SER UM HOMEM FEMININO NÃO FERRE O LADO MASCULINO

RICARDO ANDRÉ SANTANA BESSA¹

O homem, como ser racional, é o único que se cobre com roupas, seja por proteção, seja por vaidade. Passando por inúmeras transformações, a moda masculina no último século sofreu poucas mudanças comparado com a feminina. A vaidade masculina é de longa data e não um fato recém descoberto pelos metrossexuais. *“Em Roma, sob o Império, os homens tingiam e mandavam frisar os cabelos, perfumavam-se...”* (Lipovetsky, 2002).

O crescimento da burguesia na Europa durante a idade média fez surgir uma classe sedenta de novidades, impulsionada pelo desejo de reconhecimento social e ao mesmo tempo, procurando imitar a nobreza. Para eliminar as diferenças, buscaram a inovação e a originalidade. Desse movimento de imitação e posteriormente, de distinção, surgiu a moda, que somente no século XIX adquiriu um sistema de produção e comunicação mais ágil.

Quando um século termina, muitas mudanças ocorrem. Há uma expectativa de novidades. O homem busca sempre novos hábitos, especialmente quando tantas revoluções sociais estão acontecendo. Lipovetsky comenta que a moda favoreceu o olhar crítico, estimulou as observações do indivíduo sobre a aparência de si e dos outros. As variações contínuas da moda e o código de elegância fazem com que este indivíduo faça um estudo de si, se adapte às novidades e se preocupe com o próprio traje. Em 1994, o jornalista americano Mark Simpson usou o termo “Metrossexual” em um artigo e logo o termo tornou-se sinônimo de mudança de comportamento do homem. O Metrossexual, junção de metropolitano e heterossexual é um homem que cuida de si e gasta parte de seu tempo em

¹ Bacharel em Estilismo e Moda pela Universidade Federal do Ceará e professor de História da Indumentária da Faculdade Católica do Ceará.

cuidados pessoais, como cabelos, unhas, pele, e que se preocupa muito com sua forma de vestir e imagem pessoal, mantendo um visual impecável. O termo é erroneamente confundido com os homossexuais, conhecidos por sua vaidade, pois é um retrato do homem atual, antenado em mudanças e que busca manter uma identidade própria dentro de tantos conceitos e preconceitos na sociedade, principalmente na visão feminina, que em sua maioria, não aceita mudanças radicais no ser masculino, que no último século foi podado pela cultura machista, alimentada por algumas mulheres. O homem do século XXI vai às compras, não deixando isso mais nas mãos de suas esposas, mães ou companheiras. Gasta quantia consideráveis em grifes, cosméticos e acessórios, criando uma nova visão consumista.

O século XX não foi fácil para o homem. Além de crises econômicas, ele passa a disputar o mercado de trabalho com as mulheres, um direito conquistado por elas, entre tantos. A voracidade com que as classes femininas entram em diversos setores, quebrando tabus e passando a disputar com os homens de igual para igual, é fruto de uma longa batalha por direitos iguais. Eles não sofrem tantas mudanças de costumes, enquanto que as mulheres passam por muitas revoluções, marcando estilos e influenciando hábitos e modas, mudando as relações entre homens e mulheres, transformando até mesmo a roupa masculina, ou em muitos casos, roubando do guarda-roupa masculino, estilos e modos. A calça masculina, por exemplo, passou por muitas transformações, sendo adotada por mulheres, que não mais sofrem o preconceito que Amélia Bloomer passou na metade do século XIX.

“A última mudança significativa na roupa do homem ocorreu na chamada Belle Époque, no começo do século XX” (Barros, 1998). Os homens vestiam-se até então sobre influência de alfaiates ingleses. Mas assim como muitas mudanças aconteciam nessa época, a indumentária masculina começa a mudar, trocando-se as casacas, até então tradicionais, por ternos (calças, paletós e coletes) práticos e leves.

“Como se viu, o vestuário marcou sua presença no desenvolvimento da sociedade moderna, desde a revolução industrial, passando pela industrialização, produtividade, sociedade de consumo, participando

Colóquio nacional de moda

4 A 07 DE OUTUBRO DE 2006 . UNIFACS . CAMPUS 08 . SALVADOR . BAH

hoje com extrema vitalidade do neoliberalismo de mercado globalizado”(De Carli, 2002).

Voltando no tempo, vamos achar muitas figuras percussoras de modismos, como Luís XIV. O absolutista, ambicioso, intolerante e déspota Luís XIV, que reinou durante 54 anos, período da hegemonia da França na Europa., chamado de Rei Sol, segundo Laver, procurou tornar a França o árbitro da Europa não só politicamente como também em questões de gosto, incentivando a moda francesa. e sua indústria crescente. Baixinho, para compensar sua pouca estatura, foi o primeiro homem a usar sapatos de salto alto, adornados com vistosos laços, incrustados de pedras preciosas e solas vermelhas. Sua influência na moda, além dos sapatos, passa pelas plumas, enormes perucas (peça essencial no vestuário de homens de classe alta), túnicas, golas rendadas e gravatas, entre outras.

