



**"SE VOCÊ FOSSE
HOMEM EU TE
PEGARIA!":**

**CULTURA VISUAL,
MASCULINIDADES E
FOTOGRAFIA DE MODA**

ELYENAI GILENO ONIAS FERNANDES

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
PROGRAMA ASSOCIADO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ARTES VISUAIS
UFPB/UFPE**

ELYENAI GILENO ONIAS FERNANDES

**"SE VOCÊ FOSSE HOMEM EU TE PEGARIA!": CULTURA VISUAL,
MASCULINIDADES E FOTOGRAFIA DE MODA**

Dissertação apresentada ao programa associado de Pós-graduação em Artes Visuais da Universidade Federal da Paraíba e Universidade Federal do Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Artes Visuais. Área de concentração: Ensino das artes visuais. Linha de pesquisa: Ensino das artes visuais.

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Borre.

JOÃO PESSOA – PB

2021

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

F363s Fernandes, Elyenai Gileno Onias.

"Se você fosse homem eu te pegaria!" : cultura visual, masculinidades e fotografia de moda / Elyenai Gileno Onias Fernandes. - João Pessoa, 2021.

101 f. : il.

Orientação: Luciana Borre.

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Moda - Fotografia. 2. Masculinidades. 3. Cultura visual. I. Borre, Luciana. II. Título.

UFPB/BC

CDU 391:77(043)

ELYENAI GILENO ONIAS FERNANDES

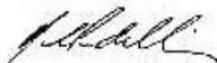
**“SE VOCÊ FOSSE HOMEM EU TE PEGARIA!: CULTURA VISUAL,
MASCULINIDADES E FOTOGRAFIA DE MODA”**

Aprovado (a) em: 26/02/2021

Comissão Examinadora:



Prof.ª Dr.ª Luciana Borre Nunes – PPGAV/UFPE
Orientadora/Presidente



Prof.ª Dr.ª Maria Emília Sardelich – UFPB
Examinador (a) Titular Interno (a)



Prof. Dr. João Paulo Baliscai – UEM
Examinador (a) Titular Externo (a) à Instituição.

AGRADECIMENTOS

Se de uma coisa tenho certeza é que nunca fiz nada sozinho, nem estive sozinho. De fato, tenho muito o que agradecer e muita sorte de ter próximo seres abençoados que me apoiaram, apesar de mim, nessa jornada:

Minha orientadora, **Profa. Dra. Luciana Borre** que assumiu esse desafio, me pegou pela mão, acreditando e incentivando meu estilo de escrita e guiando por percursos teóricos para além desse texto.

Aos professores pelo aceite em fazer parte da banca avaliadora, **Profa. Dra. Maria Emília Sardelich** e **Prof. Dr. João Paulo Baliscei**, por emprestarem seu tempo e conhecimento em prol desse tema.

Yurick Lacerda, meu companheiro de vida, por estar sempre um passo à frente quando se trata dos meus sonhos e por suportar diariamente os dramalhões diários motivados pela minha Lua em Câncer.

Victor Cunha Lima, **Yuri Almeida** e **Meg Magalhães** pela participação essencial da elaboração e execução do ensaio autobiográfico, sem a arte de deles jamais seria possível.

Áurea Cristina Barros por ser amiga, presente sempre e por emprestar seu dom com as palavras para revisar esse texto.

RESUMO

Nesta pesquisa busco problematizar como as imagens da primeira edição da revista de moda masculina “SAMBAZINE” (2019) constituem masculinidades e como posso ressignificar sentidos de gênero por meio da série fotográfica de viés autobiográfico “Vestido de mim” (2020). É um estudo de mestrado no campo da Cultura Visual, desenvolvido no Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais UFPE/UFPA, entre 2019 e 2021, apresentando os seguintes objetivos específicos: 1) problematizar como as imagens produzem masculinidades, questionando visualidades comuns sobre a constituição binária de gênero, por meio do campo de estudos da Cultura Visual e dos estudos de Lomas (2003) e Connell (2003); 2) apresentar, contextualizar, analisar e interpretar criticamente as produções imagéticas da revista de moda masculina “SAMBAZINE” e; 3) produzir um ensaio visual autobiográfico que provoque questionamentos sobre as representações das masculinidades. O processo de investigação se deu sobre e com a leitura de imagens a partir da metodologia PROVOQUE proposta por BALISCEI (2018) em cinco etapas: flertando, percebendo, estranhando, dialogando e compartilhando. Os campos teóricos reflexivos estão concentrados nos Estudos de Masculinidades (CONNELL, 1995, 2003; BALISCEI, 2018; BORRE, 2017, 2020), nos estudos de Gênero e Sexualidades, nos estudos da Cultura Visual (TOURINHO e MARTINS, 2011) e no campo da imagem de moda (QUEIROZ, 2008, 2013, 2019). Sendo assim, foi possível entender como as imagens e artefatos culturais presentes na revista SAMBAZINE reforçam estereótipos que envolvem as masculinidades mesmo que não haja uma intenção direta, me estimulando a produzir o ensaio autobiográfico que desencadeou no zine “VESTIDO DE MIM”, reproduzindo alguns entendimentos que eu já vinha trabalhando, mas que ao vê-los ali concretizados se fizeram mais fortes.

Palavras-chave: Cultura Visual; Masculinidades; Fotografia de Moda.

RESUMEN

En esta investigación trato de entender cómo las imágenes de la primera edición de la revista de moda masculina “SAMBAZINE” (2019) constituyen masculinidades y cómo pueden resignificar los sentidos de género a través de la serie fotográfica de sesgo autobiográfico “Vestido de mim” (2020). Es un estudio de maestría en el campo de la Cultura Visual, desarrollado en el Programa de Posgrado Asociado en Artes Visuales UFPE / UFPB, entre 2019 y 2021, que presenta los siguientes objetivos específicos: 1) Comprender cómo las imágenes producen masculinidades, cuestionando visualidades comunes sobre la constitución binaria del género, a través del campo de los estudios de Cultura Visual y los estudios de Lomas (2003) y Connell (2003); 2) presentar, contextualizar, analizar e interpretar críticamente las producciones de imágenes de la revista de moda masculina “SAMBAZINE” y; 3) producir un ensayo visual autobiográfico que provoque interrogantes sobre las representaciones de masculinidades. El proceso de investigación se desarrolló sobre y con la lectura de imágenes a partir de la metodología PROVOQUE propuesta por BALISCEI (2018) en cinco etapas: coquetear, percibir, preguntarse, dialogar y compartir. Los campos teóricos reflexivos se concentran en los Estudios de Masculinidades (CONNELL, 1995, 2003; BALISCEI, 2018; BORRE, 2017, 2020), en los estudios de Género y Sexualidades, en los estudios de Cultura Visual (TOURINHO y MARTINS, 2011) y en el campo de la imagen de moda (QUEIROZ, 2008, 2013, 2019). Así, fue posible entender con (o) las imágenes y artefactos culturales presentes en la revista SAMBAZINE que refuerzan estereotipos que involucran masculinidades aunque no haya una intención directa, animándome a producir el ensayo autobiográfico que desencadenó en el zine “VESTIDO DE MIM”, Reproduciendo unos entendimientos en los que ya había estado trabajando, pero que cuando se los veía allí, se fortalecían.

