em detrimento de outros. Uma vez que os papéis de gênero são produzidos e

reproduzidos socialmente, a moda vem como elemento que reforça ou afrouxa esses papéis, onde o grau de masculinidade pode se evidenciar pelo modo de se vestir. Reforça no sentido de “macho” ou de afrouxa em direção a “bicha”, “viadinho”, gay etc.

Pensando o lugar do masculino, podemos falar inclusive de masculinidades “alternativas”, percebidas sob o signo da androginia, pensando como estes novos modelos refletem na moda masculina e produzem novos padrões flexibilizados que aparecem na moda, abrindo novas possibilidades de ser homem e como aparecem nos mercados de moda.

Assim sendo, a moda, com o surgimento de identidades múltiplas, cria várias necessidades para atender todas essas identidades possíveis e várias práticas de consumo de vestuário são antes de tudo, formas ou meios de expressar valores e hábitos ligados ao modo que cada cultura veste o gênero, podendo reforçar ou modificar os padrões masculino e feminino. Desta forma várias possibilidades de representação são colocadas: do homem ‘macho’ do modelo patriarcal ao homem ‘sensível’.

3. Repensando A(s) Masculinidade(s): o que diz Connell e Kimmel]

Nos estudos sobre homens a ideia da existência de masculinidades plurais foi um divisor para pensar como se processam e como são vividas as masculinidades. Isso quer dizer que, ao propor o conceito de masculinidades subalternas e masculinidade hegemônica por Kimmel (1998), a questão do poder (e conseqüentemente da hierarquização) é fundamental para pensar comportamentos, atribuições e vivências de modelos de masculinidades. Toda essa problematização leva a admissão de que a masculinidade não é única, são exercidas em modelos plurais que não necessariamente se sobrepõem um ao outro, mas que coexistem entre si. Dois nomes são de grande relevância nessa discussão, Connell e Kimmel que iniciaram o debate em torno da diversidade de modelos de masculinidade e impulsionaram outros estudos posteriores nessa perspectiva, que considera as dinâmicas contextuais bastante específicas na formação das diferentes práticas

tidas como masculinas, e que são componentes necessários para a compreensão de como se conformam e se expressam essas masculinidades.

Raewyn Connell foi importante para os estudos de masculinidade não só na Europa e Estados Unidos, mas também no Brasil. No caso dos estudos brasileiros sua contribuição se deveu mais para a formação de uma série de abordagens preocupadas mais com a estrutura social que mesmo com os indivíduos e seus papéis.

A obra referência de Connell é *“Masculinities”* (1995), onde aponta a existência de três tentativas de formar uma ciência da masculinidade, sendo elas a da psicanálise, a teoria dos papéis sociais e por último a das ciências sociais contemporâneas. Quanto às novas ciências sociais, Connell enfoca os trabalhos produzidos pelas áreas da antropologia, história e sociologia. No viés da história os homens são compreendidos pela mediação entre interesses de ordem econômica e sociais. Na perspectiva da antropologia, várias formas totalmente díspar são apresentadas e trabalhos como os de Margareth Mead e Gilbert Herdt se fazem importantes. Mead traz estudos sobre grupos humanos em que os homens são dóceis e suas relações são de igualdade para com as mulheres. Herdt aponta práticas de identidade sexual como determinadas pela cultura e a ela associadas.

No campo da sociologia traz estudos comparativos em perspectivas de classes e etnias apontando diferentes masculinidades de distintos grupos sociais e como um único ambiente pode reunir diferentes tipos de masculinidades.

Até então se falou dos conhecimentos produzidos academicamente e os de ordem clínica. Os de ordem política estão pensando em uma produção menos descritiva e mais interventiva a partir dos movimentos gay e feminista. Para os gays o comportamento homofóbico era proveniente de desejos homossexuais reprimidos, já as feministas tem como foco a igualdade de direitos como o sufrágio universal, reconhecimento do trabalho doméstico enquanto trabalho formal, fim da violência contra as mulheres. Essas duas perspectivas “compreendem a masculinidade hegemônica (MH) como relacionada ao poder, organizada para dominação e resistência às mudanças”.

Conforme Connell a masculinidade só pode ser compreendida por uma estrutura maior, a gênero, não podendo sê-la pela ciência positiva. O conceito de masculinidade que elabora é: “a masculinidade é um lugar nessas relações de

gênero, nas práticas através das quais os homens e as mulheres ocupam esse espaço no gênero e nos efeitos dessas práticas na experiência corporal, na pessoal e na cultura” (tradução minha – p. 82). E mais, para Connell, gênero é: “uma das formas em que se ordena a prática social” (tradução minha – p. 82).

A partir disso, três dimensões de gênero são apontadas: a primeira é relativa às relações de poder impressas no patriarcado, ou seja, na dominação das mulheres pelos homens. A segunda diz respeito às relações de produção fixadas na existência de uma divisão de trabalho onde os homens estão no controle e acumulam a maior parte dos dividendos. A terceira e última é o que Connell chama de catexe que se refere às relações no âmbito sexual.

A proposta da autora é que a compreensão das masculinidades parta de determinados padrões, que não constitui tipologias e sim posições que estão inseridas num modelo das relações de gênero e que passam por tensões e processos de modificações.

O primeiro padrão é a masculinidade hegemônica por ela definida como sendo “a configuração da prática de gênero que incorpora a resposta aceita, em um momento específico, ao problema da legitimidade do patriarcado, o que garante (ou se considera que garante) a posição dominante dos homens e a subordinação das mulheres” (tradução minha – p. 83).

O padrão dominação se dá por meio da dominação cultural organizada pela hegemonia, o que implica na “distribuição dos homens em posicionamentos de dominação ou subordinação” A dominação de homens gays exercida pelos heteros é o tipo mais importante de dominação nas sociedades ocidentais.

O terceiro padrão é o marginal, que perpassa a estrutura de gênero e interage com estruturas outras de ordem social (raça e classe). Num primeiro momento estes parecem ser excluídos (desempregados) ou os que se encontram em situação de subemprego.

Após estabelecer os modelos de masculinidades, Connell retorna à estrutura de gênero, enfatizando seu caráter “ontofornativo”, pois é capaz de criar e transformar realidade social. A leitura que faz sobre a situação das relações de gênero é de que, embora estas relações estejam num momento de mudanças, o interesse dos homens por poder e prestígio ainda prevalece e isso se reflete

inclusive no fato de ser maioria em cargos parlamentares e ganharem o dobro do que ganham as mulheres.

Essa desigualdade implica em relações de violência que Connell divide em duas. Uma mantenedora da subordinação da mulher; a outra se refere à manutenção do poder e controle da produção entre grupos e homens.

Assim sendo, essa violência de “signo dúbio” tende à crise (termo de acordo com Habermas). A crise não tende a encerrar a ordem de gênero, mas estruturá-la a partir dela em processo contínuo de reconstrução. Tal estrutura só pode ser compreendida de acordo a sua tendência à crise dentro das dimensões anteriormente definidas.

No que se refere à história e a política da masculinidade, esta última aparece como defensora dos interesses dos homens. Para a autora, a modernidade configurou-se inicialmente com a invasão das Américas, o tráfico no Atlântico e o início do capitalismo. Nesse contexto histórico, quatro são os eventos fundamentais para a conformação da masculinidade: O primeiro trata-se da mudança cultural descrita pelo individualismo acentuado e a heterossexualidade obrigatória como reflexos do Renascimento e que servem de sustentação para o pensamento da masculinidade como um comportamento racional legitimando culturalmente o patriarcado; O segundo deve-se a criação dos Impérios que eram formados por homens e dependiam da força deles; O terceiro é devido ao crescimento das cidades, centro do capitalismo comercial, em que o individualismo, racionalidade, acumulação de riquezas e escravidão lhe são característicos além da necessidade de definição da identidade pessoal como homem ou como mulher; e por último a constituição dos estados monárquicos centralizados, responsável por definir o caráter individual com base no gênero.

Connell faz uma crítica à interpretação essencialista da masculinidade bem como à definição positivista, normativa e semiótica indicando suas limitações. Entende masculinidade como estabelecida a partir das discussões de gênero enquanto estrutura da prática social, organizado sob a reprodução. Assim sendo, entende o gênero como uma prática social referida ao corpo, porém não reduzida a ele e a existência do gênero é dada conquanto o social não seja determinado pelo biológico.

Outro trabalho importante sobre masculinidades é o de Michael Kimmel (1998) que supõe a existência de dois tipos de masculinidades: a hegemônica e a subalterna, onde o padrão hegemônico é configura-se numa oposição aos outros, entendidos como padrões desvalorizados de masculinidades. “O hegemônico e o subalterno surgiram em uma ordem social dividida em gêneros”¹⁵. Kimmel está partindo do argumento de Andre Gunder Frank sobre desenvolvimento e subdesenvolvimento dos países da América Latina, para quem o desenvolvimento de alguns países implica inexoravelmente no subdesenvolvimento de outros, como que numa dependência, com as masculinidades acontece o mesmo.

Em *A Produção Simultânea de Masculinidades Hegemônica e Subalterna* (1998), Kimmel procura localizar o surgimento da “masculinidade hegemônica”¹⁶ nos Estados Unidos e na Europa Ocidental. Para este autor numa sociedade há múltiplas as significações do que é ser homem: “[...] não podemos falar de masculinidade como se fosse uma essência constante e universal, mas sim como um conjunto de significados e comportamentos fluidos e em constante mudança” (p. 106).

É possível observar que os conceitos de hegemonia e dominação são fortes categorias de análise dentre os estudos pioneiros sobre masculinidades. Muitos dos estudos sobre masculinidades no Brasil também trabalharam com essas categorias além de trazerem ao debate as relações de poder e suas diversas dimensões. Porém, os mais significativos são aqueles que tratam de novas identidades masculinas, as múltiplas masculinidades que sugerem a emergência de um novo homem além das discussões pautadas na perspectiva da sexualidade, reprodução e saúde reprodutiva, paternidade e, mais recentemente, saúde do homem.

¹⁵ Kimmel parte do argumento de Andre Gunder Frank sobre desenvolvimento e subdesenvolvimento dos países da América Latina, para quem o desenvolvimento de alguns países implica inexoravelmente no subdesenvolvimento de outros, como que numa dependência, com as masculinidades acontece o mesmo. Frank foi um cientista social alemão considerado radical. Também historiador e economista, criou a teoria da dependência.

¹⁶ “O conceito de masculinidade hegemônica foi primeiro proposto em relatórios de um estudo de campo sobre desigualdade social nas escolas australianas, em uma discussão conceitual relacionada à construção das masculinidades e à experiência dos corpos dos homens; e em um debate sobre o papel dos homens na política sindical australianas. Os estudos pioneiros foram sistematizados no artigo ‘*Towards a New Sociology of Masculinity*’, que criticou extensivamente a literatura sobre o ‘papel sexual masculino’ e propôs um modelo de masculinidades em múltiplas relações de poder. Por sua vez, o modelo foi sistematicamente integrado a uma teoria de gênero sociológica. As seis páginas resultantes em *Gender and Power* sobre ‘masculinidade hegemônica e feminilidade enfatizada’ se tornaram a fonte mais citada para o conceito de masculinidade hegemônica” (CONNELL, 2013: 242-243).

Admitir a existência de masculinidades plurais, conforme Connell, é admitir que estas sejam formadas em referência às situações locais, culturais e sociais das mais diversas. Isso significa dizer que as masculinidades são construídas de acordo com demandas que direcionam o pensar e o agir em resposta ao que é ser homem e que variam em tempo e espaço e são experienciadas de formas diferentes. Ser homem no sudeste do Brasil não é o mesmo que ser homem no nordeste, não são pensados e vividos da mesma forma e, aproximando ainda mais, em Maceió, por exemplo.

Discutir a invenção do homem nordestino se faz necessário na medida em que esses elementos de virilidade e força que constituem a ideia de “cabra macho”, ainda que arraigada no imaginário social, também sofreu influências da mídia e de toda uma situação social macro que tende às mudanças de comportamento de homens e também de mulheres, que de maneira relacional são influenciadas. Porém, o impacto dessas transformações supõe-se ser mais forte, uma vez que temos um padrão tão marcado de masculinidade.