É na era vitoriana que começam as grandes mudanças. Enquanto as mulheres ostentam cada vez mais, os homens buscam um visual marcado pela discrição *“O homem passou a ficar mais sóbrio e sério em relação às suas roupas, a mulher cada vez mais enfeitada, mostrando o poder financeiro da figura masculina da qual ela era dependente”(Braga, 2005)* Combatendo o exagero das rendas e costumes na indumentária masculina, surgem os dândis, capitaneados na figura de Beau Brummel, cuja imagem era tudo, preocupado em demasia com sua apresentação pessoal, gerando um grande movimento de seguidores. *“O belo Brummel, homem requintado e elegante, conhecido como rei da Moda, pregou sobriedade, clareza de corte e bom gosto de 1800 a 1812”* (Nery, 2003). A partir dele, os alfaiates ingleses tiveram seu trabalho mais difundido pela Europa e América do Norte.

Ícones que assinalaram sua passagem pela historia dado aos hábitos e vaidades foram os também dândis Oscar Wilde. e George Gordon, mais conhecido como Lord Byron. Wilde, de forte personalidade e presença, escandalizou a sociedade londrina no fim do século XIX.com seu estilo moderno e urbano, angariando muitos seguidores, mas perdendo-se em si mesmo com suas derrocadas pessoais. *“O dândi é reconhecido pelo corte da*

roupa, pelos calções apertados e pelo apuro dos arranjos no pescoço” (Embracher, 1999).

No século XX, a partir dos anos 60, o homem volta a moda, passando a ter ciclos de mudanças mais habituais, novos contornos com o sportwear, reduzindo as diferenças entre homens e mulheres. Mesmo assim a visão sobre moda ainda recai mais sobre a feminina, que ainda é a mais comentada. Mas impossível não falar sobre o francês Jean-Paul Gaultier, que nos anos 80 lança uma moda masculina de vanguarda, pregando inclusive a volta da moda de saias para homens. *“Gaultier, observador de seu tempo, remodela movimentos, gestos e atitudes”* (Ricard, 2002). Gaultier procura derrubar tabus, trabalhando com o visual andrógino. Na Inglaterra, Viviane Westwood assume uma posição radical, lançando uma moda marginal e cosmopolita.

Mesmo com tantas mudanças, a moda ainda não atingiu uma uniformidade. O homem voltou a ter direito de ter cabelos compridos, roupas coloridas e estampadas, sapatos altos, e acima de tudo, de ser ousado. Mas uma ousadia que sempre pode ser mal vista pela sociedade, revelando limites. As mulheres podem ter acesso à moda masculina, mas a recíproca não é tão verdadeira. *“O fato maior está aí, os homens não podem em nenhum caso usar vestidos e saias, assim como não podem maquiar-se”* (Lipovetsky, 2002). Passou a reinar uma certa paz na guerra de gostos entre homens e mulheres. Há menos conflitos. O homem aceita melhor a mulher. *“Sente-se uma mudança no comportamento do homem, que, mesmo carregando ainda consigo o machismo das gerações passadas, já ser permite ser vaidoso”* (Embracher, 1999)

Ser um homem feminino não fere o lado masculino. Que o diga David Beckham, uma das maiores expressões entre os metrossexuais. Rico, Bonito, casado com uma garota apimentada, a *spice-girl* Victoria, uma campeã em exposição, Beckham é um homem vaidoso, garoto propaganda de grifes famosas e acaba de lançar um perfume. É um dos que mais se autopromovem na mídia. Muda sempre o corte de cabelo, faz as sobrancelhas e as unhas, expõe sua vida em público e é conhecido pela sua masculinidade. É o protótipo

do homem do século XX, que busca seu espaço, sem incomodar-se com o pensamento machista ainda vigente. E ganha muito dinheiro com isso.

A moda caminha para um estilo unissex. Temos várias realidades em curso. Cada um buscando uma identidade própria. Cada um procurando seu lugar. O homem dos nossos dias é andrógono, fruto da fusão masculina e feminina. É *fashion*.

REFERÊNCIAS

BARROS, Fernando de. **O Homem Casual, a roupa do novo século**. São Paulo, Mandarim, 1998.

BOUCHER, François. **Histoire du costume en Occident de l'Antiquité à nos jours**. Paris, Flammarion, 1983.

BRAGA, João. **História da Moda, uma narrativa**. São Paulo, Anhembi Morumbi, 2005.

De CARLI, Ana Mery Sehbe. **O Sensacional da Moda**. Caxias do Sul, EDUCS, 2002.

EMBACHER, Airton. **Moda e Identidade: a construção de um estilo próprio**. São Paulo, Anhembi Morumbi, 1999.

LAVIER, James. **A roupa e a Moda**. São Paulo, Companhia das Letras, 1996.

NERY, Marie Louise. **A Evolução da Indumentária, subsídios para criação de figurino**. Rio de Janeiro, SENAC Nacional, 2003.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero**. São Paulo, Companhia das Letras, 2002.

VINCENT-RICARD, Françoise. **As Espirais da Moda**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2002.