Palabras clave: Cultura Visual; Masculinidades; Fotografía de moda.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Masculinidades representadas por John Wayne, Humphrey Bogart e Clint Eastwood no cinema estadunidense.....	29
Figura 2 – Girl With Balloon sendo triturada após venda.....	36
Figura 3 – Guerreiro alemão com elmo, Oskar Schindler (1902).....	41
Figura 4 – Coco Chanel, Marlene Dietrich e Gustav Klimt.....	43
Figura 5 – Flávio de Carvalho e seu new look (1956).....	44
Figura 6 – Coleção Masculina da marca Tom Ford (Primavera 2019).....	46
Figura 7 – Desfile João Pimenta na SPFW42.....	47
Figura 8 – Campanha da marca Palomo Spain: The Hunting (2018).....	51
Figura 9 – Capa e contracapa da revista SAMBAZINE.....	53
Figura 10 – Visualidades e contra visualidades da masculinidade hegemônica na revista SAMBAZINE.....	56
Figura 11 – Imagem 1.....	57
Figura 12 - Imagem 2.....	58
Figura 13 - Imagem 3.....	59
Figura 14 - Imagem 4.....	60
Figura 15 - Imagem 5.....	61
Figura 16 - Imagem 6.....	62
Figura 17 - Imagem 7.....	63
Figura 18 - Imagem 8.....	64
Figura 19 - Imagem 9.....	65
Figura 20 - Imagem 10.....	66
Figura 21 – Painel de Inspirações.....	77

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Levantamento preliminar de dissertações e teses por demarcadores individuais.....	16
Tabela 2 – Relação entre os demarcadores masculinidades, fotografia de moda e Cultura Visual.....	18

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Zine “VESTIDO DE MIM”	78
--	-----------

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. “SE VOCÊ FOSSE HOMEM EU TE PEGARIA”: MASCULINIDADES EM FOCO	22
1.1 Masculinidades baseadas na teoria de Raewyn Connell.....	27
2. AS MASCULINIDADES À LUZ DA CULTURA VISUAL	33
2.1 Ações e agentes das masculinidades na Cultura Visual.....	37
3. FOTOGRAFIA DE MODA MASCULINA NA REVISTA SAMBAZINE	40
3.1 Representações das masculinidades na moda: hegemonias e dissidências.....	40
3.2 Fotografia de moda masculina: como, por quem e para quem?.....	48
3.3 Visualidades e contravisualidades nas fotografias de moda da revista SAMBAZINE.....	51
3.4 Interpretando as visualidades e contravisualidades da masculinidade hegemônica a partir do PROVOQUE.....	55
3.4.1 Flertando com as masculinidades.....	55
3.4.2 Percebendo com as masculinidades.....	57
3.4.3 Estranhando com as masculinidades.....	67
3.4.4 Dialogando com as masculinidades.....	68
3.4.5 Compartilhando com as masculinidades sobre a série fotográfica “Vestido de mim”).....	74
4. CONSIDERAÇÕES	96
REFERÊNCIAS	

INTRODUÇÃO

As imagens sempre me ajudaram a problematizar o mundo bem mais que o texto. Essas mesmas imagens foram responsáveis pela construção da maioria dos conceitos e pré-conceitos que construí ao longo do tempo. Tais imagens, vistas pela minha geração dos anos 1990 e que cresceu com a onipresença da televisão, reforçavam os paradigmas do que é belo ou feio, bom ou ruim, certo ou errado. Foi, e continuam sendo veiculadas representações evidentes e pré-definidas do que é e como viver as masculinidades e as feminilidades.

Este é um estudo de mestrado desenvolvido no Programa Associado de Pós-Graduação em Artes Visuais UFPE/UFPB, entre 2019 e 2021, no qual transcorre como venho percebendo as representações do “ser homem” nos meios de comunicação, mais precisamente na fotografia de moda masculina, quais os conjuntos de informações sobre essas masculinidades e como elas se apresentam. Tenho como principal objetivo problematizar como as imagens da primeira edição da revista de moda masculina “SAMBAZINE” (2019) constituem masculinidades e como posso ressignificar sentidos de gênero por meio da série fotográfica de viés autobiográfico “Vestido de mim” (2020).

Eu poderia caminhar pela sociologia, antropologia visual ou semiótica para desenvolver o meu entendimento, mas foi nos estudos da Cultura Visual que decidi direcionar o meu olhar, sem intenção de excluir nenhuma das áreas citadas, mas pela capacidade de se juntar a elas, me interessando pela imagem nos seus âmbitos histórico, social e cultural.

Sabendo disso, acredito ser necessário usar nesse contexto o conceito de visualidade, que de acordo com Walker e Chaplin (2002) constitui-se como uma visão socializada, impregnada pela cultura e o meio no qual estamos inseridos. Já as ditas contravisualidades, conforme Mirzoeff (2016, p. 10), são “mais do que simplesmente a oposição determinada pela visualidade como preço necessário a ser pago por seu devir”. As contravisualidades aparecem reivindicando um lugar de poder no direito de olhar onde, tecnicamente, esse direito não exista. Elas não se dão por satisfeitas com invisibilidades e assumem esse lugar de fratura dos conceitos e contextos pré estabelecidos.

Para que hoje fosse possível pesquisar sobre masculinidades é preciso falar sobre a construção do gênero masculino e a preocupação com suas variantes que ficou intensificada graças aos movimentos feministas da década de 1970 quando inicialmente seu teor era extremamente político e reivindicatório. Desses estudos o gênero foi conceituado como uma construção sociocultural, mutável, de poder e interdependente do sexo, sem ser por ele restrito.

De acordo com Butler (2018) é necessário fazer a separação de sexo, sexualidade e gênero, uma vez que, mesmo que o sexo fortaleça o ideal binário por questões biológicas e morfológicas, é incorreto definir esse mesmo sistema para o gênero. Essa mesma ideia de impor um sistema binário ao gênero é o que facilita a falsa compreensão que gênero representa o sexo ou é por ele definido, dificultando a aceitação das identidades variadas.

O gênero é performativo e mutável quando levado em consideração os diferentes contextos históricos/sociais. Esse mesmo gênero, assim descrito por Butler (2018) estabelece relações íntimas com outros demarcadores sociais da diferença, tais como: raça, classe social e sexualidade.

A sexualidade é um fator recorrente nos mecanismos de representação das masculinidades hegemônicas. As hierarquias colocadas pela divisão binária e heterossexual sugeridas hegemonicamente aos gêneros são o ponto de partida para a crítica da desigualdade entre eles, nunca se fazendo, no entanto, crítica à própria divisão binária e heterossexual, nem se percebendo o ser mulher e o ser homem em multiplicidades, inclusive sujeitas a transversalidades, ambiguidades e indiferenciações (ALBUQUERQUE JUNIOR, 2013).

As masculinidades são diferentes nas culturas, sendo que cada cultura significa o gênero. Um exemplo evidente é levantado por Albuquerque Junior (2013) em relação à imagem do homem nordestino nos anos de 1920 à 1940, o que não se difere muito do homem atual, na qual a moda atua como instrumento aprisionador desses sujeitos, de reforço na diferenciação de homens e mulheres, abolindo as subjetividades e reforçando os modelos tradicionais do vestir.

De acordo com Connell (2003, p. 1) a masculinidade não é um objeto de estudo no qual se possa definir uma ciência generalizadora sobre ela. Se ampliarmos o ponto de vista poderemos observá-la não apenas como um objeto, mas um grande aspecto de estrutura social. Para a autora, a definição básica do termo masculinidade nunca foi suficiente explícita.

Destaco a masculinidade hegemônica, que será analisada e confrontada com mais profundidade neste estudo, como um termo subjetivo usado para apontar qual o padrão aceito e como deveria ser a configuração ideal de ser homem. Tal conjunto de práticas, dentre estas as práticas visuais, a linguagem visual, é relativa às forças de poder do patriarcado sobre as mulheres e homens que não se enquadram no padrão pré-estabelecido. Albuquerque Junior (2013, p. 19) descreve o masculino hegemônico como “Donos do poder, ocupantes do espaço público, produtores da riqueza, chefes de família, responsáveis perante as leis, controladores da cultura”.

O senso comum do século XX marcado pelo horror das grandes guerras fortaleceu o moralismo e reafirmou a imagem viril do soldado, do ícone esportista e do líder militar. O preparo físico para o combate desencadeou corpos masculinos robustos, de musculatura hipertrofiada e definida. O homem “comum” da época teve o receio de mudar seu modo de vestir motivado pelo medo de parecer, com preocupações com a moda, tolo. Esse mesmo homem do pós-guerra, que se assustava com o exagero dos dândis¹ ainda configura maioria nos dias atuais (QUEIROZ, 2009).