Para a compreensão de como essas mudanças ocorrem ao longo dos anos, levando essa reflexão também para o âmbito que a pesquisa está circunscrita, considerando o contexto nordestino já explicitado, o capítulo posterior traz as direções teóricas e conceituais adotadas para a compreensão das masculinidades no campo da moda.

CAPÍTULO II – SOBRE MODA E O LUGAR DA PESQUISA

No capítulo anterior, intencionalmente teórico, busquei traçar um apanhado histórico acerca da produção dos estudos de gênero (numa compreensão mais ampla do termo) visando deixar entendido como, ao longo do tempo, foi se construindo o estudo de masculinidades e, para além disso, deixar claro as bases teórico-conceituais que fundamentam essa pesquisa.

Neste capítulo, discorro sobre o campo escolhido para a efetivação das observações, procurando descrever a localização, a disposição espacial, as pessoas, descrevendo inclusive os recursos teórico-metodológicos dos quais lanço mão na apreensão de valores acerca das masculinidades que pretendo identificar traçadas como aparecem no campo. Narro também sobre as entrevistas, o clima em torno da realização destas, o perfil dos entrevistados e algumas dificuldades com as quais me deparei durante o processo de análise. Dessa forma, Contudo, cabe aqui também discorrer sobre a história da moda, seu campo e seu *habitus*.

A moda e toda a sua complexidade ainda é vista, mesmo nas Ciências Sociais, como lugar da frivolidade e da futilidade, mundo paralelo em que não cabe investimento analítico importante para a compreensão de certos aspectos e demandas sociais. Atualmente muitos estudos têm surgido focando a moda como elemento de mediação entre o sujeito e as representações simbólicas e os sentidos que a ela são conferidos com a proposta de dar cabo ao pensamento que reduz a moda a um fenômeno transitório e pouco significativo para as relações sociais.

Lipovetsky, em *O Império do Efêmero* (2009) já denunciara este desinteresse pela moda nos espaços intelectuais apesar de esta invadir as mais variadas esferas da vida coletiva, em todas as camadas sociais, em todas as idades. Ainda que presente na mídia e nas ruas está ainda à margem, ou pelo menos aquém das preocupações de investigação intelectual. O antropólogo italiano Massimo Canevacci também defende a ampliação dos estudos sobre a moda e tem se dedicado a compreender culturas juvenis perpassadas pelo tema da moda em especial por sua disposição figurativa e pela expressão corporal e suas linguagens que integram concepções de comunicação visual.

Há uma tendência à restrição da moda ao vestuário, que até é compreensível, afinal, durante os séculos XIX e XX, foi o vestuário que aderiu mais fortemente o processo da moda (LIPOVETSKY, 2009). Uma vez que esta não está circunscrita no vestuário, o que caracteriza a moda, seu surgimento e, sobretudo, que papel desempenha na vida social a partir das relações sociais construídas e experienciadas pelos indivíduos?

Analisando a gênese da moda vemos que ela tem seu lugar de surgimento – a civilização ocidental pós Idade Média, em seu sentido de efêmero e de novidade. A fase inaugural da moda vai da metade do século XVI à metade do século XIX. Aí já revela seu caráter social e estético ainda que para grupos restritos que detinham o poder de criação e iniciativa. É um estágio artesanal e aristocrático. A moda passa por constantes mudanças entre os séculos XV e XVI, porém nem tudo muda. São mudanças principalmente nos acessórios e ornamentos, no mais, a estrutura e formas do vestuário pouco mudam, são estáveis.

A moda com seu caráter efêmero aparece como um desejo de romper com o tradicional e a aproximação ao presente e moderno não se trata, então, de algo natural ao homem enquanto gosto pelo enfeite, pela mudança ou por querer distinção ou destaque. O vestir-se toma um ar de teatralidade indo do espetáculo do empetecamento ao ridículo do extravagante. Do século XIV ao XVIII o capricho e o artifício são impostos de maneira igual ao homem e à mulher. O luxo aparece para os dois sexos, assim o “culto das novidades e das aparências” (LIPOVETSKY, 2009, p. 39) exatamente quando a moda lança diferenciações quanto à aparência destes.

Não se pode dizer que nas sociedades antigas a moda existia, o que havia era a curiosidade pelo exterior, mas não se configurava moda enquanto sistema tal qual temos hoje (LIPOVETSKY, 2009). Mais ainda, Simmel (1998) dirá que por sua origem no exterior, garante a novidade, ou seja, “a distinção em relação ao estado de coisas que vigorava até então”, mudança essa que se efetiva através das oposições.

Essas oposições tratam da dualidade que abarca toda a vida humana. Sendo a vida humana composta por dualismos, o ser humano é também um ser dual e numa sociedade cada vez mais complexa a moda serve como dispositivo de diferenciação ou homogeneização social. No momento em que o indivíduo se

distancia do grupo, ela opera processos de individualização com a negação da imitação, promovendo a invenção; e ao passo que o indivíduo busca assemelhar-se ao grupo, a moda opera processos de homogeneização, de inserção e assimilação do indivíduo ao grupo, inclusive como forma subjetiva de pertencimento a ele, a conformação de uma identidade coletiva. Como bem aponta Waizbort:

A imitação é ‘uma das direções básicas de nossa essência’ e possibilita a ‘fusão do singular na universalidade’, ou seja, ‘ênfatisa em meio à mudança aquilo que permanece, enfatizamos a mudança, o que aflora são as tendências individualizantes, que procuram a diferenciação do indivíduo ante o grupo, a emersão do singular em meio à universalidade (2008, p. 09).

Essas forças contraditórias são responsáveis pela condução dos nossos destinos. Tais princípios antagônicos traduzem o interesse na junção entre permanência e ruptura, mudança e variação, fixidez e fugidio e, sobretudo, na conformação entre a “totalidade social e a imposição da individualidade.” Nessa polaridade das representações sociais, de um lado tem-se uma disposição psicológica à “imitação”, que Simmel dirá que não exige nenhum esforço criativo, e em contrapartida nos dando a tranquilidade de não estarmos sozinhos em determinada ação. Assim, a imitação satisfaz a unidade, situando o indivíduo na generalidade e representando a permanência na transitoriedade. A respeito disso, no tocante à moda, Simmel diz que:

Ela satisfaz, por um lado, a necessidade de apoio social, na medida em que é imitação; ela conduz o indivíduo às trilhas que todos seguem. Ela satisfaz, por um lado, a necessidade da diferença, a tendência à diferenciação, à mudança, à distinção, e, na verdade, tanto no sentido da mudança de seu conteúdo [...] (Simmel, Apud SOUZA e ÖELZE, 1998).

Vejam os que já adentramos na discussão sobre o que se trata a moda. No sentido simmeliano, parto do princípio que a moda é um dispositivo que opera

processos de subjetivação e, por isso, ela cumpre um papel de inserção em determinados modelos que ora são homogeneizadores e ora distintivos das demandas sociais. A moda, não só através da roupa, atribuem identificações de tipo singular ou coletivo, ou seja, de distinção ou pertencimento.

Mas a essência da moda, dirá Simmel, está no fato de ela ser praticada por apenas uma parte do grupo. “Ela nunca é, mas é sempre um vir a ser”. Se dominante fosse, sendo praticada pela totalidade quanto à vestimenta ou mesmo formas de sociabilidade, deixaria de ser moda. É nesse fato de não ter alcance geral é que é realizada a satisfação no indivíduo que moda representa, quando particulariza e de algum modo, torna especial. Desse modo a psicologia da moda é permeada por aprovação e inveja expressa no modismo.

O elemento de destaque no pensamento de Simmel ao analisar a moda de Simmel está na antecipação que faz da antimoda, ou seja, da negação da moda, que nada mais é que o mesmo fenômeno da moda apenas de maneira invertida. Assim ele explica:

Uma mesma combinação dessas tendências é alcançada, da mesma forma que pela obediência à moda, pela oposição à mesma. Quem se comporta e se veste de maneira conscientemente anacrônica conquista o sentimento de individualidade não propriamente por meio da qualificação própria e pessoal, mas pela mera negação do modelo social, temos então no anacronismo intencional uma imitação de sinal trocado, o qual, entretanto, testemunha do poder da tendência social, que, de uma forma ou de outra, seja positiva ou negativamente, nos faz depender dela (SIMMEL, Apud SOUZA e ÖELZE, 1998, p. 06).

De outra maneira, temos a estranheza da moda. Ela é sempre uma importação, o que a faz tão especial e desejada, isso porque demarca a diferenciação social de quem as adquire. Além do mais, gera uma forma particular de socialização, pois cria um ponto comum entre os que dela compartilha.

Para além de signo de distinção social a moda é um dispositivo de diferenciação, ela é atrativa aos olhos não só do próprio indivíduo, mas também do

outro. Segundo Lipovetsky (2009), a genealogia da moda está nos valores, nas significações, mas principalmente são as “superestruturas” que explicam o porquê desse acontecimento tão singular na vida humana que é uma febre de novidades como o próprio autor denomina.

Na era aristocrática, a moda tem um caráter nacional pautado no mimetismo territorial. Na Europa ocidental nos séculos XIV ao século XIX os trajes distinguiam um lugar do outro. A moda torna-se uma instituição especializada a partir do surgimento da Alta Costura. Durante a fase anterior o artesão não é um criador, mas sim um executante dos desejos dos clientes.

Para Lipovetsky (2009) a moda vai além da esfera econômica, ela não deve ser referida à expansão econômica, mas surge independente dela, pois ao contrário, ela aparece num momento em que o ocidente está em crise por causa das guerras, fomes, num momento de grave regressão econômica, mas contraditoriamente é nesse momento que a moda ganha impulso.

Para Simmel, as classes mais elevadas tendem a se diferenciar das classes mais baixas, que por sua vez buscam imitar as classes altas, impulsionando o surgimento cada vez mais rápido de uma nova moda para se diferenciar novamente da massa. Nesse sentido, as classes médias tem o caráter de transformadoras, uma vez que a classe alta preza pelo conservadorismo e as massas promovem transformações paulatinas e as classes médias estão sempre em busca da novidade, à frente das mudanças sociais e culturais.

As modas dos estratos superiores diferenciam-se daquelas dos estratos inferiores, e são prontamente abandonadas quando os últimos passam a se apropriação das mesmas [...]. Do ponto de vista sociológico ela é, como mencionado, um produto de separação de classe [...] (SIMMEL Apud SOUZA e ÖELZE, 1996, p.).

Porém, a moda não se restringe a um elemento de diferenciação social, ela é, antes de tudo, signo das transformações que antecederam o surgimento das sociedades modernas, conferindo-lhes dessa forma um caráter libertário.

Dentro dessa dinâmica o dinheiro exerce um papel importante já que promove a troca e a aquisição de bens de maneira mais fácil e rápida para além do círculo dos mais abastados. Revela-se aí seu caráter econômico afirmado na lógica do mercado através de uma cadeia produtiva com escala cíclica e de profissionais especializados. Trata-se de uma produção e circulação não só de materiais, mas também de símbolos.

No âmbito da produção, Bourdieu (Apud ORTIZ, 1994) já aponta a presença dessa distinção, porém dentro da mesma classe, é o que o autor chama de frações de classe da classe dominante. Num polo têm-se produtores de mercadorias de luxo, marcadas pela elegância e de outros produtos que se adequem cultural e economicamente às frações da alta burguesia, que colocado em dias atuais, nada mais é que a classe média, que Simmel já identificou. O que Bourdieu chama atenção é a disputa de poder que isto representa.

Quando proponho apreender a vivência das masculinidades no que tange a sentimentos, ações e percepções, considero necessário abordar a moda - enquanto 'dispositivo de construção de subjetividades, ligada também às representações de masculinidades, neste caso específico - e os homens profissionais de moda em Maceió enquanto agentes sociais inseridos num campo de significações e de práticas coexistentes de masculinidade e feminilidade, que ao mesmo tempo em que reproduz estereótipos, também os desconstrói. Dito isto, importante descrever os percursos da pesquisa que, de maneira geral, foi realizada em dois momentos: Primeiro foram realizadas observações durante a Trend House - Semana de Moda de Alagoas 2014 e, num segundo momento, a realização de entrevistas semiestruturadas.

