

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA

DANILO SATORU BISPO MATSUI
ISAQUE SOUZA CARVALHO

**HOMEM PLURAL: questões de gênero e as novas perspectivas
para o vestir do homem contemporâneo**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

APUCARANA

2015

DANILO SATORU BISPO MATSUI

ISAQUE SOUZA CARVALHO

**HOMEM PLURAL: questões de gênero e as novas perspectivas
para o vestir do homem contemporâneo**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação, apresentado à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II, do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR, Câmpus Apucarana, como requisito parcial na aprovação da disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II.

Orientador: Profa. Me. Lívia Laura Matté

APUCARANA

2015



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Câmpus Apucarana
CODEM – Coordenação do Curso Superior de
Tecnologia em Design de Moda



TERMO DE APROVAÇÃO

Título do Trabalho de Conclusão de Curso Nº 175

Homem Plural: questões de gênero e as novas perspectivas para o vestir do homem contemporâneo

por

DANILO SATORU BISPO MATSUI
ISAQUE SOUZA CARVALHO

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi apresentado aos vinte e cinco dias do mês de novembro do ano de dois mil e quinze, às vinte e uma horas, como requisito parcial para a obtenção do título de Tecnólogo em Design de Moda, linha de pesquisa Processo de Desenvolvimento de Produto, do Curso Superior em Tecnologia em Design de Moda da UTFPR – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Os candidatos foram arguidos pela banca examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a banca examinadora considerou o trabalho aprovado.

PROFESSOR(A) LÍVIA LAURA MATTÉ – ORIENTADOR(A)

PROFESSOR(A) DÉBORA MIZUBUTI BRITO – EXAMINADOR(A)

PROFESSOR(A) PATRÍCIA BEDIN ALVES PEREIRA – EXAMINADOR(A)

“A Folha de Aprovação assinada encontra-se na Coordenação do Curso”.

AGRADECIMENTOS

Somos gratos pela vida e por toda força superior que nos concede a graça de viver coisas maravilhosas acompanhadas de amigos, muitas vezes mais chegados do que irmãos.

Cada pedacinho desse trabalho contém a ajuda e a motivação de muitos envolvidos, que dedicaram seu tempo, seja para nos oferecer um favor ou até mesmo para oferecer o ombro para que pudéssemos desabafar e contar nossas desventuras de jornada. Esse projeto não foi, de maneira alguma, feito apenas por nós. Sempre existem anjos em nossas vidas que nos presenteiam com o carinho mais sublime.

Às nossas famílias a nossa eterna dívida e gratidão! Obrigado por nos auxiliarem em todo o período de duração do curso que, mesmo parecendo uma loucura pra vocês, ainda nos ofereceram a mais firme base para que persistíssemos e chegássemos até aqui. Vocês são o melhor dessa vida!

À nossa orientadora Lívia, por confiar em nosso trabalho e nos guiar da melhor forma para que ele amadurecesse e chegasse a esse resultado. Seu carinho nos conforta e seu olhar doce já nos acalmou inúmeras vezes. Que todos continuem te enxergando como um exemplo a ser seguido e que você conquiste o mundo com seus sonhos.

Somos gratos a todos os colegas e amigos de curso, que compartilharam do quão árdua é a jornada para ser um Designer de Moda. À HARPIA, que juntos alçamos voo e nos tornamos uma família, compartilhando os momentos bons e ruins.

Gratidão por todos os entrevistados que nos deram o caminho para que o trabalho fluísse e nos mostraram um pouco de sua pluralidade. Isso tudo é para vocês!

Que Deus nos ilumine e que nossos sonhos continuem nos motivando na busca pela felicidade.

RESUMO

CARVALHO, Isaque Souza; MATSUI, Danilo Satoru Bispo. **Homem plural: questões de gênero e as novas perspectivas para o vestir do homem contemporâneo**. 2015. 142 f. Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnologia em Design de Moda – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015.

As questões de gênero e identidade vêm ganhando cada vez mais espaço na sociedade e estudos sobre elas tem crescido consideravelmente. Em relação a questões de gênero e identidade, a moda assume um papel importante, pois é uma forma de expressão e comunicação. No decorrer da história o vestuário foi um fator de diferenciação entre o masculino e o feminino, e com o passar do tempo essa diferenciação tornou-se mais nítida, tendo como consequência o surgimento de um novo padrão de masculinidade, que é seguido até hoje. O presente trabalho aborda o homem plural, que não segue essa masculinidade padrão, pois é ciente da existência de diferentes formas de masculinidade e assim, não vê o masculino e feminino como opostos, mas sim como complementares. Esse pensamento é refletido na sua forma de vestir, onde ele busca incorporar elementos femininos ao seu estilo. Após observar esse público, por meio de pesquisa netnográfica, buscou-se desenvolver uma coleção que compreenda a sua forma de pensar e ofereça peças do vestuário masculino, que atendam seu estilo.

Palavras- chave: Gênero. Moda. Masculinidade. Pluralidade.

ABSTRACT

CARVALHO, Isaque Souza; MATSUI, Danilo Satoru Bispo. **Plural man: gender issues and the new perspectives in the contemporary men's clothing**. 2015. 142 f. Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnologia em Design de Moda – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Apucarana, 2015.

The gender and identity issues have been gaining ground in society and the studies about these issues are increasing substantially. Regarding gender and identity issues, fashion took over and important role as a way of expression and communication. Throughout history clothing was a factor of distinction between men and women and as time went on, this distinction became clearer and as a result a new masculinity standard has emerged and been followed up to the present. This study discusses the plural man that don't follow this masculinity standard because they are aware of the different kinds of masculinities and don't see femininity and masculinity as opposites but as complementary. This thought reflects in the way they dress, where they embody feminine elements to their style. After study this group trough a netnography research, the purpose is to develop a fashion collection that understands the way this group thinks and offer men's clothing according to their style.

Keywords: Gender. Fashion. Masculinity. Plurality.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: O Auriga de Delfos, C. 475 A.C.	18
Figura 2: Duque de Borgonha, de R. Bonnat, c. 1695.	18
Figura 3: Rei-sacerdote de Cnossos, Creta, 1550-1450 a.C.....	19
Figura 4: Caricatura de Brummell, por R. Dighton, 1805.....	20
Figura 5: Francisco I da França, por François Clouet, século XVI	21
Figura 6: David Bowie, por Masayoshi Sukita, 1973.	22
Figura 7: Logo da Empresa	31
Figura 8: Cartão de visita, tag e embalagem da marca FREEK.....	34
Figura 9: Imagem do Público-Alvo.	35
Figura 10: Desfiles da Semana de Moda de Nova Iorque, por Imaxtree.....	36
Figura 11: Gender-Bender nas passarelas, por Agência Fotosite.....	37
Figura 12: Vetor de o Homem Vitruviano, de Leonardo da Vinci.....	39
Figura 13: O cubo de Metraton.....	39
Figura 14: Estrela tetraédrica da Merkaba.	40
Figura 15: Representação de silhuetas.....	41
Figura 16: Mix da Coleção Outono-Inverno 2016.....	42
Figura 17: Painel Semântico.	43
Figura 18: Cartela de Cores.	44
Figura 19: Cartela de Materiais	45
Figura 20: Geração de alternativas 1 e 2.	46
Figura 21: Geração de alternativas 3 e 4.	46
Figura 22: Geração de alternativas 5 e 6.	47
Figura 23: Geração de alternativas 7 e 8.	47
Figura 24: Geração de alternativas 9 e 10.	48
Figura 25: Geração de alternativas 11 e 12.	48
Figura 26: Geração de alternativas 13 e 14.	49
Figura 27: Geração de alternativas 15 e 16.	49
Figura 28: Geração de alternativas 17 e 18.	50
Figura 29: Geração de alternativas 19 e 20.	50
Figura 30: Geração de alternativas 21 e 22.	51
Figura 31: Geração de alternativas 23 e 24.	51
Figura 32: Geração de alternativas 25 e 26.	52
Figura 33: Gerações de alternativas 26 e 27.....	52
Figura 34: Look selecionado 1.	53
Figura 35: Look selecionado 2.	54
Figura 36: Look selecionado 3.	55
Figura 37: Look selecionado 4.	56
Figura 38: Look selecionado 5.	57
Figura 39: Look selecionado 6.	58

Figura 40: Look seleccionado 7.	59
Figura 41: Look seleccionado 8.	60
Figura 42: Look seleccionado 9.	61
Figura 43: Look seleccionado 10.	62
Figura 44: Look seleccionado 11.	63
Figura 45: Look seleccionado 12.	64
Figura 46: Ficha técnica 1, do Look 1, página1.....	65
Figura 47: Ficha técnica 1, do Look 1, página 2.....	66
Figura 48: Ficha técnica 1, do Look 1, página 3.....	67
Figura 49: Ficha técnica 2, do Look 1, página1.....	68
Figura 50: Ficha técnica 2, do Look 1, página 2.....	69
Figura 51: Ficha técnica 2, do Look 1, página 3.....	70
Figura 52: Ficha técnica 3, do Look 2, página 1.....	71
Figura 53: Ficha técnica 3, do Look 2, página 2.....	72
Figura 54: Ficha técnica 3, do Look 2, página 3.....	73
Figura 55: Ficha técnica 4, do Look 2, página 1.....	74
Figura 56: Ficha técnica 4, do Look 2, página 2.....	75
Figura 57: Ficha técnica 4, do Look 2, página 3.....	76
Figura 58: Ficha técnica 5, do Look 3, página 1.....	77
Figura 59: Ficha técnica 5, do Look 3, página 2.....	78
Figura 60: Ficha técnica 5, do Look 3, página 3.....	79
Figura 61: Ficha técnica 6, do Look 4, página 1.....	80
Figura 62: Ficha técnica 6, do Look 4, página 2.....	81
Figura 63: Ficha técnica 6, do Look 4, página 3.....	82
Figura 64: Ficha técnica 7, do Look 4, página 1.....	83
Figura 65: Ficha técnica 7, do Look 4, página 2.....	84
Figura 66: Ficha técnica 7, do Look 4, página 3.....	85
Figura 67: Ficha técnica 8, do Look 5, página 1.....	86
Figura 68: Ficha técnica 8, do Look 5, página 2.....	87
Figura 69: Ficha técnica 8, do Look 5, página 3.....	88
Figura 70: Ficha técnica 9, do Look 5, página 1.....	89
Figura 71: Ficha técnica 9, do Look 5, página 2.....	90
Figura 72: Ficha técnica 5, do Look 2, página 3.....	91
Figura 73: Ficha técnica 10, do Look 5, página 1.....	92
Figura 74: Ficha técnica 10, do Look 5, página 2.....	93
Figura 75: Ficha técnica 10, do Look 5, página 3.....	94
Figura 76: Ficha técnica 11, do Look 6, página 1.....	95
Figura 77: Ficha técnica 11, do Look 6, página 2.....	96
Figura 78: Ficha técnica 11, do Look 6, página 3.....	97
Figura 79: Ficha técnica 12, do Look 6, página 1.....	98
Figura 80: Ficha técnica 12, do Look 6, página 2.....	99

Figura 81: Ficha técnica 12, do Look 6, página 3.....	100
Figura 82: Ficha técnica 13, do Look 6, página 1.....	101
Figura 83: Ficha técnica 13, do Look 6, página 2.....	102
Figura 84: Ficha técnica 13, do Look 6, página 3.....	103
Figura 85: Prancha A4 do Look 1, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.	104
Figura 86: Prancha A4 do Look 2, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.	104
Figura 87: Prancha A4 do Look 3, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.	105
Figura 88: Prancha A4 do Look 4, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.	105
Figura 89: Prancha A4 do Look 5, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.	106
Figura 90: Prancha A4 do Look 6, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.	106
Figura 91: Geração de alternativa 1 confeccionada.	107
Figura 92: Geração de alternativa 25 confeccionada.	107
Figura 93: Geração de alternativa 24 confeccionada.	108
Figura 94: Geração de alternativa 27 confeccionada.	108
Figura 95: Geração de alternativa 8 confeccionada.	109
Figura 96: Geração de alternativa 28 confeccionada.	109
Figura 97: Página inicial do site da marca.....	110
Figura 98: Conceito da marca.	111
Figura 99: Conceito e fotos da coleção.	111
Figura 100: Visualizador de imagens.	112
Figura 101: Loja online.....	112
Figura 102: Detalhes do produto e procedimentos de compra.....	113
Figura 103: Blog da marca.	113
Figura 104: Espaço para comentários no blog.	114
Figura 105: Relacionamento com o cliente.	114
Figura 106: Capa e contra-capas do catálogo.	115
Figura 107: Verso da capa e página 1.	115
Figura 108: Página 2 e 3.	116
Figura 109: Página 4 e 5.	116
Figura 110: Página 6 e 7.	116
Figura 111: Página 8 e 9.	117
Figura 112: Página 10 e 11.	117
Figura 113: Página 12 e 13.	117
Figura 114: Página 14 e 15.	118
Figura 115: Página 16 e verso da contra-capas.....	118
Figura 116: Sequência de entrada de modelos.....	119

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	12
1.2 OBJETIVOS.....	12
1.3 JUSTIFICATIVA.....	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	14
2.1 PAPEL SOCIAL DE GÊNERO.....	14
2.2 MODA, GÊNERO E SEUS INDÍCIOS HISTÓRICOS.....	16
2.3 O HOMEM PLURAL.....	22
3 METODOLOGIA.....	26
3.1 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS.....	27
4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO	31
4.1 NOME DA EMPRESA.....	31
4.2 PORTE.....	31
4.3 MARCA.....	31
4.4 CONCEITO DA MARCA.....	32
4.5 SEGMENTO	32
4.6 DISTRIBUIÇÃO	32
4.6.1 Sistemas de Venda	33
4.7 CONCORRENTES.....	33
4.8 MARKETING.....	33
4.8.1 Pontos de Venda.....	33
4.8.2 Preços Praticados	34
4.8.3 Promoção	34
4.9 PLANEJAMENTO VISUAL E EMBALAGEM	34
4.10 PÚBLICO-ALVO	35
4.11 PESQUISA DE TENDÊNCIAS.....	36
4.11.1 Macrotendência.....	36
4.11.2 Microtendências	36
5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	38
5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL.....	38
5.2 COLEÇÃO	38
5.2.1 Referência	39
5.2.2 Cores.....	40
5.2.3 Materiais.....	40
5.2.4 Formas e Estruturas.....	41
5.2.5 Mix de Coleção.....	41
5.3 PAINEL SEMÂNTICO	43
5.4 CARTELA DE CORES.....	44

5.5 CARTELA DE MATERIAIS	45
5.6 GERAÇÕES DE ALTERNATIVAS	46
5.7 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS	53
5.8 FICHAS TÉCNICAS.....	65
5.9 PRANCHAS DOS LOOKS	104
5.10 LOOKS CONFECCIONADOS	107
5.11 DOSSIÊ ELETRÔNICO	110
5.12 CATÁLOGO IMPRESSO	115
5.13 DESFILE	118
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	120
REFERÊNCIAS.....	121

1 INTRODUÇÃO

As definições de masculino e feminino passam por um processo de mudança e contestação na atualidade. As designações tradicionais vêm sendo repensadas, ampliando as possibilidades de caracterização de gêneros. Atualmente novos gêneros estão sendo reconhecidos e a masculinidade e feminilidade se tornaram plurais. (LOURO,1997). Na moda esse fenômeno é crescente e o padrão imposto em se tratando de questões de gênero vem sendo questionado com mais frequência.

Pensar em vestuário masculino leva, comumente, à composição clássica, que traz o homem em roupas sóbrias e discretas. Tal estereótipo resulta das mudanças trazidas pela filosofia das luzes, bem como pelo papel do homem laboral-industrial, do século XIX. (BARNARD, 2003; ECO et al., 1975). A sobriedade e a discrição passaram a ser o uniforme do homem e o cinza um marcador de sua identidade masculina. O vestir do homem filho da sociedade industrial, negava a “superficialidade” da moda; crendo ser esta, objeto de ocupação feminina, focando-se estritamente à seriedade e à eficiência no trabalho e nos negócios. Essa carga cultural vem sendo carregada até a atualidade e a moda também é influenciada por esse fator. Com o aumento das discussões a respeito de gênero isso vem mudando, pois não existe mais um tipo de masculinidade; mas sim diversas masculinidades e formas de expressá-las.

A abordagem da história da moda é fundamental para a compreensão do fenômeno citado acima e também para que se possa demonstrar que o vestuário masculino de séculos anteriores era ricamente detalhado e exuberante, tal qual, ou até mais do que o vestuário feminino. Haviam diferenças, entretanto, o bloqueio existente no âmbito masculino/feminino era mínimo se comparado aos dias de hoje, talvez pelo fato dessas categorizações/distinções ainda não serem tão fortes.

O homem do século XXI traz consigo um pensamento diferente e mais aberto às mudanças, pelo fato de compreender melhor as vertentes do ser “masculino”; portanto esse projeto buscará suprir as necessidades e vontades dos homens que não se limitam aos padrões estabelecido no que diz respeito à moda de gêneros, mas fazem uso de peças características do vestuário masculino e do

vestuário feminino sem se restringirem à masculinidade padrão, mas sim expressando a sua própria masculinidade em seu modo de vestir.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

A problemática do projeto surge, em um primeiro momento, a partir de questionamentos que abrangem o papel social de gênero, na qual está estabelecido dentro do âmbito social uma oposição entre os gêneros, colocando o feminino como o polo opositor do masculino. Levando em consideração que a forma de se vestir está relacionada com imposições socioculturais, quem vive masculinidades diferentes da imposta é ignorado e muitas vezes sofre preconceitos.

Como consequência há uma carência de um vestuário masculino para atender esse nicho de mercado, que busca transmitir através de suas roupas uma maior flexibilidade em relação ao gênero na moda, buscando muitas vezes roupas que possuam uma estética considerada feminina. Essa carência é evidente no mercado da moda, uma vez que é possível observar como o vestuário masculino é limitado, sendo difícil encontrar peças que apresentem tecidos, modelagens e cores diferenciadas.

1.2 OBJETIVOS

Objetivo Geral:

Discutir questões de gênero, questionando padrões estabelecidos socialmente, de forma que sejam desenvolvidas peças de vestuário para o público masculino, trazendo características estéticas consideradas pertencentes ao vestuário feminino atual.

Objetivos Específicos:

- Abordar conceitos contemporâneos de identidade de gênero;

- Estudar a evolução do vestuário masculino, buscando características que hoje são consideradas femininas, abordando períodos históricos específicos;
- Criar uma marca de moda que incorpore características consideradas femininas em seus produtos, voltada ao público masculino;
- Desenvolver peças masculinas que agreguem modelagens, tecidos e características geralmente usadas no vestuário feminino atual.

1.3 JUSTIFICATIVA

A sexualidade e a identidade de gêneros são temáticas discutidas desde a antiguidade. Se antes esses assuntos eram pouco abordados ou abordados de forma mais conservadora e científica, hodiernamente são tratados de forma mais abrangente e livre, visando tanto aspectos científicos, quanto aspectos socioculturais.

Considerando que as pessoas são diretamente afetadas e influenciadas pela cultura imposta em uma sociedade (ELIAS, 1987), e que a indumentária baseia-se diretamente em aspectos socioculturais/comunicacionais (BARNARD, 2003), esse estudo se mostra importante, não somente por atender à uma carência de oferta de produtos para um público específico, mas por trazer um novo olhar sobre o que se define como pertencente aos universos “masculino” e “feminino”, contrapondo-se ao padrão estabelecido culturalmente pela sociedade em relação ao gênero.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 PAPEL SOCIAL DE GÊNERO

As questões de gênero são assuntos complexos e vão além da sua definição original. Scott (1995, p.72) define gênero como “organização social de relação entre os sexos”. Essa definição surge pelo feminismo, que defendia o conceito de gênero baseado em questões socioculturais e não em questões biológicas, como era abordado até então.

Apesar de estar ligado ao sexo e sexualidade, o gênero se difere desses dois termos. A sexualidade e o sexo biológico do indivíduo não determinam o seu gênero. (SCOTT, 1995). Segundo Musskopf (2005, p.187) sexo é o “dato físico-biológico, marcado pela presença do aparelho genital que diferencia os seres humanos entre machos e fêmeas”. Já sexualidade, Musskopf (2005, p.187) entende “como o dato sexual, composto pela forma (ou pelas formas) como e com quem é expresso o desejo erótico e sexual”. Logo, ser masculino ou feminino é apenas uma forma de diferenciação biológica, mas o gênero vai além e assume um caráter sociocultural. Dessa forma, o masculino ou o feminino nascem de imposições culturais da sociedade. Essas imposições ditam quais características e comportamentos devem ser considerados femininos ou masculinos, como por exemplo, características relacionadas à força e robustez estarem associadas ao sexo masculino. (BARNARD, 2003).

Nota-se uma cultura que estabelece o sexo biológico para determinar certos comportamentos e sentimentos, impondo qual o papel do indivíduo dentro da sociedade, caracterizando-os de forma estereotipada. Essa cultura influencia de forma negativa, pois priva o indivíduo de se expressar, sentir e criar uma identidade de forma livre. Louro enfatiza essa realidade:

Mulheres e homens, que vivem feminilidades e masculinidades de formas diversas das hegemônicas e que, portanto, muitas vezes não são representados/as ou reconhecidos/as como “verdadeiras/verdadeiros” mulheres e homens, fazem críticas a esta escrita e estreita concepção binária. (LOURO, 1997, p. 34)

Além disso, essa cultura polariza a relação entre o masculino e feminino, colocando-os em lados opostos, que Louro (1997, p.31) explica como uma relação “dentro de uma lógica invariável de dominação-submissão”. Essa polaridade torna-se um problema, uma vez que acentua ideias restritas sobre o papel social de gênero, reforçando a desigualdade, em um contexto geral, na relação entre esses dois polos. Dessa forma, a partir do momento que o indivíduo tem seu gênero definido na sociedade, ele recebe consigo, de acordo com Louro (2004, p.89) “atribuição de direitos ou deveres, privilégios ou desvantagens”. Isso resulta na desigualdade entre os gêneros, na qual o feminino é tido como submisso e o masculino como o dominador, essa lógica influencia em vários âmbitos, como social, político e econômico. Como consequência, o gênero feminino é rotulado como frágil e sofre opressão, tornando-se o mais afetado nessa lógica. Já os homens, que aparentemente estão em uma posição mais “confortável”, também são afetados, uma vez que são pressionados a viver uma masculinidade imposta, como Connell expõe:

Existe uma narrativa convencional sobre como as masculinidades são construídas. Nessa narrativa, toda cultura tem uma definição da conduta e dos sentimentos apropriados para os homens. Os rapazes são pressionados a agir e a sentir dessa forma e se distanciar do comportamento das mulheres, das garotas e da feminilidade, compreendidas como oposto. A pressão em favor da conformidade vem das famílias, das escolas, dos grupos de colegas, da mídia e, finalmente, dos empregadores. (Connell, 1995, p.190)

Connell (1995, p.190) também ressalta que essa imposição pode “levar à violência ou à crise pessoal e a dificuldade nas relações com mulheres”, ou seja, essa imposição alimenta a cultura machista, que reprova as diferentes formas de expressão da masculinidade, especialmente aquelas que se assemelham à feminilidade.

Para isso, há a necessidade da desconstrução de tal polaridade, uma vez que a desconstrução questiona a oposição de gêneros. Louro (1997, p. 32) explica que desconstruir a polaridade de gêneros “implicaria observar que o polo masculino contém o feminino (de modo desviado, postergado, reprimido) e vice-versa” e que “cada um desses polos é internamente fragmentado e dividido”. Sendo assim, faz parte da desconstrução entender que cada pessoa tem sua individualidade, independente do seu gênero.

Ao desconstruir a polaridade de gêneros, novas formas de masculinidade e feminilidade devem ser compreendidas e abordadas. Portanto a desconstrução da polaridade torna-se necessária, uma vez que as pessoas que vivem masculinidades e feminilidades diferentes das impostas começariam a ser reconhecidas como verdadeiras, evidenciando a diversidade dos dois polos, de forma que não fossem mais vistos de forma discriminatória, mas sim como parte integrante de um todo. (LOURO, 1997).

2.2 MODA, GÊNERO E SEUS INDÍCIOS HISTÓRICOS

Atualmente são mais perceptíveis as diferenças nas características consideradas masculinas ou femininas no vestuário. Segundo Bergamo (2004, p. 85), “as distinções mais óbvias que podem ser observadas no mercado de moda são, portanto, aquelas que dizem respeito às diferenças de gênero, independente da classe ou do grupo social a que se faça referência”.

Portanto, no momento em que se cria uma marca, já se têm definido seu público-alvo e, antes mesmo de aspectos como classe social, grupo social, faixa etária e região de abrangência serem definidos, o gênero a ser atendido já foi definido.

Essa distinção de gêneros foi influenciada por questões socioculturais e ganhou força com as Revoluções Francesa e Industrial. Carvalho (2005, p. 1), afirma que com mudanças geradas pelas Revoluções Industrial e Francesa “uma nova estética masculina foi forjada, no século XIX, pautada numa moral burguesa do trabalho”.

Coube ao homem assumir o papel de maior importância perante a sociedade, negando a moda vista até então, enquanto para a mulher foi dado um papel de menor destaque, colocando-a em uma posição de submissão. Esse novo papel assumido pelo homem influenciou diretamente seu modo de vestir, que se tornou mais sóbrio, enquanto que para as mulheres a moda continuou evoluindo, como Souza destacou:

Enquanto o traje feminino, passada a voga da simplicidade, se lançou novamente numa complicação de rendas, bordados e fitas, a indumentária masculina partiu, num crescente despojamento, do costume de caça do gentil-homem inglês para o ascetismo da roupa moderna. (SOUZA, 1987, p. 60)

De certa forma essa distinção é recente, pois até o século XIX, o vestuário masculino e feminino possuía mais semelhanças e o masculino poderia chegar a ser mais elaborado do que o feminino. Apesar de o vestuário feminino ter evoluído, de forma que se apropriasse de características do vestuário masculino, ainda há características que são exclusivas para a moda feminina. Peças como saias e vestidos, por exemplo, ainda são peças exclusivamente femininas, ou seja, enquanto hoje o vestuário feminino apresenta uma variedade maior de opções, o masculino ainda sofre restrições. (BLACKMAN, 2014)

Entretanto, é possível observar durante a evolução do vestuário masculino, características que são consideradas femininas para os dias de hoje. Essas características podiam ser encontradas em tecidos, cores, modelagens, silhueta e até mesmo em peças.

Um dos exemplos mais visíveis era o uso de peças que se assemelhavam às saias e vestidos. O uso de tangas e túnicas, por parte dos homens, foi muito comum em alguns períodos da história. Em povos como os cretenses¹, etruscos², gregos antigos³ e no barroco⁴, é possível observar tais semelhanças. Os homens etruscos e os gregos antigos usavam túnicas, que remetem a vestidos. O quíton, representado na Figura 1, que era a “túnica dos gregos”, podia ser longo ou curto, dependendo da ocasião e uma das características mais fortes da peça eram os drapeados, que criavam um caimento na peça deixando-a ainda mais semelhante a um vestido.

¹ Os cretenses foram povos que viveram na ilha de Creta, localizada no Mar Mediterrâneo. O auge da cultura desse povo foi entre o período de 1750 a.C e 1400 a.C. (BRAGA, 2007).

² Os povos etruscos viveram seu auge cultural aproximadamente entre os séculos VII a.C. e VI a.C. A Etrúria estava localizada na região que atualmente se encontra a Toscana, na Itália. (BRAGA, 2007).

³ A Grécia Antiga, localizada na Península Balcânica, teve como época mais próspera culturalmente, entre os séculos VII a.C. e I a.C. (BRAGA, 2007).

⁴ O Barroco foi um estilo artístico, surgido na Itália, tendo início no final do século XVI, se prolongando até meados do século XVIII. (BRAGA, 2007).



**Figura 1: O Auriga de Delfos, C. 475 A.C.
Fonte: Laver, 1989, p.27.**

Já nos povos cretenses e no Barroco, a semelhança era com a saia. Os homens cretenses vestiam tangas, geralmente curtas e que podiam ter fendas, deixando a perna à mostra. Enquanto no Barroco, que foi uma época de muito exagero para o vestuário masculino, surgiu uma peça chama de *culotte*, observada na Figura 2, que era uma espécie de saio que chegava até os joelhos e era ornamentado em rendas e bordados. (BRAGA, 2007).



**Figura 2: Duque de Borgonha, de R. Bonnart, c. 1695.
Fonte: Laver, 1989, p. 117.**

Além do uso de tangas, outra característica do vestuário masculino cretense, que faz referência à feminilidade é a cintura marcada, que cria uma silhueta com mais curvas, criando um aspecto mais feminino ao homem. Na Figura 3 é possível observar a cintura afunilada de um homem cretense. Os homens usavam cintos de

metais, ou apenas adornados com metais, de forma que com o tempo a cintura ia se afunilando.