Tal esforço pela normatização, principalmente no lado masculino do binarismo, pode ser explicado por Queiroz (2009) que metaforiza a imagem do homem na moda idealizada como herói e este por sua vez se diferencia dos demais pela sua grandiosidade física e espiritual, comumente representado como másculo, alto, forte, bonito, solerte, destemido e triunfador. Já que a moda é instrumento de subjetividades e linguagem totalmente impregnada pelo meio social, pode ela, nesse contexto, reforçar conceitos do ser homem e do ser mulher.

Se tratando de moda, trago Lipovetsky (2009) como referência nos estudos fenomenológicos da moda com seu Magnum opus “O Império do Efêmero: a moda e seu destino das sociedades modernas” onde o autor retifica o pedestal do sistema de moda, mostrando sua importância na narração dos percursos históricos culturais das sociedades tidas como modernas. Se o gênero, assim como afirmado por Butler (2018) também se modifica com a ação do tempo, então vejo mais que íntima a relação entre moda e gênero.

¹ A figura do dândi aparece na Europa no século XIX e estava associada a artistas e poetas que usavam do seu livre arbítrio para se vestir de forma tida como exagerada para os padrões da época.

Em contrapartida, a neutralidade do binarismo na moda, embora já atravesse o viés de microtendência para macrotendência de comportamento, ainda há relutância do público declarado masculino, uma vez que esse homem ainda tem medo de ser ridicularizado ou estigmatizado de afeminado. Assim, Hollis (1997, p. 54) afirma que “o homem oprime aquilo que teme. O medo é responsável pela opressão das mulheres e pelo ataque aos homossexuais, esse último levado a efeito por homens jovens, inseguros da própria realidade psicológica”.

Nesses cruzamentos de moda e gênero trago a fotografia de moda como um desses agentes que podem reforçar ou transformar a imagem masculina, hegemônica e heterossexual. É justamente desses entrecaminhos que vi a necessidade de estudar todos esses fenômenos culturais à luz da Cultura Visual.

O entendimento sobre moda na Cultura Visual ainda é um terreno árido, assim faço uso das transdisciplinaridades e desse modo, corroboro com Freedman e Stuhr (2005, p. 124) quando sugerem que a Cultura Visual pode servir como elemento auxiliador dessa transdisciplinaridade, “indo desde o que vestimos até o que assistimos, incluindo artes visuais, belas-artes, publicidade, arte folclórica, televisão, filmes, artes cênicas, design de moda e interiores, bem como outras formas de produção e comunicação visual”. Afinal, nós somos afetados diariamente por presenças externas, cabendo às nossas escolhas definir o que se transforma em aparato pessoal e o que será dispensado.

Sob análise de Sardelich (2006, p.19) “penso que trabalhar na perspectiva da compreensão crítica da Cultura Visual pode nos auxiliar a encontrar algumas frestas que, talvez, deem passagem a outras formas de compreensão da realidade, de representações que não as hegemônicas”.

Assim, seria a fotografia de moda masculina um dos mecanismos de continuidade e ruptura das masculinidades? Onde estão essas fotografias e como elas se dispersam nos veículos de comunicação? Qual a relação da construção dessas masculinidades com a Cultura Visual?

Para me aproximar desses campos de discussão busquei responder: quais pesquisadores produziram estudos que relacionam a construção de masculinidades e a fotografia de moda no âmbito da Cultura Visual? Quantos estudos foram encontrados? Quais os principais conceitos encontrados nessas pesquisas? A partir dessa problemática levantei dados sobre essas pesquisas, indicando os principais conceitos encontrados.

Para isso, tomei como percurso metodológico o levantamento bibliográfico na base de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), fazendo uso de 3 descritores em título/resumo e/ou palavras-chave dos trabalhos, sendo eles: masculinidades, fotografia de moda e Cultura Visual. Como critérios de inclusão defini o recorte de tempo para textos entre os anos de 2008 e 2019², produzidos no Brasil e em língua portuguesa; e que apresentassem título/resumo e/ou palavras-chave pelo menos 1 dos descritores selecionados.

Após selecionados os textos, analisei a fim de identificar os principais aportes teóricos que me ajudassem no desenvolvimento tanto da dissertação, como na formulação de novos conceitos. Para essa identificação fiz uso da demarcação e fichamento dos textos selecionados.

Até o presente momento da produção desse texto não encontrei nenhuma dissertação ou tese que abordasse as masculinidades na fotografia de moda pelo viés da Cultura Visual. Sendo assim, busquei inicialmente os trabalhos que apresentassem pelo menos apenas um dos marcadores. Após isso, desenvolvi relações entre os 3 marcadores desse estudo com o intuito de encontrar essas aproximações e quiçá traçar novas.

A priori, selecionei na página da BDTD/ IBICT a ferramenta busca avançada selecionando todos os campos e na correspondência da busca, todos os termos. Após isso, selecionei o idioma para português e defini o ano da defesa para de: 2008 até 2019. A ordem hierárquica foi: masculinidades, fotografia de moda e Cultura Visual. Com isso, segue os resultados na tabela abaixo:

Tabela 1 – Levantamento preliminar de dissertações e teses por demarcadores individuais

	Masculinidades³	Fotografia de Moda	Cultura Visual
Quantidade	9512	1227	1815

² A escolha desse intervalo de tempo se deu pelo desejo pessoal de incluir a dissertação de Mário Queiroz - *O herói desmascarado: a imagem do masculino nos editoriais da revista inglesa 'Arena Homme Plus' entre 1995 e 2007* (2008), que tive acesso na graduação de Moda e até hoje tomo como referência.

³ Foram aceitos trabalhos que usassem o termo masculinidade no singular ou masculino.

Área de concentração⁴	Ciências humanas/ Psicologia	Ciências sociais aplicadas/ Comunicação	Ciências sociais aplicadas/ Comunicação
Assunto	Gênero (335)	Fotografia (104)	Cultura Visual (57)
Dissertação	7005	848	1270
Tese	2507	379	545

Fonte: Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Acesso em: 08/06/19.

Tendo em vista os resultados encontrados, é notória a prevalência de estudos usando o demarcador masculinidades, que suponho se tratar de um assunto que não aborda somente os aspectos sociais do gênero masculino, mas também suas relações com a saúde pública, uma vez que a maioria dos trabalhos se concentra em 6 programas de pós-graduação de saúde: 133 em Psicologia, 97 em Ciências da Saúde, 82 em Enfermagem, 81 em Saúde Coletiva, 78 em Enfermagem Fundamental.

A Cultura Visual aparece em segundo lugar na hierarquia, mas apresenta uma quantidade ainda pequena de estudos em relação às outras áreas do conhecimento. Esse fator pode ser explicado porque a Cultura Visual estuda as imagens e visualidades de forma socializada, se afastando da leitura de imagens pelo viés da semiótica.

Por fim e não menos importante, o demarcador fotografia de moda aparece com a menor prevalência, o que justifico pela escassez de programas de pós-graduação em moda, sendo necessários estudos oriundos de programas da área de comunicação ou de design. Segundo Horn “o primeiro mestrado em um programa da área foi em 1995 [...] tratava do tema de modelagem e foi intitulado: Do traçado ao molde: evolução e representação gráfica da modelagem do vestuário” (HORN, 2014, p. 28). A autora também apresenta que “o crescimento dos mestrados, dentro dos programas de design aumentou a partir de 2008 quando foram defendidas as primeiras dissertações do mestrado de Design na Anhembi Morumbi” (HORN, 2014, p. 28).

Finalizado o levantamento preliminar dos demarcadores individuais, prossegui ao levantamento de dados na BDTD desta vez relacionando dois demarcadores que deram origem a seguinte ordem: masculinidades + fotografia de moda (M + FM),

⁴ Foi citada a principal área de concentração definida pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ).

masculinidades + Cultura Visual (M + CV), fotografia de moda + Cultura Visual (FM + CV). Dessa forma foi possível confrontar todos os demarcadores e obter os resultados da tabela abaixo:

Tabela 2 – Relação entre os demarcadores masculinidades, fotografia de moda e Cultura Visual.