1. Apresentando a Semana de Moda de Alagoas

Segundo Messeder (2009), a investigação científica requer procedimentos empíricos controlados; com isto, criam-se oportunidades para que, em diferentes

situações, se possam analisar manifestações uniformes e variações significativas do fenômeno a ser estudado (p.33).

Desta maneira, ao pretender apreender vivências acerca das masculinidades pelos profissionais do campo da moda de Maceió, escolhi a Trend House para a aproximação com aspectos e com os profissionais que fazem parte da dinâmica da moda. Justifico a escolha por ser o evento de moda mais importante do estado e a quarta semana de moda mais influente do país¹⁷. A ideia foi durante os dias de evento tecer observações sobre o público e os profissionais presentes, na tentativa de mapear, ainda que visualmente, como se dava o comportamento (sobretudo o de homens), como estavam distribuídos os profissionais no que tange ao gênero e, sobretudo, contatar possíveis interlocutores.

Surge de maneira despreziosa quando seu idealizador, pensando em resolver um problema de pauta para o lançamento de um livro, precisava entrevistar e fotografar duzentas mulheres. Veio a ideia de reuni-las então, num único espaço com vários ambientes com cenários diversos, onde teria figurino, cabeleireira à disposição, além de degustação, transformando assim num pequeno evento onde essas mulheres puderam desfrutar moda, beleza e *lifestyle*. O sucesso foi tanto que as parceiras de ideia e realização incentivaram que se fizesse uma nova edição no ano seguinte. Quando tomou formato de semana de moda, fechou parceria com a Cadeia Têxtil (hoje colaborador) e com o SEBRAE e passou a mapear e investir nos artistas locais, já com intenções de trazer a imprensa para cobrir o evento.

Ao falar de moda, tendemos a restringir ao vestuário, mas a moda é bem mais que isso. Ela afeta os gostos e os usos verificados não só nas roupas, mas também na linguagem, nos acessórios, nas cores e nas mais variadas coisas. Ela é o que está em evidência nos usos e comportamentos dos indivíduos.

Tomando isso em consideração, observa-se que a Semana de Moda de Alagoas traz não só as tendências do vestuário, mas também agrega outros segmentos de *lifestyle*: decoração, acessórios, culinária etc. Desde seu surgimento, esses elementos já estavam presentes o que de certa forma, num comparativo às

¹⁷ Segundo o idealizador da Trend House, a jornalista de moda Ilesa Rodrigues classificou a Semana de Moda de Alagoas como a quarta mais influente do país.

outras semanas de moda, a torna singular. Remetendo a Lipovetsky (2009) quando diz que:

[...] a moda não permaneceu acantonada – longe disto – no campo do vestuário. Paralelamente, em velocidades e degraus diversos, outros setores – o mobiliário e os objetos decorativos, a linguagem e as maneiras, os gostos e as ideias, os artistas e as obras culturais – foram atingidos pelo processo da moda com suas paixões e suas oscilações rápidas (p. 25).

Tanto a moda quanto esses outros segmentos traz muitos elementos regionais, desde a renda filé, a culinária local também é evidenciada. Especificamente na moda, o *handmade* alagoano é sua maior característica, tendo lugar especial. Seguindo a entrevista que expressa essa concepção:

James: - *O feito à mão é a vocação de Alagoas em moda. Usar a renda que a gente tem, o artesanato, mas conferindo a ele um aspecto contemporâneo, pra agregar valor a ele, por que renda por renda você vai na feirinha do artesanato e compra. Pra isso se transformar em moda você tem que mesclar isso às tendências mundiais e transformar num produto mais contemporâneo. Por isso o nosso [da Trend House] é o feito à mão, o handmade, com perfume contemporâneo.*

Podemos entender que aí se expressa um dos aspectos que formam o *habitus* da moda em Alagoas, pois se o *habitus* assume um papel fundamental na interação com o campo, uma vez que incorpora os esquemas de práticas adequadas dadas de maneira previamente existentes no campo, funciona, então, como um *modus operandi*, como uma prática segundo as normas encontradas no campo. Porém não se limita a esse ponto. Ele está inscrito nas regras, características e modos de se fazer moda que se encontram dispostos, identificados, por exemplo, quando se tem o filé como símbolo de alagoanidade:

Diferenciado de seus congêneres por sua destacada policromia e pela sua diversidade de pontos, o filé alagoano tem despertado interesse de turistas

do Brasil e do exterior, da população local e, mais recentemente, de setores da indústria da moda e de profissionais do design e da publicidade, que exploram sua forte e marcante imagem (CAVALCANTI, 2012:).

Conforme o observado, o uso das rendas e bordados alagoanos no setor de moda tem despertado interesse. Marcas renomadas apresentam coleções¹⁸ inspiradas no filé alagoano. No uso das rendas características do estado, Martha Medeiros é referência com trabalhos de projeção nacional e internacional.

1.1 Das observações

A Trend House - Semana de moda de Alagoas 2014 aconteceu entre os dias 10 e 14 de novembro, concentrando os desfiles entre os dias 11 e 13, sob o tema “O Olhar do Novo Sobre o Sempre” homenageando o jovem empreendedorismo nos setores da moda, gastronomia, arquitetura, artes, política, etc.

A primeira percepção é a qual público se destina o evento, notadamente as classes média e alta alagoanas, evidenciado pelo local onde se realizou o evento. Ainda que próximo ao centro da cidade, o local era de difícil acesso para quem não se desloca de veículo particular ou táxi. O trajeto entre a via de circulação de ônibus e o local do evento era bastante deserto e com riscos de assalto ou coisas do tipo já que os desfiles aconteciam à noite o risco aumentava e, como eu dependia do transporte coletivo, tinha que sair assim que terminavam isso quase às 22h e por vezes sair antes do último desfile. Para se chegar à Trend House com um mínimo de segurança só mesmo de carro particular ou táxi. Nas outras edições que visitei também houve essa dificuldade, locais pouco próximos à circulação de condução das mais variadas, sempre preferenciando bairros nobres da capital.

Lipovetsky (2009) em sua análise da moda de classes e signo de distinção social demonstra que inicialmente os trajes demarcavam as posições sociais,

¹⁸ A coleção 4 Cantos, da marca Cantão e assinada pela estilista Lanza Mazza é um exemplo. Aplicações do bordado em vestidos, blusas, chemises, camisas, bolsas, sandálias e espadrilles compõem 15 looks da coleção lançada na Trend House – Semana de Moda de Alagoas 2013.

cenário que se modifica com o surgimento da burguesia (novo rico) que terá acesso ao luxo que antes era privilégio dos nobres. Copiar as vestimentas, tecidos e acessórios dos nobres era proibido por decretos, porém as classes plebeias por vezes transgrediam essas regras. Hoje, quando não se tem mais como impedir que isso aconteça, até mesmo pela lógica do mercado, o evento é que torna-se um demarcador de classe.

Outro ponto importante é a centralidade da roupa. O público busca estar em sintonia com o evento, como se houvesse uma coerção no nível do simbólico. As pessoas não estão ali apenas para ver, mas também para serem vistas. O uso de peças incomuns no cotidiano certamente estão presentes, como se quisessem demonstrar conhecimento e pertencimento. Essa característica é confirmada por um entrevistado quando este diz que:

James: - *Então, na Trend House as pessoas já vão como se estivessem na São Paulo Fashion Week, botam seu melhor look [...]*

Ainda nesse quesito, mesmo Maceió sendo uma cidade litorânea e ensolarada, o uso do chapéu feminino é incomum em ambientes fechados, principalmente à noite. Mas ainda assim, era possível ver uma moça usando o acessório, tendência do verão passado. O grupo social macro desautoriza o que o grupo social mais restrito – a Semana de Moda – autoriza.

Nesse ponto, remetemos a Simmel (2008) quando diz que a moda opera processos de subjetivação e, por isso, ela cumpre um papel de inserção em determinados modelos que ora são homogeneizadores e ora distintivos das demandas sociais. A moda, não só através da roupa, atribui identificações de tipo singular ou coletivo, ou seja, de distinção ou de pertencimento.

Sobre isso também, ao notar um rapaz que trajava um conjunto estampado de bermuda e camisa de botão, além de botas e que circulava com outros três ou quatro rapazes que usavam uma peça ou outra mais ousada, mas nada que chamasse tanto a atenção quanto o rapaz do conjunto, é possível identificar o que Simmel aponta como necessidade de distinção e de pertencimento do indivíduo ao grupo. Ou seja, ao trajar de uma forma em certa medida excêntrica, diante da maioria dos homens no ambiente, ele demarca uma singularidade, ganhando assim

destaque, sendo mais percebido dentre o público, nesse ponto ele se distingue do grupo total (frequentadores do evento de forma mais ampla). É o que Simmel coloca como o outro lado da imitação, ou seja, o da distinção, o processo é de diferenciação individual a partir da não imitação - o inventar. Em síntese:

A moda está totalmente inscrita nesse nexos que tem por base o dualismo da existência humana. Na medida em que ela é imitação, ela responde à necessidade de inserção no grupo, incluindo o singular no âmbito coletivo. A imitação fornece um dispositivo que dilui o singular no todo; oferece uma modalidade de identidade coletiva. Mas por outro lado, enquanto invenção e criação, a moda opera a tendência à diferenciação, de elevação do singular face ao universal. A moda, portanto, tanto liga como separa, aproxima como afasta, torna distinto e indistinto (WAIZBORT, 2008, p. 09-10).

Ao operar processos de pertencimento a partir da imitação, a moda realiza um tipo de “passagem da vida do individual para a vida em grupo”, no sentido que facilita a inserção do indivíduo ao grupo como parte dele.

1.2 Das entrevistas

Inicialmente a ideia era uma amostra com no mínimo cinco homens com o perfil que contemplasse o interesse da pesquisa, contudo, o campo foi ao longo do processo colocando alguns percalços para fechar esse número de entrevistados. Devo a isso, a falta de retorno, que talvez demonstre desinteresse por parte dos contatados, à falta de registro na internet de pessoas que trabalhem no setor de produção de moda em Maceió, principalmente do sexo masculino e ao formato da semana de moda utilizado na última edição, que por ter sido menor, inviabilizou a identificação desses profissionais, que estavam em um número consideravelmente menor em comparação às edições passadas, não ter acontecido desfiles masculinos, o que impossibilitou, por exemplo, a identificação de modelos homens.

Diante disso, foram realizadas duas entrevistas com figuras de reconhecimento no setor não só em Alagoas, mas também nacionalmente. Ambos os entrevistados são homens de meia idade: James Silver, redator chefe da Revista SMag e apresentador do Programa Mais Estilo, formado em administração pela Universidade Federal de Alagoas, atuante na área de marketing e publicidade, casado há 15 anos, natural de Penedo-AL; e Ari Barroso, 51 anos, solteiro, pai de três filhos, empresário dono da Agência Modelos do Brasil, formado em Ciências da Informação pela Universidade Federal de Pernambuco, natural de Recife-PE.

2. O campo e o *habitus* da moda

Entendendo que campo e *habitus* são noções complementares, as ponderações acerca dessas categorias, a partir de Bourdieu, tem a intenção de utilizá-lo como mecanismo analítico para compreensão de campo da moda mais geral e posteriormente da configuração da moda em Maceió na observação de sua dinâmica interna, de como se processam as inter-relações dos agentes e também as relações que resultam desse processo. Esse *habitus* assume às vezes de uma estrutura composta por uma série de regras que orientam a conduta dentro de um campo. No caso da moda, o *habitus* está circunscrito na orientação cotidiana da produção, nas regras, na formação e capacitação, nos manuais e em tudo que regula e serve de base dentro do campo. Pensando assim, a discussão que se segue procura pontuar como está disposto o *habitus* conferido ao campo da moda, buscando apresentar uma visão ampla de como este se configura e quais os elementos que o definem.