**Figura 3: Rei-sacerdote de Cnossos, Creta, 1550-1450 a.C.
Fonte: Wikimedia.org**

Essa silhueta também esteve presente no vestuário masculino em outros momentos como no Renascimento e entre os Dândis⁵. Até mesmo na Grécia Antiga, os homens usavam cintos sobre o *quítion* marcando a cintura. No caso dos Dândis, a cintura era marcada com o uso de espartilhos. (LAVÉ, 1989).

Os Dândis ainda faziam o uso de enchimentos em suas roupas para dar volume e postura na hora do caminhar. Seu visual deveria ser impecável e, como era o princípio Dândi, “discreto e transmitindo a suprema elegância masculina.” (STEVENSON, 2012). A discrição e elegância Dândi ainda eram exageradas e fazem muita referência ao vestuário feminino atual. O uso de coletes curtos e calças de cintura alta, afuniladas nas pernas e presas ao tornozelo fazem referência ao modelo de calça que hoje chamamos de *skinny* e o afunilamento da cintura com o uso de espartilhos combinado ao uso de enchimentos, oferecem uma silhueta considerada extremamente feminina nos dias atuais, como pode ser visualizado na Figura 4.

⁵ O dandismo foi um estilo de vida, que surgiu através de George Brummell, tendo como período de glória, entre 1800 e 1830. (BRAGA, 2007).



**Figura 4: Caricatura de Brummell, por R. Dighton, 1805.
Fonte: Wikimedia.org**

Apesar dessas características, os dândis seguiam uma cartela de cores mais neutra, que ia do preto, passando pelo azul marinho, sendo a cor mais alegre o amarelo, que ainda assim era usado com discrição. (STEVENSON, 2012). Esta moda se fortaleceu em meados de 1840, e é possível percebê-la até hoje, uma vez que essas cores ganharam um significado social de masculinidade. (BARNARD, 2003). Porém, observando a evolução do vestuário masculino, nota-se que cores fortes, alegres e chamativas eram muito usadas em diversos períodos. Em Creta as cores como vermelho e roxo eram comumente usadas, assim como no Renascimento e no Barroco, onde além dessas cores, a púrpura e o amarelo predominavam e asseguravam o destaque das roupas.

Os homens etruscos também se destacavam pelo uso de cores fortes, entretanto o que mais se destacava em suas roupas era o uso de aplicações e bordados de influência oriental. (BRAGA, 2007). Essas características podem ser observadas em diversas civilizações, onde o uso de tecidos refinados e adornados era comum para ambos os sexos. No Renascimento, período histórico europeu, que envolve os séculos XIV até o XVII, os principais tecidos eram a seda, veludo, cetim e tecidos brocados, como é possível observar na Figura 5. Tempos depois o uso desses tecidos continuou no Barroco. Além disso, esses tecidos eram ornamentados com bordados e rendas. (LAYER, 1989)



**Figura 5: Francisco I da França, por François Clouet, século XVI
Fonte: Laver, 1989, p. 80.**

Com o passar do tempo todas essas características que antes faziam parte do vestuário masculino foram mudando, dando lugar a um vestuário mais estruturado e sóbrio, que Souza (1987, p. 59) compara com a silhueta hoje conhecida como “H”.

Contudo em momentos mais atuais da história da moda determinados grupos e movimentos tentaram fugir do padrão imposto a respeito do que deve ser considerado masculino ou feminino. No início dos anos 1960 houve a chamada *Peacock Revolution*, que rompeu o caráter formal das roupas, através da silhueta, das cores, estampas e tecidos. Esse movimento surgiu após a Segunda Guerra Mundial e buscava trazer uma estética mais moderna e menos recatada comparada aos anos anteriores. (BLACKMAN, 2014). Outro movimento que fugia dessa estética foi o *Glam*, um movimento que surgiu em meados dos anos 1970, influenciado pelas bandas de rock da época, que de acordo com Stevenson (2012, p. 212) “foi a manifestação de um cintilante pastiche de excessos que autorizava qualquer homem a usar plumas no cabelo e sombra fosca nos olhos”. Além do brilho e do exagero, o vestuário era muito colorido, com modelagens justas e muitas vezes curtas; e era comum o uso de tecidos como o vinil, o couro e a malha. Na Figura 6 é possível observar a estética *Glam*.



**Figura 6: David Bowie, por Masayoshi Sukita, 1973.
Fonte: Theguardian.com**

Apesar de casos recentes de movimentos distintos que buscavam a quebra do padrão imposto sobre o vestir do homem, a sobriedade que foi imposta socioculturalmente há tempos atrás ainda permanece. Essa imposição surge do antagonismo entre o feminino e masculino e já podia ser observada nos povos primitivos e avançou com o tempo. (SOUZA, 1987). Após a Revolução Industrial, essa imposição se fortaleceu, buscando formular um novo modelo de homem, que precisava se impor na sociedade através do trabalho. (CARVALHO, 2005)

Esse modelo de homem possui características que até hoje definem o padrão de masculinidade, de forma que esse padrão torna-se inquestionável, uma vez que grande parte da sociedade já se acostumou em segui-lo e acatá-lo, sem mesmo saber a sua origem. Dessa forma é preciso questionar a imposição desses padrões buscando entender que existem diferentes masculinidades, de forma que essas masculinidades se tornem tão naturais, quanto à masculinidade considerada padrão.

2.3 O HOMEM PLURAL

No decorrer da história o homem assumiu diferentes papéis sociais, seguindo o contexto sociocultural de cada época. Por exemplo, em sociedades

primitivas, já era possível perceber que o papel exercido pelo homem era diferente do papel da mulher. (SOUZA, 1987). Essa diferenciação oscilou com o passar do tempo, onde em alguns momentos foi mais sutil e em outros foi mais intensa. Mas foi a partir do século XIX, com a Revolução Industrial, que essa diferenciação esteve mais explícita e o homem assumiu um papel social baseado em alguns princípios que são vistos até hoje.

Apesar desses princípios ainda definirem a identidade de uma grande maioria dos homens, no final do século XX, a sociedade vem sofrendo mudanças na sua estrutura, que de acordo com Hall (2006, p. 9) “está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais”. Essas mudanças têm como consequência o surgimento de um novo homem, que está mais aberto a expressar formas diferentes de masculinidades, se desprendendo do modelo do homem tradicional. O assunto masculinidade em questão, por muito tempo foi ignorado, pois era considerado apenas a existência de uma masculinidade, baseada no modelo patriarcal. (BOTTON, 2011). Há relativamente pouco tempo, os assuntos a respeito da masculinidade começaram a ser estudados e estão ganhando cada vez mais visibilidade e importância, estando bem mais presentes em estudos com relação à sexualidade e gênero, que antes tinham como foco principal o estudo do gênero feminino. (HEILBORN; CARRARA, 1998).

Levando em conta que, vivem-se transformações cada vez mais rápidas e em diferentes âmbitos, é preciso reconhecer que a sociedade encontra-se cada vez mais plural, assim como descreve Silva:

Com a diversidade de culturas, crenças e a pluralidade de identidades psicológicas, sociais, de gênero e sexuais na contemporaneidade, é simplesmente impossível conceber uma hegemonia frente às nossas identidades, porque elas não são fixas, imutáveis, pelo contrário, elas estão constantemente sofrendo mudanças e a cada década, podemos perceber que cada vez mais a cultura, os modos de vida, de se comportar, de se e de estar, vão se alterando, adequando-se às exigências do próprio tempo. (SILVA, 2000, p.13)

O conceito de pluralidade ganha forças graças ao momento de questionamentos e liberdade que a sociedade está vivendo, sendo definido pelos autores May-Lin, Bernardo e Andréa (2008, p. 59) como um cenário “de estímulo à pluralidade em lugar de padrões rígidos. Cenário em que os valores patriarcais e viris têm sido ostensivamente contestados. ” Quando se fala de gênero, a

pluralidade está relacionada à ideia de que não existe uma “masculinidade” e “feminilidade”, mas sim “masculinidades” e “feminilidades”, ou seja, a pluralidade contrapõe padrões de gêneros já estabelecidos.

Considerando esses conceitos de pluralidade, denomina-se de homem plural aquele que vive masculinidades diferentes das impostas. Esse homem está mais aberto às novas possibilidades. Possibilidades de uma readequação a respeito de sua própria imagem e a respeito da imagem que a sociedade busca que ele tenha e exerça. Segundo May-Lin, Bernardo e Andréa (2008, p.61), a pluralidade “permite aos sujeitos lançar mão de categorias livres de demarcações rígidas e empobrecedoras”. Portanto o homem plural busca a liberdade para viver e se expressar como deseja, mesmo que não seja compreendido pela sociedade.

Baseando-se em princípios que o possibilitam interagir e fazer com que o feminino seja parte da sua nova masculinidade, o homem plural assume características e comportamentos considerados de seu gênero oposto, fugindo da imagem tradicional que relaciona o homem com características como força, agressividade e virilidade. (SILVA, 2006). Dessa forma, a feminilidade torna-se parte da masculinidade desse homem, opondo-se a ideia de que o feminino e o masculino devem divergir.

Todavia, ele ainda sofre represálias por parte da sociedade mais conservadora, que mantém a velha ideia a respeito da masculinidade e assim, acaba o rotulando e vinculando sua masculinidade à sexualidade de forma errônea, uma vez que ser feminino não é ditado pela sua sexualidade. Há uma aceitação e um entendimento bem mais amplo sobre esse tema nos dias atuais, mas quando se trata de uma quebra de padrões tão forte e estabelecida, o preconceito é inevitável. Os que se opõe a essas mudanças as enxergam como uma forma de desvio. Louro expõe esse fato:

Aqueles e aquelas que transgridem as fronteiras de gênero ou de sexualidade, que as atravessam ou que, de algum modo, embaralham e confundem os sinais considerados "próprios" de cada um desses territórios são marcados como sujeitos diferentes e desviantes. Acabam por ser punidos, de alguma forma, ou, na melhor das hipóteses, tornam-se alvo de correção. (LOURO, 2004, p.87)

O homem contemporâneo está passando por mudanças significativas, assim como aquelas que ocorreram em períodos anteriores. Essa nova identidade ainda é uma questão recente, que vem sendo amadurecida, e cada vez mais discutida, o

que pode ser algo positivo, já que essas discussões tornam-se essenciais para que haja progresso no entendimento desses assuntos e como consequência respeito à individualidade e à liberdade identitária do indivíduo.

3 METODOLOGIA

A pesquisa realizada tem caráter exploratório e descritivo. Gil (1987, p.45) destaca que o objetivo da pesquisa exploratória é “proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato”, ou seja, através da pesquisa exploratória é possível aprofundar-se e aproximar-se mais do problema. Já as pesquisas descritivas, segundo Gil (2002, p.42) “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno [...]”. Assim, a pesquisa de caráter descritivo foca no grupo a ser estudado, buscando descrever quem faz parte desse grupo e como se comportam.

Levando em conta o caráter da pesquisa; os procedimentos escolhidos para a coleta de dados foram: a pesquisa bibliográfica, a observação simples e a entrevista por pautas. A pesquisa bibliográfica é aquela na qual se obtêm os dados a partir de materiais já elaborados. Esses materiais geralmente são livros, mas também podem ser artigos científicos, teses, dissertações, entre outros. (FIALHO, 2011). A pesquisa bibliográfica foi usada com o intuito de entender e familiarizar-se mais com as questões que envolvem o problema estudado, como questões de gênero, o comportamento do homem contemporâneo, e a história da moda dentro de uma abordagem de gênero.

A observação simples, de acordo com Gil (1987, p.105) é “aquela em que o pesquisador, permanecendo alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa de maneira espontânea os fatos que aí ocorrem”. Através da observação simples foi possível observar o grupo estudado, mesmo que de forma não participante. Esse tipo de observação está baseado nos conceitos da netnografia, que é uma vertente metodológica da etnografia. A etnografia, segundo Amaral, Natal e Viana (2008, p.35) “é um método de investigação oriundo da antropologia que reúne técnicas que munem o pesquisador para o trabalho de observação a partir da inserção em comunidades para pesquisa”. Já a netnografia é conhecida como a etnografia virtual, ou seja, ela é a etnografia transposta em um espaço online.

Em relação às entrevistas, elas podem ser caracterizadas de formas diferentes, mas para essa pesquisa foi escolhida a entrevista por pautas, que de

acordo com Gil (1987, p.117) “apresenta certo grau de estruturação, já que se guia por uma relação de pontos de interesse que o entrevistador vai explorando ao longo de seu curso” e que proporciona liberdade ao entrevistado, mas com foco nas pautas apresentadas.

3.1 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

A observação ocorreu através da rede social Facebook, dentro do período de duas semanas, onde se observou através de imagens e postagens, determinados tipos de comportamentos, gostos e ações, que serviram para coletar informações, que contribuíram para o desenvolvimento de produto. Em um primeiro momento, os perfis observados eram de amigos e amigos em comum, mas com o decorrer da pesquisa, encontrou-se uma página do Facebook, intitulada “Homens de Saia”, na qual são publicadas fotos de homens de saias, cedidas pelos próprios usuários. A partir disso, foram pesquisados os perfis de alguns desses usuários, para que fossem observados.

Após as observações, foram selecionados nove homens que se encaixavam dentro da proposta para serem entrevistados. As entrevistas ocorreram durante duas semanas e as perguntas estavam relacionadas à moda, identidade e gênero.

Apresentado o projeto aos entrevistados, foi-lhes perguntado se havia empatia em relação ao tema, assim identificando o público-alvo desejado. Todos os entrevistados apresentaram resposta favorável e demonstraram grande interesse no tema, muitas vezes incentivando e apoiando a discussão a respeito, como expôs o Entrevistado 7:

“Acho importante buscar quebrar essa barreira. Sabemos que por muito tempo as roupas eram, digamos, sem gênero e, com o tempo, elas acabaram virando uma forma de identificação de gênero. Mas com o sobressalto do machismo, a moda masculina acabou sendo “brutalizada” e a feminina “delicada”. Levar essa proposta ao público é mostrar que uma peça de roupa não identifica papel ou sexualidade ou gênero, e todos podem ficar bonitos e elegantes vestindo coisas diferentes.”

Posteriormente a questão sobre a carência de mercado relacionada ao vestuário masculino com características femininas foi levantada e grande maioria dos entrevistados sente falta dessas características aplicada ao vestuário masculino. Alguns citam referências do vestuário feminino que gostariam que existissem dentro do vestuário masculino e também relacionam essa falta expondo fatos históricos, aspectos sociais e de mercado, assim como citam os Entrevistados 6 e 7, respectivamente:

“Acho q o mercado não visa DE MANEIRA ALGUMA trazer opções para o homem expressar as mudanças que acontecem em suas mentes, psicológio e emocional em se falando de sexualidade, expressão de gênero e bem estar psicológico.”

“[...] acredito que com esse intuito de “ressaltar a masculinidade”, as indústrias, grifes e marcas acabam por padronizar a moda masculina. E não deixando o homem se permitir usar coisas diferentes.”

Perguntados sobre quais características gostariam de agregar ao vestuário masculino e também sofre o que sentem mais falta na hora da compra foram citadas características como modelagem mais ajustada, transparências, cores mais vivas e também a vontade de que houvessem peças consideradas restritamente relacionadas ao vestuário feminino, como saias e vestidos. Evidenciou-se também a carência em tecidos diferenciados.

Alguns citaram também que, no Brasil, existe maior dificuldade para encontrar peças com tais características femininas, como descreve o Entrevistado 6:

“O mercado brasileiro de grandes cadeias como Riachuelo (na qual já trabalhei), Renner e confecções em polos do setor, como o Brás e Bom Retiro, da totalmente familiares, conservadoras e buscam vender "mais do mesmo", ou seja, produtos de consumo imediato. Nenhuma marca grande esta disposta a por sua cara a tapa e trazer à tona essas questões de gênero e desconstrução traduzidas em seus produtos.”

Indagados a respeito da origem do interesse por um vestuário masculino feminizado, os participantes citaram desde questões estéticas, culturais, de diferenciação, influências de ícones musicais e também como forma de protesto por igualdade de gênero, assim como cita o Entrevistado 4:

“Sou gênero – fluido e comecei a usar saia como ato de protesto pela igualdade de gênero.”

Os entrevistados também demonstraram dificuldades na hora da compra, pois poucas lojas oferecem a diferenciação almejada e, muitas vezes, eles recorrem às seções femininas de lojas para encontrarem as peças que procuram, mas mesmo as encontrando, necessitam fazer ajustes, pois o corpo feminino difere do masculino em diversos aspectos. Além disso, alguns recorrem às costureiras para que ajustem ou produzam suas peças por encomenda, lojas internacionais online e brechós.

O Entrevistado 2 comenta sobre suas dificuldades:

“Eu costumo comprar em lojas masculinas e fazer minhas alterações com a costureira, mas já comprei em lojas de roupas femininas também. O que também acaba sendo difícil, pois as femininas precisam ser ajustadas para o meu corpo também que é diferente do da mulher.”

Houve unanimidade entre os entrevistados, pois todos já sofreram algum tipo de preconceito, seja ele direto ou indireto e, principalmente, pela questão da sexualidade, mesmo havendo diferentes sexualidades, como homossexuais, heterossexuais e também gêneros fluidos. Em nenhum dos casos, os homens em questão deixaram de se vestir da forma que se identificam. Alguns citam que muito além de críticas, recebem elogios em apoio ao estilo, como o caso do Entrevistado 5:

“[...]às vezes a gente se surpreende, você tá andando na rua e a pessoa te para, já aconteceu muitas vezes, e fala: “pô, que legal. Você se veste assim, por quê? Que legal o estilo de vocês”. Já vi muitas pessoas, e não são jovens, adultos pararem e falarem assim: “eu gostaria muito de me vestir assim, eu só não tenho coragem, mas eu gostaria de me vestir assim”. [...]”

A respeito da divisão de gêneros dentro da moda, os participantes entendem que exista a diferença entre os corpos femininos e masculinos, mas defendem que pessoas que adotam uma forma diferente de se vestir ou adotam características do vestuário do sexo oposto podem sim ter espaço. O comentário do Entrevistado 7 define bem o assunto:

“Eu até entendo e respeito, mas acho que não deveria ser tão rígida. Como falei, acho que a única forma de divisão deveria ser devido à anatomia. E uma pessoa que tenha tendência a preferir roupas ou acessórios do gênero oposto (e aí não estou colocando em pauta a identidade de gênero) não deveria ser repreendida, oprimida por isso [...]”

Definindo o que cada entrevistado gostaria de transmitir com seu estilo, alguns citaram identidade, personalidade, autenticidade, militância e diversos outros adjetivos, porém um se destacou em sua maioria e o Entrevistado 6 expressa:

“Enfim, a síntese disso é: LIBERDADE!”

Com base na análise dos dados levantados foi possível confirmar questões já abordadas, como a carência de um vestuário masculino com características femininas e o preconceito envolvendo esse tipo de vestuário. Também foi possível confirmar a existência desse público, que vive masculinidades diferentes, tornando-se homens plurais.

Em relação ao gênero, muitos dos entrevistados já têm uma opinião formada sobre o assunto e entendem como a moda está relacionada com identidade e pode ter um papel social importante em se tratando de questões de gênero. Esse entendimento os possibilita se vestir não apenas levando em conta aspectos estéticos, mas também para expressar seus sentimentos e pensamentos.

Por fim, as entrevistas foram de extrema importância para detectar as maiores necessidades desse público em relação ao mercado de moda, de forma que foi possível saber quais características eles buscam no produto e ter um aprofundamento em relação aos seus gostos, contribuindo diretamente na etapa de desenvolvimento de produto.

4 DIRECIONAMENTO MERCADOLÓGICO

4.1 NOME DA EMPRESA

Razão social: Freek Indústria e Comércio de confecções Ltda.



Figura 7: Logo da Empresa
Fonte: Os Autores.

4.2 PORTE

O porte da empresa está classificado como microempresa, que de acordo com o Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES), é a empresa que possui receita operacional bruta anual ou anualizada de até R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

4.3 MARCA

A marca recebe o nome de “FREEK”, que é a junção da palavra em inglês *free*, que significa livre, com o termo *freak*, que pode ser traduzido como algo fora do normal ou diferente. O significado do nome está relacionado com a busca pela

liberdade em se expressar e ser da forma que se deseja, mesmo que isso seja diferente da maioria das pessoas.

4.4 CONCEITO DA MARCA

A “FREEK” busca quebrar padrões impostos na moda masculina, trazendo uma nova estética que une masculino e feminino em um equilíbrio. A liberdade torna-se a base da marca, passando a seu público que ele pode ser aquilo que desejar, sem se importar com os padrões impostos e exteriorizando sua identidade através das roupas, pois não existe um padrão certo ou errado, mas sim aquele que você vive e acredita.

4.5 SEGMENTO

O segmento da “FREEK” é o *menswear* e o *dailywear*. O *dailywear*, de acordo com Padovan (2006) é o segmento de moda com “roupas de estilo contemporâneo para o dia-a-dia”.

4.6 DISTRIBUIÇÃO

A empresa possui uma loja no centro da cidade de São Paulo, localizada na rua Augusta e que tem abrangência regional.

4.6.1 Sistemas de Venda

A empresa atua com uma loja física com *Showroom* e abrangência regional, visando contato direto com o local onde o público da marca se concentra. Na loja física os pagamentos são feitos à vista (dinheiro ou cartão de débito) e no crédito. Também há uma loja online com abrangência nacional com o intuito de atingir demais localidades e novos clientes. Na loja online o pagamento será feito à vista (cartão de débito), parcelamento no cartão de crédito e boleto.

4.7 CONCORRENTES

Diretos: João Pimenta, Herchcovitch; Alexandre e Zara.

Indiretos: J.W.Anderson e Yohji Yamamoto.

4.8 MARKETING

4.8.1 Pontos de Venda

A loja, localizada na cidade de São Paulo, na rua Augusta; contará com um *Showroom* onde as peças ficarão expostas em manequins com possíveis *looks* e também em araras de metal com as peças expostas em cabides e divididas por tipos de peças.

A loja virtual terá um *lookbook* que poderá ser escolhido pelo cliente pelas subdivisões: coleção e peças (saias, calças, camisetas, etc.).

4.8.2 Preços Praticados

Os preços praticados variam de R\$60,00 à R\$400,00 e serão definidos pelos tipos de peças, tecidos utilizados e beneficiamentos aplicados às peças.

4.8.3 Promoção

A marca terá uma página no Facebook e um perfil no Instagram para a divulgação das coleções, promoções e contato. Também promoverá eventos para lançamentos de coleções e catálogos para serem entregues a seus clientes.

A FREEk contará com um blog para maior interação com seu público, que apresentará temas como gênero, identidade, sexualidade, moda entre outros.

4.9 PLANEJAMENTO VISUAL E EMBALAGEM



**Figura 8: Cartão de visita, tag e embalagem da marca FREEK.
Fonte: Os Autores.**

4.10 PÚBLICO-ALVO

Homens que buscam diferenciação através do vestuário e buscam acrescentar elementos considerados do vestuário feminino em suas composições, seja por gosto pessoal, conforto ou militância. Gostam de viajar, estar com amigos, frequentar barzinhos, baladas, atividades culturais, como museus, teatros e cinema e também eventos de militância por igualdade. Procuram sempre estar informados sobre assuntos que envolvem atualidade e têm opinião formada sobre eles, mas estão sempre dispostos a se abrirem para novas opiniões e ideias.

Levando em conta que o público está pautado nos conceitos de pluralidade, questões como idade, região onde vivem, profissão e renda tornam-se de menor relevância na identificação desse público, que pode estar em qualquer lugar, possuir faixas etárias diferenciadas e profissões das mais variadas, sem uma segmentação observada.



Figura 9: Imagem do Público-Alvo.
Fonte: thesartorialist.com

4.11 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

4.11.1 Macrotendência

A macrotendência é a tendência que envolve aspectos socioculturais e para a coleção foi escolhida a tendência “Caminhos Anônimos” que, segundo o SENAI CETIQT:

Uma mentalidade aberta e receptiva faz despertar um olhar para novos horizontes na moda. As barreiras entre gêneros estão sendo apagadas: mulheres se emanciparam e os homens estão cozinhando, tomando conta dos filhos e da casa. O gênero neutro, masculino/feminino ou vice-versa traz uma abordagem livre de estereótipos, preenchendo as lacunas de um mercado em constante evolução. (SENAI CETIQT, 2015, p.107)

4.11.2 Microtendências

Como microtendências, que são as tendências estéticas, foram escolhidas a “Pontos de Cor” e a “Gender-Bender”.

“Pontos de Cor” é, segundo o site FFW (2014), “o uso de cores em locais estratégicos” de peças/looks, contrastando com tons pastéis e neutros. Como pode ser observado na Figura 10:



Figura 10: Desfiles da Semana de Moda de Nova Iorque, por Imaxtree.
Fonte: FFW.com

“Gender-Bender” é uma microtendência que “põe por terra os limites existentes entre o guarda-roupa feminino e masculino”. (FFW, 2015) Essa tendência ganhou força nas semanas de moda internacionais do Inverno 2016, como está ilustrado na Figura 11.



**Figura 11: Gender-Bender nas passarelas, por Agência Fotosite.
Fonte: FFW.com**

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

5.1 DELIMITAÇÃO PROJETUAL

A marca tem o intuito de suprir a necessidade de um vestuário masculino diversificado e, de forma indireta, contestar os padrões a respeito de gênero e identidade. Existe um público que sente a carência de tais produtos e estão abertos às novas perspectivas que a moda está trazendo.

Essa nova estética busca trazer novas formas de expressão de masculinidades e será incorporada pelas peças da marca em: cores, modelagens, silhuetas, tecidos e em peças específicas como saias e vestido.

Baseando-se em estudos sociais e culturais a respeito de gênero e masculinidade, a FREEK traduz o conceito de que todos são mutáveis, voláteis e não pertencentes a um padrão específico. O foco da marca é encorajar e apoiar esses homens plurais a exteriorizarem seus conceitos e sua forma única de ser, sem julgamentos ou represálias.

5.2 COLEÇÃO

A Coleção Outono-Inverno 2016 recebe o nome de “Entrelaces” e tem como conceito a expansão do ser, reforçando a ideia de pluralidade e que dentro de cada ser existem várias ramificações de sentimentos e formas de se expressar, que podem se opor e se complementar.

5.2.1 Referência

A partir desse pensamento, as referências usadas foram o Homem Vitruviano, de Leonardo da Vinci, que representa o ser e passa a ideia de multiplicação, como pode ser observado na Figura 12.

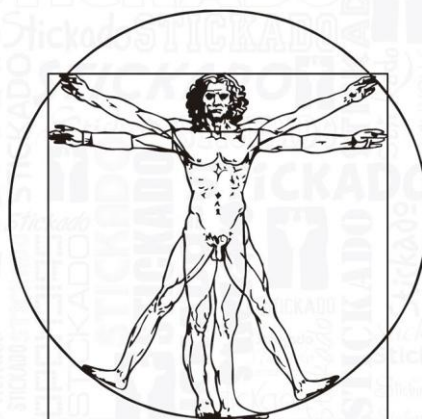


Figura 12: Vetor de o Homem Vitruviano, de Leonardo da Vinci.
Fonte: Amazonaws.com

As outras referências usadas partem de linhas e formas geométricas que se cruzam partindo de dentro do ser e se expandem dentro do ambiente. Essas linhas e formas representam as ramificações desse ser, podendo ser visualizadas nas Figuras 13 e 14, respectivamente.

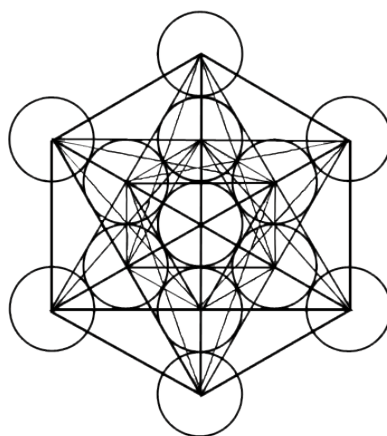


Figura 13: O cubo de Metraton.
Fonte: Wikimedia.org

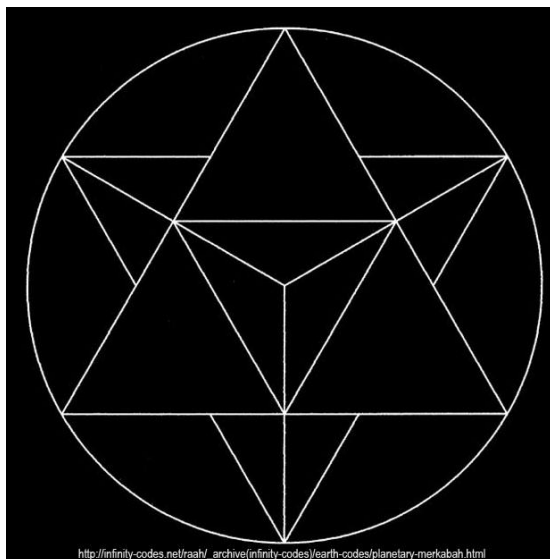


Figura 14: Estrela tetraédrica da Merkaba.
Fonte: Infinity-codes.net

5.2.2 Cores

As cores da coleção variam de tons neutros, como preto e cinza, passando por cores quentes em tons vibrantes, chegando até o azul. As cores contam uma narrativa, na qual as cores mais vibrantes vão aparecendo aos poucos, até se tornarem o destaque, como se fossem se expandindo gradativamente, seguindo o conceito da coleção.