	M + FM	M + CV	FM + CV
Quantidade	24	33	83
Área de concentração⁵	Ciências sociais aplicadas/ Comunicação	Ciências sociais aplicadas/ Comunicação	Ciências sociais aplicadas/ Comunicação
Assunto	Gênero (6)	Corpo (4)	Fotografia (11)
Dissertação	18	19	51
Tese	6	14	32

Fonte: Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Acesso em: 08/06/19.

Dos 24 trabalhos encontrados na relação masculinidades + fotografia de moda destaque 2, sendo eles a dissertação *O herói desmascarado: a imagem do masculino nos editoriais da revista inglesa 'Arena Homme Plus' entre 1995 e 2007* (2008) e a tese *Homem e/ou mulher: as representações do masculino e feminino em imagens de moda* (2013), ambas de Queiroz (2008, 2013), na qual a dissertação trata da moda masculina a partir da fotografia de moda, comportamento do homem nos séculos XX e XXI e conclui que a imagem do homem já estava rompida em diversas variáveis e não só a conservadora. Já em sua tese, Queiroz (2013) não aborda apenas a imagem masculina, mas também a feminina a fim de problematizar a diversidade e o papel sociocultural das fotografias contidas nas revistas de moda e campanha publicitárias no Brasil e Estados Unidos.

Já da relação masculinidade + Cultura Visual destaque 4 trabalhos entre os 33 encontrados por possuírem relação direta com os demarcadores e/ou abordarem a temática usando termos comuns (masculino, visualidades). Entre eles a tese *Se a prova fosse sobre os rebeldes eu ia tirar 10: culturas visuais tramando masculinidades na escola* de Nunes (2014) apresenta como as representações da masculinidade

⁵ Foi citada a principal área de concentração definida pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ).

participam da construção da identidade de crianças entre 8 e 11 anos de uma instituição da rede pública de ensino de Goiânia, Goiás. A autora busca explicar como as imagens e artefatos possuem poder de reforçar a masculinidade hegemônica e definir a heterossexualidade como prática obrigatória.

A dissertação *O masculino na publicidade da Playboy: a construção da figura do homem nos anúncios da revista* de Costa (2014) analisa a construção da imagem do homem nos anúncios da revista Playboy e como eles impactaram o entendimento das visualidades por meio discurso persuasivo da publicidade no processo de criação de um modelo social hegemônico e narcisista.

Ainda sobre masculinidade + Cultura Visual a tese *Conversações hipervisuais: vamos falar sobre olhares masculinizados?* de Ospina (2018) apresenta a rede conceitual que o campo de estudo da Cultura Visual, também denominado de estudos visuais, explicando a relação entre o que vemos e os nomes que damos as coisas. Traça também os conceitos de hipervisualidade a partir de estudos relacionais entre Cultura Visual e gênero do conceito do visual, das imagens visuais, das visualidades, das contra visualidades, dos regimes escópicos e tantos outros termos das culturas visuais.

Por fim, Vaz (2012) em sua dissertação intitulada *Pedagogia queer, Cultura Visual e discursos sobre (homo)sexualidades em dois cursos de extensão online* aborda as relações da Cultura Visual com a teoria queer com enfoque na educação. O autor destaca o tabu da sexualidade nas visualidades, a força que a homossexualidade masculina impera no gênero e as dificuldades em abordar tais temas em sala de aula sem o risco do julgamento de influência sobre os estudantes.

Para a última relação, embora os 83 trabalhos encontrados demonstrem maioria, apenas a dissertação de título *Produzindo imagens e desejos: uma análise do papel do stylist na sedução exercida por editoriais de moda publicados pela mídia impressa brasileira* de Asmar (2008) aborda a temática sobre a fotografia de moda na Cultura Visual, uma vez que é o profissional *stylist* (ou editor de estilo) quem ajuda na construção da imagem de moda resultante na fotografia, os demais 82 trabalhos foram descartados por não abordarem de forma direta a Cultura Visual relacionada a fotografia de moda.

Ao final provisório desse estado da questão, uma vez que a plataforma segue sendo atualizada com o decorrer das pesquisas, posso indicar algumas limitações no

levantamento de dados para enfim produzir o estado da questão dessa pesquisa e guiar minha dissertação.

Outro ponto é a variação de termos utilizados, o que dificulta o processo de delimitação e escolha dos demarcadores. Assim, julgo ser necessário para esta e outras pesquisas futuras sobre as temáticas o uso de outras plataformas além da base de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD).

Para justificar essa pesquisa de mestrado apenas a motivação pessoal, inflamada pelos encontros e desencontros do que é viver/ser homem ou pelo trabalho que exerço produzindo imagens de moda. As fotografias de moda me surgiram logo na infância quando folheava as revistas de moldes da minha mãe. Dessas imagens eu comecei a construir minha visão sobre o vestir, padrões de beleza e comportamento.

De início, apenas a moda feminina me interessava, uma vez que achava as imagens produzidas para os homens monótonas e com pouca expressão criativa. Profissionalmente a fotografia de moda só veio se afirmar de fato em 2016 quando consegui um estágio em uma agência de publicidade na qual eu era incumbido de criar o conceito das campanhas fotográficas, produzir e definir o estilo. Todavia, majoritariamente as imagens produzidas eram de moda feminina. Nessa época eu já começara a questionar questões de gênero e como as fotografias de moda representavam quase sempre da mesma maneira a representação masculina. Desses questionamentos passei a procurar outras imagens e produtores de imagens que rompessem com esse padrão e que me trouxessem referências que fossem muito além do homem másculo, esportista ou executivo.

São por esses entre caminhos e referências iniciais que se evidenciou o objetivo geral deste estudo: problematizar como as imagens da primeira edição da revista de moda masculina “SAMBAZINE” (2019) constituem masculinidades e como posso ressignificar sentidos de gênero por meio da série fotográfica de viés autobiográfico “Vestido de mim” (2020). Apresentando os seguintes objetivos específicos: 1) problematizar como as imagens produzem masculinidades, questionando visualidades comuns sobre a constituição binária de gênero, por meio do campo de estudos da Cultura Visual e dos estudos de Lomas (2003) e Connell (2003); 2) apresentar, contextualizar, analisar e interpretar criticamente as produções imagéticas da revista de moda masculina “SAMBAZINE” e; 3) produzir um ensaio

visual autobiográfico que provoque questionamentos sobre as representações das masculinidades.

No capítulo 1 apresento o levantamento teórico dos principais conceitos acerca das masculinidades e suas pluralidades. Neste capítulo a busca pela compreensão desses conceitos sobre a produção de masculinidades se deu em decorrência do debruçar sobre os estudos de Lomas (2003) e Connell (2003), principalmente. Também tomo licença para discorrer sobre vivências pessoais e a minha percepção das masculinidades quanto homem e gay, além dos efeitos da masculinidade hegemônica sobre mim e sobre minha criação.

No capítulo 2 discorro sobre os principais conceitos necessários dos estudos da Cultura Visual com foco nas masculinidades e questiono como as visualidades comuns sobre a constituição binária de gênero, especificamente do masculino, reforçam hegemonias e perpetuação de invisibilidades.

Por fim, no capítulo 3 apresento a fotografia de moda como suporte para a produção das visualidades e contravisualidades sobre as masculinidades, contextualizando, analisando e interpretando criticamente as produções imagéticas da revista de moda masculina “SAMBAZINE” por meio do PROVOQUE proposto por Baliscai (2018), método de leitura de imagens que consiste em 5 etapas, sendo elas: flertando, percebendo, estranhando, dialogando e compartilhando. Assim, me estimulando a produzir o ensaio autobiográfico que desencadeou no zine “VESTIDO DE MIM”, no qual possibilitou reproduzir alguns entendimentos que eu já vinha trabalhando, mas que ao vê-los ali concretizados se fizeram mais fortes.