Pensar o campo da moda claramente nos provoca a problematizar o espaço conferido a ela. É certo que ela não está somente nas vitrines, nos eventos de moda, nos desfiles. Mas que campo é esse que falamos? De fato, como bem mostra Bergamo (1998), não podemos precisar-lhe uma definição, mas é possível apontar algum caminho. Segundo ele, “antes de mais nada, o campo da moda é esse

conjunto de relações entre os grupos em que a roupa assume o papel da intermediação simbólica” (BERGAMO, 1998, p. 02).

De fato a roupa reflete isso de forma mais ampla e evidente, mas no sentido que procuro abordar ela ultrapassa essa perspectiva. Não é apenas a roupa a responsável por essa intermediação simbólica. A moda, enquanto um sistema é antes de tudo um signo das transformações que antecederam as sociedades modernas, como afirma Lipovetsky (2009) e, portanto, ela é social e também histórica.

Segundo o site Glamour, “o universo *fashion* é formado por pessoas temperamentais, sensíveis, excêntricas e absolutamente vaidosas. Em algumas situações, essas características podem até ser úteis no processo de desenvolvimento criativo”. Diante dessa assertiva, Bourdieu dirá que:

O campo da alta costura pressupõe um tipo de capital social distinto [...]; sua estrutura se define segundo a distribuição desigual do carisma do costureiro-artista (Pierre Cardin, Courrèges, Christian Dior etc.), o qual se encarna na *maison*, instituição social que tem por finalidade gerenciar esse elemento mágico de cunho individual. Os agentes que possuem um carisma devidamente reconhecido pela comunidade da moda auferem os benefícios relativos às posições dominantes, enquanto aqueles que se lançaram recentemente no mercado da alta costura – ou seja, que possuem um pequeno capital social - ocupam os estratos inferiores do sistema da moda (BOURDIEU Apud ORTIZ, 1994, p. 21).

A indústria da moda realiza uma semana voltada ao segmento (*fashion week*) onde os estilistas expõem suas criações em sintonia com o que será tendência nas estações, renovadas de forma sazonal, ou seja, coleções primavera/verão e outono/inverno, sendo apresentadas em uma estação para serem lançadas na outra, o que significa dizer que são antecipadas para dar conta das demandas do mercado.

As principais semanas de moda do mundo são as de Nova Iorque, Londres, Milão e Paris¹⁹. No Brasil, as mais importantes são a São Paulo Fashion Week – a maior da América Latina - que tem um investimento de mais de 5 milhões de reais e um público de mais de 1 milhão de pessoas, e a Semana de Moda do Rio. Esses dados nos dão a dimensão do mercado da moda em termos não só econômicos, mas também da importância do segmento quanto ao reflexo que produz na vida social devido à influência que exerce nas subjetividades a partir de seus elementos (roupas, acessórios etc.).

Porém, para além dos desfiles, a moda enquanto uma cadeia é bem mais abrangente. Fazem parte dela os estilistas responsáveis por traduzir as ideias apresentadas nas passarelas para a produção em grande escala. Faz parte também dessa imensa cadeia a produção industrial onde “as cores são pensadas e decididas de 24 a 30 meses antes da estação em que a roupa estará nas vitrinas, os fios são desenvolvidos 18 meses antes da estação, os tecidos, por sua vez, 12 meses antes, a confecção (de roupas, acessórios, complementos), 9 meses antes. Tudo isso para que as coleções sejam apresentadas e vendidas 6 meses antes de a estação chegar”²⁰. Vale lembrar que, devido ao avanço da tecnologia esses prazos têm sido reduzidos, aumentando assim a dinâmica do setor.

Quanto à produção industrial em Alagoas ainda é bastante modesta, segundo um dos entrevistados são poucas as marcas locais que tem chances de brigar de igual para igual com uma marca nacional e talvez não seja mesmo esse o

¹⁹ Segundo o consultor Arlindo Grund, em entrevista para o site ego.globo.com, a Semana de Moda de Nova Iorque “É uma das maiores semanas de moda do mundo, com mais de 100 desfiles, além dos showrooms das grifes, que ficam abertos o dia todo. É a semana mais comercial de todas: o que é apresentado na passarela é exatamente o que estará nas lojas”; Na Semana de Moda de Londres “[...] há menos regras e mais espaço para experimentações e inovações em termos de matéria-prima, modelagens e acabamento. Costumo dizer que londrino faz moda para inglês ver e usar; eles criam roupas que têm a ver com a cultura e sociedade deles. Aqui no Brasil, por exemplo, é raro vermos desfiles com homens usando saias. Lá, isso é comum”; A Semana de Moda de Milão é mais tradicional, com desfiles de marcas clássicas; enquanto a Semana de Moda de Paris, conta que “é a que gera mais *buzz*, tem mais festas e eventos paralelos aos desfiles. De certa forma, é a semana de moda em que a passarela extrapola a sala de desfiles, porque vemos as tendências sendo usadas pelas pessoas na rua também, que andam com produções super elaboradas”, conta. “Acho que em Paris há um diálogo maior entre o que se vê na passarela e o que é usado nas ruas.”

Matéria publicada em 05/09/2014.

²⁰VICENT-RICHARD, 1989. Disponível em: www2.anhemi.br

objetivo final da moda no estado e sim continuar a trabalhar prezando o artesanal agregando valor a ele.

No âmbito da formação aqui no Brasil, existem cursos superiores em moda espalhados pelo país com duração de três a quatro anos e que habilitam o/a bacharel para a criação de vestuário, acessórios e calçados, para prestar consultoria em eventos, lojas, como *personal stylist* e também como modista no gerenciamento da produção em fábricas. O/a profissional em moda pode especializar-se em *personal stylist*, consultor/a de moda para lojas, estilista, fotógrafo/a, na produção de desfiles e como escritor/a de moda, pois durante a formação adquire noções de desenho artístico, história da arte, estilismo e criação, o que dá subsídios para atuar em variadas áreas.

Desse modo, temos uma leve noção da amplitude do campo da moda. Ele é uma cadeia interconectada que envolve formação, trabalho, produção, mas que tem no desfile o seu ápice. Sobre isso, Caldas (1999) coloca de maneira bastante pertinente que:

Hoje, o desfile de uma nova coleção é o momento especial para a imagem de um estilista ou marca (daí ser também o momento estratégico para a construção da imagem que se quer ter). Misto de grande teatro e de ritual, estão lá os atores (as modelos, reconhecidas pelo público, como grandes estrelas), o diretor, o criador do espetáculo... a iluminação, o som, a plateia em seu afã voyeurista... estão lá os convidados de honra (compradores e imprensa), criteriosamente dispostos nas primeiras filas, ao lado de personalidades que vêm avaliar o trabalho do estilista; pois é nos desfiles que o “mundo da moda” se reconhece e seus integrantes reafirmam seus papéis e suas posições, através da intrincada política da distribuição dos lugares (cujo mapa reproduz as posições, em termos de poder e prestígio, dos convidados). Nesse ritual, celebra-se a nova estação, a “última moda”, o talento dos grandes nomes ou a descoberta de novos. É nesse fugaz momento, enfim, que o novo mostra sua cara, que os estilistas eleitos são incensados e que a comunhão se realiza em torno de um valor compartilhado: mudar, porque já é hora.

Segundo Bourdieu o campo, é o: “espaço onde as posições dos agentes se encontram *a priori* fixadas. O campo se define como *locus* onde se trava uma luta

concorrencial entre os atores em torno de interesses específicos que caracterizam a área em questão” (ORTIZ, 1994, p. 19). Um dos entrevistados contou que certa vez foi caluniado por um concorrente numa rede social e que de imediato o respondeu gerando uma tensão entre os dois. Segundo ele, o concorrente buscou promoção às custas de sua difamação perante o mercado.

Esse exemplo mostra como o campo é composto por regras, princípios e hierarquias que lhe são próprios e definidos por meio de disputas de poder que geram tensões e conflitos que o delimitam. Dessa forma, os atores constituem redes de relações ou de oposições entre si na disputa por capital social.

O campo, funcionando como espaços específicos, determina a posição social dos agentes, revelando assim, as posições entre dominantes (detentores de maior volume de capital) e dominados, ou seja, nele se manifestam relações de poder. A partir disso, é possível compreender que o campo se estrutura pela distribuição desigual de um *quantum* de “capital social”. Essa relação de hierarquia é percebida não só em relação às pessoas, mas também quando pensamos na relação hierárquica das semanas e moda. Tomando a fala de um dos entrevistados:

James: - *Pra você ter ideia a gente tem uma verba de 1 milhão de reais, enquanto a Minas Trend tem 15 milhões. Então, a desproporção é muito grande, muito grande [...]*

A fala de James ilustra a demarcação do campo no nível da aquisição de capital não só social, mas também econômico por consequência. Revelando uma hierarquização do campo da moda onde alguns nichos estão situados no campo dominante e outros no campo dominado, isto dado na semana de moda de Alagoas em relação às demais no país e destas com as semanas de moda mundiais.

Com a polarização do campo entre dominantes e dominados, dá-se práticas que são relativas à ortodoxia ou à heterodoxia. Ao polo dominante cabem as práticas ortodoxas, pois tem interesse na conservação do capital social acumulado. Para tanto, são acionados mecanismos de legitimação através de ritos que “tendem ‘canonizar’ ou refutar o produto lançado no mercado” (ORTIZ, 1994). Por sua vez, o polo dominado busca estratégias de “subversão” na tentativa de confrontar e

enfraquecer a ortodoxia. Sobre essas práticas, em relação ao campo da moda, Bourdieu diz:

No campo da moda (alta costura) a posição dominante/ dominado encontrada entre os costureiros corresponde a uma oposição entre frações de classe da classe dominante. No polo da ortodoxia encontramos os produtores de mercadorias marcadas pelo 'luxo', 'elegância' e 'austeridade', valores que convêm às camadas da alta burguesia; junto às heresias deparamos com produtos e produtores que acentuam o 'gosto jovem', a 'necessidade do mau gosto', ou seja, elementos que se adequam, cultural e economicamente, às novas frações da alta burguesia (Apud ORTIZ, 1994).

Pensando isso, num contexto mais atual, a moda tendeu a acompanhar e dar conta dessa nova configuração, como que criando uma intersecção entre a ortodoxia do luxo e a heterodoxia do popular. Trata-se do *fast fashion*, que nada mais é que o consumo rápido de moda a fim de movimentar o mercado, dando acesso às classes mais baixas modelos de grife (cópias ou inspirações), porém não com a mesma qualidade.

Voltando ao ponto sobre como se dá a distribuição de posições dentro do campo da moda, Bourdieu diz que esta distribuição é provocada pela aquisição de capital social ao longo das experiências sociais do campo específico, que por sua vez é reconhecido pela comunidade, ou seja, pelos pares.

Admitindo que, conforme Ortiz (1994), “a prática pode, assim, ser definida como ‘produto da relação dialética entre uma situação e um *habitus*’, isto é, o *habitus* enquanto sistema de disposições duráveis é matriz de percepção, de apreciação e de ação, que se realiza em determinadas condições sociais”.

A problematização no campo da moda quanto a sua dinâmica de funcionamento, organização e produção se dá a fim de entender como se apresentam as demandas próprias desse universo que o caracterizam e o identificam enquanto tal, ou seja, o seu *habitus*, definido por Bourdieu como:

Sistema de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionarem como estruturas estruturantes, isto é, como princípio que gera e estrutura as práticas e as representações que podem ser objetivamente 'regulamentadas' e 'reguladas' sem que por isso sejam o produto de obediência de regras, objetivamente adaptadas a um fim, sem que e tenha necessidade da projeção consciente deste fim ou do domínio das operações para atingi-lo, mas sendo, ao mesmo tempo, coletivamente orquestradas sem serem o produto da ação organizadora de um maestro (BOURDIEU Apud ORTIZ, 1994, p. 15).

Conquanto a noção de campo bourdieusiana funcione como método relacional de análise de práticas específicas, admito o campo da moda como um lugar onde circulam tendências, pessoas de beleza admirável, de bom gosto; um mundo onde impera o glamour e, acima de tudo, o luxo. Por características como essas, é um ambiente restrito, onde quem nele circula, atende a esse padrão, modelo que se repete até mesmo em eventos de menor porte. De acordo com Simmel (2008):

As formas sociais, a vestimenta, os julgamentos estéticos, o estilo por inteiro, por meio do qual o homem se expressa, são percebidos na sua modificação progressiva por meio da moda [...] (p. 03).