5.2.3 Materiais

Os materiais selecionados apresentam uma mistura de rigidez e fluidez, contrastando entre si. Tecidos mais pesados como Brim e Moletom misturam-se com Crepe e Gabardine, enquanto materiais mais diferenciados como Tecido Rede e Lamê complementam a cartela de materiais. A utilização de tecidos com transparência, brilho e plissado também fazem parte da coleção, buscando trazer uma aproximação à estética feminina.

5.2.4 Formas e Estruturas

Os shapes utilizados na coleção, apresentados na Figura 15 variam desde os de linha A, X e Y. O shape A se caracteriza por ser estreito nos ombros e na altura do quadril ir se alargando, trazendo o efeito evasê. O shape X caracteriza-se por ser largo nos ombros, marcado na cintura e novamente largo do quadril até os joelhos. Encontra-se normalmente em blazers e casacos. O shape Y traz os ombros mais largos e gradativamente um afunilamento até à altura do joelho, utilizado em composições de blazer e calça skinny, blazer e saia lápis e blazer e shorts.

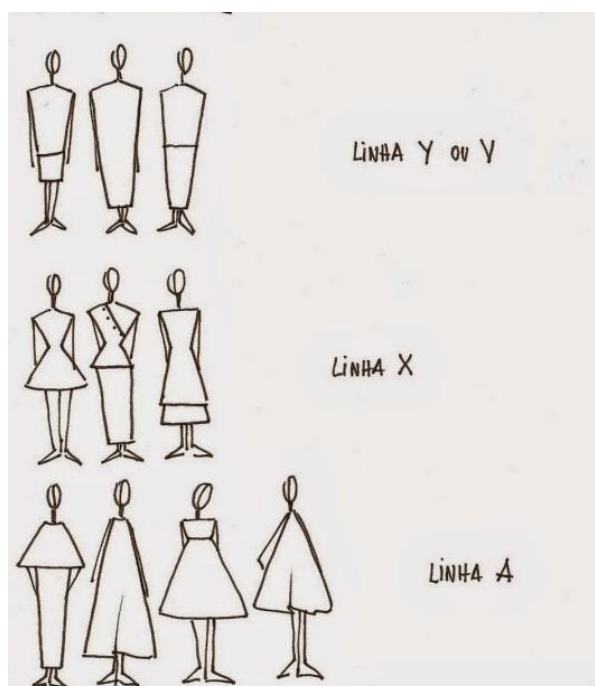


Figura 15: Representação de silhuetas.
Fonte: Modaentreaspas.blog.com

5.2.5 Mix de Coleção

A coleção apresenta quarenta e nove peças no total e está dividida conforme mostra a Figura 16.

Produto	Quantidade
Shorts/Bermuda	7
Calça	3
Camiseta	9
Top	4
Blusa	9
Jaqueta/Casaco	2
Saia	11
Colete	6
Camisa	1
Macacão	1
Blazer	2
TOTAL	55 peças

Figura 16: Mix da Coleção Outono-Inverno 2016.
Fonte: Os Autores.

5.3 PAINEL SEMÂNTICO



Figura 17: Painel Semântico.
Fonte: Os Autores.

5.4 CARTELA DE CORES



Figura 18: Cartela de Cores.
Fonte: Os Autores.

5.5 CARTELA DE MATERIAIS



Figura 19: Cartela de Materiais
Fonte: Os Autores.

5.6 GERAÇÕES DE ALTERNATIVAS

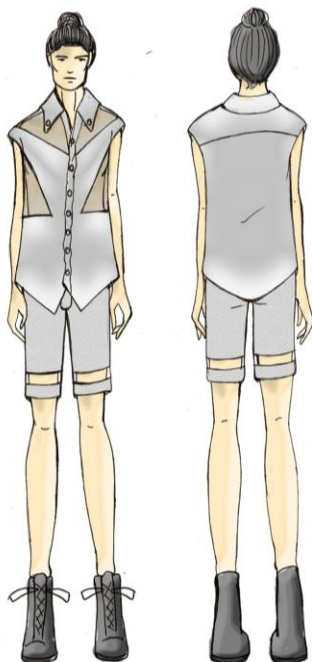


Figura 20: Geração de alternativas 1 e 2.
Fonte: Os Autores.



Figura 21: Geração de alternativas 3 e 4.
Fonte: Os Autores.

5



6

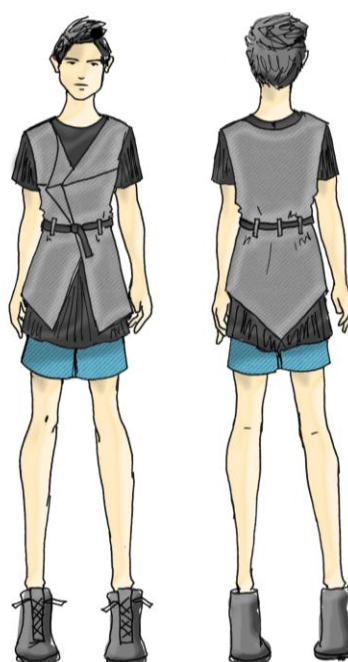
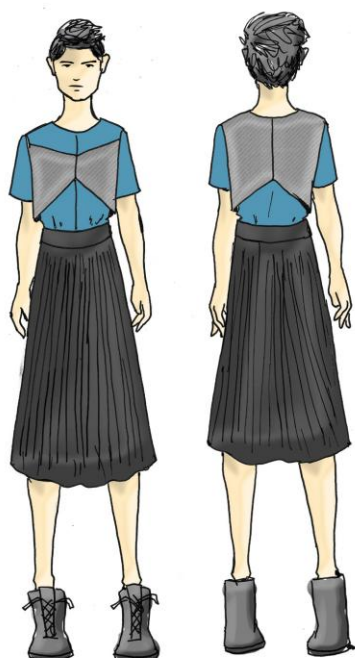


Figura 22: Geração de alternativas 5 e 6.
Fonte: Os Autores.

7



8



Figura 23: Geração de alternativas 7 e 8.
Fonte: Os Autores.

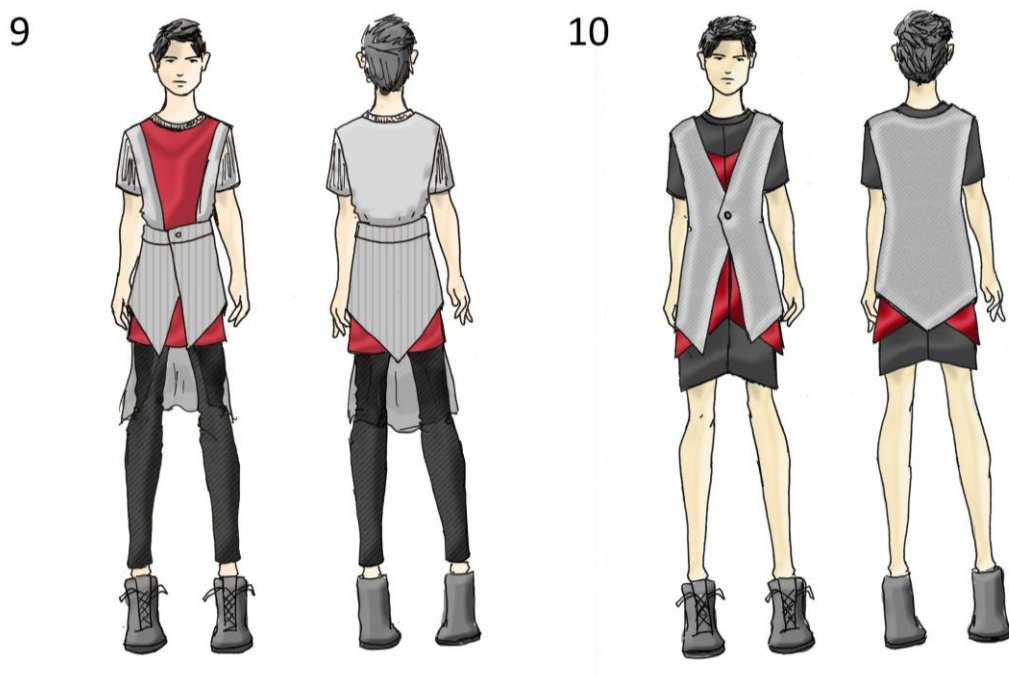


Figura 24: Geração de alternativas 9 e 10.
Fonte: Os Autores.

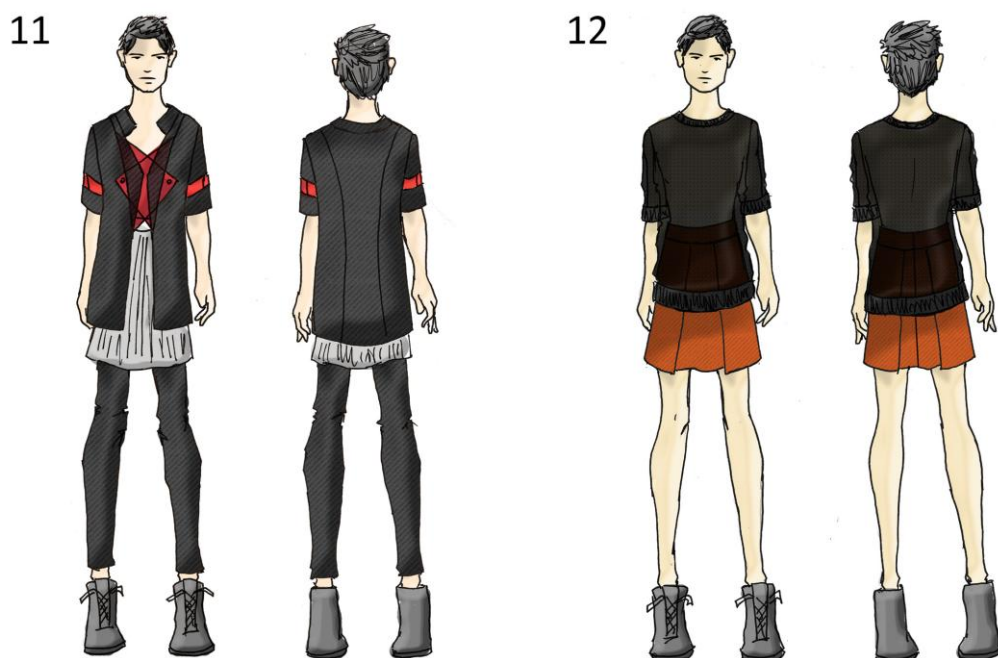


Figura 25: Geração de alternativas 11 e 12.
Fonte: Os Autores.



Figura 26: Geração de alternativas 13 e 14.
Fonte: Os Autores.

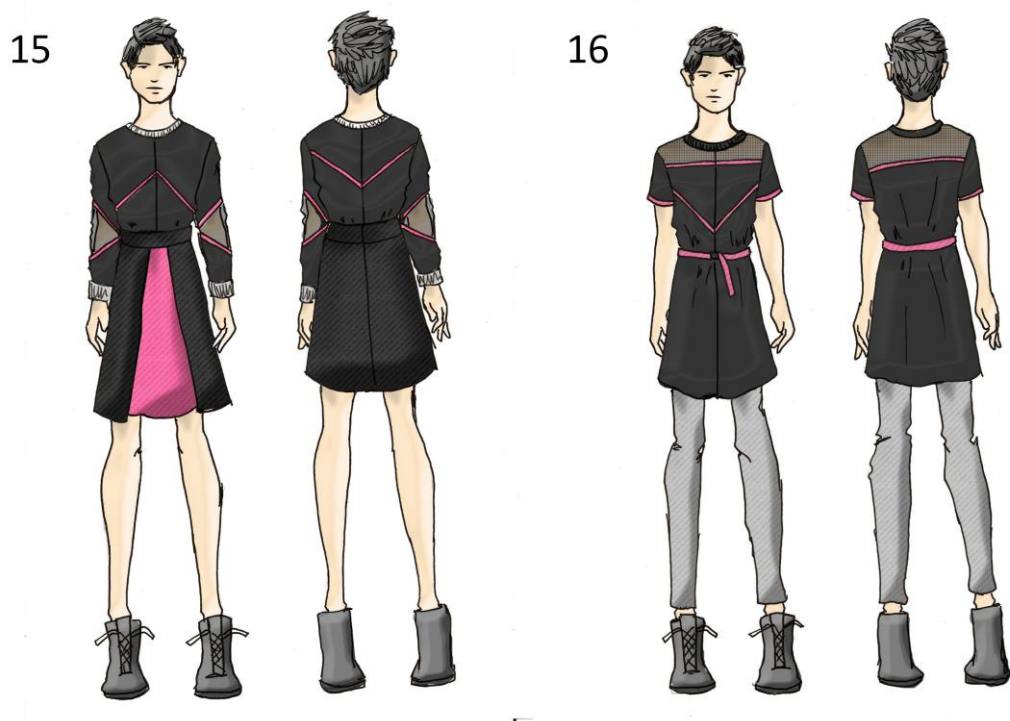


Figura 27: Geração de alternativas 15 e 16.
Fonte: Os Autores.

17



18

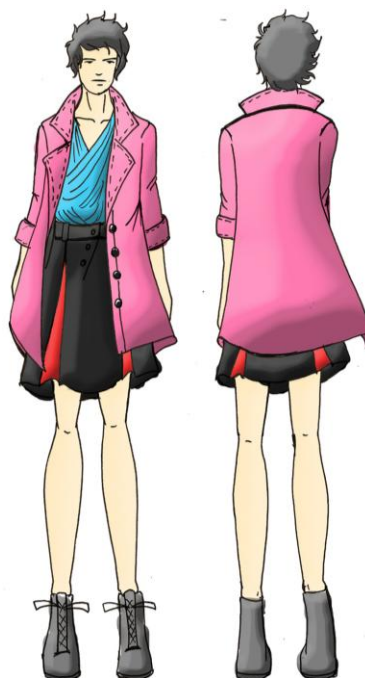
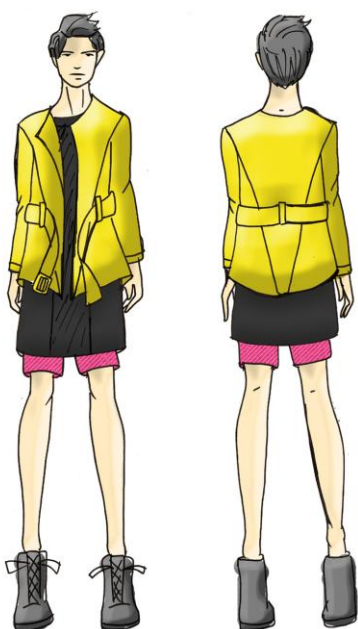


Figura 28: Geração de alternativas 17 e 18.
Fonte: Os Autores.

19



20

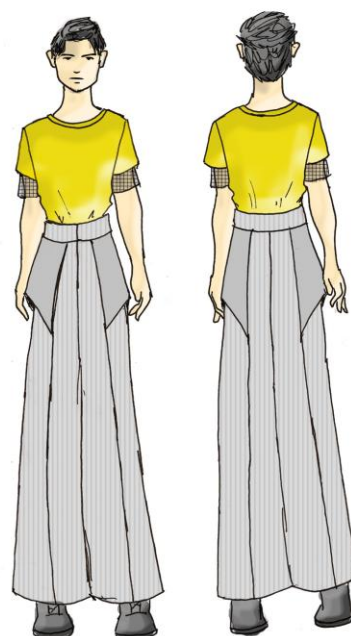


Figura 29: Geração de alternativas 19 e 20.
Fonte: Os Autores.

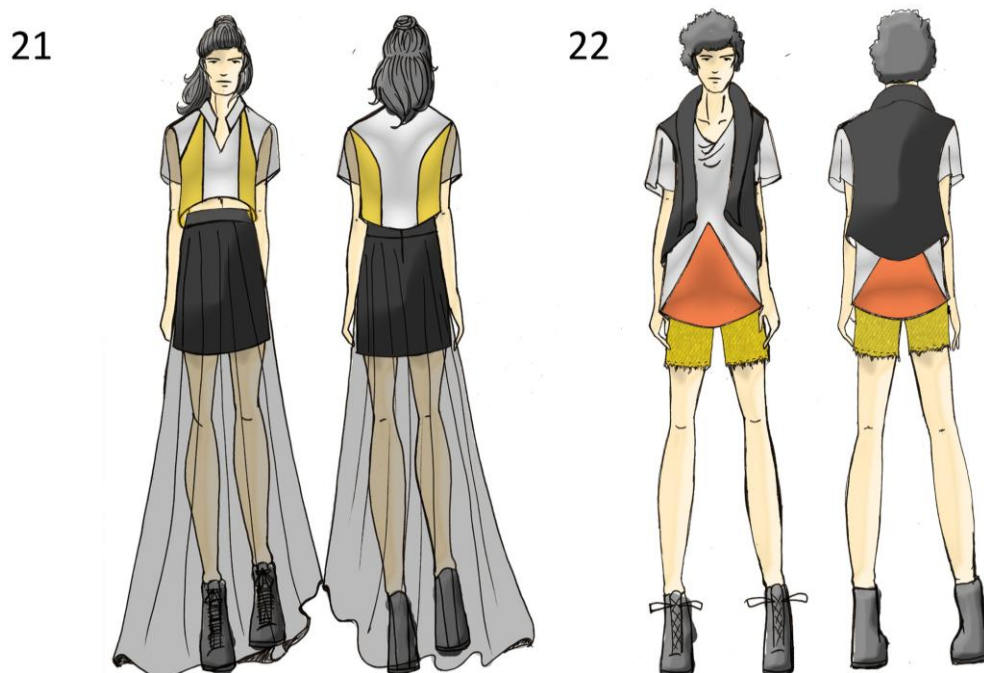


Figura 30: Geração de alternativas 21 e 22.
Fonte: Os Autores.

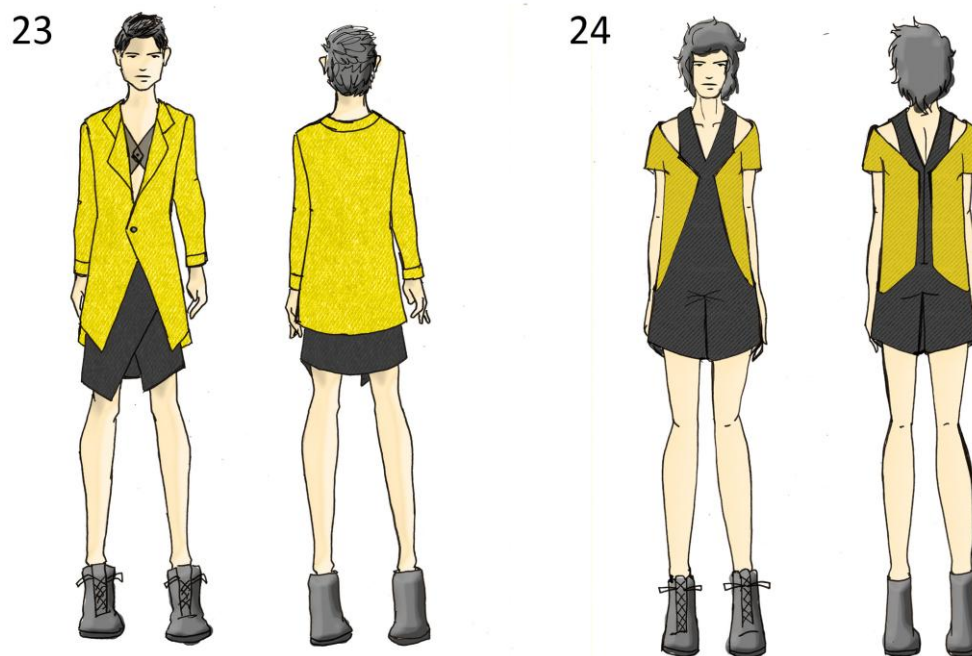


Figura 31: Geração de alternativas 23 e 24.
Fonte: Os Autores.

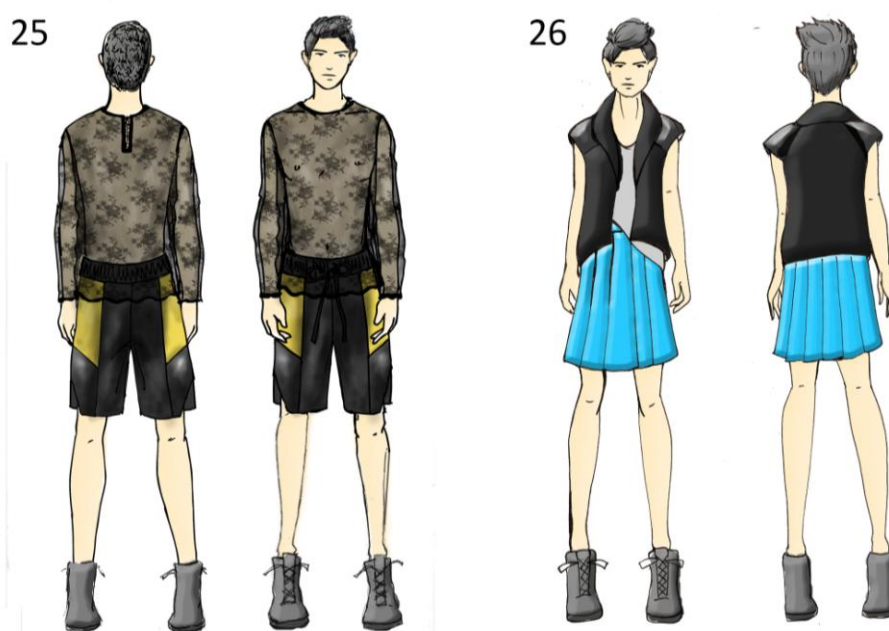


Figura 32: Geração de alternativas 25 e 26.
Fonte: Os Autores.

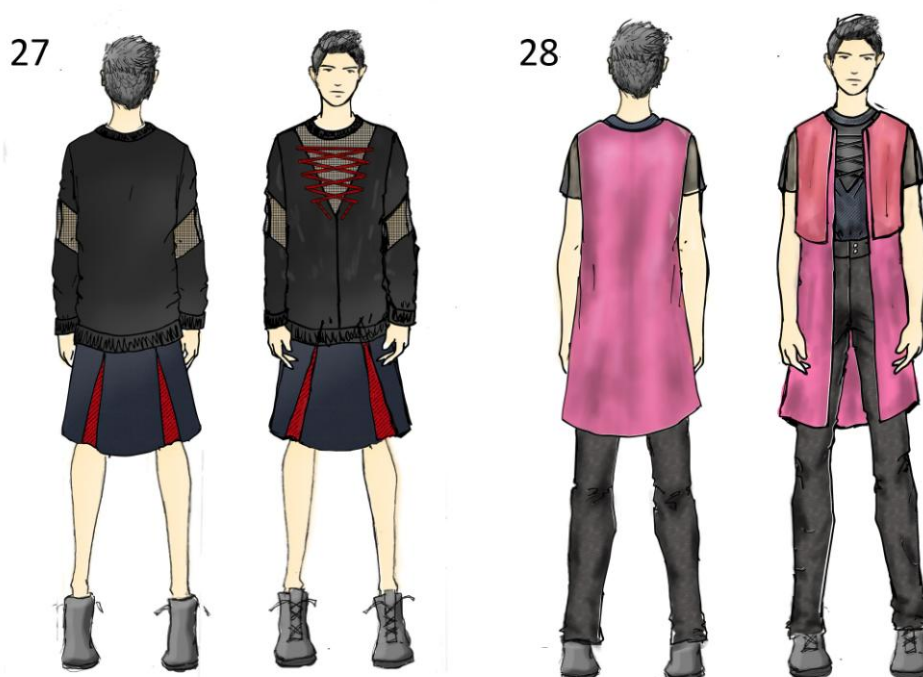


Figura 33: Gerações de alternativas 26 e 27.
Fonte: Os Autores.

5.7 ANÁLISE E SELEÇÃO JUSTIFICADA DAS ALTERNATIVAS



Figura 34: Look selecionado 1.
Fonte: Os Autores.

Look I: Na parte superior do look apresentado na Figura 30 foi confeccionada uma blusa de moletom que possui mangas longas com recortes e aplicação de Lamê entre eles. Há também recortes frontais em tecido rede, que são iniciados na altura do ombro até à cintura e aplicação de recortes em forma de triângulo feitos em moletom que também se iniciam na altura dos ombros até à cintura e se cruzam na altura do tórax, com fechamento por botão de pressão. Na parte traseira há um recorte central que unido, formará a parte das costas, remetendo ao recorte feito para aplicação de zíper invisível em peças femininas, como vestidos.

Para a parte inferior foi confeccionada uma bermuda de cintura alta, com modelagem ampla e evasê, com um gancho mais baixo, dois bolsos frontais e duas pregas frontais e traseiras, que proporcionam o efeito de saia quando a peça está no

corpo. A bermuda possui fechamento traseiro dado por um zíper invisível e será confeccionada em tecido gabardine preto.

O look foi confeccionado na core preto e detalhes em Lamê prata nos bolsos e no vivo aplicado no recorte das mangas. Foi utilizada ribana para oferecer acabamento à barra, punhos e gola do moletom, todos pespontados em máquina galoneira.

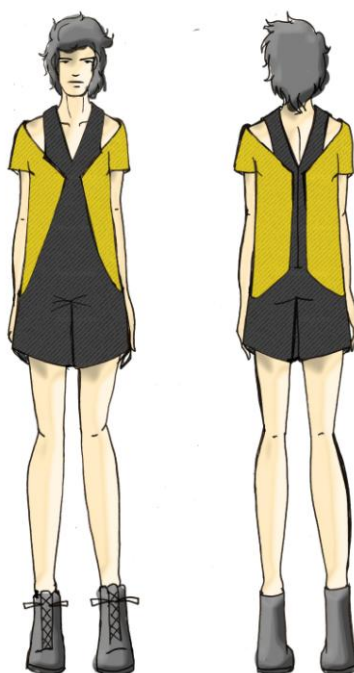


Figura 35: Look selecionado 2.
Fonte: Os Autores.

Look II: O look apresentado na Figura 31 trata-se de um macacão curto, com altura aproximada ao meio da coxa, confeccionado em sarja nas cores amarelo e preto e com forro no mesmo tecido, com recortes vazados na altura dos ombros e recortes que se iniciam na altura do ombro e terminam na altura do quadril. A abertura e fechamento da peça se dá através de zíper invisível pregado na parte central das costas.



Figura 36: Look selecionado 3.
Fonte: Os Autores.

Look III: O Look exposto na Figura 32 é composto por 3 peças, onde na parte de cima encontra-se uma blusa confeccionada em moletom preto e recortes geométricos nos ombros (frente e costas) e parte frontal. Os acabamentos das mangas e gola são proporcionados por ribana, que são pespontadas na máquina galoneira; já a barra não possui ribana, mas sim barra costurada em galoneira com 3cm. A parte inferior é composta por um *shorts* e uma saia transpassada. O *shorts* é confeccionado em brim cinza, sem bolsos e passantes e com pences traseiras e fechamento em botão caseado, já a saia é confeccionada em tecido crepe, possuindo modelagem godê, cós de 2cm e transpasse com fechamento lateral nos dois lados por botão de pressão, oferecendo facilidade para ser retirada. A saia remete ao modelo de saia *mullet* feminina, onde a parte frontal é mais curta e a traseira um pouco mais longa.



Figura 37: Look selecionado 4.
Fonte: Os Autores.

Look IV: O look da Figura 33 é composto por duas peças, o look apresenta na parte de cima uma blusa de renda na cor preto, barrada nos punhos e barra, com mangas longas, zíper de metal dourado na parte de trás e viés pespontado como acabamento da gola.

A parte de baixo é composta por uma bermuda simétrica com recortes pespontados e fendas laterais, confeccionado em moletom na cor preto, couro sintético na mesma cor do moletom e helanca na cor amarelo, repetindo os mesmos recortes da frente na parte de trás. O cós da bermuda é feito em ribana na cor preto e possui cordão para ajustes.



Figura 38: Look selecionado 5.
Fonte: Os Autores.

Look V: O look da Figura 34 apresenta uma blusa de moletom na cor preto, com recorte frontal em tecido rede na cor preto e ilhós distribuídos pelas laterais do recorte, aplicados ao moletom, o que permite o transpasse do cordão na cor vermelho, que pode ser passado da forma que o usuário optar. As mangas possuem recortes em tecido rede, posicionados na altura do cotovelo. Os acabamentos das mangas, barra e gola são dados através de ribana na cor preto, pespontadas ao moletom com a máquina galoneira.

A saia é confeccionada em tecido lã de gramatura média na cor azul noite, com pregas fêmea em brim na cor vermelho e fechamento lateral em zíper invisível.



Figura 39: Look selecionado 6.
Fonte: Os Autores.

