1

Introdução

A pesquisa acadêmica de mestrado “‘Que homem é esse?!’ O discurso da moda na construção do novo homem”, apresentada ao programa de Pós-Graduação em Design da PUC-Rio, dentro da linha de pesquisa Comunicação, Cultura e Arte e sob a orientação da Professora Doutora Denise Portinari, tem como objetivo discutir o modo pelo qual se constrói o discurso da Moda no Brasil, através da fala daqueles que o produzem, e como ele participa da produção do que se chama “novo homem”.

Para tal, buscou-se a fala de pessoas que se propõem a criar e a promover a roupa masculina no país e que integram e participam de um “sistema” que prescreve as suas normas. São estilistas, jornalistas, editores de moda, blogueiros, etc.

Essas falas foram obtidas através de questionários, realizados concomitantemente à construção dos capítulos, a partir da visão de “novo homem” proposta por cinco participantes, todos eles integrantes das instâncias comunicadoras desse discurso (“novo homem”). As perguntas feitas giram em torno do sujeito “novo homem” e de demais questões acerca do ideal de masculinidade que se tem, hoje, no cenário da imagem e do vestuário masculinos brasileiros.

A análise do discurso realizada em cima das respostas deu origem a informações que podem ser encontradas ao longo dos capítulos que virão a seguir, com essas respostas sendo disponibilizadas, na íntegra, nos anexos ao final da dissertação.

O primeiro capítulo, “O novo homem”, traz uma breve contextualização histórica, a partir do século XIX, da roupa masculina, onde é abordada “A Grande Renúncia Masculina”, proposta pelo alemão J. C. Flügel, e as possíveis

consequências que a mesma teria trazido ao modo como os homens passaram a construir a sua imagem, até o final do século XX, quando se começa a intensificar a produção de discursos que promovem a ideia de uma crise da masculinidade no homem ocidental contemporâneo.

Para fundamentação da investigação sobre a Moda masculina no século XIX, período apontado como aquele onde teria ocorrido, talvez, a maior modificação da roupa masculina, utilizou-se os autores SOUZA (1987), HOLLANDER (1996), HARVEY (2003) e FLÜGEL (1966), o criador da teoria da “Grande Renúncia Masculina”.

Através de suas obras, tornou-se possível analisar como o homem se relacionou com as formas do vestuário no supracitado século, bem como as linhas e os acessórios que passaram a figurar na construção da sua aparência.

Do autor LIPOVETSKY (1989), “O império do efêmero” permitiu estabelecer a conexão entre os séculos XIX e XX, através da expressão “a moda dos cem anos” que, segundo o autor, chegou ao fim na década de 60, com o início da democratização da Moda.

LIPOVETSKY também apontou, nos anos 60, o ressurgimento de valores narcisistas no homem, que acabou por chamar de “neonarcisismo masculino”.

Complementando LIPOVETSKY, utilizou-se o modo como LASCH (1983) pensou a cultura narcisista dos EUA na década de 60, o que permitiu observar alguns fatores que podem ter influenciado o modo de vida da sociedade americana que, por sua vez, refletiu no comportamento de outras nações.

O capítulo dois, em alinhamento com o primeiro, propõe-se a tratar do discurso do “novo homem” surgido, em especial, a partir do metrossexual – termo usado pela primeira vez em 1994 – e amplamente difundido no começo do século XXI, tendo como base a noção “barthesiana” de mito.

BARTHES (1985) me possibilitou analisar o ideal dos homens patriarcal e contemporâneo, ambos como duas das inúmeras possibilidades existentes no que diz respeito ao mito da masculinidade.

Autores mais contemporâneos, como QUEIROZ (2008) e COSTA (2007), foram utilizados como referência para a caracterização do homem nos dias de hoje, frente aos perfis de masculinidade que surgem para caracterizá-lo.

FORTY (2007) levantou a questão do desejo pelo progresso, que marca o discurso do “novo homem”, onde se convida o mesmo a se livrar dos valores tradicionais conservadores – aqui, tomando-se DAMATTA (2010) e DUTRA (2007) como referência –, em função de se atualizar (progredir) com aquilo que há de novo no mercado. A imagem do próprio metrosssexual, difundida por SIMPSON (2002), encerra essa ideia.

A proposta do capítulo “‘Manual’ de como produzir um “corpo dócil” é estabelecer uma reflexão de como a Moda se relaciona com o poder na transmissão de ideias (em forma de produtos e conceitos) e como essa relação está associada à criação de corpos (dóceis) submetidos a esses ideais, onde um discurso, quer seja ele falado ou não (como exemplificação, os “manuais de etiqueta e civilidade”, discutidos por Maria do Carmo Teixeira Rainho), é utilizado para promover essas noções, como os perfis de masculinidade, apresentados no capítulo anterior.

Esse terceiro capítulo teve como fundamentação teórica a supracitada RAINHO (2002), em sua análise da constituição da Moda na cidade do Rio de Janeiro, no século XIX, pela Família Real portuguesa, que, ao chegar à cidade, estabeleceu aqui sua política de “europeização” dos bons modos e costumes da sociedade carioca, através dos já citados manuais de conduta. Como complementação de sua pesquisa, RAINHO traz ideias de SIMMEL, com relação à sua associação entre cidade e Moda, e ELIAS, quando tratou dos costumes e etiquetas que deveriam estar em acordo com o que propunha os manuais de civilidade.

Mas, é nas obras de FOUCAULT (1988, 2005 e 2012) que o capítulo vai encontrar o seu ponto mais estrutural. Mais precisamente, nas noções “foucaultianas” de discurso, poder e “corpos dóceis”. Além de suas obras, foram utilizados artigos acadêmicos, como os de VANDRESEN (2010), FERREIRINHA & RAITZ (2010) e FILHO (2010), que pensam as obras de Foucault.

Em “Teoria *Queer* e *Men’s Health* (estudo de caso)”, foi feita uma análise na edição nacional da revista *Men’s Health* no ano de 2012, entre os meses de janeiro a dezembro, à luz da teoria *queer*. Nesse caso, a revista é apresentada como uma ilustração de “manual de etiqueta e civilidade” masculino dos dias de hoje.

FOUCAULT (1988) figura, mais uma vez, como referencial teórico para a discussão do capítulo, dessa vez com sua obra “A história da sexualidade, vol. 1”, que serviu de referência para a construção dos estudos de gênero contemporâneo, ao lado das ideias do movimento feminista. Utilizou-se, também, a releitura de CAMARGO & FILHO (2008) e a de TAVARES & FILHO (2009) para auxiliar a compreensão das propostas de Foucault sobre gênero e sexualidade.

Por fim, recorreu-se novamente à QUEIROZ (2008) para se pensar a maneira como o homem é evidenciado nas publicações destinadas à Moda e à aparência, estabelecendo-se aí, finalmente, uma relação com a *Men’s Health* que, embora não seja exclusivamente *fashion*, está ligada à aparência e à imagem masculinas.