Quando proponho apreender a vivência das masculinidades no que tange a sentimentos, ações e percepções no campo da moda, necessário se faz considerar a moda - enquanto dispositivo de construção de subjetividades, ligada também às representações de masculinidades, neste caso específico - e os homens profissionais de moda em Maceió enquanto agentes sociais inseridos num campo de significações e de práticas coexistentes de masculinidade e feminilidade, que ao mesmo tempo em que reproduz estereótipos, também os desconstrói. Essa discussão surge no capítulo que se segue, quando apresento a relação entre masculinidades no campo profissional da moda.

CAPÍTULO III – DE HOMEM E DE MULHER: RELAÇÕES ENTRE GÊNERO E TRABALHO

As mudanças no mundo do trabalho, a partir do avanço do capitalismo criaram demandas que reconfiguraram o mundo do trabalho. As funções ultrapassam as demarcações de gênero que anteriormente eram tão fixas. Hoje é cada vez mais comum a ocupação de atividades reconhecidamente femininas serem desempenhadas por homens da mesma forma que o inverso também se dá. Mas é fato que isso impacta de forma diferenciada em determinados contextos, uma vez que entendemos que as masculinidades são pensadas e exercidas de maneiras diferentes.

A proposta neste capítulo é compreender o exercício das masculinidades, entendida como uma ação de performatividade produzidas e reproduzidas segundo um *habitus* que essencializa a masculinidade no mundo capitalista patriarcal falocêntrico, mas também que o desconstrói e reinventa quando outras formas de exercer as masculinidades fogem do padrão hegemônico. É nesse cerne que procuro neste capítulo pensar a relação trabalho e gênero e a redistribuição das funções segundo os sexos, focando na inserção do homem na moda enquanto um campo profissional.

Minha análise parte da articulação entre o conceito de performatividade, de Butler e o conceito de habitus de Bourdieu, uma vez que, assim como Messeder (2009) admito a performatividade “como uma série de atuações executadas por sujeitos sociais, sob a direção de normas de gênero. Com efeito, essa norma de gênero busca produzir homens e mulheres” (p. 61). Nesses termos, admito por consequência que os conceitos de performatividade e *habitus* estão estreitamente relacionados.

O conceito de *habitus* é central no pensamento bourdieusiano. Na tentativa de superar a dicotomia entre subjetivismo e objetivo presente nas discussões das Ciências Sociais, Bourdieu elabora essa noção a fim de formular uma teoria da prática. Funcionando como esquemas de percepção, ação e sentimento, nos habilita que nos adequam a posição em que estamos inseridos e assim compartilhemos de

modos de viver de um mesmo meio. Este meio é o campo, uma teorização utilizada para designar as várias divisões da sociedade. Adotado como um esquema conceitual para a construção do objeto na prática da pesquisa, tomando-o como um fenômeno não isolado das relações sociais. Assim, a análise do mundo social não é tomada numa perspectiva substancialista, permitindo pensar de forma relacional.

Em Bourdieu, a preocupação recai na mediação entre o agente social e a sociedade, ou seja, na articulação dialética entre o ator e a estrutura social – conhecimento praxiológico. O ator social, segundo ele, atualiza as estruturas a partir da dialética da “interioridade da exterioridade”. Ao absorver, internalizar as disposições fornecidas pela sociedade, os atores as internaliza e, num processo dialético com sua subjetividade, exterioriza essa interiorização no campo específico onde o indivíduo está inserido, atualizando dessa forma a estrutura. A esse movimento, Bourdieu chama de praxiologia. Relativo a isso, conforme Ortiz (1994), “a interiorização, pelos atores, dos valores, normas e princípios sociais assegura, dessa forma, a adequação entre as ações do sujeito e a realidade objetiva da sociedade como um todo.”

Admitindo que, conforme Ortiz (1994), “a prática pode, assim, ser definida como ‘produto da relação dialética entre uma situação e um *habitus*’, isto é, o *habitus* enquanto sistema de disposições duráveis é matriz de percepção, de apreciação e de ação, que se realiza em determinadas condições sociais.”

Sendo assim, o *habitus* serve como mediação entre o indivíduo e a estrutura social e é essa praxiologia que define o *habitus* enquanto estrutura estruturada e estruturante. Visto deste ponto, o ator social não é um mero reproduzidor das imposições sociais, mas é um sujeito capaz de atualizar as estruturas a partir de suas ações. Trata-se, sobretudo de uma adequação às regras do campo que dispensa a prévia reflexão sobre a ação que se deve realizar e tampouco que regra permite a realização da conduta mais adequada, como esclarece Bourdieu (Apud ORTIZ, 1994): o *habitus* tende, portanto a conformar e a orientar a ação, mas na medida em que é produto das relações sociais ele tende a assegurar a reprodução dessas relações objetivas que o engendraram (p. 15).

Este saber social incorporado funciona como sistema de percepção, pensamento e ação, dados no plano das estruturas cognitivas e objetivas verificadas, assentadas e realizadas no mundo social. É uma gama de conhecimentos adquiridos que é capaz, ao mesmo tempo em que também capacita o indivíduo de criar, agir e inventar dentro da estrutura social.

Entendendo que campo e habitus são noções complementares no pensamento de Bourdieu, são os eixos principais de sua sociologia das práticas sociais. Segundo Bourdieu o campo, é o: “espaço onde as posições dos agentes se encontram *a priori* fixadas. O campo se define como *locus* onde se trava uma luta concorrencial entre os atores em torno de interesses específicos que caracterizam a área em questão” (ORTIZ, 1994, p. 19).

O campo é composto por regras, princípios e hierarquias que lhe são próprios, e definidos por meio de disputas de poder que geram tensões e conflitos que o delimitam. Dessa forma, os atores constituem redes de relações ou de oposições entre si na disputa por capital social.

Minha compreensão sobre as noções de habitus e de performatividade como semelhantes recai em entender que quando Bourdieu afirma que o habitus é uma gama de conhecimentos que o indivíduo dispõe e que foram incorporadas ao longo de sua vida, que estrutura os pensamentos e ações humanas e ao mesmo tempo são por elas atualizadas semelhantemente, Butler toma a noção de ritual enquanto atuação que, ao se repetir. Gera uma crença/naturalização que logo fará parte das ações futuras dos indivíduos. Como bem colocado por Messeder (2009), os rituais dos quais fala Butler podem ser compreendidos:

(...) como processo, mediante os quais se constituem as identidades e as realidades sociais, por uma série de aproximações a modelos pré-estabelecidos e também por todos aqueles que não conseguem aproximar-se da norma (p. 70).

Assim como Bourdieu, Butler toma o corpo como local de memória, onde são inscritos os rituais cotidianos de conformidade, percebidos pelos gestos, olhares, vestimenta e em espaços de sociabilidade, como a escola e o trabalho, por exemplo.

Utilizando a teoria da performatividade linguística de Austin e a fenomenologia de Merleau-Ponty, Butler cria a teoria da performatividade dos gêneros. Dizer que os gêneros são performáticos significa dizer que estes são reflexo de discurso que formatam os corpos, ou seja, o corpo é construído a partir do que se diz sobre os gêneros. Podemos exemplificar isso quando pensamos em um bebê, seja menino ou menina, antes de seu nascimento, já encontramos disposta uma cultura do gênero, com uma carga simbólica performática para o masculino e para o feminino, respectivamente. Essa carga simbólica conforma o comportamento de cada um numa relação coerente entre o sexo e o gênero. Trata-se de uma ordem compulsória em que está inserida a sociedade, que impõe uma coerência entre sexo, gênero, desejo e prática sexual, sempre heteronormativas. Conforme elucida Messeder (2009):

[...] atuar como homem e/ou mulher no contexto da heterossexualidade compulsória requer um repertório disponível de saberes e significados que é percebido como formas socialmente apropriadas para atores heterossexuais. Este processo organiza e disciplina, encarna e incorpora tais formas, vinculadas ao machismo, sexismo, à homofobia, na matriz da heterossexualidade. Por um lado, na disposição e na atuação do corpo se executam as regras que constituem a heteronormatividade, por outro lado, tal execução altera essas formas (p. 70).

Ressalto que Butler questiona a distinção entre sexo e gênero e qualquer sistema binário que nos leva à distinção natureza e cultura, pois estes refletem numa ideia de identidades de gênero fixas.

1. Trabalho e Gênero: distribuição de funções segundo os sexos

Segundo Bourdieu, ao problematizar a dominação masculina, a divisão do mundo social está alicerçada na divisão social do trabalho onde as atividades são distribuídas segundo a divisão dos sexos, e da mesma forma, responsável pela divisão do local, momento e instrumentos de trabalho. É essa divisão social do trabalho que confirma a dominação masculina:

A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça: é a divisão social do trabalho, distribuição bastante estreita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, de seu local, seu momento e seus instrumentos; é a estrutura do espaço, opondo lugar de assembleia ou mercado, reservados aos homens, e a casa, reservada às mulheres; ou, no interior desta, entre a parte masculina, com o salão, e parte feminina, com o estábulo, a água e os vegetais; é a estrutura do tempo, a jornada, o ano agrário, ou o ciclo de vida, com momentos de ruptura, masculinos, e longos períodos de gestação, femininos (BOURDIEU, 2009, p. 18).

Essa centralidade do corpo para a dominação é refletida nas atividades do mundo social, inclusive no mundo do trabalho, que conforme amplamente discutido por Bourdieu, é distribuída segundo a condição sexual, que essencializa homens e mulheres e que acaba por naturalizar a estrutura da dominação masculina. Essa estrutura é cotidianamente produzida e reproduzida nas instituições da família, Igreja, escola e Estado.

Da mesma maneira, Manuel Castells (1999) também atribui à família importante função na manutenção da dominação masculina uma vez que o patriarcalismo está arraigado na estrutura familiar e na ideologia de reprodução da vida social e biológica, presente na história e na cultura. Em outros momentos pode-se perceber que os modos do exercício das masculinidades não são estáticos, dado que eles são afetados pela força de outros mecanismos sociais. Nesse sentido, poder-se-ia destacar o avanço do capitalismo como uma grande força de remodelação do exercício do patriarcalismo.

Ainda de acordo com o autor, trabalho, família e mercado de trabalho sofreram transformações ao longo dos anos. Segundo ele, isso se deve a entrada das mulheres no mercado de trabalho remunerado, fato que por sua vez atinge o modelo patriarcal de constituição da família, modelo este que vem passando por uma crise em que suas formas tradicionais estão em declínio devido às transformações na economia e no mercado de trabalho. Essas transformações se veem reforçadas com a ampliação de oportunidades para as mulheres na educação, transformações tecnológicas nas áreas da biologia e medicina, proporcionando com isso o controle da mulher sobre a gestação e reprodução, os posicionamentos políticos dos movimentos feministas e avanço da globalização da cultura que proporciona uma ampla difusão de ideias.

A combinação de todos esses fatores está ocasionando uma série de transformações sociais que estão gerando uma crise no modelo de família tradicional. Segundo o autor:

Chamo de crise da família patriarcal o enfraquecimento do modelo familiar baseado na autoridade/dominação contínua exercida pelo homem, como cabeça do casal, sobre toda a família (CASTELLS, 1999, p. 173).

Com a adesão da mão de obra feminina cada vez maior, as mulheres passam a ter frente aos homens um poder de barganha especialmente por contribuírem na renda familiar e, assim, abalar a dominação do homem como provedor da família.

Outros elementos também contribuem no processo de transformação da família patriarcal: o aumento de divórcios e separações, a constituição de lares por solteiros e por apenas pai ou mãe, e aumento dos relacionamentos sem casamento formal. A queda dos índices de fertilidade, segundo Castells, aparece como reflexo dessa crise.