CAPÍTULO 1

1. “SE VOCÊ FOSSE HOMEM, EU TE PEGARIA!”: MASCULINIDADES EM FOCO

Para tratar desse assunto senti a necessidade de definir o meu papel nisso tudo. Já ouvi de uma ex-colega de faculdade que *me pegaria, se eu fosse homem*. Aquilo me incomodou profundamente não só pela forma reducionista do “ser homem”, mas como a percepção das identidades LGBTQIA+ podem nos retirar, automaticamente, desse grupo e nos posicionar no “limbo” entre a masculinidade e a feminilidade.

Sendo homem, branco e gay preciso encontrar o meu lugar nessa fala sobre as masculinidades e entender, antes de tudo, os privilégios e opressões que somatizei até então. Problematizar esse lugar pode me ajudar na desnaturalização de questões atribuídas sobre como ser homem e ao mesmo tempo me auxiliar na percepção dos privilégios de ser um homem branco cisgênero.

Os estudos no campo da Cultura Visual reconhecem a impossibilidade que a/o pesquisador/a seja neutra/o e que não se situe biograficamente. Na Cultura Visual a reflexão do autor sobre suas vivências é legitimada segundo Kincheloe e Berry (2004, p. 112) que discorrem sobre a capacidade interpretativa do autor sendo influenciada pelas suas experiências pessoais e mesmo em busca de uma neutralidade, o olhar a partir da sua perspectiva de realidade influencia na sua interpretação.

De acordo com Lomas (2003, p.2) “*no existe una maneira única y excluyente de ser mujer y de ser hombre, sino mil y una maneras diversas de ser mujeres y hombres*”. Ainda para o autor supracitado não existe uma essência naturalmente feminina ou masculina, mas uma junção complexa e cultural de identidades femininas e masculinas heterogêneas. Que não precisamos apenas vislumbrar os sujeitos como homem ou mulher, mas como eles podem agrupar nuances das múltiplas características de gênero e, inclusive, transitar nessas polaridades.

Com base nos estudos feministas e aos *Men`s studies*, Lomas (2003, p. 3-6) indica que os homens têm aprendido que o poder patriarcal que oprime as mulheres e também outros homens é natural. Todavia, as ciências sociais têm mostrado que as masculinidades não possuem uma essência universal e que atuam como uma rede

concreta e passível de transformações de significados e condutas que variam de acordo com o recorte temporal, suas vidas cotidianas, sua inserção cultural e suas relações sociais.

Assim, de acordo com Lomas (2003, p. 6) nomear o masculino como substantivo singular e homens no plural, bem como feminino e mulheres, evidencia suas diferenças sexuais, fortalecendo a unicidade do androcentrismo linguístico e cultural. Percebo a partir da constatação do autor urgência, embora não tão recente, no direcionamento do meu olhar e de outros pesquisadores para as pluralidades das masculinidades e assim desconstruir um masculino único e absoluto. Com base nesse motivo, e em busca de evidenciar melhor essa pluralidade de identidades, evito o uso do termo homem ou mulher nessa pesquisa. Relembro a frase que intitula esse capítulo e fortaleço o questionamento que tive quando a ouvi, de que eu sendo gay não poderia ser homem, uma vez que esse lugar não me era de direito devido à minha sexualidade ou forma de viver a minha masculinidade desencaixando-me dos padrões da masculinidade hegemônica.

Aprofundo-me na pesquisa de Borre que originou o livro “Cultura Visual: tramando o gênero e sexualidades nas escolas” (2017) onde a autora destina o foco para sua investigação da produção das masculinidades a partir de artefatos presentes no dia a dia escolar, assim como a perspectiva reflexiva e política da Cultura Visual na busca de legitimar seu estudo.

Identifico-me com sua trajetória de estudos de gênero, sexualidade e Cultura Visual não só por me orientarem nessa dissertação, mas pela mesma postura de biograficamente situado na pesquisa. Me aproximo também quando a autora (2017, p. 28) propõe que a realização de um processo autorreflexivo na pesquisa possibilita noções de mundo e a realidade. Ela na escola, eu no estúdio ou em ensaios fotográficos externos.

Todavia, como a autora vejo necessário trazer visibilidade para o conceito de representação. Assim, a representação assume o papel de produzir significados, fundados a partir de crenças, valores e traços para assim refletir a realidade. Xavier Filha (2012):

Sendo as representações atribuições de sentidos produzidas socialmente, interajo, produzo, aproprio-me, resisto e negocio minha identidade feminina entendendo que “para que algumas delas [representações] se tornem hegemônicas, há vários investimentos

de poder que as legitimam como ‘verdade’” (XAVIER FILHA, 2012, p. 642).

A masculinidade hegemônica impõe suas representações sobre os gêneros pelos seus mecanismos de poder. Afinal, quem e como determinou a representação dos papéis a serem seguidos por homens e mulheres? Quem valida esse código de conduta? O que acontece com quem rompe com essa representação?

Eu me identificando como homem preciso me despir dos privilégios e das responsabilidades de sê-lo, mesmo que tenha sofrido e ainda sofra opressão de uma sociedade que insiste em ser machista e homofóbica, reproduzo comportamentos e falas opressoras que a mim foram introduzidos ao longo da vida. Porém, busco desconstruir essas posturas dia após dia estudando, observando e me “polindo”. Estudar a produção de masculinidades é também estudar a produção de feminilidades. Perceber o outro lado, embora não acredite ser a feminilidade o oposto à masculinidade, é traçar uma visão mais empática do todo.

A construção da minha masculinidade está diretamente entrelaçada com o fato de ser/ter sido um menino gay. Nascido como filho do meio de duas irmãs, em um lar contrastante de uma mãe evangélica e um pai católico não praticante, tive em mim direcionado, principalmente pelo meu pai, o ônus de ser o “filho homem” da casa. Para ele a representação de ser homem se apoia no autoritarismo, no apetite (hetero)sexual estimulado a mim e reprimido as minhas irmãs, na proibição das atividades domésticas a mim e obrigatórias as minhas irmãs. Minha mãe não só propagava esses estímulos como se apoiava também no fator religioso pautado no pecado de ser gay.

O que mais me perturbava era a exigência contínua de “arrumar uma namorada”. Essa imposição não vinha só do meu pai e da minha mãe, mas dos/as demais familiares que vinham em mim a possibilidade de manchar a imagem imaculada e “ máscula” dos homens da família paterna. O sexo heterossexual me era constantemente encorajado, todavia, as minhas irmãs era algo proibido até que constituíssem casamento. Lembro de minha mãe reproduzir as falas como “*segurem suas cabras que meu bode tá solto*”.

Rosa era uma cor proibitiva para mim, mesmo quando a moda dos anos 2000 a trazia com força na roupa masculina. Eu não podia usar pois iria deixar mais evidente a minha delicadeza, me denunciaria por ser quem eu era. Delicado é um termo que

até hoje me é atribuído, mas na adolescência ele vinha velado da discriminação de ser diferente dos demais meninos do colégio ou da igreja.

Como apresentado por Lomas (2003, p.7) as condutas masculinas não são novas e nem naturais, mas sim um resultado de práticas culturais a partir de uma determinada construção social. Nessa “cartilha do ser homem” a dominação androcêntrica dita o falar, o agir, o pensar. A naturalização de como ser homem é tão enraizada que provoca estranheza e relutância quando questionada. “Seu irmão pode porque é homem”, falas corriqueiras de meu pai e minha mãe para repreender minhas irmãs quando agiam de forma que contrariassem essa instituição e, a mim, “você não pode porque é coisa de mulher”, a repreensiva vinha dentro dos mesmos moldes, porém com proporcionalidades diferentes.

Foi na moda que eu descobri uma forma de romper gradualmente com os códigos hegemônicos. Ficando mais velho fui analisando a minha volta e com a popularização da internet e redes sociais descobri que havia várias formas possíveis de ser quem eu era. Essas mudanças eram acrescentadas lentamente com uma pulseira, um corte de cabelo, uma calça mais justa. A cada elemento novo introduzido no meu vestuário, uma batalha era travada em casa até que eu vencesse pelo cansaço, até que perceberam que eu não desistiria de me expressar através da forma como me vestia.