Look VI: O Look mostrado na figura 35 composto por colete, camisa e calça. O colete foi confeccionado em malha adidas e couro sintético, ambos na cor rosa. O colete tem comprimento médio, podendo chegar até o meio da coxa, possui prega nas laterais e um recorte em couro que transmite a ideia de que seja um colete menor. Esse recorte é costurado nas laterais, cava e ombros do colete base, deixando o restante livre, para efeito de movimento no momento do andar. O acabamento é dado por pesponto e revel.

A camisa foi confeccionada em lã de gramatura média na cor azul noite e crepe na cor preto. Apresenta recorte em “v” frontal na altura do tórax, mangas em tecido crepe na cor preto, recortes nos ombros e ilhós posicionados ao lado do recorte frontal para a utilização do ilhós, que pode ser colocado da forma com a qual o usuário optar. Na parte de trás da peça há um recorte profundo em “v”, onde no meio há um zíper invisível para abertura e fechamento da peça. A gola é feita na mesma lá do corpo da peça e os acabamentos são dados por pespontos.

A parte de baixo do look é composta por uma calça de cintura alta, com cós largo e pregas frontais em gabardine acetinado na cor cinza. A calça possui bolsos faca frontais e bolsos embutidos traseiros. O fechamento é dado por dois botões caseados.

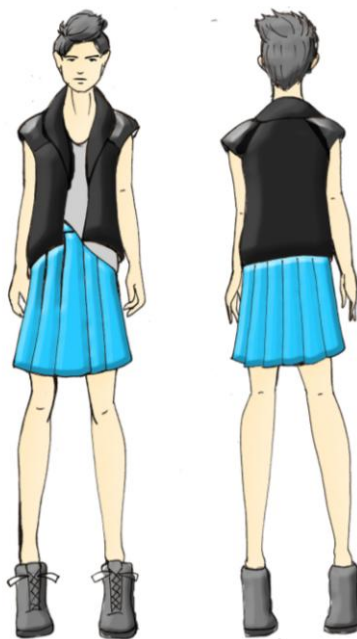


Figura 40: Look selecionado 7.
Fonte: Os Autores.

Look VII: O look 7 mostrado na Figura 36 apresenta três peças, sendo a primeira um colete em sarja na cor preto e com recorte em couro sintético nos ombros, também na cor preto. A gola do colete é dada pela modelagem da peça, que é feita maior na gola para que caia quando estiver no corpo do usuário. A camiseta é confeccionada em malha na cor cinza, possui uma modelagem mais ampla e gola canoa.

A parte de baixo é composta por uma saia de pregas na cor azul e confeccionada em linho misto, com abertura por zíper lateral.

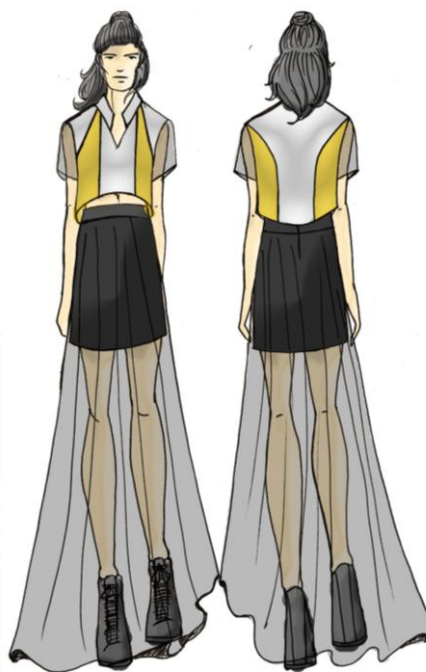


Figura 41: Look selecionado 8.
Fonte: Os Autores.

Look VIII: O look da Figura 37 possui duas peças. A parte de cima apresenta uma camisa, modelo *cropped*, confeccionado em cetim de seda na cor amarelo e cinza e crepe na cor cinza. A peça possui recortes nas partes traseiras e frontal, decote “v” médio e gola estruturada e zíper invisível frontal. A parte de baixo é composta por uma saia longa fluida em tecido crepe, com um forro em sarja com comprimento na altura do meio da coxa. A saia possui fechamento traseiro em zíper invisível.



Figura 42: Look selecionado 9.
Fonte: Os Autores.

Look IX: O exposto na Figura 38 tem a parte de cima é uma blusa de manga $\frac{3}{4}$, confeccionada em tule de malha na cor preto, com acabamentos nas mangas, barra e gola em ribana de malha.

A parte de baixo é uma saia com prega fêmea, cintura alta, parte frontal e traseira, com fechamento em zíper invisível e confeccionada em sarja acetinada.

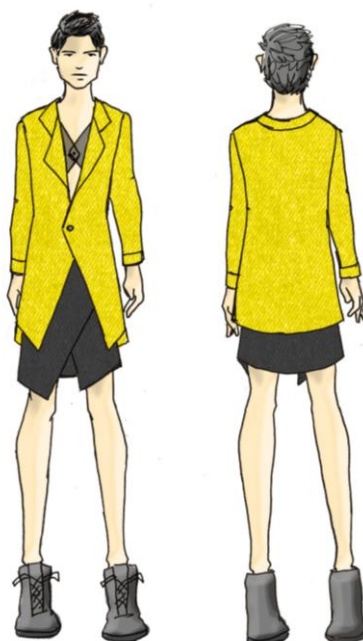


Figura 43: Look selecionado 10.
Fonte: Os Autores.

Look X: O look da figura 39 é composto por blazer com comprimento abaixo do quadril, confeccionado em sarja acetinada na cor amarelo. A peça possui transpasse no tórax em tecido crepe e fechamento por botão de pressão e fechamento do blazer por botão caseado.

A parte inferior é composta por uma saia envelope de cintura alta, confeccionada em sarja acetinada na cor preto, com fechamento por zíper invisível lateral.

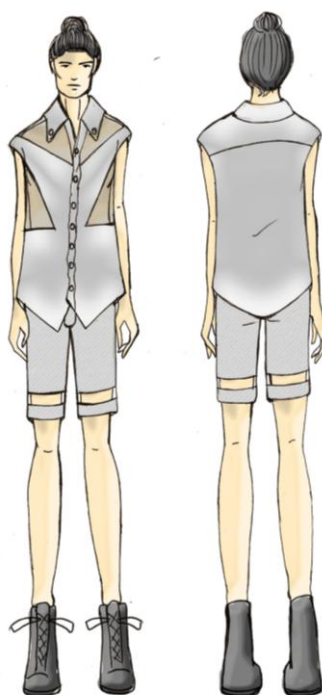


Figura 44: Look selecionado 11.
Fonte: Os Autores.

Look XI: O look exposto na Figura 40 é composto por duas peças, sendo a superior uma camisa regata em tecido tricoline com recortes frontais na altura dos ombros e tórax/cintura em tecido voal. Ambos os tecidos são na cor cinza.

A parte inferior é formada por um *shorts* acima do joelho, com faixas de recortes frontais e traseiros localizados no meio da coxa. O *shorts* possui bolso boca dianteiro, bolso embutido traseiro e os tecidos utilizados são o brim e o crepe transparente.



Figura 45: Look selecionado 12.
Fonte: Os Autores.

Look XII: O look apresentado na Figura 41 possui um casaco de manga $\frac{3}{4}$, confeccionado em tecido sarja acetinada na cor preto. O casaco possui recortes frontais na altura da gola e sobreposição na altura do tórax que pode ser abotoada por botões de pressão. Os recortes nas mangas são em tecido crepe na cor vermelho, assim como a sobreposição existente no tórax. Na parte inferior existe a sobreposição de duas peças: uma saia de cintura alta, confeccionada em crepe plissado na cor cinza, com cós largo e fechamento por zíper invisível e uma calça *skinny* de cintura alta na cor preto, confeccionado em sarja, com bolsos traseiros, frontais e fechamento por botão caseado.

5.8 FICHAS TÉCNICAS



Figura 46: Ficha técnica 1, do Look 1, página1.
Fonte: Os Autores.


TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Moletom	Fremetex	70% Algodão/ 30% Poliéster	80cm	R\$26,00
2- Rede	Casas Loanda	92% Poliéster/8% Elastano	50cm	R\$10,00
3- Lamê	Fremetex	100% Poliéster	4cm	R\$0,20
4- Ribana	Fremetex	92% Algodão/ 8% Elastano	20cm	R\$28,00
AMOSTRAS  1- Moletom 2- Rede 3- Lamê 4- Ribana				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Preto	38m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto	89m	R\$3,50
Botão de Pressão	Bazar Tupy	Preto	1 unidade	R\$0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30
VARIAÇÃO CORES COR ÚNICA 				

Figura 47: Ficha técnica 1, do Look 1, página 2.
 Fonte: Os Autores.

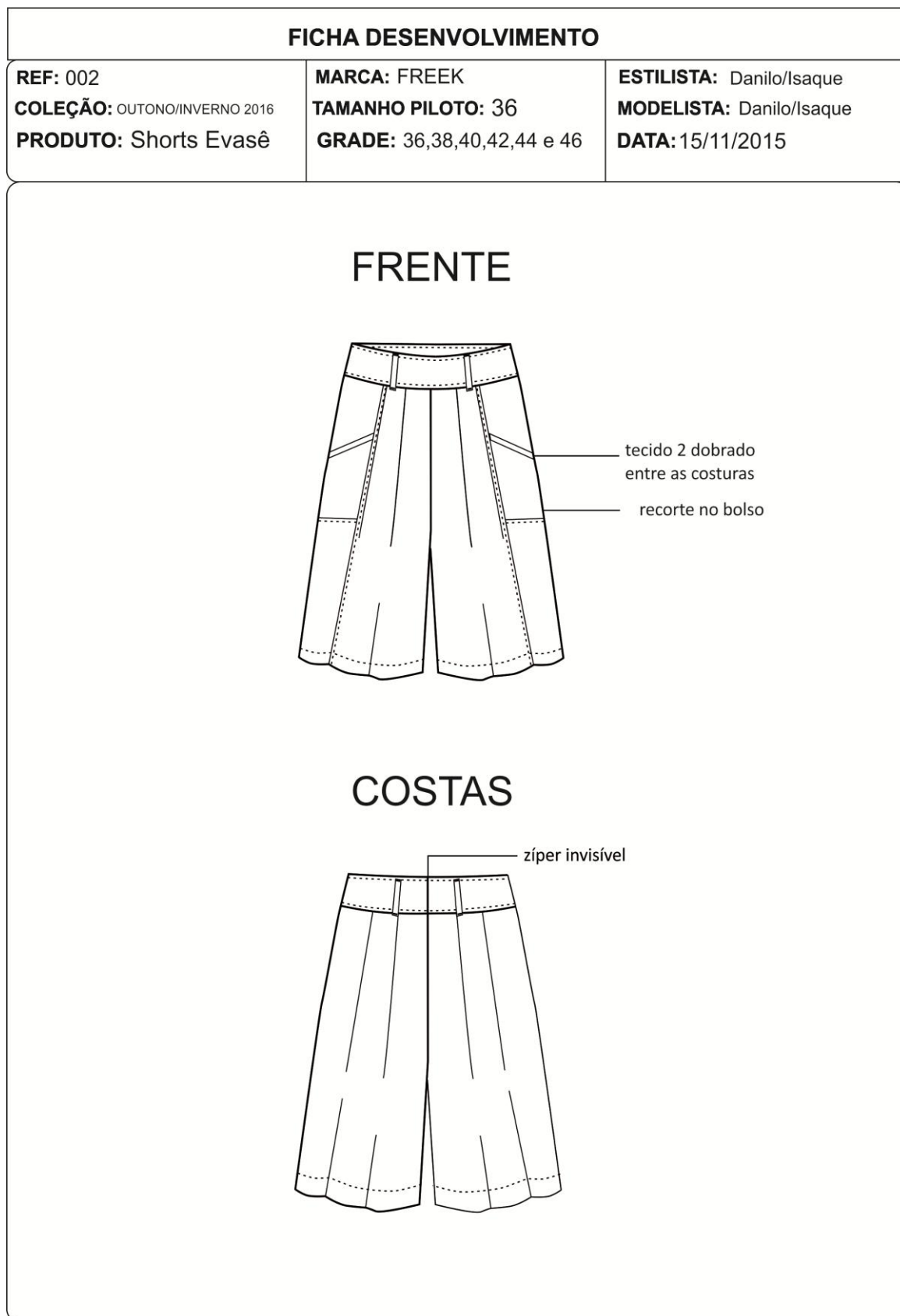


Figura 49: Ficha técnica 2, do Look 1, página1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Gabardine	Marcati	74% Poliéster/ 26% Viscose	1,40m	R\$19,00
2- Lamê	Fremetex	100% Poliéster	3cm	R\$9,00

AMOSTRAS				
				
1- Gabardine	2- Lamê			

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Preto	73m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto	68m	R\$3,50
Zíper invisível (15cm)	Bazar Tupy	Preto	1 unidade	R\$0,60

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

VARIAÇÃO CORES				
COR ÚNICA				
				

Figura 50: Ficha técnica 2, do Look 1, página 2.
Fonte: Os Autores.

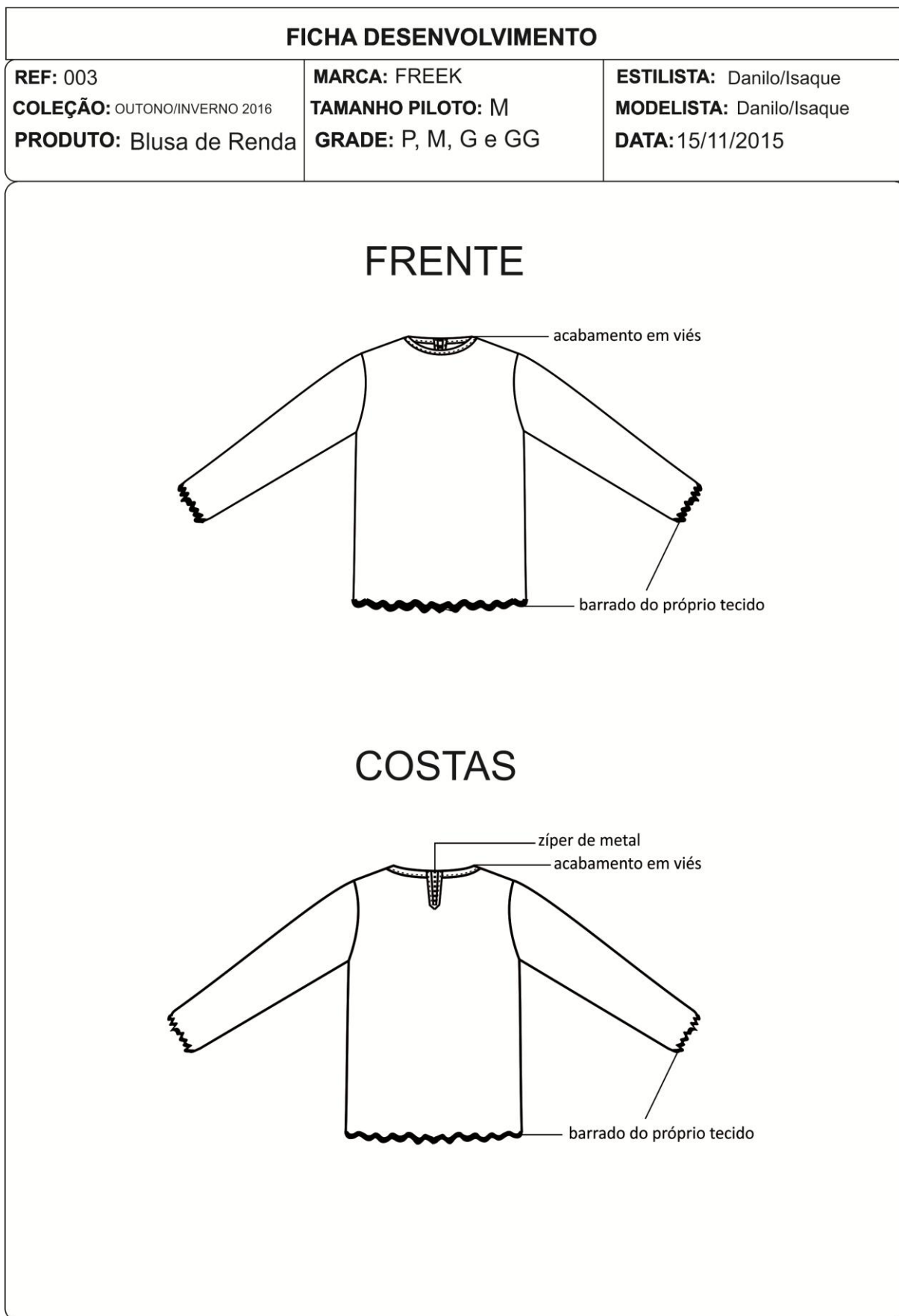


Figura 52: Ficha técnica 3, do Look 2, página 1.
Fonte: Os Autores.



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Renda	Monalisa	96% Poliéster/4% Elastano	80cm	R\$32,00
AMOSTRAS				
				
Renda				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto	32m	R\$3,50
Zíper Metal (10cm)	Bazar Tupy	Preto	10cm	R\$1,50
Viés fino (24mm)	Bazar Tupy	Preto	60cm	R\$0,80
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30
VARIAÇÃO CORES				
COR ÚNICA				
				

Figura 53: Ficha técnica 3, do Look 2, página 2.
Fonte: Os Autores.

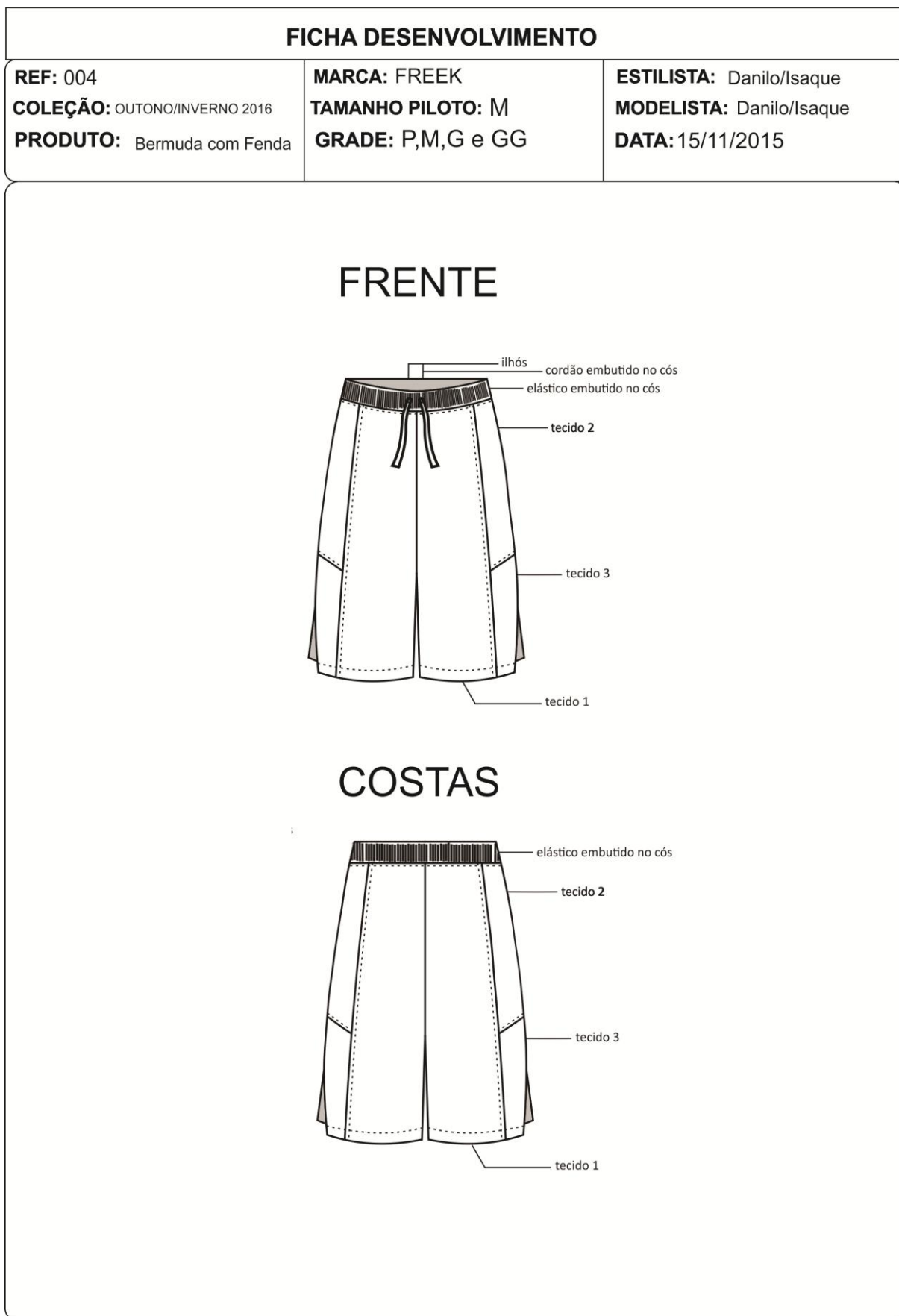


Figura 55: Ficha técnica 4, do Look 2, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Moletom	Fremetex	70% Algodão/30% Poliéster	50cm	R\$26,00/kg
2- Helanca	Costa Rica	100% Poliamida	50cm	R\$25,00/kg
3-Couro Sintético	Marcato	70%PVC 25%Poliéster 5%Poliuretano	40cm	R\$30,00/m
4-Ribana	Fremetex	92% Algodão/8% Elastano	20cm	R\$28,00/kg
AMOSTRAS				
				
1- Moletom 2- Helanca 3- Couro Sintético 4- Ribana				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Preto	50m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto	80m	R\$3,50
Ilhós	Bazar Tupy	Prata	2 unidades	R\$0,50
Cordão	Bazar Tupy	Preto	1,5m	R\$2,00
Elástico	Bazar Tupy	Branco	75cm	R\$1,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 56: Ficha técnica 4, do Look 2, página 2.
Fonte: Os Autores.

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 005	MARCA: FREEK	ESTILISTA: Danilo/Isaque
COLEÇÃO: OUTONO/INVERNO 2016	TAMANHO PILOTO: 36	MODELISTA: Danilo/Isaque
PRODUTO: Macaquinho com Recortes	GRADE: 36,38,40,42,44 e 46	DATA: 15/11/2015

FRENTE

revel

sarja amarela

sarja preta

COSTAS

ziper invisível

revel

sarja amarela

sarja preta

Figura 58: Ficha técnica 5, do Look 3, página 1.
Fonte: Os Autores.



TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Sarja	Paranatex	98% Algodão 2% Elastano	3m	R\$26,00 m
AMOSTRAS				
				
Sarja				
AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Preto/Amarelo	100m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto/Amarelo	150m	R\$3,50
Zíper Invisível	Bazar Tupy	Preto	1 unidades	R\$0,50
ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 59: Ficha técnica 5, do Look 3, página 2.
Fonte: Os Autores.

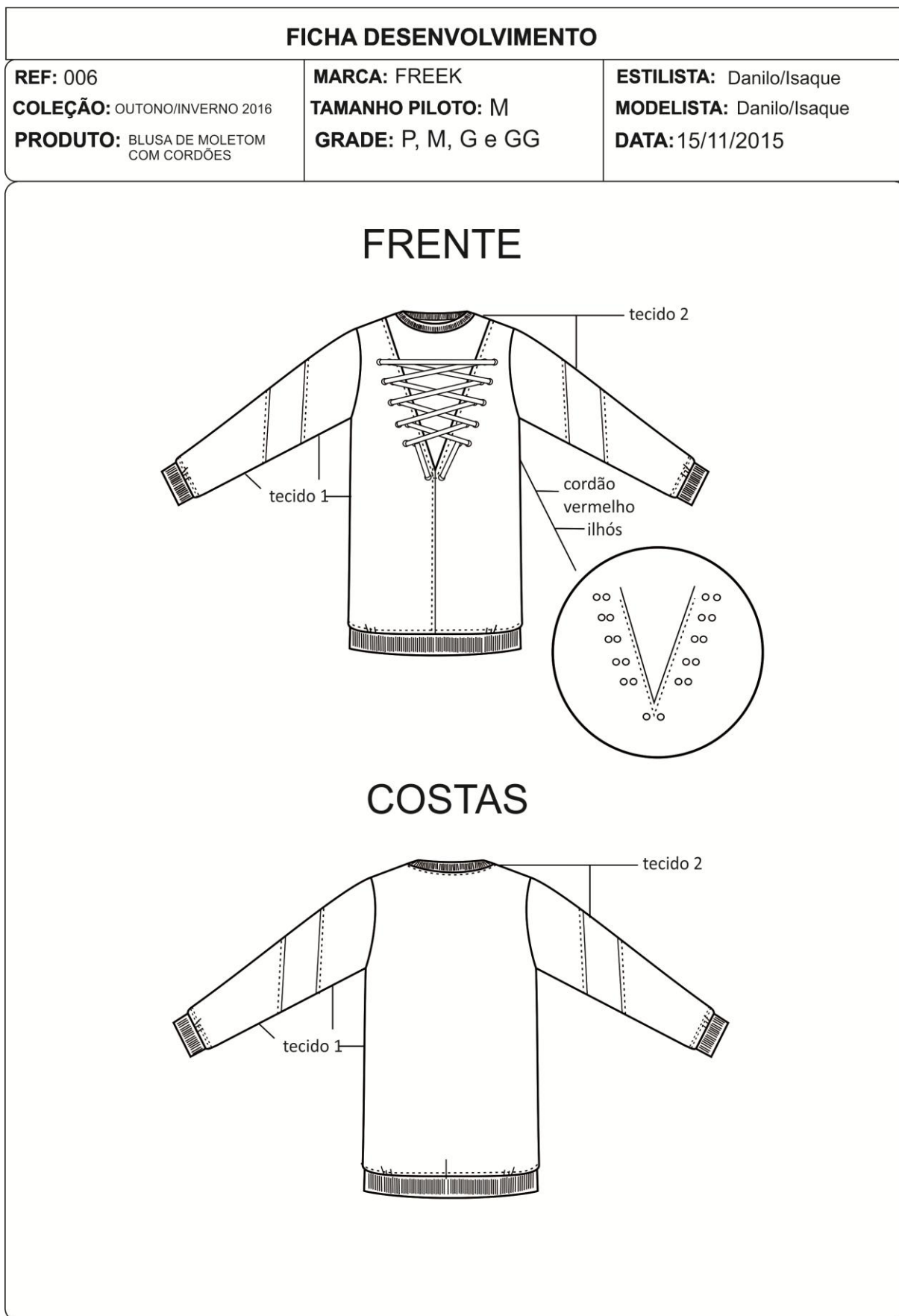


Figura 61: Ficha técnica 6, do Look 4, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Moletom	Fremetex	70% Algodão/ 30% Poliéster	95cm	R\$26,00
2- Rede	Casas Loanda	92% Poliéster/8% Elastano	60cm	R\$10,00
3- Ribana	Fremetex	92% Poliéster/8% Elastano	40cm	R\$28,00

AMOSTRAS				
				
1- Moletom	2- Rede	3- Ribana		

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Preto	35m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto	94m	R\$3,50
Ilhós	Bazar Tupy	Preto	22 unidades	R\$0,30
Cordão	Bazar Tupy	Vermelho	2,6m	R\$0,90

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 62: Ficha técnica 6, do Look 4, página 2.
Fonte: Os Autores.

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 007	MARCA: FREEK	ESTILISTA: Danilo/Isaque
COLEÇÃO: OUTONO/INVERNO 2016	TAMANHO PILOTO: 36	MODELISTA: Danilo/Isaque
PRODUTO: Saia com Pregas	GRADE: 36,38,40,42,44 e 46	DATA: 15/11/2015

FRENTE



zíper invisível

tecido 1

tecido 2

COSTAS



zíper invisível

tecido 1

tecido 2

Figura 64: Ficha técnica 7, do Look 4, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Lã	Monalisa	80% Lã/20% Poliamida	80cm	R\$29,00m
2- Brim	Fremetex	100% Algodão	80cm	

AMOSTRAS				
				
1- Lã	2- Brim			

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Azul Noite	60m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Azul Noite	80m	R\$3,50
Zíper Invisível (15cm)	Bazar Tupy	Azul Noite	1 Unidade	R\$0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 65: Ficha técnica 7, do Look 4, página 2.
Fonte: Os Autores.