A reorganização no mundo do trabalho de fato abriu oportunidades para maior inserção da mão-de-obra feminina, porém é necessário pensar de que maneira isso tem se dado e como tem afetado o ambiente doméstico – isso se faz necessário

porque reflete diretamente no pensar e no exercer as masculinidades dado um contexto onde as funções não mais atendem de forma rígida demarcações de gênero, ou seja, a ideia de que existem funções para homens e outras para mulheres, tem se atenuado motivado, segundo Castells, como mostrado acima, pelo avanço do capitalismo.

Para Antunes e Alves (2004), o que temos hoje é uma nova divisão sexual do trabalho permeada ainda por desigualdades quanto ao salário e ao acesso a direitos sociais e trabalhistas. Vejamos:

[...] Na nova divisão sexual do trabalho, as atividades de concepção ou aquelas de capital intensivo são realizadas predominantemente pelos homens, ao passo que aquelas de maior trabalho intensivo, frequentemente com menores níveis de qualificação, são preferencialmente destinadas às mulheres trabalhadoras (e também a trabalhadores (as) imigrantes, negros (as), indígenas etc.) (HIRATA, 2002 Apud ANTUNES e ALVES, 2004: 338).

Ainda na esteira dessa reorganização, importante pensar a divisão sexual do trabalho, olhando tanto para o campo assalariado quanto para o doméstico, onde a urgência econômica especialmente mudou as relações, levando os homens a assumir responsabilidades quanto aos cuidados da casa e dos filhos de forma prática. Para pensar a dinâmica das relações geradas contemporaneamente no mundo do trabalho, em especial no campo da moda no que tange às masculinidades, as reflexões de Hirata e Kergoat (2007) se fazem importantes. Nesse tocante, a divisão sexual do trabalho está assim conceituada:

A divisão sexual do trabalho é a forma da divisão do trabalho social decorrente das relações entre os sexos; mais do que isso, é um fator prioritário para a sobrevivência da relação social entre os sexos. Essa forma é modulada histórica e socialmente. Tem como características a designação prioritária dos homens à esfera produtiva das mulheres e à esfera reprodutiva e, simultaneamente, a apropriação pelos homens das funções

com maior valor social adicionado (políticos, religiosos, militares etc.) (HIRATA e KERGOAT, 2007, p. 599).

Indo mais além nessa problemática, as autoras ampliam o conceito ao afirmarem que existem dois princípios organizadores da divisão sexual do trabalho, um de separação e outro hierárquico. O primeiro se refere a ideia de que existem trabalhos específicos para homens e outros específicos para mulheres; o segundo fala do reconhecimento e da legitimação, atribuindo um valor maior ao trabalho do homem em oposição ao trabalho da mulher:

Esses princípios são válidos para todas as sociedades conhecidas, no tempo e no espaço. Podem ser aplicados mediante um processo específico de legitimação, a ideologia naturalista. Esta rebaixa o gênero ao sexo biológico, reduz as práticas sociais a “papeis sociais” sexuais que remetem ao destino natural da espécie (HIRATA e KERGOAT, 2007, p. 599).

2. Redistribuição de funções: inserção dos homens na moda

O patriarcalismo, como aponta Castells (1999), é afetado pelo enfraquecimento da heteronormatividade, por isso elegi a moda como um campo fértil para se pensar masculinidades a partir dos mercados de moda, desse espaço de sociabilidade onde circulam não apenas tendências, mas também formas de subjetividade e identificação, além de repensar a mudança dos papéis atribuídos ao gênero que vem se desenvolvendo mais acentuadamente nos últimos anos.

Corroborando Castells (1999), essas mudanças podem ser interpretadas como indicadoras de um novo modelo de socialização que limita as normas fomentadas na família patriarcal que, como apontam Hage e Powers, estão gerando múltiplas formas de exercício dos papéis sociais, implicando em novas personalidades, mais complexas, menos seguras de si, porém mais capazes de

adaptarem-se aos papéis em mudança constante dentro dos contextos sociais (...)”²¹.

As demandas sociais colocadas aos homens são na verdade formas pré-estabelecidas de como estes devem exercer sua masculinidade, mas que no campo da moda as representações de masculinidades se mostram menos fixas. Porém as demarcações de gênero quanto à entrada nesse campo profissional ainda são fortes em determinadas profissões, como a de modelo, por exemplo. Ainda pensada como área feminina duas características se colocam sobre o homem que tem perspectivas em seguir carreira: uma que é “coisa de gay” e a segunda a dificuldade de ascensão e reconhecimento, inclusive financeiro. A carreira de modelo, segundo um dos entrevistados está para os homens na mesma medida que a carreira de jogadora de futebol está para a mulher. Nesse tocante do reconhecimento e da ascensão financeira se dão de forma inversa das reflexões colocadas por Hirata e Kergoat (2007). Indo mais além nessa problemática, as autoras ampliam o conceito ao afirmarem que existem dois princípios organizadores da divisão sexual do trabalho, um de separação e outro hierárquico. O primeiro se refere a ideia de que existem trabalhos específicos para homens e outros específicos para mulheres; o segundo fala do reconhecimento e da legitimação, atribuindo um valor maior ao trabalho do homem em oposição ao trabalho da mulher:

Esses princípios são válidos para todas as sociedades conhecidas, no tempo e no espaço. Podem ser aplicados mediante um processo específico de legitimação, a ideologia naturalista. Esta rebaixa o gênero ao sexo biológico, reduz as práticas sociais a “papeis sociais” sexuais que remetem ao destino natural da espécie (HIRATA e KERGOAT, 2007, p. 599).

Outro exemplo é o da profissão de estilista, muito embora o reconhecimento do trabalho aconteça de forma satisfatória, à ideia de que não é “coisa de homem” vigora no imaginário social. Curioso que com a profissão de alfaiate, similar a do estilista, isso não acontece. Uma das profissões mais antigas do mundo, a profissão

²¹ Cf: CASTELLS, 2009: 275.

de alfaiate data de 1297 sob o termo em inglês *tailor* (definindo a profissão como “cortador de panos”), assim como no estilismo, o conhecimento sobre tecidos e medidas do corpo é imprescindível. Com o surgimento dos dândis²² na Inglaterra, a profissão ganhou destaque e Londres tornou-se referência mundial em alfaiataria e em elegância.

A alfaiataria era uma profissão por excelência masculina, às mulheres cabiam apenas os trabalhos mais simples da costura que não necessitava de muita técnica para realiza-lo. Isto aponta que no ofício da costura e da confecção de roupas outra forma de divisão sexual do trabalho estava configurada. Atualmente, a profissão de alfaiate está em extinção, em contrapartida sua semelhante, a profissão de estilista, está cada vez mais em ascensão, só que percebemos aí uma questão: enquanto no século XVII as mulheres reivindicavam na França a autorização para formar uma guilda de mulheres alfaiates, hoje o espaço da confecção de moda é entendido como um espaço delas por excelência.

Temos dois movimentos nessa relação alfaiate x estilista: um de gênero numa perspectiva macro, quando o alfaiate tem um prestígio maior, por entender que é uma “coisa de homem”, afinal não é comum por em suspeição a sexualidade de um alfaiate; o outro é dado numa perspectiva micro e tange ao capital simbólico, onde no que diz respeito ao universo da moda, a profissão de estilista é reconhecida enquanto a do alfaiate está em vias de desaparecer. Isso remete ao que diz Kimmell (1998) sobre as masculinidades quando coloca a cultura como fator importante na variação do tempo e por outras variáveis, inclusive da vida de qualquer homem individualmente. O autor entende as masculinidades como resultantes de inter-relações de poder, isto nas relações homem-mulher, pautadas nas relações de gênero, e nas relações homem-homem, visíveis nas desigualdades de raça, idade e outros aspectos, sendo que por vezes essa relação de poder é invisível aos olhos dos homens mais privilegiados pela ordem de gênero do que pelos menos privilegiados. Resultante desses dois processos, temos dois elementos fundamentais na construção social das masculinidades: o sexismo e a homofobia.

²² Na moda, refere-se ao estilo de se vestir dos homens do início século XIX, caracterizado pelo uso de roupas de alfaiataria em tons sóbrios com calças justas, coletes curtos marcando a cintura com o uso de espartilho, pois era sinal de status. Os espartilhos eram chamados de cinta, cintos ou vestes, já que *corset* parecia muito feminino. O uso do chapéu e da bengala também compunham o estilo dândi.

As mudanças no comportamento masculino têm sido mais evidentes após o século XX e a imagem do homem na mídia também evidencia o que se pôde chamar de o surgimento de um “novo homem”. Os estudos sobre o masculino, pautados na paternidade, na reprodução e na saúde do homem ganham outro elemento digno de análise mais aproximada com o surgimento dos metrossexuais: a relação homem e moda.

Inquietados pela ideia de “crise da masculinidade”, esses estudos tocam questões relativas à vaidade e consumo por parte dos homens, na perspectiva de que um novo homem está surgindo. Imagina-se que no universo da moda a vaidade masculina mais acentuada, porém não é o que diz um dos entrevistados:

James: - *As pessoas acham que eu sou uma pessoa muito vaidosa, vaidosa assim no sentido de cuidado com a aparência, mas eu não sou.*

Logo em seguida, quando complementa a fala, deixa evidente que há sim uma preocupação com cuidados estéticos, a própria expressão ao falar demonstra isso. Ele complementa a fala dizendo e apontando as mãos em minha direção:

James: - *Olha como estão as minhas unhas aqui! De fazer vergonha! Olha o tamanho! Por que eu não lembro de passar no salão... de fazer!*

Em outros momentos também deixa transparecer sua preocupação com a aparência. Quando diz que tem 43 anos (num momento de descontração James me olha e diz que vai ensaiar comigo e que, ao repetir novamente a idade, eu faça uma expressão de admiração e diga que achava que ele aparenta ter bem menos) mas algumas pessoas já o deram 20 anos.

Percebo que, ao mesmo tempo em que nega a vaidade, James em sua narrativa fala de momentos em que esteve no salão de beleza, que não gosta de comprar roupas, mas adora liquidação e é ótimo em garimpar boas peças com preços baixos, que as unhas estão mal cuidadas, que é mais jovem na aparência do que lhe diz a idade. Tudo isso sempre reforçado por frases do tipo “o homem é menos que a mulher”, quando fala de consumismo ou “mulher é que tem isso”, quando falava da necessidade de fotografar as 200 mulheres para seu livro, elas certamente iriam recorrer ao salão para fazer cabelo e maquiagem, coisas que ele, enquanto homem, por exemplo, não faria.

Em matéria transmitida em 2011 por um programa de tv que abordava o assunto, três rapazes modelos em São Paulo, porém nascidos e criados no interior

inclusive de outros estados, foram entrevistados e assumiram que mesmo não achando nada demais se negavam a vestir camisa rosa nas cidades onde de onde saíram, pois lá seriam “mal vistos”, ou correriam o risco de ser chamados de gays. Apenas um disse que usaria um tom mais claro, um rosa choque, por exemplo, jamais. Isso nos remete ao que nos diz Dutra (2007), que os homens que usam peças pouco comuns ainda são vistos como desviantes e gays, e que a eles se devem as modificações no comportamento masculino, já que são estes modelos os que estão em alta no negócio da moda.

Dentro das mais variadas profissões no universo da moda, alguns homens buscam se distanciar de alguns elementos entendidos como femininos, como é o caso dos três rapazes modelos citados acima, porém o inverso também se dá, seja pela necessidade que o trabalho exige ou por puro desprendimento mesmo. Ari Barroso, proprietário da agência de modelos, além de fotógrafo de moda conta que nos cursos em que ministra é preciso subir num salto para ensinar as modelos a andar na passarela. Pergunto se em algum momento isso é problema pra ele enquanto homem e ele me responde dizendo:

***Ari:** - Não, mas não é todo homem que quer subir num salto pra ensinar as meninas a andar na passarela.*

Esse exemplo nos traz questões já antes mencionadas aqui. Ari é um homem de meia idade, nordestino. Sabendo que o elemento geracional tem importância quando tratamos de masculinidades, pois entendemos que as gerações mais novas estão mais abertas as mudanças nos padrões de masculinidades. O ser nordestino nos coloca a reflexão sobre o fato da socialização do homem no nordeste ser de educação virilizante, noutro contexto, provavelmente seria inadmissível um homem pôr salto alto para ensinar meninas a caminharem numa passarela quando se imagina que elas são do ponto de vista da natureza, propensas a saber e desempenhar o caminhar feminino da melhor forma. Numa visão simplista, que permeia o imaginário social, o que temos então é um homem ensinando mulheres a andar como mulheres. Numa visão mais problematizada, o que temos de fato é um homem ensinando mulheres a andar como modelos. Isso toca diretamente no conceito de performatividade de Butler.