Na educação escolar também existiam as proibições pelos códigos de conduta de “ser homem”. Desde os primeiros anos na escola nos quais consigo resgatar algumas memórias, práticas homofóbicas eram a mim direcionadas. De ser questionado por querer brincar apenas com as meninas ou pela falta de interesse em esportes como o futebol. Lembro inclusive da minha professora da quarta série sugerindo que eu tivesse mais cuidado no jeito de falar, para que os meninos não me importunassem.

Ao prestar meu primeiro vestibular aos 17 anos, novamente minha mãe com respaldo do meu pai apresentou uma série de cursos nos quais eu poderia me inscrever e os que não. Cursos tidos como masculinos eram aqueles cuja a presença masculina até hoje é notória como engenharia, direito ou medicina. Optei por Fisioterapia e com uma certa relutância tive a matrícula aprovada pelo meu pai. Porém eu desde criança apresentei aptidão para moda, criava desfiles imaginários com minha irmã mais nova, desenhava vestidos de princesas, lia revistas de moda, mas tudo isso escondido. “Mexer com roupa é coisa de fresco” – dizia minha mãe repetidas

vezes. Só aos 26 anos e saindo da minha cidade natal e vindo construir uma nova vida em João Pessoa/Paraíba, pude finalmente estudar moda e realizar essa conquista.

Na UFPB cursando a disciplina de Processos de Criação das Artes Visuais em 2018 então como aluno especial, sob pedido do professor Marcelo Coutinho, escrevi um texto detalhado sobre uma experiência que me marcara profundamente. Decidi escrever sobre minha adolescência e como lidei com a premissa de não seguir o que me era sugerido:

[...] A construção dessa memória depende de alguns momentos que a antecederam, como o dia em que na igreja que frequentávamos obrigatoriamente, exceto meu pai que nunca foi religioso, todos os meninos decidiram que não seriam mais meus amigos, talvez por eu aparentar ser mais delicado que os demais. Desses comentários inofensivos outros mais surgiram e deles a exigência de eu me fazer ser macho. Macho no sentido heteronormativo da palavra, que mesmo aos 12 anos, sem querer e sem atentar para uma sexualidade que já me apontavam, exigia-se a presença de uma namorada, da correção dos gestos com as mãos, do andar, da postura, do falar e do que mais os incomodasse. Eu sempre soube da minha homossexualidade e isso por muito tempo foi o motivo de eu desejar não ter nascido. Ou de imaginar que tudo seria mais fácil se eu tivesse a sorte de ter nascido homem, como eles queriam que eu fosse. Nesse meio tempo, um presente e uma armadilha: a internet. A rede me mostrou coisas que as pessoas não me falavam. Eu não tinha amigos gays, eu nem poderia tê-los. O único que eu tinha era clandestino, meu primo 1 ano mais novo, que nossos pais proibiam a aproximação, para evitar comentários – diziam.

Trago esse panorama breve da minha história para observar como em vida até então eu transitei pelas masculinidades, seja de forma sugerida ou por escolha. Por 30 anos eu representei papéis que me obrigaram a seguir, um conjunto de traços e referências que moldaram o que sou hoje. Quantos agentes não foram responsáveis pela construção do que sou hoje? E quantas vezes eu fui agente na construção das masculinidades usando minha voz como homem, fotógrafo e pesquisador?

Aponto Nunes (2017, p. 34) quando ela se posiciona como uma agente na construção de masculinidades. A ela pode-se atribuir construções de masculinidades pelo fato de se afirmar mulher e professora. Como professora, mesmo sem se dar conta, reforçou padrões de comportamentos e atitudes de gênero a meninos e meninas e como mulher, as atribuições que lhe foram dadas pelo peso de identificar de tal forma.

No âmbito escolar, lembro dos papéis que precisei desempenhar para lidar com as imposições de ser “delicado”. Desde cedo meu interesse de ficar próximo às meninas, o que para alguns era visto como também querer ser menina, mas no meu caso era ferramenta de proteção contra os outros meninos.

Para Nunes (2017, p. 36) sua vivência dentro e fora da sala de aula mostra que “Diversas condições comportamentais destinadas aos garotos são constituídas no interior das relações nas salas de aula, descrevendo, neutralizando e prescrevendo atitudes específicas para cada contexto.”

Destaco Nunes (2017, p. 37) “No contexto escolar, reforcei regras e padrões de comportamentos que distinguem, neutralizam e prescrevem ações específicas para meninas e meninos, delimitando como cada um deve atuar em situações sociais diversas.” Poucos são os amigos homens que colecionei ao longo da escola. Já no ensino médio, adolescente, os meninos que agora já namoravam e tinham uma reputação de “macho” a zelar evitavam andar comigo para “não queimar o filme”. Lembro-me de um bom amigo que fiz no primeiro ano, mas que precisou se afastar de mim pois estavam “comentando”.

1.1 Masculinidades baseadas da teoria de Raewyn Connell

Embora a maioria dos seus textos estejam publicados como Robert W. Connell farei uso do seu nome após readequação sexual, passando a ser chamada de Raewyn Connell, cientista social australiana e uma das principais investigadoras acerca da(s) masculinidade(s).

A conceituação do termo masculinidade vem comumente atrelada a conduta do indivíduo, surgindo assim da crença nas diferenças individuais e na ação pessoal. Connell (2003, p.2) indica que nesse contexto a masculinidade só existe em contraposição a feminilidade.

Outro fator que julgo importante destacar são as visões da masculinidade quanto a lógica do gênero como prática social. As apontadas por Connell (2003, p.2-5) são: essencialista, positivista, normativa e semiótica. Inicialmente trago em contraste as visões essencialistas e positivistas. A primeira recorre a um traço do ethos masculino e a partir dele agrega uma série de outros traços na vida dos homens. Nessa visão os homens são definidos como mais ativos em contraste as mulheres que seriam mais propensas a passividade.

Corroboro com a autora em descartar essa visão, uma vez que tal escolha da essência da masculinidade se mostra bastante arbitrária. Já do ponto de vista positivista a definição é bem mais simples trazendo as diferenças entre homens e mulheres de forma estatística e que o padrão de vida dos homens pode ser moldado a partir da cultura que domina o modelo de masculinidade. A visão positivista abre um leque de questões e dificuldades na investigação da masculinidade já que existem variações dentro dos termos masculino e feminino, onde há inúmeras diferenças entre os homens e entre as mulheres.

Do ponto de vista normativo e quiçá o mais operante, as diferenças entre homens e mulheres são evidentes e ainda se oferece um modelo do como esses indivíduos devem ser. Tal estímulo por normatização é destacado em estudos sobre como os meios de comunicação tendem a reforçar a construção desses personagens.

Nisso levantam-se questões de como esses homens devem se portar, já que nem todos se adequam ao estereótipo rude, ativo, independente e protagonista. Nesse momento, vêm a minha mente as imagens de John Wayne, Humphrey Bogart ou Clint Eastwood⁶ no cinema. As práticas sociais desses personagens iam desde ao jeito rígido de andar, suas propensões ao combate físico e violento, o charme irresistível às mulheres e suas forças de liderança, típicos comportamentos dos heróis. Essas práticas impuseram a mim e outros homens códigos representacionais de como, supostamente, um verdadeiro homem deveria agir.

⁶ John Wayne (1907-1979), Humphrey Bogart (1899-1957) e Clint Eastwood (1930) são atores e cineastas americanos reconhecidos por papéis e filmes de ação onde reforçam o estereótipo do homem forte, viril e pronto para a guerra.

Figura 1 – Masculinidades representadas por John Wayne, Humphrey Bogart e Clint Eastwood no cinema estadunidense



Fonte: Da esquerda para direita 1) John Wayne como El Dorado, Fotografado por Everett (1966); 2) Humphrey Bogart em frame do filme Casablanca de Michael Curtiz (1942) e; 3) Clint Eastwood como Joe em frame do filme 'A Fistful of Dollars', dirigido por Sergio Leone (1964). Montagem e elaboração do autor (2020).