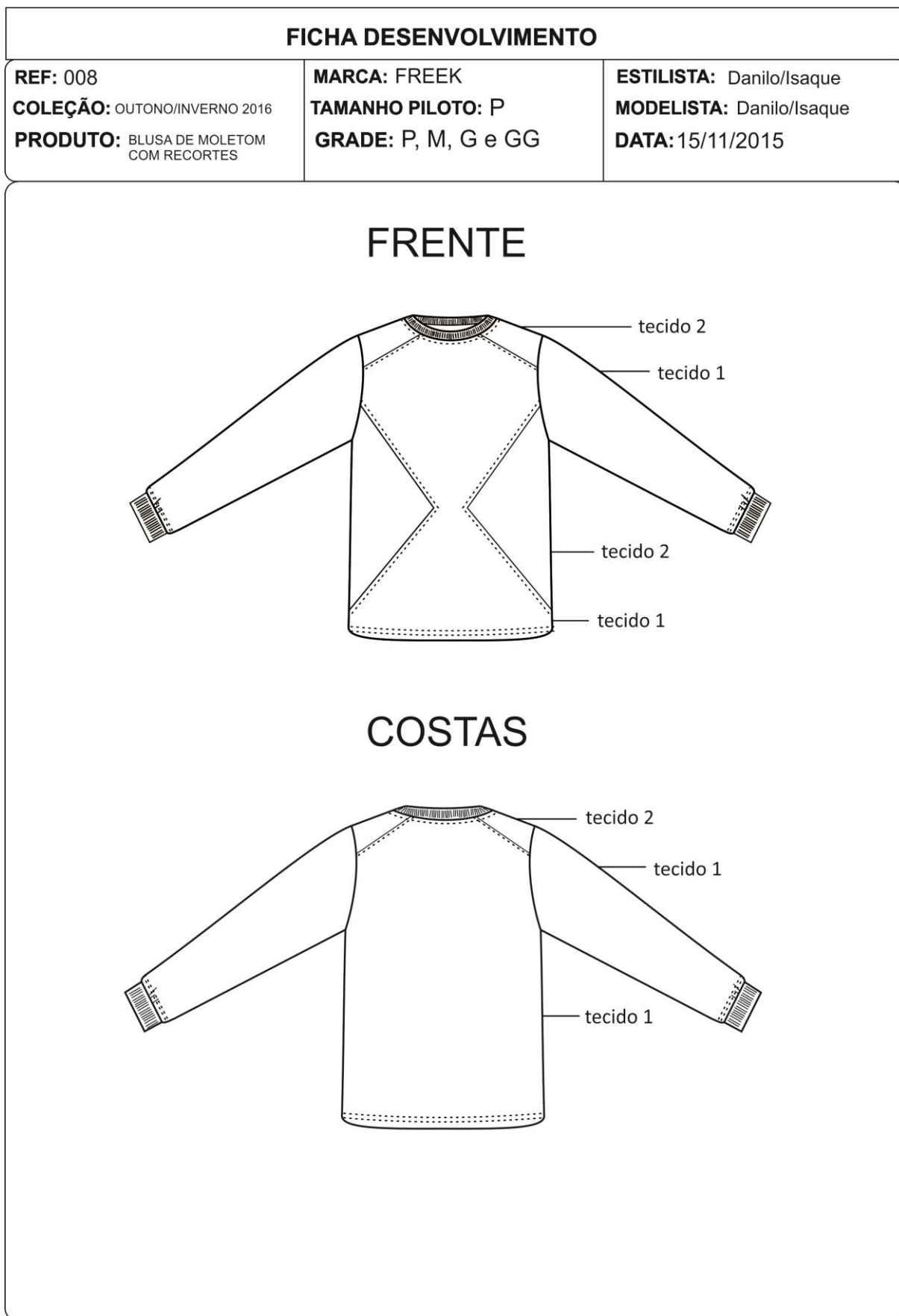


Figura 67: Ficha técnica 8, do Look 5, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Moletom	Fremetex	70% Algodão/30% Poliéster	1,20m	R\$26,00
2- Couro Sintético	Marcato	70% PVC/ 25% Poliéster/ 5% Poliuretano	60cm	R\$30,00
3- Ribana	Fremetex	95% Poliéster/ 5% Elastano	12cm	R\$28,00

AMOSTRAS				
				
1- Moletom	2- Couro Sintético	3- Ribana		

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Preto	22m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto	78m	R\$3,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 68: Ficha técnica 8, do Look 5, página 2.
Fonte: Os Autores.

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 009	MARCA: FREEK	ESTILISTA: Danilo/Isaque
COLEÇÃO: OUTONO/INVERNO 2016	TAMANHO PILOTO: 36	MODELISTA: Danilo/Isaque
PRODUTO: Shorts	GRADE: 36,38,40,42,44 e 46	DATA: 15/11/2015

FRENTE



COSTAS



Figura 70: Ficha técnica 9, do Look 5, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Brim	Fremetex	100% Algodão	60cm	R\$26,00

AMOSTRAS				
				
Brim				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Cinza	56m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Cinza	34m	R\$3,50
Botão de metal caseado	Bazar Tupy	Prateado	1 unidade	R\$1,00
Zíper 15cm	Bazar Tupy	Cinza	1 unidade	R\$0,60

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

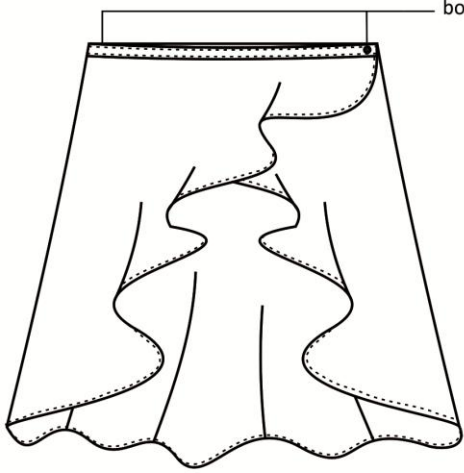
VARIAÇÃO CORES				
				

Figura 71: Ficha técnica 9, do Look 5, página 2.
Fonte: Os Autores.

FICHA DESENVOLVIMENTO		
REF: 010	MARCA: FREEK	ESTILISTA: Danilo/Isaque
COLEÇÃO: OUTONO/INVERNO 2016	TAMANHO PILOTO: 36	MODELISTA: Danilo/Isaque
PRODUTO: Saia Transpassada	GRADE: 36,38,40,42,44 e46	DATA: 15/11/2015

FRENTE

botões de pressão



COSTAS

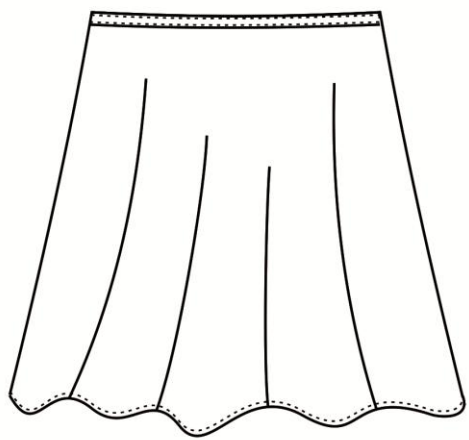


Figura 73: Ficha técnica 10, do Look 5, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Crepe	Fremetex	100% Poliéster	80cm	R\$8,00/m

AMOSTRAS				
 Crepe				

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Preto	50m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto	60m	R\$3,50
Botão de Pressão	Bazar Tupy	Preto	2 Unidades	R\$0,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

VARIAÇÃO CORES				
COR ÚNICA				
				

Figura 74: Ficha técnica 10, do Look 5, página 2.
 Fonte: Os Autores.

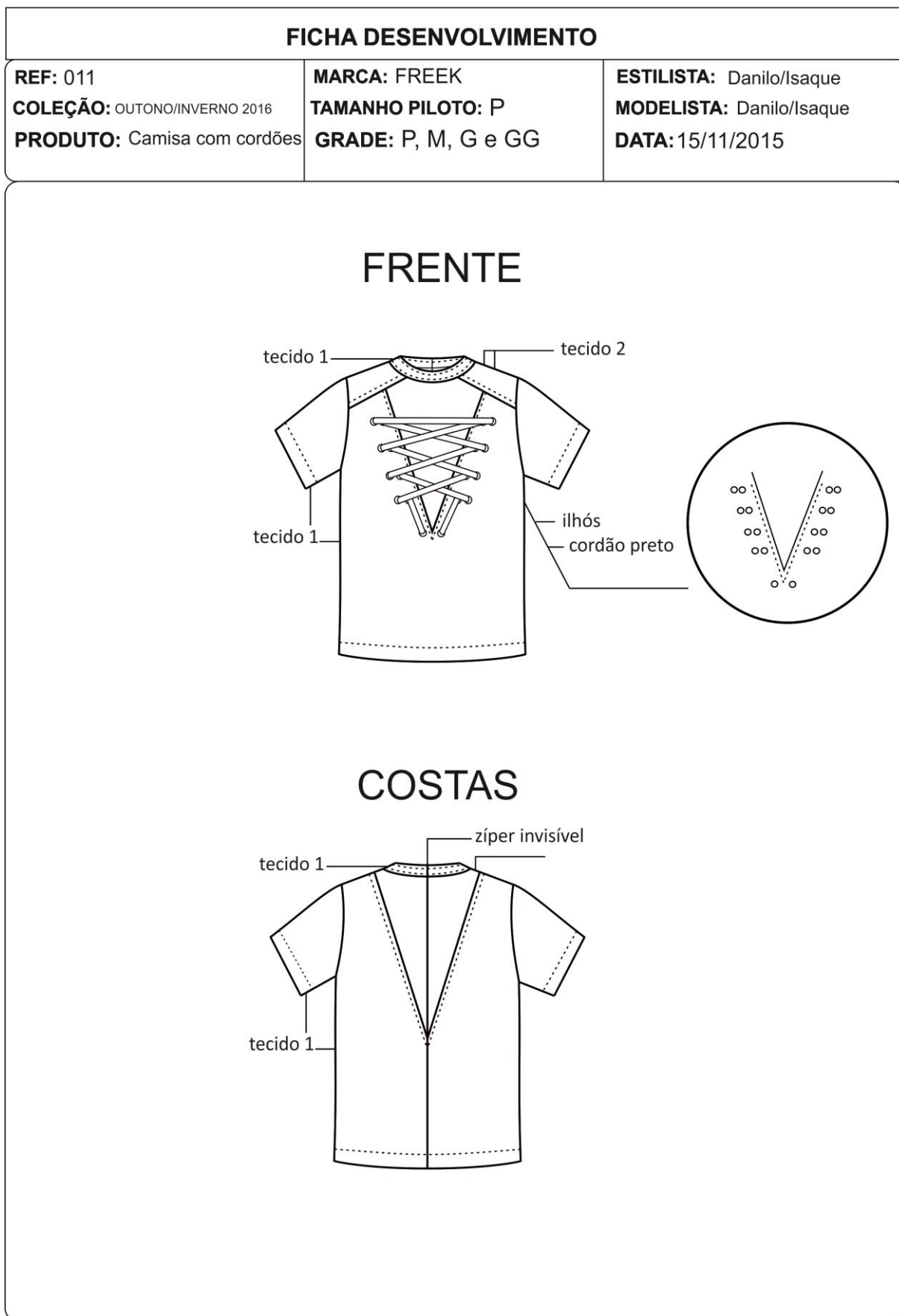




Figura 76: Ficha técnica 11, do Look 6, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Lã	Monalisa	80% Lã/20% Poliamida	70cm	R\$26,00
2- Crepe	Fremetex	100% Poliéster	60cm	R\$8,00

AMOSTRAS				
				
1- Lã	2- Crepe			

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Preto	65m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Preto	38	R\$3,50
Ilhós	Bazar Tupy	Preto	18 unidades	R\$0,30
Cordão	Bazar Tupy	Preto	2,2m	R\$0,90

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

VARIAÇÃO CORES				
COR ÚNICA				
				

Figura 77: Ficha técnica 11, do Look 6, página 2.
Fonte: Os Autores.

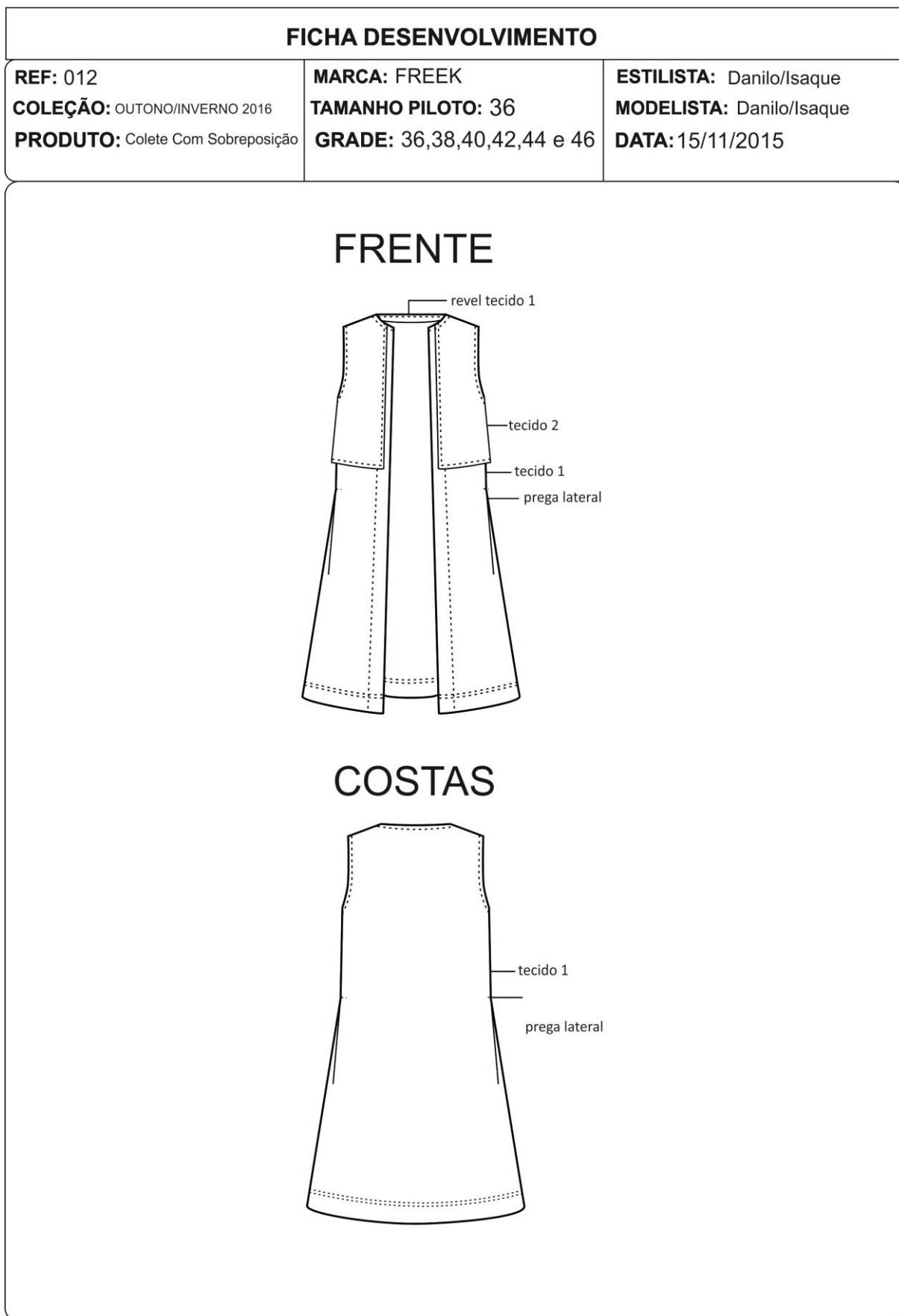




Figura 79: Ficha técnica 12, do Look 6, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
1- Malha Adidas	Fremetex	65% Poliéster/35% Algodão	1,20m	
2- Couro Sintético	Riviera	70%PVC 25%Poliéster 5%Poliuretano	40cm	

AMOSTRAS	
	
1- Malha Adidas	2- Couro Sintético

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Rosa	90m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Rosa	100m	R\$3,50

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

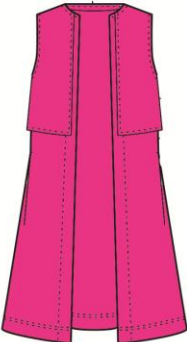
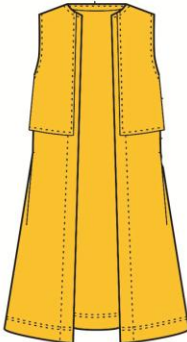
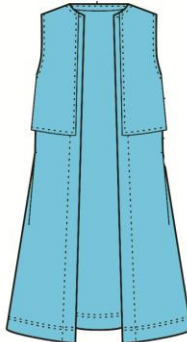
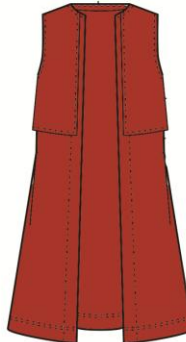
VARIAÇÃO CORES			
			

Figura 80: Ficha técnica 12, do Look 6, página 2.
Fonte: Os Autores.

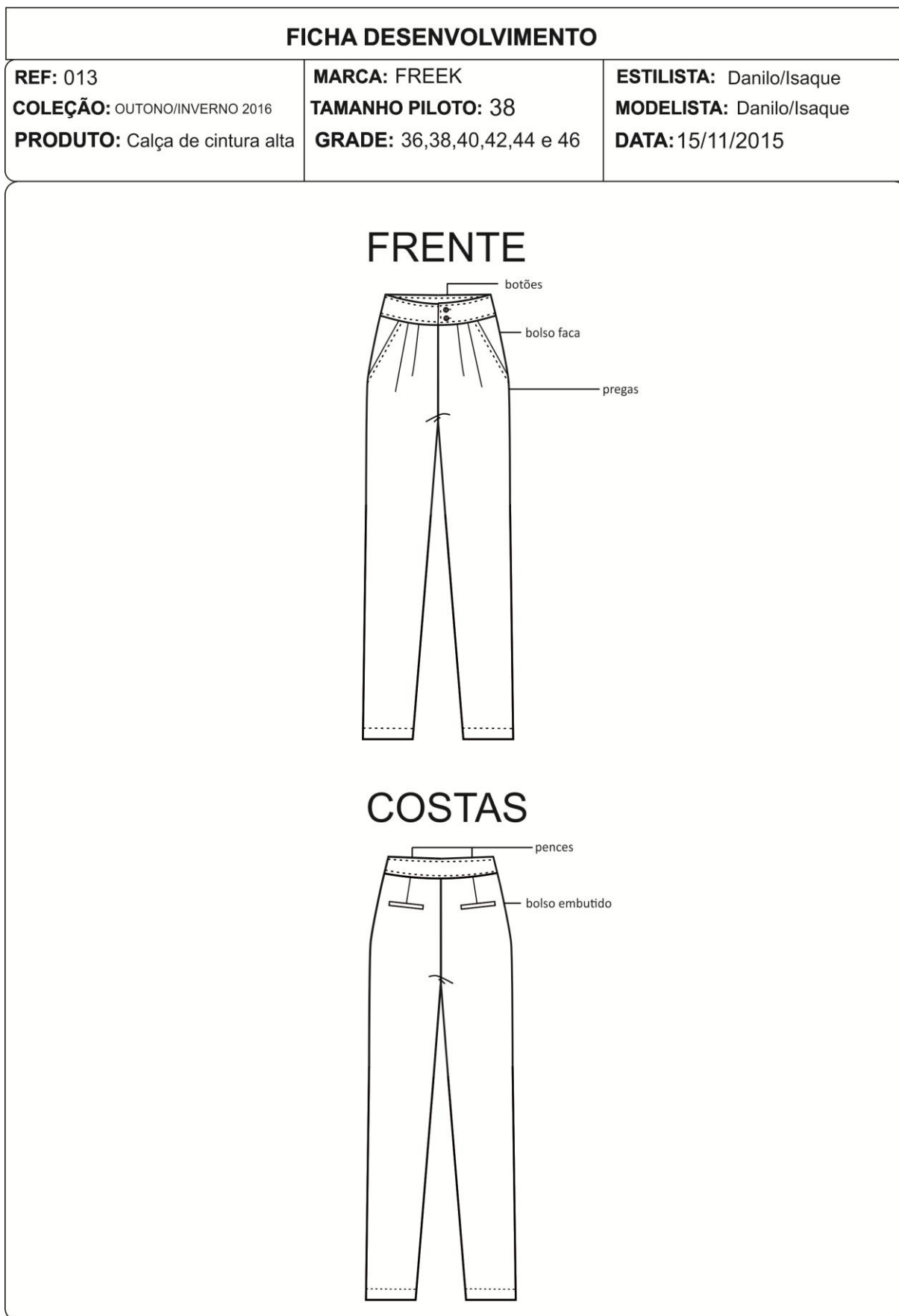


Figura 82: Ficha técnica 13, do Look 6, página 1.
Fonte: Os Autores.

TECIDOS				
TECIDOS	FORNECEDOR	COMPOSIÇÃO	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Gabardine	Fremetex	100% Poliéster	1,40m	R\$26,00

AMOSTRAS



Gabardine

AVIAMENTOS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT.
Linha	Bazar Tupy	Cinza	169m	R\$3,00
Fio Overloque	Bazar Tupy	Cinza	73m	R\$3,50
Botão de acrílico caseado	Bazar Tupy	Prateado	2 unidades	R\$0,70
Zíper 15cm	Bazar Tupy	Cinza	1 unidade	R\$0,60

ETIQUETAS/EMBALAGENS/TAGS				
DESCRIÇÃO	FORNECEDOR	COR	CONSUMO/PEÇA	R\$ UNIT
Etiqueta FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Tag FREEK	FREEK	Única	1	R\$0,30
Embalagem	FREEK	Única	1	R\$0,30

VARIAÇÃO CORES

COR ÚNICA



Figura 83: Ficha técnica 13, do Look 6, página 2.
Fonte: Os Autores.

SEQUÊNCIA OPERACIONAL		
No	Operação	Máquina
1	Pregar forro do bolso	RETA
2	Virar o forro e pespontar	RETA
3	Pregar espelho do bolso no forro	RETA
4	Virar espelho e pespontar	RETA
5	Fazer costura de segurança nas pregas	RETA
6	Overlocar gancho dianteiro separadamente	OVERLOQUE
7	Fazer braguilha	RETA
8	Fechar gancho dianteiro	RETA
9	Pregar zíper	RETA
10	Fechar pences traseiras	RETA
11	Fazer costura retangular para bolso embutido, seguindo gabarito	RETA
12	Fazer abertura do retângulo	RETA
13	Pregar forro do bolso no retângulo, seguindo gabarito	RETA
14	Virar o forro para o lado de dentro	MANUAL
15	Dobrar a parte inferior do forro rente à parte superior	MANUAL
16	Overlocar gancho traseiro separadamente	OVERLOQUE
17	Fechar gancho	RETA
18	Fechar entrepernas	RETA
19	Overlocar entrepernas	OVERLOQUE
20	Fechar laterais	RETA
21	Overlocar laterais	OVERLOQUE
22	Preparar cócs	RETA
23	Pregar cócs	RETA
24	Fazer barra rebatida	RETA
25	Fazer duas casas de botão	CASEADEIRA
26	Pregar botões	MANUAL

Figura 84: Ficha técnica 13, do Look 6, página 3.
Fonte: Os Autores.

5.9 PRANCHAS DOS LOOKS



Figura 85: Prancha A4 do Look 1, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.
Fonte: Os Autores.



Figura 86: Prancha A4 do Look 2, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.
Fonte: Os Autores.



Figura 87: Prancha A4 do Look 3, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.
Fonte: Os Autores.



Figura 88: Prancha A4 do Look 4, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.
Fonte: Os Autores.



Figura 89: Prancha A4 do Look 5, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.
Fonte: Os Autores.

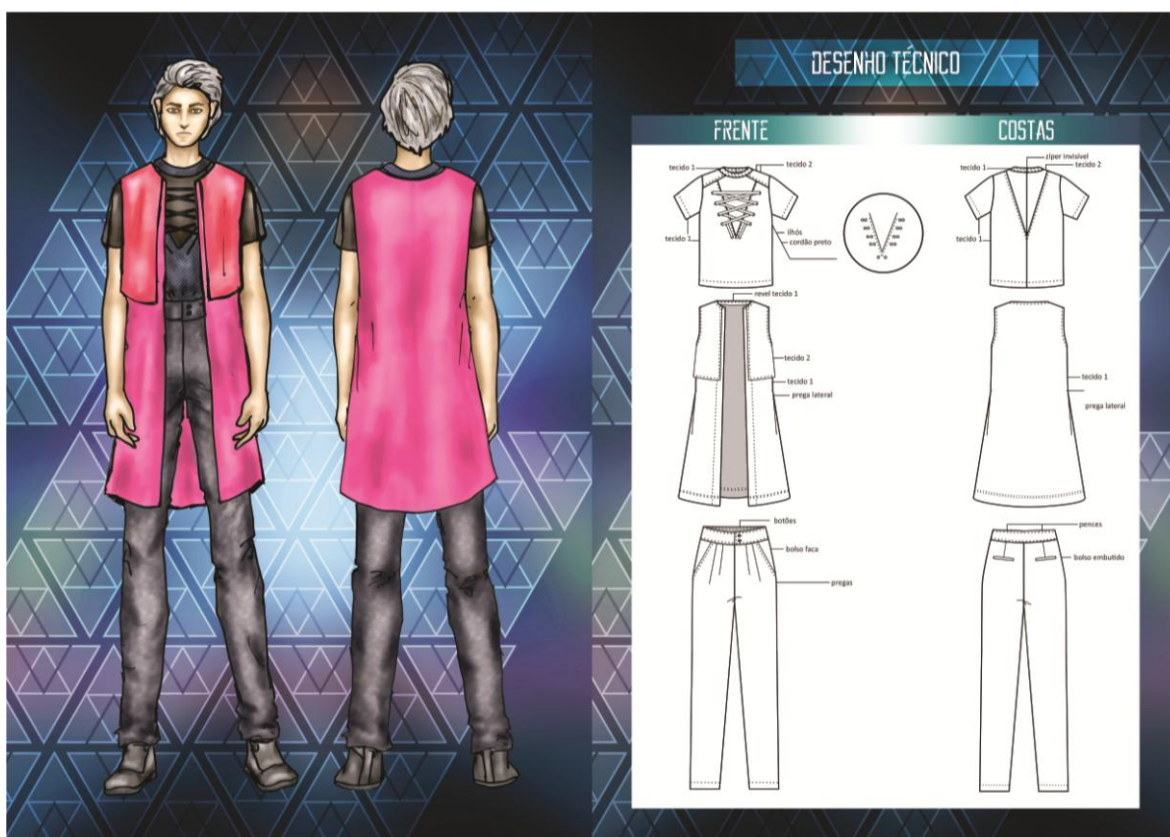


Figura 90: Prancha A4 do Look 6, com ilustrações na frente e desenhos técnicos no verso.
Fonte: Os Autores.

5.10 LOOKS CONFECCIONADOS



Figura 91: Geração de alternativa 1 confeccionada.
Fonte: Os Autores.



Figura 92: Geração de alternativa 25 confeccionada.
Fonte: Os Autores.



Figura 93: Geração de alternativa 24 confeccionada.
Fonte: Os Autores.



Figura 94: Geração de alternativa 27 confeccionada.
Fonte: Os Autores.



Figura 95: Geração de alternativa 8 confeccionada.
Fonte: Os Autores.



Figura 96: Geração de alternativa 28 confeccionada.
Fonte: Os Autores.

5.11 DOSSIÊ ELETRÔNICO

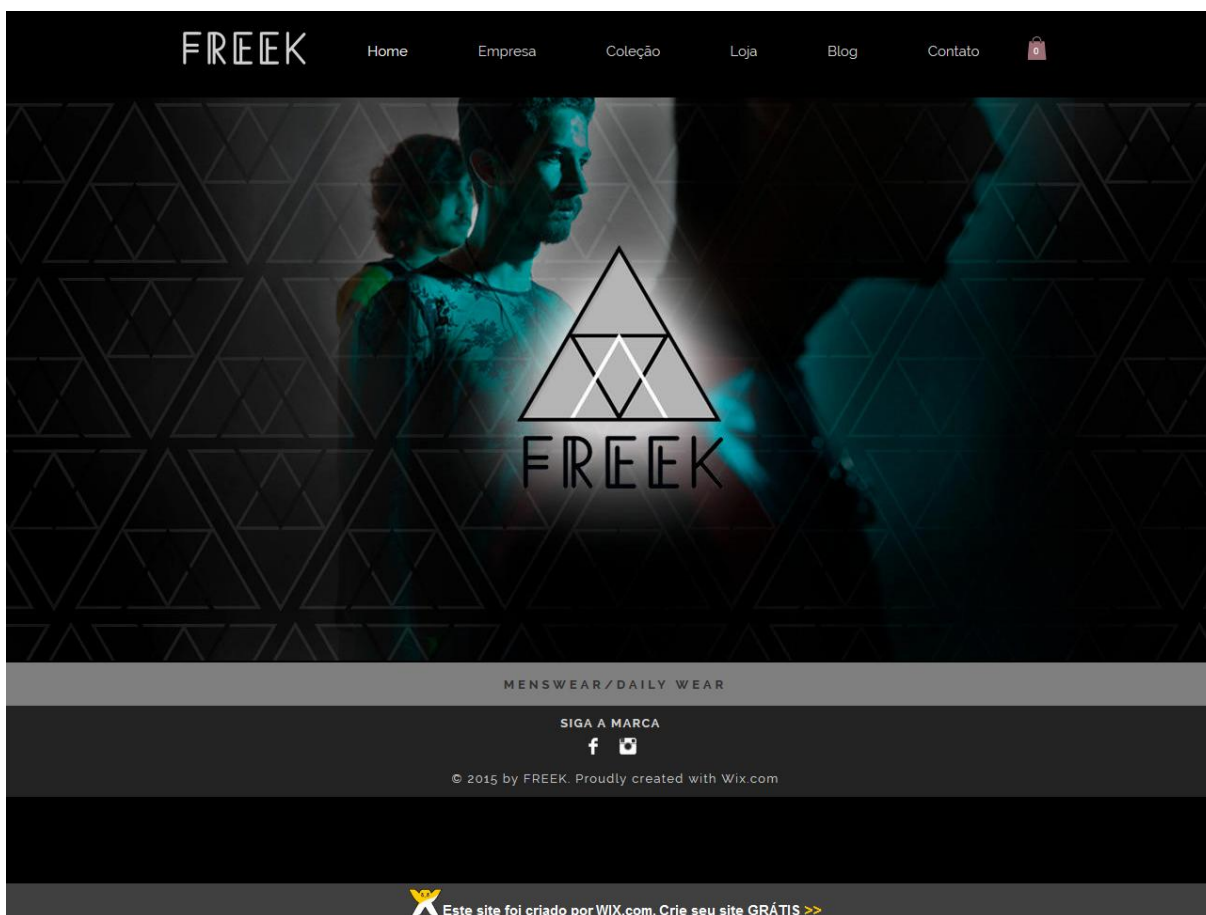


Figura 97: Página inicial do site da marca.
Fonte: Os Autores.