Quando pergunto se, por trabalharem num universo que é visto como feminino, alguma vez já sofreram alguma “discriminação”, de pronto James responde que não uma discriminação de gênero, mas dentro da sua formação de administrador e jornalista, o jornalismo de moda é visto como uma área inferior, e só nesse sentido sofreu discriminação, de qualquer outro tipo, nunca.

Ari demora um pouco mais a entender a pergunta, ele sempre se coloca como um observador de fora. Quando se trata de profissionais de moda, ele está sempre remetendo para a profissão de modelo feminino. Reformulo a pergunta e ele me responde dizendo que não, que nunca sofreu nenhum tipo de discriminação, isso acontece mais com quem é estilista ou mesmo modelo.

Quando penso como esses homens desempenham suas profissões relacionada a atributos de masculinidade, percebidos em suas falas, lembro de Connell (Apud CLÍMACO, 2009) e Kimmel (1998) quando estes admitem a existência de masculinidades múltiplas. De tal forma, que vejo neles exemplos de uma masculinidade ora hegemônica, ora de masculinidades mais fluida, de acordo com Connell e Kimmell, presentes em masculinidades ditas subalternas, ou plurais, como prefiro chamar. Uma vez que estes vários modelos de exercício de masculinidade não se sobrepõe um ao outro, fica claro que são ativados de acordo com a situação dada, mas que às vezes parece acionado de forma inconsciente, especialmente no caso de James.

Ambos citaram que o homem na moda num contexto nordestino ainda passa por um julgamento de tipo machista, mas ao mesmo tempo em que eles têm essa consciência, também demarcam os lugares do feminino e do masculino, como que se esquecessem de que são homens e também fazem parte desse universo.

Algumas Considerações

Toda e qualquer pesquisa social requer um esforço intelectual e prático que envolve angústias, aborrecimentos, desencontros, alegrias e muitos outros sentimentos e/ou sensações que fazem parte do processo quando adentramos no universo distante ou familiar (VELHO, 1998) e, durante esta pesquisa não poderia ser diferente.

Tendo isso em vista, minha experiência foi de estar em meio a um ambiente próximo ao meu universo, digo isto em relação ao meu gosto pessoal por moda, que ao mesmo tempo me é distante, do ponto de vista de classe e posição social que os eventos de moda estão inseridos. Descrevo os momentos de observação no campo como encantadoras e incômodas. Digo isso por que, ao mesmo tempo em que era “fácil” e encantador assistir cada desfile (momento esse em que, confessadamente, o gosto pessoal falou mais alto), por outro lado a sensação de não pertencimento àquele universo social era perturbador, não me reconhecer no ambiente e na postura das pessoas ali presentes era de certa maneira desconfortável.

Isso serviu para pensar o trabalho de campo e a tarefa não tão fácil de se colocar nele, ao contrário, essa tarefa é bastante complexa, essas colocações servem, sobretudo, para trazer um espaço onde a relação pesquisadora e pesquisa esteja mais clara enquanto percepções de uma situação que envolve gostos, empatias e afastamentos.

Fazer o primeiro capítulo mais conceitual e profundamente teórico se deve à pretensão de pontuar o desenvolvimento das produções sobre homens e masculinidades, inclusive revisando essa produção no Brasil, na tentativa de apresentá-la numa sequência histórica para que servisse de base aos demais capítulos onde se desenvolveriam questões próprias da pesquisa e que seria relacionado esse arcabouço teórico a essas questões mais pontuais, ou seja, buscar na literatura apresentada canais de interlocução entre questões que apareceram durante a pesquisa.

Pensar a relação entre masculinidade e moda traz à tona questões tão importantes e que ao mesmo tempo compõe as duas esferas - masculinidades e moda - que procuro fazer uma interlocução entre si. Essas questões maiores fazem

pensar, por exemplo, como os homens lidam com as constantes flexibilizações da moda masculina, qual a relação que mantêm com a moda e como são apresentados os modelos de masculinidades nos mercados de moda, como lidam com a masculinidade num espaço socialmente autorizado e associado ao feminino. Dado esse contexto, elegi homens que frequentam ou constroem os nichos de moda na cidade Maceió na tentativa de identificar quem são esses homens e o que entendem sobre o que é ser homem dado o universo da moda como cheio de significados e sua participação na construção de comportamentos e subjetividades.

Ao olhar os espaços do homem na moda identifiquei as diferentes formas de representação do masculino que podem estar impressas nessas atividades, corroborando assim a ideia de masculinidades plurais de acordo com Connell (Apud CLÍMACO, 2009) pensando que as diferentes masculinidades convivem entre si em seus contextos.

Os homens que constroem esses nichos de moda em geral são mais flexíveis quanto ao vestuário, adotando um look mais alternativo e numa cidade onde o ideário de masculinidade é ainda muito circunscrito ao modelo padrão, logo as referências à sexualidade aparecem e que pode ser até reverberado por esses mesmos homens. Porém, esse aspecto é percebido entre o público gay que circula no ambiente, os aparentemente heterossexuais, não fogem ao padrão básico de vestimenta: calça, camisa polo ou de botões em cores neutras e sapatos. Os entrevistados também correspondem a esse modelo básico, um deles, inclusive disse que prefere vestir-se de forma mais casual mesmo.

A ideia de que parece haver um processo de transição em que os homens estão mais propícios a adotar essas novas formas de comportamento que representam as diferentes masculinidades e, principalmente a encarar certos questionamentos que certamente continuarão a ser colocados em relação à sua masculinidade (virilidade) em comparação com o ideal de “macho” é mais evidente quando fazemos um recorte geracional, pois os mais jovens parecem estar mais abertos a variações no vestuário que atenuam diferenciações entre os gêneros. Esta tendência pode ser observada com o aparecimento do metrosssexual, que mesmo rotulado por alguns como um tipo gay, o público masculino continua a adotar suas peculiaridades caracterizados pela busca crescente pelos tratamentos de beleza

estética nos cuidados com o corpo e com o vestuário mais diversificado, que sai do habitual.

A história da moda, mas especificamente da moda masculina traz em si rupturas e continuidades. Se no século anterior à Revolução Industrial os homens se produziam para ostentar seu poder e sua posição social, hoje isso surge como estratégia de conquista do sexo oposto, podendo demonstrar que a relação aparência e sexualidade nem sempre se efetivam, mas antes de tudo são constructos sociais.

As mudanças aparecem não só nas variadas formas de vestir, mas na própria dinâmica de produção de moda. Em Alagoas o setor cresceu visivelmente e no campo da formação, outras oportunidades foram criadas impulsionando a criação de moda no estado. Isso se deve em parte a valorização de elementos da cultura local criando com isso uma identidade alagoana de moda, tornando o estado destino certo de promoção de várias marcas e lojas. Talvez aproximar o estado a esse mundo da moda funcione como elemento que venha a possibilitar a quebra de regras, padrões e estranhamentos possíveis a fim de este se torne um espaço onde os homens também façam parte sem questionamentos ou separações de gênero.

Esse pressuposto parte também das observações realizadas na Trend House - Semana de Moda, realizada entre os dias 10 e 14 de novembro de 2014²³ e que, contudo se mescla à teoria já apresentada. Presente em três dos quatro dias de evento, em 8 dos 14 desfiles, a ideia foi, além de observar o público e os profissionais masculinos, naquele momento identificados, acerca de comportamentos, trajes, posturas para, no nível da aparência, tecer algumas suposições que me servissem de ponto de partida para análise posterior somada à literatura. Sobretudo, a ideia foi de neste ambiente contatar alguns destes profissionais para a realização da entrevista, uma vez que a escolhi a Semana de Moda de Alagoas como lócus de observação.

Neste ano, o evento experimentou um novo formato, prezando pela dinamicidade de vários pequenos eventos dentro do evento principal, seguindo uma tendência nacional de formato cápsula. Sob o tema “O Olhar do novo sobre o sempre”, a Semana de moda de Alagoas priorizou destacar jovens promessas da

²³ O evento aconteceu entre os dias 10 e 14 de novembro, porém os desfiles se concentraram no período de 11 a 13.

gastronomia, artes, política, design e, claro, da moda, como afirmou a produtora do evento na página oficial do evento na internet.

Como estive presente nas outras duas edições anteriores, em termos comparativos, percebi um evento muito menor, que não conseguiu destacar tanto a produção nesses setores. Menos frequentado, poucos profissionais das diversas áreas que tem uma ligação próxima à moda e a localização foram fatores que de certa maneira dificultaram a identificação e percepção nos intentos da pesquisa, refletido também no conteúdo dos desfiles, onde a moda masculina não esteve representada, o que por consequência inviabilizou a presença de modelos homens na passarela.

Durante os dias de evento foi possível verificar a vestimenta como algo marcante dentro e fora dos desfiles. A ousadia é, então, seu principal elemento, porém, claramente demarcadora, a roupa traduz especialmente a sexualidade e, em alguns casos, o arrojo e o moderno como atributos de personalidade. As demarcações eram por mim percebidas da seguinte forma: os que aparentam uma homossexualidade assumida eram mais ousados nas roupas, nos calçados, acessórios e cabelos. As cores eram chamativas e os cortes muito arrojados. O uso de conjuntinhos de camisa e bermuda de mesma estampa também era visto. Quanto às roupas trajadas pelos que aparentam uma orientação heterossexual não fugia muito do padrão camisa básica ou polo, calça jeans e sapato ou tênis. Alguns ousavam um pouco mais com algumas peças mais moderninhas do tipo jaqueta ou alguma camisa estampada, mas ainda assim esses eram minoria.

Não obstante, o espaço de moda é um espaço de autorização do excêntrico, nada causa estranhamento. Coincidentemente, o rapaz que trajava o conjuntinho que mais aludia a um pijama é um colega de curso durante a graduação, nos víamos sempre pelos corredores, e, algumas vezes no centro de Maceió e sempre o encontrei trajando roupas que em nada fugiam ao básico tradicional masculino. A moda, impressa nos mais variados elementos aparece então, como um local de significados e de significações, seja de gênero, de status e por que não territorial. Por isso se mostra um *locus* profícuo para se pensar as masculinidades, revelando subjetividades que são produzidas em contextos outros, mas que, num ambiente de moda enquanto profissão, são acionadas outras subjetividades que buscam dar conta da necessidade colocada pelo trabalho que, como num leque de opções a

conduta mais adequada fosse escolhida e logo depois trocada por outra sempre que necessário for.

Com isto quero dizer que as vivências de masculinidades que pude apreender, vão muito nesse sentido. Os homens que construíram sua subjetividade no processo de socialização primário, me parecem “moldados” para agir de acordo com o que a profissão lhes coloca, exemplificando isso, quando Ari diz colocar um salto para ensinar meninas a desfilarem. Ele toma para si uma conduta dita feminina, e nisso esquece todas as características que caracterizam a ideia do “homem de verdade”, e mais ainda, o cabra macho. Ao sair daquele ambiente, ele retoma uma conduta dita masculina, inscrita nas roupas, no caminhar, no gestual etc.

No mesmo sentido, James também segue esse esquema. Quando apresenta seu programa semanal na tv local, está sempre bem vestido, aparência impecável, mas, segundo ele, ao sair dali, no dia a dia, diz ser totalmente desprendido de vaidade, o que de fato não me convenceu quando se lê nas entrelinhas, o que se nega pode ser o que verdadeiramente se quer dizer. Essa foi minha impressão em relação a James.