Assim, o enfoque semiótico lança mão da personalidade e define a masculinidade por um sistema de diferenciação simbólica que contrasta o masculino do feminino. Esse modelo tem sido usado nas análises culturais feministas e pós-estruturalistas de gênero, na psicanálise e no simbolismo laciano (CONNELL, 2003).

Aponto o gênero, ainda segundo a autora, como algo visto na maioria das culturas a ser uma prática social binária (masculino e feminino) que gira em torno dos processos biológicos. Práticas sexuais, reprodução humana, parto, cuidado dos filhos e quaisquer outras particularidades que diferenciem homens de mulheres de forma reducionista, reduzindo o gênero basicamente ao corpo. É desse entendimento que surge a heteronormatividade, dialogando com Lomas (2004, p.15) quando o autor apresenta que “*una mirada heterosexual del mundo a través de la cual se evalúan como “normales” y como “naturales”*”. Essas condutas normais e naturais mostradas pelo autor não só validam as práticas sociais binárias mas as transformam em manuais a serem seguidos e perpetuados.

Outro apontamento são as diferenciações entre a masculinidade e a feminilidade nas relações de poder e como a estrutura social do Estado é dominada por nós, homens. A maioria dos cargos de liderança ainda são exclusivos para

homens com a desculpa pautada no cenário reprodutivo, uma vez que por não parir, o homem pode se dedicar com mais exclusividade as suas funções de trabalho. Esse mesmo Estado se mostra tão avesso à feminilidade que luta contra a homossexualidade masculina, algo que para eles têm proximidade com o feminino. Para Connell (2003, p. 8) “*Cualquier imultaneamen, como una configuración de la práctica, se ubica imultaneamente en varias estructuras de relación, que pueden estar siguiendo diferentes trayectorias históricas*”.

Trago ainda conforme a autora relações entre as masculinidades, uma vez que não existe apenas uma masculinidade absoluta. Perceber que não é possível guiar a masculinidade por um padrão já se constitui um grande passo nos estudos de gênero. Correlacionar as estruturas sociais à formação das masculinidades é o que foi feito pela autora cuja divisão se deu em: **hegemônica**, **subordinada**, **cúmplice** ou **marginalizada** (CONNELL, 2003, p. 11).

Se tratando da **masculinidade hegemônica**, podemos relacioná-la diretamente com as estruturas de poder do patriarcado. Essa masculinidade se baseia em um padrão pré-estabelecido seguido de um código abstrato de regras sociais que dita aos homens como serem homens em uma sociedade que reforça esses comportamentos, entrando em um ciclo difícil de se romper. Connell (2003, p.12) mostra como ela toma para si a posição de dominância dos homens sobre a insubordinação das mulheres e de tudo que a elas implicam.

A masculinidade hegemônica vem incumbida de códigos de masculinidade e é base na construção de instituições socioculturais como as de cunho governamental, corporativo, empresarial e militar. É a masculinidade mais combatida pelo movimento feminista que busca além de outras coisas um ambiente mais igualitário entre as pessoas. Retomando a fatídica frase do *se eu fosse homem me pegaria* era dessa figura masculina hegemônica e única ao qual ela foi socializada e naturalizada pela mídia (cinema, televisão, música, publicidade, fotografia), na escola onde são basicamente constituídas as infâncias, nos espaços públicos e nas igrejas.

Já a **masculinidade subordinada** está mais ligada a como homens possam inquirir mais poder sobre outros homens pela sua orientação sexual. É o caso da subordinação aplicada por homens heterossexuais à homens homossexuais e a identidade LGBTQIA+ (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais, Queer, Intersex, Assexuais e demais manifestações). Essa subordinação vem acompanhada de práticas culturais e materiais, como: violação de direito humano essencial,

discriminação social, perseguição, boicotes, agressões e assassinato (CONNELL, 1995, p. 43).

Essa opressão vem do seio da masculinidade hegemônica que vê homens LGBTQIA+ como opostos e ilegítimos. Se tratando de homens gays esses são vistos como errantes por se aproximarem, do ponto de vista hegemônico, da feminilidade. Ser gay, de acordo com a autora supracitada, é ser mais combatido das masculinidades subordinadas. Embora não sejam gays, homens heterossexuais que também não se adequam ao padrão sofrem represálias e são difamados com termos comumente referidos à homossexuais como: *viado, boiola, fresco, frutinha, florzinha* e outros ademais que se associam com práticas sexuais, fragilidade e feminilidade.

Embora sejam notórias as manifestações homofóbicas e transfóbicas sofridas por nós pessoas LGBTQIA+ ao longo dos séculos, no Brasil ainda não existe uma lei própria para tratar da criminalização de atos atentatórios à existência das múltiplas formas de sexualidade. O que, tardiamente, foi entendido pelo Supremo Tribunal Federal do Brasil (STF) em 13 de Junho de 2019, o qual através da Lei do Racismo (7716/89) que prevê crimes de discriminação o preconceito por raça, cor, etnia, religião e procedência nacional, justificando-se contraditoriamente a homotransfobia como um crime que ataca grupos sociais minoritários sejam eles negros ou não.

Quando trato da **masculinidade cúmplice** logo me vem a cabeça a ação de ser cúmplice/sócio/parceiro de algo ou alguém. É exatamente como a autora vê esses homens que, embora não aparentem o padrão hegemônico, contribuem com ele para fortalecimento do patriarcado. São esses mesmos homens que se apresentam como bons filhos, maridos e pais, que ajudam nos afazeres domésticos, entre outras funções tidas como não masculinas, mas que se aproveitam dos mecanismos do patriarcado para tirarem vantagem pelo simples fato de serem homens. Entendimento meu: seria aquele homem que faz os afazeres domésticos e não os vê como função de todos da casa, mas sim como da mulher e que está ajudando-a?

Hierarquicamente, homens brancos heterossexuais e financeiramente abastados controlam as engrenagens da masculinidade hegemônica que, por sua vez, determina as relações de dominação/submissão. Os submissos, ou os que não se adequam ao padrão sugerido sofrem ainda mais opressão quando estão em questão classe social e raça.

A **masculinidade marginalizada** segundo Raewyn Connell (2003, p.15) é aquela que vem atrelada à homens não brancos, em sua grande maioria pretos e que

sofrem a imposição de serem vistos pela sociedade de forma pejorativa. Essas relações são complexas uma vez que homens pretos sendo atletas de elite (exemplo dos grandes ícones do basquete estadunidense) são utilizados como figuras da masculinidade hegemônica como padrões a serem seguidos de força física, atitude sexual e biótipo.

Essas mesmas atribuições são não aplicadas a homens pretos da periferia, entretanto, a esses são definidos os estigmas da violência. Casos como o assassinato de George Floyd (25 de Maio de 2020), homem negro estadunidense e caracterizado pela polícia local como possível assaltante que, embora não oferecesse resistência à prisão indevida, teve sua vida tirada por um policial branco.

Reforcei a masculinidade hegemônica quando aceitei arranjar namoradas e vestir-me da forma que meus pais queriam, assumi meu papel na masculinidade cúmplice quando deixei minhas irmãs com a obrigação dos afazeres doméstico e acredito vivenciar a masculinidade subordinada quando sofro discriminação de gênero pelo simples fato de me assumir gay. Assim, essas categorias que compõem as Políticas da Masculinidade, de Connell, não são fixas e que podem ser assumidas por um mesmo indivíduo contraditoriamente.

CAPÍTULO 2

2. AS MASCULINIDADES À LUZ DA CULTURA VISUAL

Neste capítulo pretendo relacionar o campo da Cultura Visual com a construção de masculinidades por meio das imagens e/ou artefatos culturais, e o que elas provocam na fotografia de moda. Essa inquietação parte do anseio em perceber a produção que faço dessas imagens como fotógrafo e *stylists* e quais elementos culturais impregno nelas.