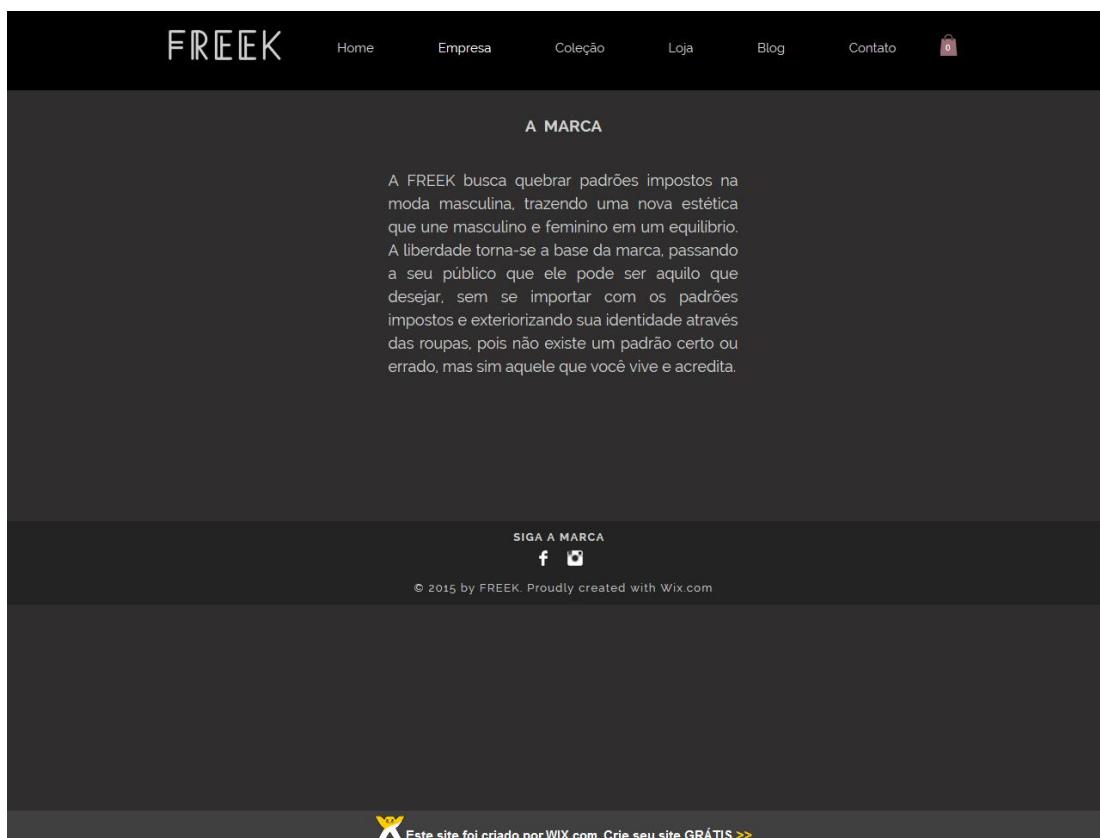


Figura 98: Conceito da marca.
Fonte: Os Autores.

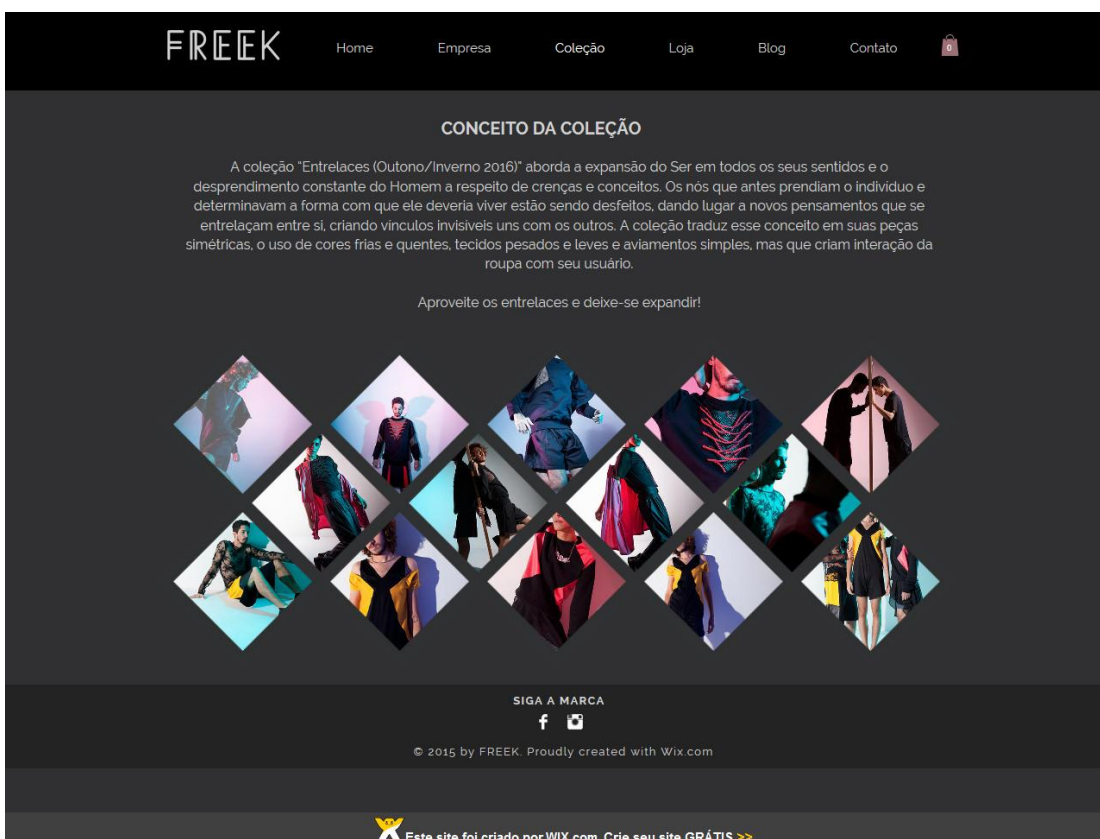


Figura 99: Conceito e fotos da coleção.
Fonte: Os Autores.

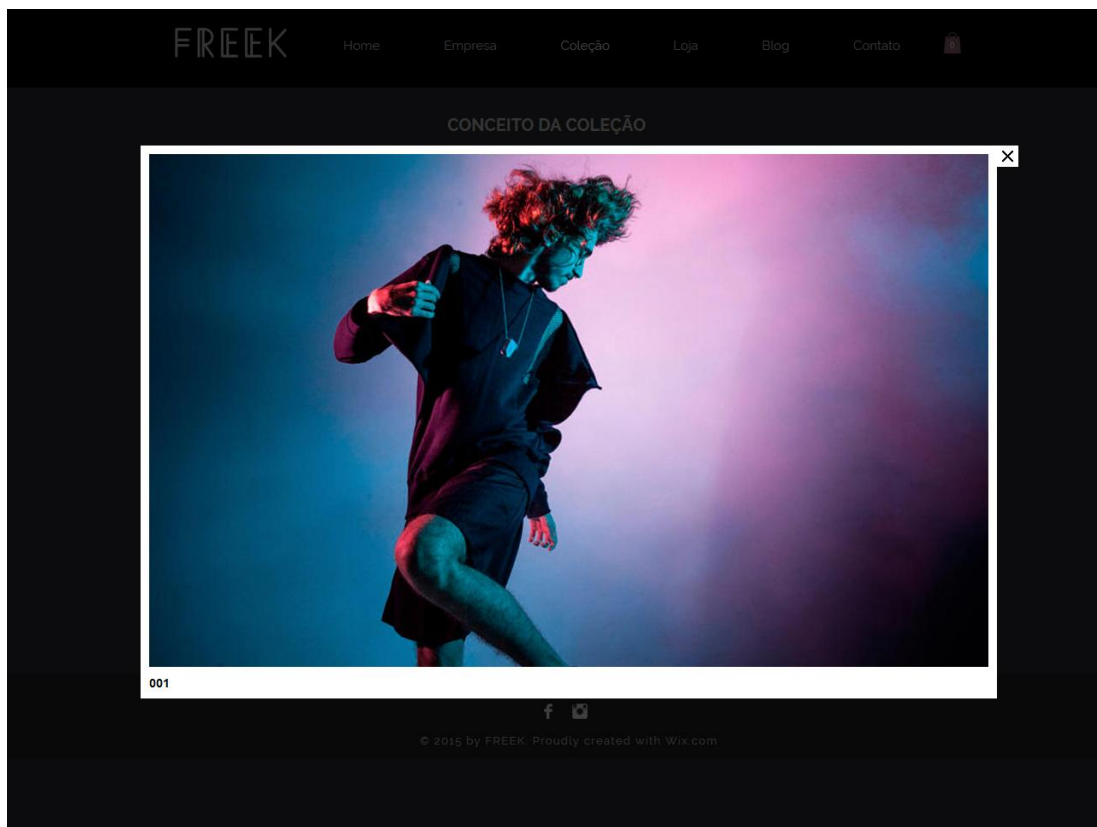


Figura 100: Visualizador de imagens.
Fonte: Os Autores.

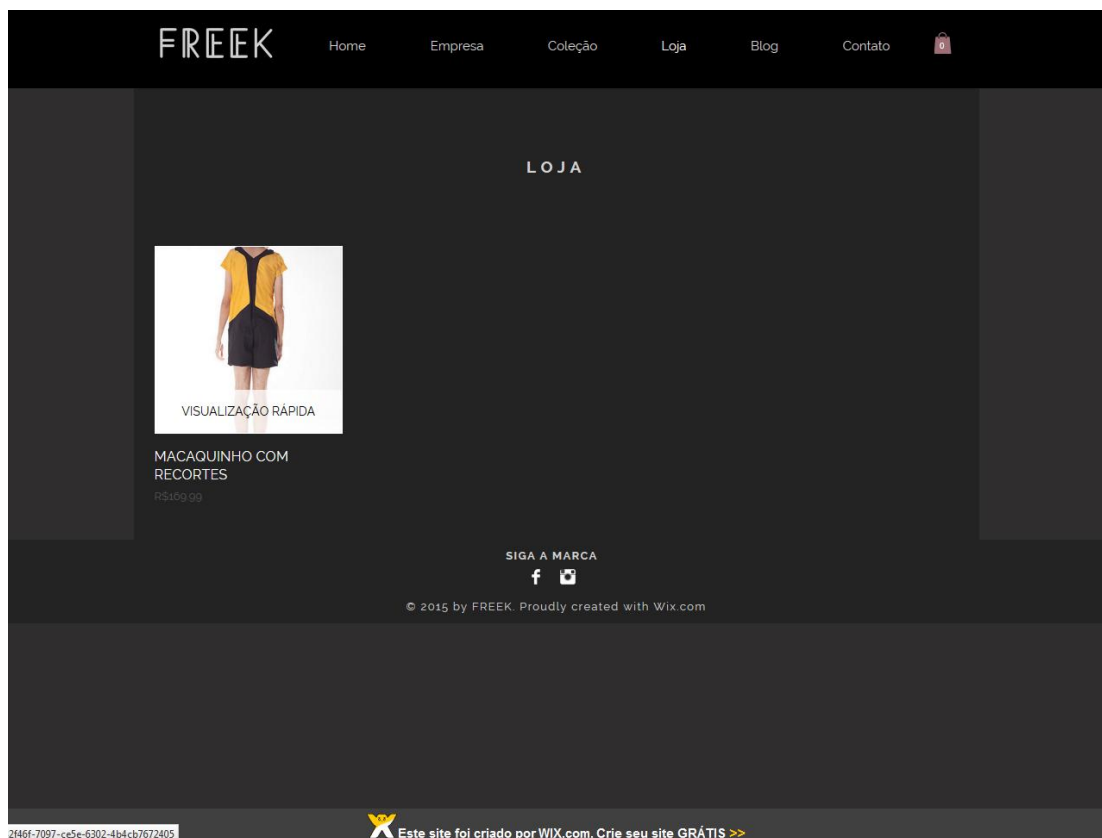


Figura 101: Loja online.
Fonte: Os Autores.

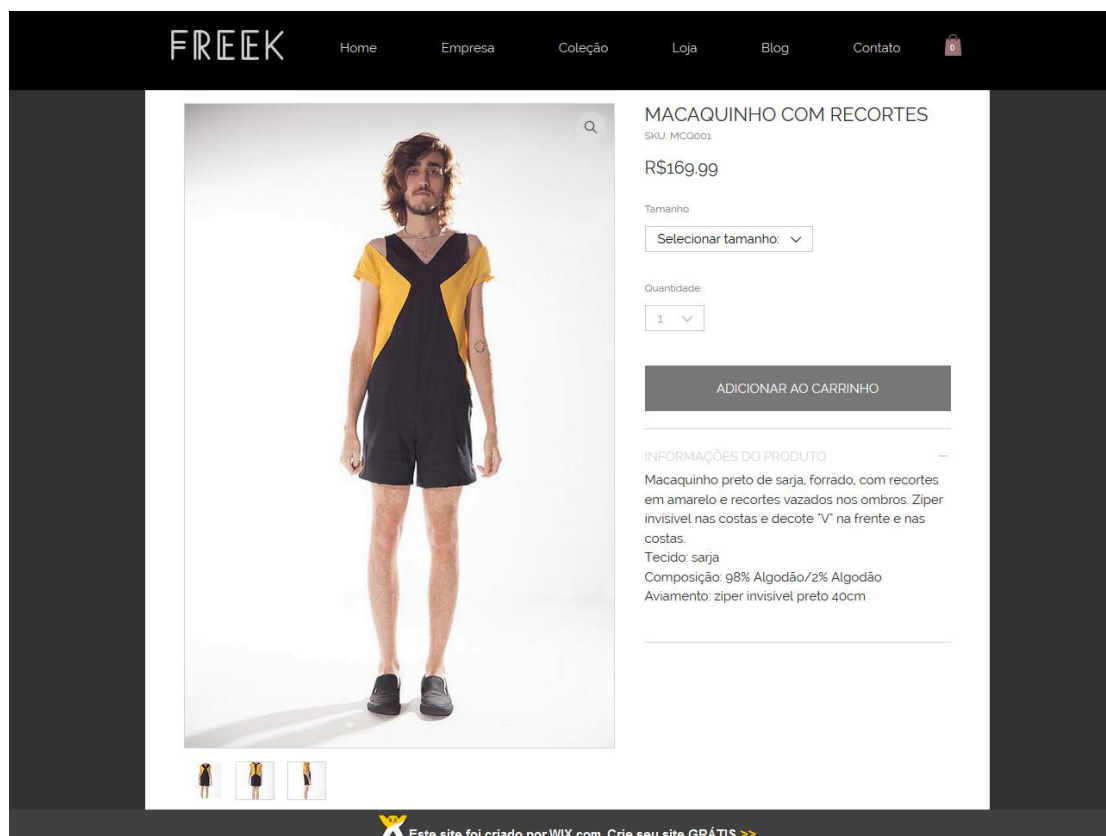


Figura 102: Detalhes do produto e procedimentos de compra.
Fonte: Os Autores.

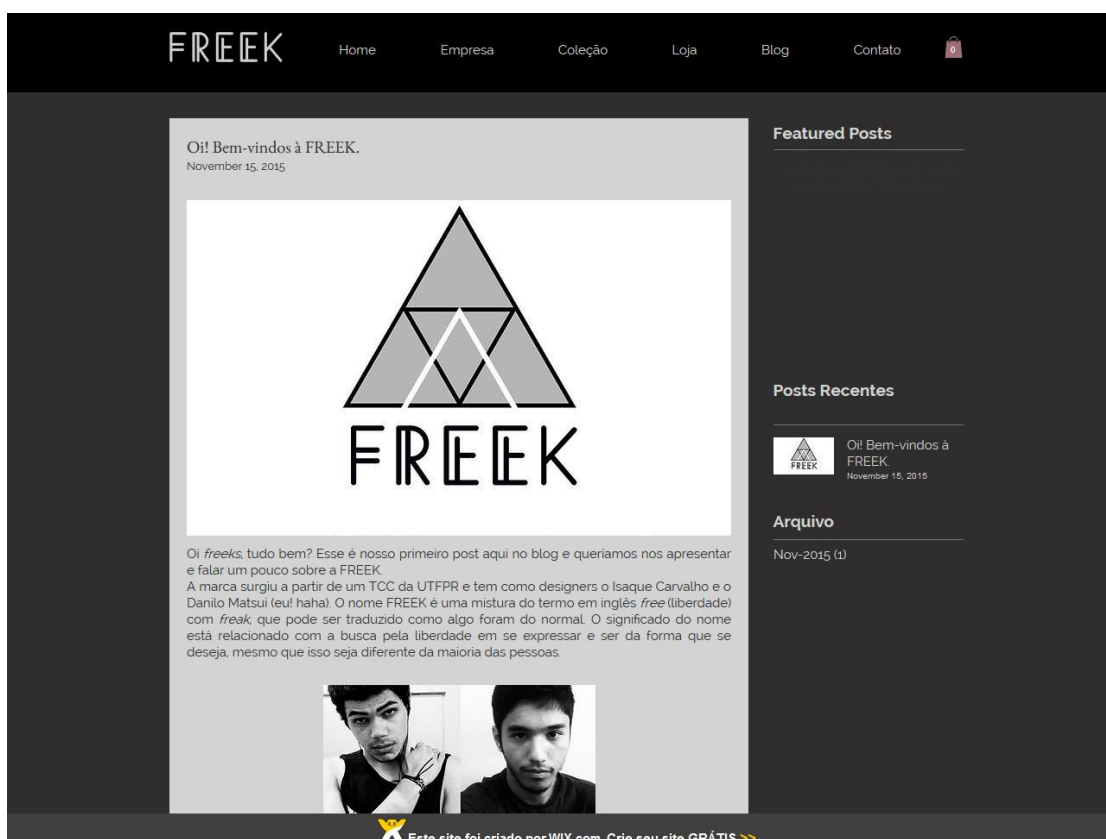


Figura 103: Blog da marca.
Fonte: Os Autores.

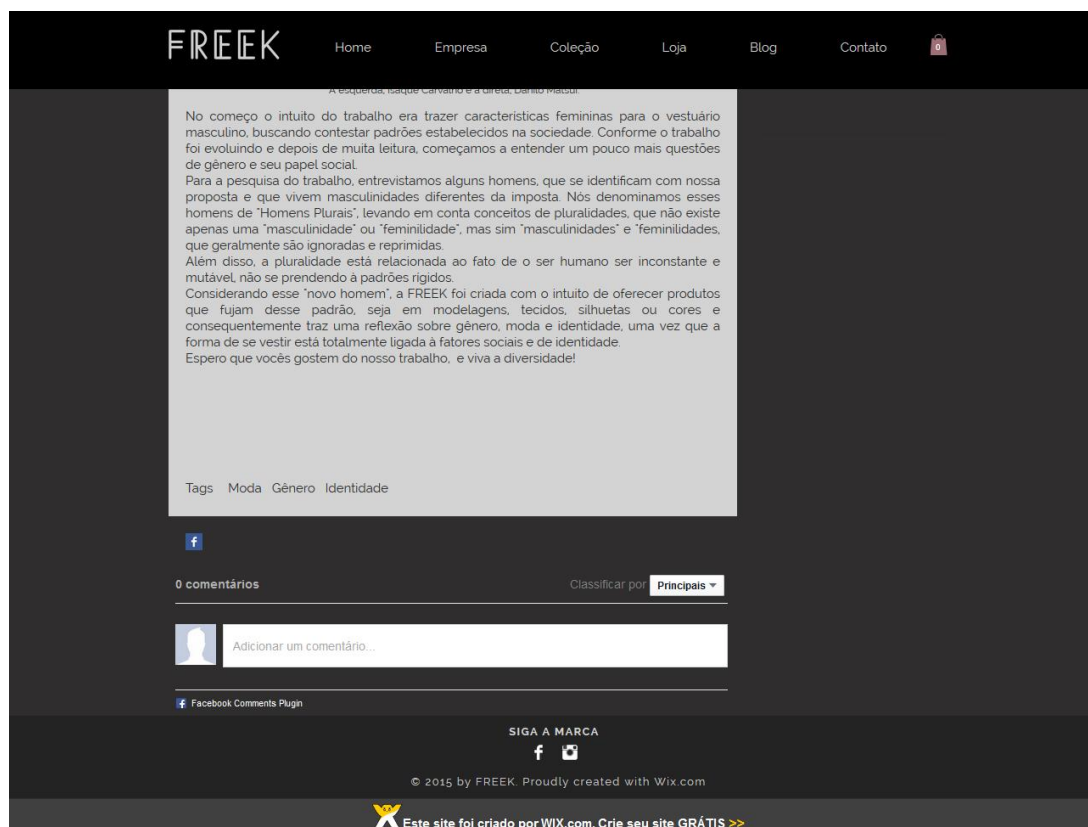


Figura 104: Espaço para comentários no blog.
Fonte: Os Autores.

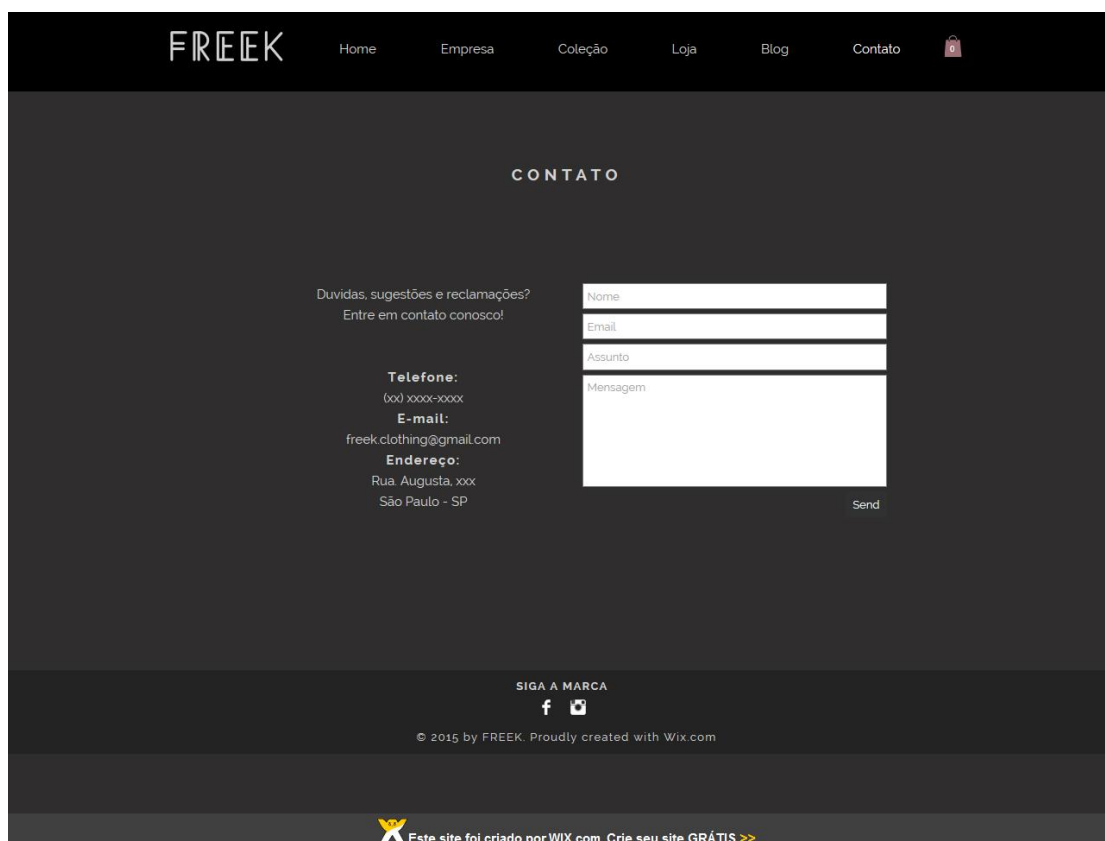


Figura 105: Relacionamento com o cliente.
Fonte: Os Autores.

5.12 CATÁLOGO IMPRESSO



Figura 106: Capa e contra-capa do catálogo.
Fonte: Os Autores.



Figura 107: Verso da capa e página 1.
Fonte: Os Autores.



**Figura 108: Página 2 e 3.
Fonte: Os Autores.**



**Figura 109: Página 4 e 5.
Fonte: Os Autores.**



**Figura 110: Página 6 e 7.
Fonte: Os Autores.**

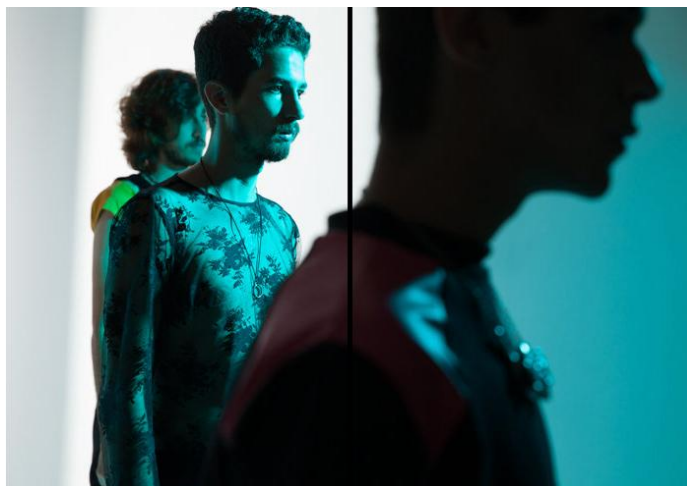


Figura 111: Página 8 e 9.
Fonte: Os Autores.



Figura 112: Página 10 e 11.
Fonte: Os Autores.



Figura 113: Página 12 e 13.
Fonte: Os Autores.



**Figura 114: Página 14 e 15.
Fontes: Os Autores.**



**Figura 115: Página 16 e verso da contra-cap.
Fonte: Os Autores.**



Direção Geral e Coordenação de Estilo

Daniilo Matsui
Isaque Carvalho
Caroliny Frizo
Michelle Kubo

Criação

Daniilo Matsui
Isaque Carvalho

Fotografia

Kadu Nakagushi

Modelos

David Henrique Rocha
Estevão Rubloski
Pedro Peixoto

Make Up and Hair

Monique Matsui

Projeto Gráfico

Daniilo Matsui
Isaque Carvalho
Kadu Nakagushi

5.13 DESFILE

A coleção criada pela marca busca traduzir os conceitos da expansão através da dualidade existente entre luz e sombra, abordado a incidência da luz sobre a escuridão. Pensando nisso utilizou-se do contraste de tecidos de cores escuros e tecidos com cores vibrantes, transparências e aviamentos.

A maquiagem apresenta pontos mais marcados, como laterais do rosto, acima do maxilar, lateral do nariz e contorno da testa; todos sendo contrastados por

pontos mais iluminados, como a maçã do rosto, meio do nariz, centro da testa, boca e queixo.

Os cabelos seguem a produção usada pelos modelos comumente, pois como se trata de Homens Plurais, cada um terá sua própria individualidade, assim como na escolha dos modelos, que apresentam diferenças entre si, sejam elas de altura, peso, tipos de corpos, etc.

No *styling* decidiu-se apresentar um estilo mais despojado e urbano, representando realmente a realidade do público escopo desse projeto. Assim como nos cabelos, os calçados utilizados serão dos próprios modelos, que os apresentaram previamente e assim foram escolhidos de acordo com a concordância dentro do look.

Incorporou-se o uso de acessórios de metal prata, principalmente colares, que acabam sendo mais visíveis e refletivos à luz, fazendo referência novamente ao conceito da coleção.