Curiosamente os dois entrevistados foram fazendo um caminho rumo à moda bastante desinteressado. Nenhum dos dois pensava em trabalhar nesse nicho e a profissão de formação é que foi ao longo dos anos os levando a esse meio profissional e hoje os dois são referência cada um em sua atividade. Talvez isso seja um agravante na forma de se relacionar e na forma de agir dentro desse campo, quando estes não foram preparados antecipadamente para atuar nesse meio, mas adquiriram expertise ao longo do tempo que os possibilite acionar ora uma masculinidade que se aproxima mais da hegemônica, ora que se aproxima mais de uma masculinidade dentro do que se chama plural.

No plano do discurso, eles demarcam bem as posições de gênero quando dizem: “isto é coisa de mulher”, por exemplo. Porém, nenhum usa a frase “isto é coisa de homem” ou mesmo “isto não é coisa de homem”. Vejo aí uma naturalização do espaço profissional da moda ao universo masculino embora estes homens pareçam ter consciência de elementos sexistas dentro desse universo, mas se colocam como se não fosse um homem dentro da moda, penso que por não

atuarem como “as grandes estrelas” do mundo *fashion* – posto reservado a estilistas e modelos.

Nessa entrada e saída desses modos de exercício das masculinidades, tomo por fundamental a articulação dos conceitos de habitus e performatividade, isso por que penso ser com eles possível entender estruturas e práticas concretas em torno das masculinidades que nos permite compreender comportamentos, pensamentos e vivências que por vezes se inserem num modelo hegemônico e por vezes o desconstrói.

Não coloco como pretensão trazer respostas definitivas acerca das vivências das masculinidades da moda em Maceió, se é que isso é possível, mas apontar reflexões acerca de uma problemática tão rica de elementos que vale a pena esmiuçar, uma vez que o campo de estudos que dialoga masculinidades e moda é bastante amplo e nos traz mais inquietações do que respostas. Ainda que pouco explorado, este é um lócus de pesquisa que instiga várias outras questões, principalmente quando pensamos no homem moderno e nas transformações contemporâneas sobre as identidades sexuais e no que de fato tem afetado no comportamento do homem para com ele mesmo, para com outros homens e dele com as mulheres.

Ao finalizar esta pesquisa, creio que muito ficou a ser dito, tornando a pesquisa mais teórica que o que de fato se pretendia, lacunas essas que podem ser retomadas e trabalhadas a fim de preenchê-las numa possível futura pesquisa de doutorado, por exemplo, ou noutros trabalhos que a carreira acadêmica nos coloca ao longo da jornada de produção intelectual que não se encerra aqui.

REFERÊNCIAS:

BEAUVOIR, Simone. O Segundo Sexo; tradução de Sérgio Milliet. – 2ª ed. – São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.

BENTO, Berenice Alves de Melo. A (Re)Construção da Identidade Masculina. Revista de Ciências Humanas, Florianópolis, Ed. UFSC, n. 26, p. 33-50, out. de 1999.

BERGAMO, Alexandre. O Campo da Moda. Revant – Revista de Antropologia, São Paulo, Edusp, 1998.

BONI, Valdete e **QUARESMA**, Sílvia Jurema. Aprendendo a Entrevistar: Como Fazer Entrevistas em Ciências Sociais. Em Tese – Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC. Vol. 2, nº 1 (3), jan-jul/2005, p. 68-80.

BUTLER, Judith. Problemas de Gênero: Feminismo e Subversão da Identidade; tradução Renato Aguiar. – 2ªed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008. – (Sujeito e História)

BOURDIEU, Pierre. A Dominação Masculina; tradução Maria Helena Kühner. – 6ª ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

CALDAS, Dario (org.). Homens. São Paulo: Editora SENAC, 1997.

CASTELLS, Manuel. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. vol. II. “O poder da Identidade”. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CAVALCANTI, Bruno César. O Bordado Filé: Patrimônio Cultural Imaterial de Alagoas. Dossiê Cooperação Institucional UFAL/SEBRAE-AL. 2012

ANTUNES, Ricardo e **ALVES**, Giovanni. As Mutações no Mundo do Trabalho na Era da Mundialização do Capital. Educ. Soc., Campinas, vol. 25, n. 87, p. 335-351, mai/ago. 2004. Disponível em: cedes.unicamp.br.

HIRATA, Helena e **KERGOAT**, Danièle. Novas Configurações da Divisão Sexual do Trabalho. Cadernos de Pesquisa, v. 37, nº 132, p. 595-609, set/dez. 2007.

HONÓRIO, Maria das Dores. Cabra-Macho, Sim Senhor! Um Estudo sobre a Masculinidade no Nordeste do Brasil. Curitiba, julho de 2011.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: a Moda e seu Destino nas Sociedades Modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MEDRADO DANTAS, Benedito. O Masculino na Mídia. Repertórios sobre Masculinidade na Propaganda Televisiva Brasileira (dissertação de mestrado). São Paulo: s.n., 1997.

MESEDER, Suely Aldir. Ser ou Não Ser: uma Questão para “Pegar” a Masculinidade. Salvador: EDUNEB, 2008.

MUSSKOPF, A.S. Quando Sexo, Gênero e Sexualidade se Encontram. Revista da Unisinos, 2008.

NEVES, José Luis. Pesquisa Qualitativa – Características, Usos e Possibilidades. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, V.1, Nº3, 2ªsem./1996.

ORTIZ, Renato (Org.). Pierre Bourdieu/Sociologia. 9ª ed. São Paulo: Ática, 1994.

PINTO, C. Dossiê Feminismo, História e Poder. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 8, n. 36, p. 15-23, jun. 2010.

SCOTT, Joan. Gênero: uma Categoria Útil de Análise Histórica. In: Educação e Realidade. V. 15, n.2, jul/dez. 1990. Tradução da versão em francês. p. 71 a 99.

SIMMEL, Georg. Filosofia da Moda e Outros Escritos; tradução Artur Morão – 1ª ed. – Lisboa: Edições Texto & Grafia Lda, 2008.

_____. Da Psicologia da Moda: um Estudo Sociológico. Extraído de: **SOUZA**, Jessé e **ÖELZE**, Berthold. Simmel e a Modernidade. Brasília: UnB, 1996.

WAIZBORT, Leopoldo. George Simmel sobre a Moda – Uma Aula. IARA – Revista de Moda, Cultura e Arte. São Paulo - V.1, n.1, Abr./ago. 2008.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA:

ALCÂNTARA, Sonia de. Igualdade de Gênero: uma (Des)Construção Cotidiana.

ARAÚJO, Lucélia Nárjera e **DANTAS**, Pollyana Cardoso. A Máscara de Dissimulação Masculina: Crise do Machismo e Diluição da Fronteira entre os Gêneros.

ARILHA, Margareth; **RIDENTI**, Sandra Unbehaun e **MEDRADO**, Benedito (orgs.). Homens e Masculinidades: Outras Palavras – São Paulo: ECOS; Editora 34, 1998.

CLÍMACO, Danilo de Assis. Tráfico de Mulheres e Negócios de Homens: Leituras Feministas e Anticoloniais sobre os Homens, as Masculinidades e/ou o Masculino. Florianópolis, 2009.

CONNELL, Robert W. e **MESSERSCHMIDT**, James W. Masculinidade Hegemônica: Repensando o Conceito. Estudos Feministas, Florianópolis, 21(1): 424, janeiro-abril/2013.

DUTRA, José Luiz. “Onde Você Comprou Esta Roupa Tem pra Homem?”: a Construção da Masculinidade nos Mercados Alternativos de Moda. In: Nu & Vestido: Dez Antropólogos Revelam a Cultura do Corpo Carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GIDDENS, Anthony. A Constituição da Sociedade; tradução Álvaro Cabral. - 2ªed. – São Paulo: Martins Fontes, 2003. - (Biblioteca universal).

GIFFIN, Karen. A Inserção dos Homens nos Estudos de Gênero: Contribuições de um Sujeito Histórico. Ciência & Saúde Coletiva, 10 (1): 47-57, 2005.

GOLDENBERG, Mirian. Corpo e Dominação Masculina na Cultura Brasileira. Disponível em :<http://www.miriangoldenberg.com.br>.

_____. Masculinidade em Crise: Novos Modelos de “Ser Homem”. Disponível em: <http://www.miriangoldenberg.com.br>.

GUIMARÃES, Alba Zaluar. Desvendando Máscaras Sociais. - 2ªed. – Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora S.A., 1990.

KIMMEL, Michael. A Produção Simultânea de Masculinidades Hegemônicas e Subalternas. Porto Alegre: Horizontes Antropológicos, Ano 4, N.9, 1998.

LAGO, Maria Coelho de Souza e **WOLFF**, Cristina Scheibe. Masculinidades, Diferenças e Hegemonias. Revista Estudos Feministas, Florianópolis, 21 (1): 424, janeiro-abril/2013.

MACHADO, Paula Sandrine. Na “medida” certa: Representações Masculinas e a Construção de Homens Metrossexuais. Porto Alegre, 2005.

MANZINI, Eduardo José. Entrevista Semiestruturada: Análise de Objetivos e Roteiros.

MEDRADO, Benedito e **LYRA**, Jorge. Por uma Matriz Feminista de Gênero para os Estudos sobre Homens e Masculinidades. Estudos Feministas, Florianópolis, 2008.

MONTEIRO, Marko. Corpo, Moda e Masculinidade: Mudança na Masculinidade a Partir dos Anos 60.

NASCIMENTO, Pedro. Não-Provedores: Homens, Mulheres e Desemprego em uma “Invasão” em Camaragibe (PE). In: **NASCIMENTO**, Pedro e **RIOS**, Luís Felipe (orgs.). Gênero, Saúde e Práticas Profissionais. – Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2011.

OLIVEIRA, Talita Souza. Moda: Um Fator Social (dissertação de mestrado). São Paulo, 2013.

PORTINARI, Denise e **COUTINHO**, Fernanda Ribeiro. A Roupas Faz o Homem: a Moda como Questão. In: **ALMEIDA**, Maria Isabel Mendes de Almeida e **EUGENIO**, Fernanda (orgs.). Culturas Jovens: Novos Mapas do Afeto – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

SCHRAIBER, Lilia et ali. Necessidades de Saúde e Masculinidades: Atenção Primária no Cuidado aos Homens. Caderno de Saúde Pública, Rio de Janeiro, 2010.

SEFFNER, Fernando. Derivas da Masculinidade: Representação, Identidade e Diferença no âmbito da Masculinidade Bissexual. Porto Alegre, 2003.

SILVA, Maurício Goulart da. Homens e Homens em Cuecas: Relações de Sexualidade e Gênero na Publicidade do *Underwear* Masculino. Porto Alegre, 2011.

SOUZA, Márcio Ferreira de. As Análises de Gênero e a Formação de um Campo de Estudos sobre A(s) Masculinidade(s). Dossiê Contribuições do Pensamento Feminista para as Ciências Sociais, 2009.

VIEIRA-SENA, Taísa e **CASTILHO**, Kathia. Moda e Masculinidade: Breves Apontamentos sobre o Homem dos Séculos XX e XXI. Modapalavra E-Periódico, Ano 4, n.7, 2011.

VILLOTA, Jesus Izquierdo. A Pesquisa como Forma de Representação do Social. Campina Grande. Mimeo. 2011.

SITES CONSULTADOS:

<http://www.fashionismomascuilino.wordpress.com/2014/09/25/noticias-moda-masculina>

<http://www.jornaldealagoas.com.br/pop-e-arte/1038/2014/09/01/maceio-entra-na-rota-da-moda-brasileira>

<http://www.jornaldealagoas.com.br/pop-e-arte/1339/2014/09/14/maceio-recebe-campanha-de-moda-nacional>

<http://alagoasboreal.com.br/noticia/1007/estilo-e-comportamento/-ffwmaq-fashion-tour-e-exposicao-de-moda-no-shopping-parque-em-maceio-em-12-dias-do-mes-de-setembro>

<http://cadaminuto.com.br/noticia/254697/2014/08/21/evento-de-moda-com-paulo-borges-inicia-tour-nacional-no-parque-shopping-com-herchcovitch-e-martha-medeiros>

<http://ego.globo.com/moda/noticia/2014/09/de-ny-paris-descubra-diferencas-entre-semanas-de-moda-internacionais.html>