Para a trilha sonora foi escolhida a música “Keep You On My Side”, da banda escocesa CHVRCHES. A música foi composta por Iain Cook, Martin Doherty & Lauren Mayberry e lançada como quarta faixa do álbum “Every Open Eye” (2015). A escolha da música se deu por sua melodia crescente e sua letra, que em certos momentos expõe a liberdade que o público da marca cita e busca.

A sequência de entrada dos modelos foi decidida de acordo com o conceito abordado a respeito da incidência da luz através das cores dos looks. A sequência pode ser observada na Figura 42.



Figura 116: Sequência de entrada de modelos.
Fonte: Os Autores.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As transformações constantes ocorridas no indivíduo são o reflexo da fluidez com que a sociedade está vivendo dia após dia e com essa fluidez de ideias e pensamentos, iniciam-se as contestações a respeito de padrões que vigoram desde há muito tempo. O foco principal deste trabalho foi apresentar o surgimento de um novo tipo de homem, que está se desfazendo dos padrões antigos de masculinidade e está se encontrando dentro dos seus próprios padrões, daquilo que acha ser conveniente e aplicável para si.

O Homem Plural, como foi pesquisado e denominado, sente a necessidade de ser reconhecido e aceito pela sociedade, sem ser diminuído por sua forma de pensar, agir e vestir. Uma das formas mais explícitas de sua busca por reconhecimento se dá pelas roupas, com as quais ele demonstra o que se passa em seu interior. Desenvolver uma marca que ofereça produtos do vestuário que atendam a esse público foi uma necessidade, porque além de atender uma carência de mercado, cria-se um vínculo de apoio e incentivo para aqueles que já se consideram esse novo homem e se sentem acolhidos, além de transmitir confiança para os que ainda se sentem inseguros na demonstração de novas masculinidades.

Portanto, consideram-se satisfatórios os resultados alcançados com este projeto. Para a obtenção de tais resultados, a pesquisa bibliográfica foi de suma importância, sendo através dela a maior compreensão sobre questões de gênero e o conceito de pluralidade. O conhecimento adquirido através da pesquisa bibliográfica e o contato com o público-alvo foram a para a criação da marca e para o desenvolvimento da coleção que trouxe consigo características atuais consideradas femininas inseridas no vestuário masculino, buscando proporcionar liberdade para seu público, ao mesmo tempo em que questiona padrões estabelecidos socialmente.

Por fim, percebeu-se a aceitação e interesse por parte do público pesquisado, na qual se identificaram com a estética apresentada, mas principalmente se sentiram representados com o conceito da marca e da coleção. Além disso, também foi perceptível o interesse de pessoas que não estão inseridos no público-alvo, mas que reagiram de forma positiva à proposta da marca e da coleção.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Lucina. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Revista Famecos**, Porto Alegre, vol. 13, n. 20, p. 34-40, dez. 2008.

BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Tradução: Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BERGAMO, Alexandre. Elegância e atitude: diferenças sociais e de gênero no mundo da moda. **Cadernos Pagu**, Marília, n. 22, p. 83-113, jan./jun. 2004.

BLACKMAN, Cally. **100 anos de moda masculina**. Tradução: Cristina Band. São Paulo: Publifolha, 2014.

BOTTON, Fernando Bagiotto. As masculinidades em questão: uma perspectiva de construção teórica. **Revista Vernáculo**, [S.l.], jan. 2011. ISSN 2317-4021.
Disponível em:
<<http://ojs.c3sl.ufpr.br/index.php/vernaculo/article/view/20548/13731>>. Acesso em: 11 set. 2015.

BRAGA, João. **História da Moda**: uma narrativa. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2007.

CARICATURA DE BRUMMELL, POR R. DIGHTON, 1805. Disponível em :
<<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/63/BrummellDighton1805.jpg>>
Acesso em: 10 de jun. 2015

CARVALHO, Liliane Edira Ferreira. No embate da moda: a construção do masculino e do feminino no século XIX sob os olhares de Baudelaire e Feydeau. In: SIMPÓSIO NACIONAL DE HISTÓRIA, 23., 2005, Londrina. **XXIII Simpósio Nacional de História – História: guerra e paz**. Disponível em: <<http://anpuh.org/anais/wp-content/uploads/mp/pdf/ANPUH.S23.1337.pdf>>. Acesso em: 12 abr. 2015.

CONNELL, Robert W. Políticas da masculinidade. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, vol. 20, n. 2, p. 185-206, jul./dez. 1995. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/1224/connel_politicas_de_masculinidade.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 06 jun. 2015.

DAVID BOWIE, POR MASAYOSHI SUKITA, 1973. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/music/gallery/2014/sep/23/david-bowie-is-chicago-exhibition-in-pictures>> Acesso em: 09 de jun. 2015

DESFILE GUCCI, INVERNO 2016, POR AGÊNCIA FOTOSITE. Disponível em: <http://ffw.com.br/desfiles/milao/inverno-2016-rtw/gucci-men/1467027/colecao/13/> Acesso em: 20 de set. 2015

DESFILES DA SEMANA DE MODA DE NOVA IORQUE, POR IMAXTREE. Disponível em: < <http://ffw.com.br/noticias/moda/alerta-tendencia-cinco-propostas-da-semana-de-moda-de-nova-york-para-o-verao-2015/>> Acesso em: 20 de set. 2015

ECO, Umberto et al. *Psicologia do vestir*. Lisboa: Assírio e Alvim, 1975.

ELIAS, Norbert. **A sociedade dos indivíduos**. Tradução: Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1994.

ESTRELA TETRAÉTRICA DA MERKABA. Disponível em: <http://infinity-codes.net/raah/_archive%28infinity-codes%29/earth-codes/planetary-merkabah_star_tetrahedron.jpg> Acesso em: 02 nov. 2015.

FIALHO, Francisco A. P.; OTANI, Nilo. **TCC: métodos e técnicas**. 2. ed. rev. atual. Florianópolis: Visual Books, 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1987.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006

HEILBORN, Maria Luiza; CARRARA, Sérgio. Em Cena, os Homens.... **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 370, jan. 1998. ISSN 0104-026X. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/12013>>. Acesso em: 11 set. 2015.

IMAGEM DO PÚBLICO ALVO. Disponível em:
< <http://images.thesartorialist.com/thumbnails/2015/08/81315broadway1747.jpg>>.
Acesso em: 20 set. 2015.

LAYER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. Tradução: Glória Maria de Mello Carvalho. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**: uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 1997

LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho**: ensaios sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

MUSSKOPF, André Sidnei. Quando sexo, gênero e sexualidade se encontram: reflexões sobre as pesquisas de gênero e sua relação com a Teoria Queer a partir da teologia. **História Unisinos**. São Leopoldo, v.9, n.3, p.184-189, set./dez. 2005. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/historia/article/view/6428/3571>>. Acesso em: 05 set. 2015.

O CUBO DE METRATON. Disponível em:
<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/e/ee/Metatrons_cube.svg/2000px-Metatrons_cube.svg.png> Acesso em: 02 nov. 2015.

PADOVAN, Juliana. **Segmentos de mercado de moda**. Maringá, 28 abr. 2006. Disponível em: <<http://facesdamoda.blogspot.com.br/2006/04/segmentos-de-mercado-de-moda.html>> Acesso em: 02 nov. 2015.

REI-SACERDOTE DE CNOSSOS, CRETA, 1550-1450 A.C.. Disponível em:
<<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/4/47/KnossosFrescoRepro06827.jpg>> Acesso em: 08 jun. 2015.

SCOTT, Joan W. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, vol. 20, n. 2, p. 71-99, jul./dez. 1995

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. Departamento Nacional.
Inova Moda: criação: caminhos: inverno 2016/ Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. Departamento Nacional;SEBRAENacional – Rio de Janeiro: SENAI CETIQT, 2015.

SILVA, Sergio Gomes da. A crise da masculinidade: uma crítica à identidade de gênero e à literatura masculinista. **Psicologia: ciência e profissão**, Brasília, v.26, n. 1, p. 118-131, mar. 2006. Disponível em:
<<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/pcp/v26n1/v26n1a11.pdf>>. Acesso em: 15 jun. 2015

SILVA, Sergio Gomes da. Masculinidade na história: a construção cultural da diferença entre os sexos. **Psicol. cienc. prof.**, Brasília, v. 20, n. 3, p. 8-15, set. 2000. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932000000300003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 11 set. 2015.

SOUZA, Gilda de Mello e. **O espírito das roupas: a moda do século XIX**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

STEVENSON, NJ. **O Cronologia da moda: de Maria Antonieta a Alexander McQueen**. Tradução: Maria Luiza X. De A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

VETOR DE O HOMEM VITRUVIANO, DE LEONARDO DA VINCI. Disponível em:
<<http://vandalsbucket.s3-sa-east-1.amazonaws.com/spree/products/50125/product/3.jpg?1444071733>> Acesso em: 02 nov. 2015.

WANG, May-Lin; JABLONSKI, Bernardo; MAGALHÃES, Andréa Seixas. Identidades masculinas: limites e possibilidades / Male identities: limits and possibilities. **Psicologia em Revista**, [S.l.], v. 12, n. 19, p. 54-65, out. 2008. ISSN 1678-9563. Disponível em:
<<http://periodicos.pucminas.br/index.php/psicologiaemrevista/article/view/243>>. Acesso em: 11 set. 2015.

APÊNDICE A – Roteiro da entrevista de público- alvo

- Você sente carência de produtos do vestuário masculino, que possuem características femininas?
- Na hora de comprar roupas o que você sente mais falta? Existe alguma característica em roupas masculinas que você agregaria, mas não vê no mercado?
- Existe algum lugar que você consegue encontrar esse tipo de produto com essas características? Ou você procura alternativas, como lojas femininas e costureiras?
- De onde surgiu esse interesse por um vestuário com aspecto feminino?
- Em se tratando de moda, o que você acha dessa divisão de gêneros, que separa o que deve ser “feminino” e o que deve ser “masculino”?
- Como as pessoas reagem ao seu estilo? Já sofreu algum tipo de preconceito?
- Você já deixou de se vestir da forma que queria por causa desse tipo de preconceito?
- E por último, o que você busca transmitir com seu estilo?

APÊNDICE B – Entrevistas de público-alvo.

ENTREVISTADO 1

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino."

Você se identifica com nossa proposta?

Sim, claro que sim

E você sente que existe uma carência de um vestuário masculino com esse tipo de característica?

Claaaaaaaro, acho q o vestuario masculino é muito mal aproveitado, não existe muita oportunidade para a moda masculina, justamente pela visão de que a moda masculina esta limitada a uma calça e uma camiseta!!!

A moda masculina podera ser bem mais trabalhada

E na hora de comprar roupas o que você sente mais falta? Existe alguma característica em roupas masculinas que você agregaria, mas não vê no mercado?

Quando eu vou comprar roupas, eu sinto mais falta em um corte mais ajustado, certos detalhes de costura, estamparia, hoje oq eu sinto mais falta são as diversificacoes que existem entre todos os estilos de roupas femininas que nao existem nas roupas masculinas

E existe algum lugar que você consegue encontrar esse tipo de produto com essas características? Ou lugares alternativos como lojas femininas e costureiras?

Hoje qnd eu quero algo diferente, assim dizendo, eu vou para o guarda roupa feminino mesmo.. Existem algumas lojas que chegam perto do perfil que eu gosto, mas mesmo assim ainda é pouco. E quando encontro o preço não é nem um pouco acessivel!!! Sites são uma boa opção, mas geralmente sites internacionais, no brasil ainda existe uma certa resistencia eu acho

E de onde surgiu esse interesse por esse tipo de vestuário?

Pelo corte mesmo, começou qnd surgiram as calças skinnis, obviamente que pelo meu estilo de roupa, calças com corte feminino me chamavam mais atenção, justamente pela falta de atencao dadas as calças masculinas

Depois disso comecei a esquecer um pouco do genero e me envolver mais com o estilo de roupa

E nao com o publico, se dizendo por gênero

E como as pessoas reagem ao seu estilo? Já sofreu algum tipo de preconceito?

As pessoas que entendem a proposta, acham bem legal, e se arriscam tambem a mudar algo no guarda roupa.. Preconceito?? Hmmm. Ja sim

Mas nada muito grave

Foi sutil ate.. assim dizendo

Nada que me fizesse querer trocar de roupa e tals

E além das características que você citou, como calça skinny. Você compraria peças com tecidos mais fluidos, transparências, mais acinturados, cores mais vivas ou até mesmo peças que só vemos no guarda-roupa feminino como saias e vestidos?

Compraria sim, nao agregaria saias e vestidos, nao por um preconceito meu ou da sociedade, eu nao colocaria essas peças no meu estilo justamente por nao fazerem parte do que eu gosto de vestir, ou do meu proprio dia a dia

Nao descarto a possibilidade de usar um dia

Mas seria para algo especifico

E por último, o que você busca transmitir com seu estilo?

Liberdade em si, que hoje em dia tudo é possível, sem julgamentos!!!

ENTREVISTADO 2

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino."

Você se identifica com nossa proposta?

claro

E você sente que existe uma carência de um vestuário masculino com esse tipo de característica?

sim sim

E na hora de comprar roupas o que você sente mais falta? Existe alguma característica em roupas masculinas que você agregaria, mas não vê no mercado?

sinto falta de tecido diferentes

além do tricoline e da malha, nós não temos outra coisa nas lojas

a modelagem das calças skinnys também não costumam me agradar

(as masculinas)

E existe algum lugar que você consegue encontrar esse tipo de produto com essas características? Ou você procura alternativas como lojas femininas e costureiras?

eu costumo comprar em lojas masculinas e fazer as minhas alterações com a costureira, mas já comprei em lojas de roupas femininas também. O que também acaba sendo difícil, pois as femininas precisam ser ajustadas para o meu corpo também que é diferente do da mulher.

E de onde surgiu esse interesse por esse tipo de vestuário?

Sempre achei interessante o vestuário de artistas como: david bowie, boy george, robert smith, ariel pink, alice cooper e etc.

Acho que foi surgindo a necessidade dessa vertente de roupas, conforme eu fui conhecendo e me identificando com os mesmos.

Em se tratando de moda, o que você acha dessa divisão de gêneros, que separa o que deve ser "feminino" e o que deve ser "masculino"?

uma merda

hahahahhaa

brincadeira

não gosto, sei lá

HAHAHAHAHA

Eu queria dar uma resposta menos monossilábica, mas não sei o que dizer.acho uma grande besteira

* *

—

E como as pessoas reagem ao seu estilo? Já sofreu algum tipo de preconceito?

hahahahahahahah

Com certeza, acho que a sociedade sente uma necessidade dessas regras, desses padrões, dessas divisões. Acho que as pessoas acabam se sentindo agredidas quando alguém foge à regra.

E você já deixou de se vestir da forma que queria por causa desse tipo de preconceito?

Olha, eu acho que existem ambientes que pedem um pouco mais de recato

eu acho que as roupas refletem muito do que você é, e em alguns ambientes você ser 100% você não é bacana

afinal você pode estar ali para representar um nome de uma empresa

ou pode ferir a ética de uma religião

ou num casamento por exemplo, você não quer chamar mais atenção que a noiva.

Então eu deixo de ser eu mesmo, nessas ocasiões.

E você estaria aberto a peças mais femininas como saias ou vestidos?

já tenho, e já uso hahaha
claro que sim

E por último, o que você busca transmitir com seu estilo?

Acho que eu tento exteriorizar a minha personalidade
O que eu sinto e o que eu gosto, sei lá

ENTREVISTADO 3

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino."

Você se identifica com nossa proposta?

Sim
Uso 36 não existe sapato masculino pra mim menino ahauhauaia
hhahahaa tadinho

E você sente que existe uma carência de um vestuário masculino com esse tipo de característica?

Kkk pois é
Não hahahaha
Se vc conhecer seu corpo
Com certeza a vai saber moldar ele RS

E na hora de comprar roupas o que você sente mais falta? Existe alguma característica em roupas masculinas que você agregaria, mas não vê no mercado?

Não rs
Não sinto essa carência por roupa masculina na minha vida
De vez usar um p masculino
Pq não um g feminino ?

Então você busca alternativas diferentes na hora de comprar roupas, como lojas femininas?

Exatamente.
Nunca vou pra parte masculina
Rs
E além do caimento e modelagem, o que te chama atenção esteticamente nas roupas femininas, que você não encontra nas masculinas?
Estampas e uma conjunto de composição

E como as pessoas reagem ao seu estilo? Já sofreu algum tipo de preconceito?

Vários

E você já deixou de se vestir do jeito que queria por causa disso?

Porém chama muita atenção
Não Gosta nunca de sair básico
Nunca
Me vestir assim é minha motivação
E minha armadura vamos dizer assim
Owwn

E por último, o que você busca transmitir com seu estilo?

Que vc pode ser quem vc é é realmente foda se as opiniões e os olhares
E que é muito legal chamar atenção hahahaha

ENTREVISTADO 4

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino."

Você se identifica com nossa proposta?

Com certeza

Vou me apresentar então, tenho 20 anos de idade, moro em São Paulo e estudante de ciências sociais - Sociologia pela universidade Nove de Julho

Sou gênero – fluido e comecei usar saia como ato de protesto pela igualdade de gênero

Minha relação com a moda, começou em 2011 devido me relacionar com estudante de arte e moda de São Paulo e a minha disciplina sociologia, sempre agrego esse questionamento entre o masculino e o feminino

Então após assistir um desfile do estilista João Pimenta foi aonde tive coragem de comprar meu primeiro kilt e sair em público

E como foi a reação das pessoas? Já rolou algum preconceito?

Criação do look era para ir em um evento fechado na paulista, então tive que sair de casa já vestido o kilt e obviamente usar transporte público

O primeiro contato que o público teve foi de estranhamento e curiosidade foi uma reação normal para mim, após relata o meu objetivo de falar sobre questões sociais pela linguagem estética foi bem compreendido até eu inventar de ir para faculdade usando uma saia longa com referência no desfile do Yamamoto então surgiu o primeiro preconceito referente ao público universitário então foi diante dessa situação após usar uma saia longa diferente da linguagem do kilt eu sofri discriminação sexual pelo grupo acadêmico

E a partir desse acontecimento tive com concepção da cultura machista e sexista enraizada em nossa cultura

Infelizmente, usar saia, variar muito referente ao ambiente em que vai ser exposta.

E você acha que aqui no Brasil essa cultura machista é mais forte?

Pelo meu estudo antropológico posso afirmar que o sistema patriarcal onde o homem é a figura predominante esse se exporta em todas as etnias e culturas

porém, o Brasil chegar ser mais sexista que outras culturas a desigualdade de gênero no nosso país ainda chegar ser dramático

infelizmente as mulheres ainda ganham 30% menos do o homem, são minorias nos cargos empresariais e sofrer mais violências sociais

Eu acredito, que seja mais complicado desconstruir o machismo aqui no Brasil do que em outros países falar sobre; Sexualidade, desigualdade e identidade de gênero chegar ser mais complicado do os países europeus

E você disse que sofreu preconceito sobre a forma que você se veste. Isso te afetou a ponto de você deixar de se vestir da forma que você quer?

Eu sou gay e negro então se estigmatizado sempre foi algo comum na minha vida mas, a partir do momento que eu comecei usar saia em ambiente público eu sair do modelo masculino para sofrer mais discriminação sexual, comecei a sofrer a mesma violência sexual que uma mulher ou uma trans sofre na rua

mas, nunca sofri violência física por isso, eu sou consciente que eu sou um homem que usar saia

usar uma roupa feminina não vai mudar minha personalidade ou órgão genital, para mim a saia sempre vai ser uma peça

o problema não está em mim e sim na sociedade

a sociedade em si ela sempre que coisificar e objetificar a pessoa pelo o que a pessoa usar

e eu sempre fui consciente que a roupa é apenas um tecido, ela não tenha mais influência do que eu pessoa

ou seja, o problema não está em mim e sim na sociedade despreparada para lidar com aquela imagem

E você acha que existe uma carência de um vestuário masculino com essas características femininas?

a moda feminina aprendeu com a gabrielle coco chanel a usar roupas do guardar-roupa masculino com elegância mas, a moda masculina não aprendeu a aproveitar essa diferença do guarda roupa feminino com as características masculina

ou seja, existe uma carência neste identidade de aproveitamento do vestuário opostos por isso que usar peças meninas acabar sendo algo revolucionário na nossa sociedade contemporânea

a sociedade só vai aceitar homens usando saia normalmente após passar por um processo de reeducação sexual

pela minha análise sociológica homem que usar saia, são por si só mais desenvolvido do que os outros

justamente por compreender, o papel artístico e social que moda pode agregar

Sim, porque a saia acaba ganhando um outro significado, além da questão estética

Com certeza !

E na hora de você comprar roupas, onde você vai? Você conhece lojas que oferecem esses produtos ou você procura alternativas como lojas femininas ou costureiras?

Eu comecei usar primeiramente o kilt tradicional e após me libertar e empoderar do guardar feminino comecei a comprar saia MIDI no brechó por que a saia midi possui o mesmo comprimido do que o kilt

ela é abaixo do joelho então não modificar a minha estrutura visual

porém, no ano passado o estilista Alexandre hercovitch fez um desfile masculino com saia acima do joelho mas, por gosto pessoal prefiro comprar saia midi mesmo que é facilmente encontrada no brecho por ser um modelo mais antigo

ou saia longa que facilmente se encontrar em qualquer loja de departamento

E além de saias, tem algo que é considerado "feminino" e que você sente falta no vestuário masculino? Como algum tipo de tecido, silhueta, etc..

Esse é o desfile do yamamoto com saia longa

<https://www.youtube.com/watch?v=avSlrGnn6Zk>

e esse do Alexandre hercovitch

https://www.youtube.com/watch?v=fJ_4NYf-mWM

E você gosta mais assim fluido, né?

isso

Eu sinto falta de calçado masculino com uma identidade diferente

Eu uso bastante bota e coturno feminino por ter mais variedade de modelos, minha predileta é a bota out cut

Maxi acessórios para homens

Minha criação de look começa com uma calçado geralmente, coturno, bota e oxford feminino ou mocassim masculino

calça masculina surrada ou feminina de cintura alta

camiseta sempre uso masculina de departamento ou feminina social de brecho mais antiga com estampa e acessórios góticos masculino ou os maxi colares feminino

Geralmente meu look ele todo é padronizado no masculino e feminino porém com sutileza

Usar peças femininas e masculinas sem confortar uma a outra

E o que você busca transmitir com seu estilo?

Ou seja, tem que conhecer próprio corpo e medidas

Desconstrução de imagem e gênero. Ou seja AGENERO

ENTREVISTADO 5 –

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino."

Você se identifica com nossa proposta?

Cara, eu acho isso muito legal assim, deixa eu explicar pra vocês. Eu sou líder de uma das maiores skate gangs do mundo. Nós nos chamamos de Skate Boys Gang e nós temos uma proposta

meio punk, apesar que isso não é obrigatório para fazer parte da gang. Mas todos nós aí somos thrashers. Nós estamos presentes em sete países: Brasil, Colômbia, Uruguai, Venezuela, Panamá, Estados Unidos, Espanha e Maputo, na África.

E a nossa proposta thrasher é justamente isso, quebrar esses padrões. O estilo thrasher é um estilo provocativo. Então dentro da gang mesmo, a gente tem um costume de não ligar para essa coisa de ser masculino e feminino. Às vezes a gente gosta de usar uma jaqueta que é feminina misturada com alguma coisa masculina, a gente dentro da gang tem esse conceito de que cada um é o que quiser e não tem isso de masculino e feminino, entendeu? Pra nós isso já é uma coisa cotidiana, entendeu?

A proposta de ser provocativo é isso. O nosso estilo, é um estilo que mistura essa ideia do masculino e feminino e tal. É claro que cada um com seu limite, uns mais e outros menos. Eu mesmo sou cara que to nem aí, cara. Seu eu gostei e eu quero usar, eu uso. Então pra mim não tem dessa: “ah, mas essa jaqueta é feminina”. Se eu achei legal, combina com nosso estilo, eu misturo. Tem gente que se acha um tênis feminino legal usa, misturado com a jaqueta da gang. Então pra nós isso é legal. Eu acho legal vocês falarem sobre isso, porque pra nós isso assim já é normal, entendeu? . Tipo não ter essa diferenciação.

E por você ter esse estilo provocativo, já sofreu algum tipo de preconceito?

Ah, claro, com certeza, cara! É, eu sou funcionário público, sou professor de história, eu sou arqueólogo também e na escola houve muitos episódios em que eu tive que me justificar o que eu sou e o porque eu me visto assim. Agora no dia a dia, na rua as pessoas lidam de várias formas com nosso estilo. Uns olham com cara de nojo, outros acham legal e outros ficam com medo. Então, acho que por ser um estilo, que tem essa proposta assim, eu por exemplo uso kilt quase sempre, praticamente todos os dias, até pra andar de skate na gang. As pessoas têm um pouco de receio, acho que é um conjunto do estilo, punk e tal, corrente, soco inglês. Então as pessoas tem um pouco mais de medo do que qualquer coisa assim. Mas é nítido que as pessoas tem preconceito, tem muito preconceito, assim. Mas teve experiências legais, eu trabalhei com um pesquisador no museu e tal, na Secretária Municipal de Educação de São Paulo e eu ia trabalhar de kilt e teve um aceitação legal da galera. Muitos pesquisadores iam lá, pessoal mais da área acadêmica e o pessoal achava legal. Então às vezes a gente se surpreende, você tá andando na rua e a pessoa te para, já aconteceu muitas vezes, e fala: “pô, que legal. Você se veste assim, por que? Que legal o estilo de vocês”. Já vi muitas pessoas, e não são jovens, adultos pararem e falarem assim: “eu gostaria muito de me vestir assim, eu só não tenho coragem, mas eu gostaria de me vestir assim”. Então o preconceito tem, mas a proposta do estilo thrasher é isso, a gente quer incomodar, é a nossa forma de protesto é incomodar a sociedade. A sociedade incomoda a gente e a gente incomoda eles também. E a gente incomoda muito com nosso estilo, muito mais que as vezes que protestar ou algo assim, a nossa presença já é uma arma moral pra causar alguma modificação na sociedade, para as pessoas entenderem que nem todo mundo é igual e que a gente tem direito de ser diferente, saca? Alguma coisa meio assim, nesse estilo assim.

E você sente que existe uma carência de um vestuário masculino com esse tipo de característica?

Ah, cara, com certeza. E a gente supre essa falta garimpando em brechó. Aliás, acho que isso é uma tendência nossa assim, é uma característica da gang assim, a reutilização, saca? Então a gente procura jaqueta e nós mesmos customizamos nossas jaquetas, são todas feitas a mão, costuradas pela própria galera da gang. Cada uma com mais ou menos metal, coisas desse tipo. E por exemplo o kilt, kilt é uma coisa muito difícil de achar no Brasil, o que eu tenho, o meu primeiro kilt é um kilt escocês, que custou caríssimo e eu fiquei muito tempo pra achar um do meu tamanho e depois cara eu fui obrigado a fazer todos os que eu tenho, mais cinco kilts, são todos feitos por uma costureira aqui de São Paulo e tal. Então é muito difícil, cara, porque a gente gosta de uma coisa muito exóticas e essas coisas não tem aqui no Brasil, tá ligado? E também a gente não tem dinheiro, então a gente supre isso aí... E vou falar a verdade, cara, eu prefiro... nós aqui da gang, eu mesmo... eu prefiro comprar uma coisa de brechó do que comprar uma coisa nova. Às vezes a gente acha coisa muito mais legal em um brechó, do que comprando, tá ligado? Mas acho que existe, sim, até porque se os homens não compram, não vai ter, entendeu? Infelizmente o mercado é assim, então acho que não é nem que tem pouco, é que não tem nada, não existe, é um mercado, que pelo menos

aqui no Brasil, que não tem, que não existe. Eu acho, né? A gente tem uma grande dificuldade. A gente vai fazer assim, vai no brechó pega uma peça aqui, pega uma outra coisa ali e assim vai...

E além dos kilts. Tem outras características que são consideradas “femininas” e que você sente que poderia ser agregada ao vestuário masculino?

Meu estilo preferido é um kilt com all star cano alto, ou qualquer tênis cano alto, estilo anos 80, uma camiseta e a jaqueta da gang. E principalmente se for uma camiseta que a cor não tem nada a ver com o kilt e nada a ver com a jaqueta, ou seja, que não tenha essa papo de: “ah, vermelho não combina com amarelo, ou sei lá o que, sabe?”

Então a gente usa cores que não combinam, é uma ideia nossa, tá ligado? Eu acho que esse é meu estilo preferido. Eu gosto de sair mais com uma meia estilo anos 80 também, maior e tal e a jaqueta da gang e uma corrente de moto, que a gente usa com bandoleira por cima e que ai dá uma ideia, que a galera fica meio perdida, saca? Tem gente que fala assim: “pô, o cara tá de saia”, mas olha a jaqueta e a jaqueta é de gang, é punk e isso causa uma paralisia nas pessoas assim. Então, andando na rua, pouquíssimas vezes, eu não consigo me lembrar de alguma vez ter ouvido alguém zuar, tirar uma barata, falar alguma assim. Então eu acho que essa compensação do estilo é que dá esse equilíbrio, que faz as pessoas respeitarem, ficar na dela. Não que elas não tenham preconceito, na cabeça delas elas falam: “Que lixo, que bosta, que ridículo!”, mas elas não têm coragem de falar nada, saca?

E sim, cara, como eu falei pra você. Algumas jaquetas assim que são modelos femininos a gente acha muito legal, às vezes a gente usa também. Tinha até um amigo nosso na gang, que o apelido dele era “Andy” e ele só usava calças femininas, tá ligado? Ele curtia usar muito uma jaqueta perfect, que é aquela jaqueta dos anos 50 de motoqueiro, que aliás é nossa jaqueta preferida, que é a jaqueta mais foda que já foi inventada na história da humanidade, aquela. E ele só usava calça feminina, cara. Então a gente vê umas coisas assim, tá ligado? Que nem outro dia a gente foi numa loja e vimos um all star feminino bonito pra caralho, tinha umas caveiras e tal, de cano alto e não tem número masculino, porque era feminino e causa uma certa frustração na gente assim, principalmente em mim, porque eu achei o tênis foda, tá ligado? Então eu não sei te dizer assim concretamente que outras coisas assim, mas é que eu digo, que essa ideia é uma construção do dia a dia, então a gente vai agregando coisas, que por exemplo lenço, que é uma geralmente é uma coisa mais feminina assim, a gente costuma usar, cara. A gente chama de “passa montanha” porque muito de nós somos zapatistas, então a gente chama o lenço de “passa montanha”, mas a gente costuma usar o lenço no pescoço, cara. Do mesmo jeito que a mulherada usa, tá ligado? Amarrado, meio solto assim no pescoço. Pra nós já é meio que uma coisa de combate, que a qualquer momento você pode subir para cobrir o rosto, mas tecnicamente ele é usado como as mulheres usam assim, solto no pescoço, tá ligado? Então é uma característica, que eu acho que é meio feminina, que a gente agregou ao nosso estilo também.

Então, por exemplo, se você prestar atenção aí, você vai ver um lenço rosa, um lenço roxo, um lenço Pink, que geralmente são utilizados por mulher. E eu uso, o pessoal da gang usa sem dó, nem piedade, tá ligado? A gente usa mesmo, não interessa pra nós, o importante é chocar, tá ligado? Estilo thrasher é isso: chocar. Mas não chocar pra causar nojo, chocar pra modificar mesmo, essa é a nossa ideia. O nojo no sentido de modificar, né? Causar estranheza pra abrir uma brecha na sociedade, essa é a ideia. A nossa gang surgiu em 1988 e hoje no mundo só existe nós, os skate boys; existe os Jakes, em Oklahoma; os Daggers, na Califórnia; SWSP, na Inglaterra e Old Bones, também na Inglaterra. Essas são as únicas skate gangs dos anos 80, que existe até hoje. Então a gente é como se fosse os dinossauros dos anos 80, que ainda sobreviveram.

E já teve alguma situação em que você sofreu preconceito em relação a sua sexualidade? Você já foi rotulado de algo pela sua forma de se vestir?

Ah, cara, isso acontece, cara. Então, eu sou heterossexual, de boa, já fui casado, tenho uma filha e tal. E também nunca tive nenhuma dúvida em relação a isso, eu digo em relação a o que as pessoas iriam questionar, sabe? Então às vezes acontece, é como a pessoas chegarem e falar: “ah, mas e aí cara, você gosta de menino ou de menina?”, mas nunca foi uma coisa escancarada e eu volto a dizer pra você, eu tenho sorte porque pela questão da gang assim e por eu fazer uma combinação do estilo, que é extremamente agressiva, tá ligado? Andar com corrente por cima da jaqueta é o caramba a quatro. Então eu mesmo assim nunca tive problema com isso, mas outras pessoas da gang tiveram, com certeza. E as vezes com uma certa delicadeza as pessoas falam: “ah, não, é que você usa kilt e tal, eu fiquei meio assim”. Então eu acho que é uma tendência natural das

peessoas, né? As pessoas estão travadas por causa dessa cultura tacanha da sociedade, então as pessoas elas tentam julgar pelo elementos que elas conhecem, tá ligado? Então é muito difícil pra elas entenderem, que uma pessoa que usa um kilt é heterossexual e uma pessoa, por exemplo, que usa calça é homossexual, por exemplo... que não usa elementos femininos. É difícil as pessoas entenderem isso assim. Então, já aconteceram episódios assim, mas menos do que a maioria as pessoas pensam que possa ter acontecido. As pessoas acham que de repente isso pode acontecer todo dia, não é cara. É uma vez ou outra assim que as pessoas costumam questionar, tá ligado? Eu não sei te dizer quanto isso influencia a questão da gang, mas acho que influencia bastante. Então, sei lá, acho que essa seja a explicação.

E de onde veio o interesse por essa quebra de padrões? Veio junto com a gang ou é algo que você já sentia antes?

Sempre fui assim. Minha mãe era hippie e meu pai guitarrista. Minha mãe estudou línguas na USP, cabeça aberta.

Não tenho somente kilt, uso saias masculinas indonésias, africanas e indianas e de onde mais eu conseguir saias masculinas.

É claro que com a gang isso aumento, né cara? Mas eu tenho um interesse muito grande por roupas étnicas assim, cara. Eu curto pra caralho roupas étnicas, roupas tradicionais de povos nativos, assim. Então isso também tem muito a ver com meu estilo, sabe? Mas eu sempre fui assim desde moleque, sempre fui diferente, nunca gostei de ser igual a todo mundo. Se eu ganhava uma camiseta no meu aniversário, eu deixava a camiseta guardada uns dois anos, até eu ter certeza que ninguém ia ter uma camiseta igual pra usar. Porque eu nunca gostei, cara. Nunca gostei mesmo. Se todo mundo usava uma camiseta vermelha, eu usava amarelo. E eu sempre fui assim, cara. Esse é meu estilo desde criança. Minha mãe fala que eu sou assim desde que eu nasci. Então acho que é uma coisa, que você já nasce diferente, né cara? Sei lá... Tem pessoas que se tornam diferentes, eu já nasci diferente, eu acho.

ENTREVISTADO 6

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino".

Você se identifica com nossa proposta?

Sim!

Ja posso sugerir umas leituras q deverão te orientar mais para a desconstrução no trabalho

Guacira Lopes Louro, Judith Butler, tem um outro autor q eu lembrarei o nome e te digo, Beatriz Preciado, hum... Acho q por ora é isso

Foucault tb é bacana, mas é meio longa a obra.. Mas vai ajudar MUITO a entender Judith Butler

Enfim, prossiga!

Eu li Guacira, me ajudou muito.

A Butler é da teoria queer, não é?

Sim!

Nossa, Foucault achei complicadíssimo hahaha

Mas é isso mesmo.. Não é pra entwder de primeira.. É pra fermentar as ideias e um dia vc ter conexões com aquilo q ele disse e aquilo q vc ve/vice

Vive*

**Eu vou precisar bastante me aprofundar um pouco mais essas questões no trabalho
Obrigado pelas dicas**

Tamo junto!

E você sente que existe uma carência de um vestuário masculino com esse tipo de característica?

Sim! Totalmente. Acho q o mercado não visa DE MANEIRA ALGUMA trazer opções para o homem expressar as mudanças que acontecem em suas mentes, psicológico e emocional em se falando de sexualidade, expressão de gênero e bem estar psicológico.

O mercado de moda visa promover o consumo de massa. Os segmentos q seguem independente das cadeias não sobrevivem muito tmp, ou mesmo que sobrevivam, não atingem todas as "camadas" econômicas que gostariam de consumir os produtos.

E o que você sente mais falta na hora de comprar roupas? Que tipo de características você gostaria que as roupas masculinas oferecessem?

Levando em conta q eu raramente MESMO consumo peças de lojas e shoppings, sendo q meu consumo se da grande parte por brechos, qnd visito lojas vejo q os segmentos permanecem muito delineados. As modelagens masculinas poderiam ser mais ousadas, a escolha de tecidos e design mais ampla

Calças mais ajustadas, cinturas altas, calças e shorts-saia seria uma alternativa bastante interessante para começar a trazer essa "novidade" aos homens

Também acho q vestidos masculinos seriam interessantes. Não passaria de uma regata comprida ate os joelhos ou mais longa ou curta com uma modelagem mais evasada a partir da vintura

Cintura

Também sinto falta de calçados cm saltos

Nas passarelas da Europa e ate mesmo nas lojas de departamentos como a H&M, botas cm saltos de 7 cm são vistas facilmente.

Entendi. Então você acaba buscando outras alternativas. Essas peças de brechó você faz alguma alteração? E essas peças que você compra, tem algumas que são femininas?

Uma grande maioria é feminina. Calças de cintura alta, shorts de cintura alta... Esses no caso vêm como bermudas, mas eu os corto e faço ou não a barra. Eu uso shorts da metade da coxa pra cima. O resto fica mais pelo ajuste de tamanho mesmo

Você citou lojas internacionais. Você acha que o Brasil ainda tem mais dificuldade de aceitar esse tipo de mudança? Você acha que ainda temos uma mente muito fechada?

Sem duvidas. O mercado brasileiro de grandes cadeias como Riachuelo (na qual já trabalhei), Renner e confecções em polos do setor, como o Bras e Bom Retiro, da totalmente familiares, conservadoras e buscam vender "mais do mesmo", ou seja, produtos de consumo imediato. Nenhuma marca grande esta disposta a por sua cara a tapa e trazer à tona essas questões de gênero e desconstrução traduzidas em seus produtos. Em.se falando de moda de passarela, eu fico bastante desapontado com a falta de força de grandes marcas para impulsionar essas

abordagens. Ver Alexandre Herchcovitch e Joao Pimenta (o mestre em se falando de saias para homens) é bacana, mas permeia uma camada muito superficial de consumidores e apreciadores da moda. Tudo fica muito na boca e nos eventos direcionados às classes mais altas financeira e culturalmente e pouco no dia a dia.

E de onde surgiu esse interesse por esse tipo de vestuário?

Bem, eu sempre tive um impulso muito forte na minha personalidade, algo de dentro que acaba emergindo para a minha pessoa. Eu sempre fui muito curioso e adoro aprender e experimentar coisas novas. Quando eu fui tomando mais consciência com o passar dos anos e com meu repertorio cultural em processo de constante crescimento, eu fui questionando algumas formas de agir, pensar, e principalmente vestir. Eu avaliava o que as pessoas vestiam, o que elas diziam que gostariam de vestir, quem elas eram.. Enfim

Em algum momento essa avaliação se voltou pra mim mesmo e eu comecei a fazer experimentações do que eu poderia achar que seria confortável para o meu corpo, minha personalidade e meu psicológico

Eu imagino que eu rompi com tudo o que eu era de fato com uns 14 anos

E de la pra cá eu já mudei mais que cigano muda de casa... HAHAHAAA

Hahahaha

Em se tratando de moda, o que você acha dessa divisão de gêneros, que separa o que deve ser "feminino" e o que deve ser "masculino"?

Menino, vc acredita q ru não vi sua mensagem

Vou responder agora! Perdão! Atualmente é perceptível a reciclagem da moda por uma simples questão:consumo. No processo de construção da história da moda é visto que os papéis de gênero eram bastante concretos, ou seja mulher como dama, delicada, atrativa para o homem que por sua vez era viril, robusto e austero.

Mesmo com essas divisões, havia quem rompia com esses estabelecimentos, e com o passar do tempo esses movimentos.vanguardistas tomaram força. Mas hj, infelizmente, no meu ponto de vista, tudo se tornou produto de mostrar personalidade e consumir produtos que "rebelde"

Como as pessoas reagem ao seu estilo? Já sofreu algum tipo de preconceito? Você já deixou de se vestir da forma que queria por causa desse tipo de preconceito?

As pessoas estranham. Eu sinto que elas pensam q sou um alien. Sempre escutei comentários do to "mas vc é tão bonito, alto, descendente de italiano, tem uma cara de homem... Pq se veste assim? Seus pais devem se decepcionar tanto..." URGH! eu "sofro" pela forma como me visto todos os dias. As aspas pq eu já abstraí! Não ligo mais. Nem mesmo se eu apanhar um.dia tampouco se me matarem, eu morrerei ou apanharei sendo quem sou e vestindo o que eu quero! E não, jamais deixei de usar oq quisesse. Eu já me adequei em algumas situações, mas minha essência estava presente de alguma forma!

O que você busca transmitir com seu estilo?

Eu não gosto da palavra earilo. eu acho q ela limita, reatringe, segmenta. Eu não tenho estilo. Eu componho com o que eu tenho. E desconstruo smp! Honestamente, meu consciente não quer transmitir nada hahahahaa mas como recentemente eu li um artigo sore a

Sobre a mente* e dizia que apenas 5% das nossas ações são coordenadas pela consciência. o resto é o inconsciente te quem age!

Levando isso em conta, eu acredito q quero mostrar quem eu sou, posso ser, a liberdade q nossa constituição nos diz ter, a possibilidade de podermos vestirmos oq quisermos

Sem medo dos impérios de moda. Consumo, e beleza

Enfim, a síntese disso é: LIBERDADE!

ENTREVISTADO 7

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino".

Você se identifica com nossa proposta?

Sim sim. Identifico!

Acho importante buscar quebrar essa barreira

Sabemos que por muito tempo as roupas eram, digamos, sem gênero, e, com o tempo, elas acabaram virando uma forma de identificação de gênero. Mas com o sobressalto do machismo, a moda masculina acabou sendo "brutalizada" e a feminina "delicada"

Levar essa proposta ao público é mostrar que uma peça de roupa não identifica papel ou sexualidade ou gênero, e todos podem ficar bonitos e elegantes vestindo coisas diferentes

E você sente que existe uma carência de um vestuário masculino com esse tipo de característica?

Sim sim. Existe porque, acredito que com esse intuito de "ressaltar a masculinidade" as indústrias, grifes e marcas acabam por "padronizar" a moda masculina. E não deixando o homem se permitir usar coisas diferentes. Se um homem quer usar uma saia, um vestido, tem que buscar na seção feminina, mas sabemos que a anatomia feminina é diferente e que nem tudo fica bem.

Aliás, acho que a única forma justa de se dividir o vestuário em masculino e feminino é por conta da anatomia. PORque é aí é a natureza. Não dá pra ir contra

E na hora de comprar roupas o que você sente mais falta? Existe alguma característica em roupas masculinas que você agregaria, mas não vê no mercado?

Acho que uma característica específica não. mas sinto falta de detalhes em algumas peças que ou já se foram por ter sido uma "moda" ou por serem considerados femininos demais. Por exemplo, transparências, brilhos. Além disso, falta de peças como saias, sungas mais cavadas, camisetas cropped (tão comuns nos EUA na década de 80), vestidos, lingerie

Quando eu entro em lojas ou seções de roupas masculinas, meio que é tudo igual

E Não são muitas as peças femininas que se adaptam.

Eu tenho muito problema, por exemplo, com saltos, lingerie e fitness

A propósito, me permite fazer duas perguntas? (inverter os pães) rrsrs

Pode fazer haahaha

o Washington me disse que comentou contigo que eu "vou além" das saias. CONfere? E ele te falou como vou além?

Ele mencionou isso, mas não especificou. haahha Como você vai além?

Eu vi que você mencionou lingerie ali

Já já te explico hehehe Tem a ver

ok hahaha

antes mais uma pergunta: sua pesquisa tá focada só em saias ou também mais peças, e a quebra de barreiras de gênero num geral? (se for a segunda, tem terceira pergunta)

Então, em mais peças ou características. Você falou de tecidos transparentes e com brilho, por exemplo é algo que pensamos também. Ou silhuetas que marcam a cintura, por exemplo, que geralmente é algo mais feminino. E a questão de gênero, queremos abordar que existem diferentes masculinidades, que fogem do padrão que é imposto.

ah sim

Bom, eu ahcei que era uma pergunta, mas não é. É uma dica

Ah, só uma conclusão do que eu havia falado antes, sinto falta também de peças masculinas que marquem mais as formas do corpo do homem ou mostrem mais o corpo (bermudas mais curtinhas, camisetas curtas, etc)

Então, eu gosto da ideia, só que como nossa marca tem que ter um segmento, fica complicado. Ainda mais lingerie que é algo mais complicado de fazer. Mas é legal ver marcas se dedicando a trazer produtos que quebrem esses padrões.

E você começou a usar lingerie mais por uma questão estética?

hahahaha

vamos lá. Respondendo a questão do "ir além"

Além de gostar de saias, também adoro saltos lingerie e fitness feminino

em todos eses casos foi meio que por fetichce

tneho fetiche em usar peças femininas

e com o tempo fui aprendendo a mesclar isso com as peças masculinas

E o que me atraia ao visualizar uma peça feminina em um corpo masculino é justamente a estética

E a mistura de corpo masculino com roupa feminina

Entendi. E você usa no dia a dia?

Sim e não hehehehe

Por partes

Primeiro, lingerie

no dia a dia, não sei a razão de eu ter feito essa divisão, eu uso cuecas fio dental ou tanga em dias úteis, e calcinhas em fins de semana e feriados

mas acho que é porque se as cuecas fio aparecerem um pouquinho pelo cos da calça por exemplo, ainda aparenta ser uma cueca e não causará nenhum estardalhaço.

e calcinhas em dias não úteis.

além de sutiãs e camisolas (estou usando inclusive neste exato momento)

mas sempre uso algo

E outros tipos de peça?

Eu vi que você usa saias também

No caso daslingeries, tenho outras mas uase não uso.

meias 7/8 por exemplo. Mas é muito raro eu usar

espartilhos eu não tenho. Tive já, mas engordei e não cabia mais

saindo das lingerie, gosto de saias

mas uso pouco (deveria usar mais)

meio que ficam restritas a eventos especiais

eventos*

saltos, tenho 3 pares, mas é raríssimo usar. A não ser um sneaker preto, que é mais "fácil disfarçar"

os outros dois são agulha e não tive coragem ainda

e na academia, sempre minha roupa é metade masculina e metade feminina

geralmente calçado e camiseta são masculinas. Lingerie, short ou calça emeia feminina

e as vezes mando um top por baixo da camiseta

e meus tops tem bojo

E como é a reação das pessoas? Você já sofreu algum tipo de preconceito? E isso te afeta como?

bom, eu destaco 3 fatos

não

4

primeiro foi na escola. Certa vez resolvi ir de kilt a um trabalho coletivo (reunião entre professores). E um professor de Física criticou dizendo que eu queria chamar a atenção e que ele não teria coragem de se vestir de mulher não. Ele disse isso para a secretária da escola e ela o catracou na hora.

Engraçado, ele é gay. Ou seja, uma pessoa que já deve ter sentido preconceito na pele, reproduzindo outras formas de preceonceito

outra foi no último reveillon em que eu passei de kilt e um cara, altas horas já, me parou no meio da festa e disse "vc e nada são a mesma coisa".

isso me abalou na hora. Me deixou desconcertado

mas depois eu relevei

quanto ao professor eu nem dei moral

outra foi no salão onde eu sempre corto o cabelo. Certa vez eu tava de sutiã por baixo da camiseta. Como o salão é aqui perto, fui de camiseta e bermuda mesmo. E enquanto cortava, uma hora dois clientes que esperavam perceberam o sutiã e ficaram fazendo comentários baixinhos e rindo. mas o cabeleireiro (hétero) tratou de jogar umas indiretas pra eles para eles pararem. E deu certo

e eu, com isso, relevei

E a última foi na academia, um aluno foi falar com o dono que meu short era curto demais, praticamente uma cueca. e o dono repreendeu e mandou ele cuidar da própria vida. Hoje ele até me cumprimenta. Mesmo com meus shortinhos, rrsrrs (se acha meus shorts curtos, imagina quando ele vir minhas cuecas) kkkk

Ah destaquei a sexualidade do professor e do cabeleireiro porque são duas situações em que a reação esperada era oposta

No mais, são empre reações assim, olhares arregalados, comentários baixinhos, que eu não ouço, e passa batido e a vida segue

Sim, geralmente nós esperamos que pessoas que fazem parte de minorias ou que também são reprimidas vão ter mais empatia, mas elas também são ensinadas pela mesma cultura machista e acabam reproduzindo o preconceito que elas sofrem.

E em relação a moda, o que você acha da divisão que existe entre o que deve ser "feminino" e 'masculino'?

Eu até entendo e respeito, mas acho que não deveria ser tão rígida. COmo falei, acho que a única forma de divisão deveria ser devido à anatomia.

E uma pessoa que tenha tendência a preferir roupas ou acessórios do gênero oposto (e aí não estou colocando em pauta a identidade de gênero) não deveria ser repreendida, oprimida por isso

deve ser respeitada

entendo também que muito da divisão da moda vem da questão da própria natureza masculina e feminina. A personalidade, o psicológico de cada um são naturais e diferentes. (porem reforçados pelo meio, especialmente em uma sociedade machista patriarcal como a nossa). Então, entendo que talvez seja comum uma menina tender a preferir roupas delicadas, coloridas, com flores, e meninos preferirem cores frias, escuras, com modelagem mais seca e reta. Mas acho justo apresentar outras forças, cores, texturas, e não oprimir quem se interesse por características diferentes

outras formas*

O famoso menino usa azul e menina usa rosa

E você tem facilidade de encontrar essas peças mais femininas? Ou você busca alternativas como lojas femininas ou costureira pra adaptar?

Acho bem fácil se for em lojas ou seções femininas. Até porque o mercado de moda feminina é bem mais amplo que masculina.

mas peças mais femininas direcionadas para homens, praticamente impossível

Minhas leggings mesmo, todas são femininas. Existem as leggings masculinas, sim. Mas todas direcionadas a esportes. Só encontro em lojas esportivas e, mesmo assim, pelo menos o que eu vejo, os caras usam com uma bermuda larga por cima. (eu não uso)

E são beeeeeem mais caras

enquanto uso uma legging feminina que custou entre 10 e 25 reais, a masculina custa em torno de 90

O problema é só na anatomia. As leggings e os shorts, por exemplo, as vezes apertam o saco, até dividem os testículos.

Quando uso top, mesmo comprando G, as vezes apertam nas costas, já que costumamos ter costas e ombros mais largos que as garotas

Agora, cropped shirts ou blusinhas mesmo, ou o top sem camiseta, eu não uso porque o corpo não tá colaborando mesmo. Barriguinha saliente tá feia hahah

E por último, o que você busca transmitir com seu estilo?

Aaaaaahhhhhhhhhhh! Já último? Rrsrrsrs

Busco transmitir autenticidade, ousadia, e também militância. Percebi que essa busca por quebras de barreiras nunca vão acontecer se todo mundo cruzar os braços esperando. Alguém tem que dar o primeiro passo. Eu enrolo, mas dou meus passos lentos.

É importante mostrar que a pessoa tem que usar o que sente vontade e o que lhe deixa confortável. Gênero é outra questão hahaha

ENTREVISTADO 8

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino".

Você se identifica com nossa proposta?

Sim, totalmente

Você sente que existe uma carência de um vestuário masculino com esse tipo de característica?

Sim. Eu praticamente comprei todas as peças na seção feminina exceto uma kilt original que achei em um bazar.

E na hora de comprar roupas o que você sente mais falta? Existe alguma característica em roupas masculinas que você agregaria, mas não vê no mercado? Desde tecidos, modelagens, peças, etc.

Então como praticamente são peças femininas tem o incomodo na parte da genital, não tem zíper, cria volume as vezes então tem que disfarçar. Sinto falta disso.

E você estaria aberto a tecidos mais brilhantes, transparentes ou mais adornados, como se vê em roupas femininas?

Sim. Qlqr tipo. Desde transparentes, floridos, com brilho. Tendo uma modelagem certa não me preocupo Emoticon smile

E de onde surgiu esse interesse por esse tipo de vestuário?

Então... Comecei a usar saia por 4 motivos. Primeiro, Influências de cantores considerados New metal da época, especificamente a banda Korn, 2005 e 2006 por aí. O vocalista Jonathan Davis sempre usava em seus shows. Segundo, experimentei e achei confortável. Terceiro, sempre gostei de moda e de aparecer, no sentido de não passar batido nas montações, de chocar mesmo o indivíduo e se permitir o "pq não? " Quarto, percebi o valor da militância, parece estranho mas sempre existe momentos onde vc pode tentar desconstruir o que a sociedade entende por gênero imposto, de que meninos não podem usar rosa, não podem usar saia, não podem brincar de boneca. Pra mim só existem roupas e no momento que vc quebra esse estereótipo há o espaço do questionamento no qual vc entra com a questão de gênero, de sexualidade, de machismo que muitas vezes a pessoa não entende bem o pq dela agir assim, acredito Tb que o questionamento vem nas formas de curiosidade. No início quando eu usava saia não sabia que tinha esse caráter transformador p outros e nem mesmo para mim.

E em se tratando de moda, o que você acha dessa divisão de gêneros, que separa o que deve ser feminino e o que deve ser masculino?

Então, acho que a sociedade está evoluindo muito, mercado está acompanhando. Antes n se via muitas peças que transgrediram do gênero feminino p masculino, como leggings, lingerie masculino, muitos produtos de maquiagem p homens e peças unissex em alguns pontos acho importante pois a própria anatomia é diferente mas n acho q deveria ser exclusivo ou regra.

E como as pessoas reagem ao seu estilo? Já sofreu algum tipo de preconceito? Na verdade, acho que até esses dias você postou uma situação que você passou no táxi, né?

Sempre com o olhar de curiosidade, espantado. Já sim, nesse do táxi nem estava de saia haha

Mas não achei ofensivo here

Teve gente que já xingou de viado essas coisas nada que me senti muito ameaçado ao ponto de tomar atitudes mais sérias

Muita gente vem tirar foto, elogiar. Na época da copa t muita gente achou que fosse estrangeiro. Mas recebi mais elogios do que críticas.

E você nunca deixou de se vestir por causa desse tipo de preconceito?

Não. Eu evito as vezes quando sai em família pq alguns n gostam e outros ficam constrangidos com os olhares. Hehe

E por último, o que você busca transmitir com seu estilo?

Autenticidade eu acho, nunca parei p pensar sobre. Mas acredito que ser vc mesmo, é fundamental. Hihi

ENTREVISTADO 9

Bom, então, como já falamos nosso tema procura trazer características femininas para o vestuário masculino. Nós vamos precisar criar uma marca e uma coleção e nossa proposta é trazer essas características consideradas femininas em modelagens, tecidos e peças em si, como saias para homens. Nós também queremos trazer uma discussão sobre gênero e desconstruir esse padrão do que é "feminino" e "masculino. Você se identifica com nossa proposta?

Sim

Me identifico

Você sente que existe uma carência de um vestuário masculino com esse tipo de característica?

Quase não tem nada...

Tem que ficar adaptando

Então você busca alternativas? Como customizar, adaptar, costureiras ou lojas femininas?

Geralmente adapto peças do vestuário feminino.

E encontro mais em lojas de departamento

Entendi. E na hora de comprar roupas o que você sente mais falta? Existe alguma característica em roupas masculinas que você agregaria, mas não vê no mercado? Ou que vê nas roupas femininas, mas não vê nas masculinas?

Comprimento

E coisas oversize

Pq tudo masculino é justo demais

E comprimento mid

Bermuda odeio

E tecidos? Tem algum que você vê em roupas femininas e gostaria que você mais utilizado nas masculinas?

Não

Pq basicamente é mais malha

Jeans

Couro

Mas você estaria aberto a tecidos com mais brilho ou transparentes?

Ah sim... Transparência se for localizada

Eu gosto bastante... Tenho um blusão

Que é transparente nas costas...

Falta estampas legais tbm

Paete por exemplo uso na parte de baixo...

E de onde surgiu esse interesse por esse tipo de vestuário?

Ai eu odeio como os meninos se vestem...

Jeans justo, camiseta mamãe to forte...

Ou polo
 E um tenis...
 Me interessa pq gosto de ser diferente...
 Coisa que fogem do vestuário masculino...
 A única empresa que tem umas coisas bem diferentes no masculino mesmo é a Zara...

E em se tratando de moda, o que você acha dessa divisão de gêneros, que separa o que deve ser "feminino" e "masculino"?

Eu acho que não deveria ter.
 As roupas não tem sexo
 E a moda tbm não...
 Odeio quando quero um short curto e a vendedora diz, mais é feminino
 Tipo acho que não tem que ter essa divisão

Como as pessoas regem ao seu estilo? Já sofreu algum tipo de preconceito? Além desse da vendedora hahaha

Ah! As pessoas estranham quando não tem muita informação
 Mais as pessoas já se acostumaram com meu estilo e sabe que gosto de coisas diferentes...
 Até minha mãe já sabe o que comprar para mim...

Owwnn

Você já deixou de se vestir da forma que queria por causa desse tipo de preconceito?

Não... Eu apenas faço produções mais ousadas
 em grandes festas...
 Agora durante o dia e a semana não uso brilho
 Mais fico dentro do que eu gosto

E por último, o que você busca transmitir com seu estilo?

Minha identidade, minha personalidade e uma imagem de moda marcante...
 E mostrar que eu não quero e nem vou ser igual a as outras pessoas...
 Que tenho meu estilo
 E não vou ser como a sociedade me impõe que eu seja.