Ao me deparar com a Cultura Visual como campo do saber me questioneei, embora seu nome já desse pistas sobre, com o que ela realmente lidava e como pensava as imagens. Foi a partir dessa inquietação que busquei os conceitos de cultura e de visual, onde por meio de Walker e Chaplin (2002) não só os encontro mas eles acendem a lanterna no trajeto desse entendimento. Para os autores, o conceito de cultura inicialmente precisa ser confrontado com o de natureza. Isso porque a produção humana como os artefatos, organizações civilizatórias e tecnologias são culturais e não oriundos da natureza. Embora soframos as ações evolutivas da natureza com o consumo desenfreado dos recursos naturais, modificamos seu curso e desencadeamos reações como extinção de espécies e o aquecimento global, por exemplo.

Ainda de acordo com Walker e Chaplin (2002, p. 25) esse entendimento de cultura e natureza apresenta muito sobre os fenômenos culturais e como eles são potentes quando se trata de desnaturalizar o estado das coisas. Também destaco a percepção dos autores quanto a relação da cultura com Sociologia e Antropologia, onde para a Sociologia a cultura se relaciona essencialmente com o compartilhamento, apresentação e transmissão de significados. Para a Antropologia, a visão é que a cultura é o conjunto de como a vida é vivida englobando hábitos, costumes, formas de vestir, comportar, seus códigos e suas regras.

É a cultura, enquanto sistema de signos e significados (Geertz, 1973) que dá aos seres humanos a capacidade de constituir e significar as suas ações a dar sentidos às coisas no mundo que as rodeia. Assim, embora cada pessoa possa fazer muitas coisas com aquilo que a coletividade onde se insere lhe oferece, falamos de cultura para nos

referirmos ao que é compartilhado pelos indivíduos de um determinado grupo (SEMENTE, 2012, p.191).

É preciso também se falar sobre práticas culturais. Para Hall (2016, p. 20-21) são os participantes da cultura que ditam seu tom e como ela irá impactar nos sujeitos, nos objetos e nos eventos. Nenhum sujeito, objeto ou evento possui um significado isolado, mas sim um conjunto de significados plurais que damos a eles por meio da nossa linguagem e práticas culturais. Assim, a cultura se envolve nas práticas que não são oriundas das determinações biológicas. Por exemplo: a capacidade motora do ato de andar é biológica, porém o modo como se anda é influenciado pela cultura e tal prática é frequentemente atrelada ao gênero e sexualidade. A representação do andar masculino em algumas culturas precisa ser rígida, forte e imponente para causar diferenciação do andar feminino ou subjetivar sua sexualidade.

Afinal, como as imagens que vemos à nossa volta nos ajudam a entender o mundo em que vivemos? O que elas de fato representam? O estudo das representações é tentar problematizar essas imagens, quem ou o que criou essas representações e por que. Dentro da teoria da representação desenvolvida por Hall (2016), que analisa principalmente como a mídia representa a realidade, o autor identificou que a mídia pode refletir um sujeito de forma mais aproximada da realidade ou distorcendo-o em vários níveis.

Para o autor supracitado não existe um significado pré-estabelecido para as representações, porém a mídia cria tais significados que são atrelados às representações de grupos sociais, por exemplo. De acordo com Hall (2016, p.17) de forma objetiva, cultura tem a ver com “significados compartilhados” (grifo do autor), todavia, para que tais significados sejam compartilhados é necessária que haja uma linguagem. Ainda sobre linguagem o autor apresenta que “(...) fazemos uso de signos e símbolos – sejam eles sonoros, escritos, imagens eletrônicas, notas musicais e até objetos – para significar ou representar para os outros indivíduos nossos conceitos, ideias e sentimentos” (HALL, 2016, p.18).

Esses elementos – sons, palavras, gestos, roupas – são parte da nossa realidade natural e material; sua importância para a linguagem, porém, não se reduz ao que são, mas sim ao que fazem, a suas funções. Eles constroem significados e os transmitem. Eles significam, não possuem um sentido claro em si mesmos – ao contrário, eles são veículos ou meios que carregam sentido, pois funcionam como

símbolos que representam ou conferem sentido (isto é, simbolizam) às ideias que desejamos transmitir (HALL, 2016, p.24).

Se tratando do visual ou mais precisamente da visão, deixo sua concepção fisiológica de lado para trazer com base em Walker e Chaplin (2002, p.37) o entendimento da visão como algo carregado de subjetividades que apresenta muito mais do que simplesmente vemos com os nossos olhos, mas como vemos. Essa forma de ver se mistura com os outros sentidos, conhecimentos e memórias. Ainda para Walker e Chaplin (2002, p.41) “Los observadores no son simplemente un par de ojos; tienen mentes, cuerpos, géneros, personalidades e historias”. Com isso entrelaço o entendimento sobre as visualidades por Nunes e Martins (2017, p. 76) que apresentaem sobre as imagens e artefatos culturais como moduladores da nossa percepção do mundo e das formas de pensar, agir e sentir.

Ainda sobre o conceito de visualidades, para Cunha (2005, p.4) “é o modo como vamos direcionando nossas escolhas sobre determinadas imagens, cores, texturas, objetos e até sobre a própria noção de distância mencionada no dicionário”. Para a autora as visualidades são a construção cultural do olhar.

Partindo do pressuposto de que a Cultura Visual é terreno fértil para as construções culturais do olhar acredito ser permissivo concordar com Baliscei (2020, p. 31) quando argumenta ser necessária uma leitura visual de caráter crítico e inventivo e que desconstrua os lugares de apenas leitores/as de imagens e os posicione como intérpretes visuais. Reforçado por Hernández (2007, p. 25), em “um mundo dominado por dispositivos visuais e tecnologias da representação (as artes visuais como tais), nossa finalidade educativa deveria ser a de facilitar experiências críticas reflexivas”.

Falando sobre as imagens, recorro a Charréu (2009) quando apresenta que uma imagem é sempre fabricada para ser vista dentro de um contexto visual e o seu equivalente histórico precisa ser levado em consideração, suas sintonias e dissonâncias, gerando assim significados. A partir dessa construção de significados e subjetividades surgem também as invisibilidades, ou seja, imagens que faltam. Para Nunes (2020, p. 74) é “no campo das Artes Visuais que vivenciamos o interesse de artistas, de produtores culturais e de instituições de fomento à cultura, nas “pequenas narrativas”, muitas vezes autobiográficas ou que demonstram experiências de grupos invisibilizados.”

Outro conceito importante é o de contravisualidades. São nelas que invisibilidades podem surgir nos discursos quando confrontadas com as visualidades pré-existentes. Um exemplo que acredito se tratar de contravisualidade foi a “intervenção” feita pelo artista britânico Banksy após uma de suas obras, a “Girl With Balloon” ser leiloadada por 1 milhão de euros. Após a confirmação da venda, um triturador de papel escondido na moldura fragmenta a obra em vários pedaços e assim abre espaços para questionamentos sobre o mercado da arte e construções de diversas subjetividades.

Figura 2 – Girl With Balloon sendo triturada após venda



Fonte: Reprodução/Instagram. Acesso em: <<https://www.instagram.com/p/Bokt2sEhlsu/>>

Para Barbosa (2011, p. 294) a necessidade da contravisualidade “é imprescindível; é a crítica feita visualmente e não apenas verbalmente”. As contravisualidades servem como fator de fratura nas imagens naturalizadas, mostrando que existem diversas possibilidades de ver e de se produzir interpretações.

Consonante com Hernandez (2007, p. 2) a Cultura Visual autoriza aos expectadores “analisar, interpretar, avaliar e criar a partir da relação entre os saberes que circulam pelos textos orais, auditivos, visuais, escritos, corporais (...) vinculados às imagens que saturam as representações tecnologicizadas das sociedades contemporâneas.” Corroborando com Cunha (2005, p.9) “Por vivermos em uma cultura devotada às imagens, as imagens penetram em nossas vidas, se aderem aos nossos pensamentos sem nos darmos conta dos efeitos delas sobre nós.”

Sendo homem, branco e gay preciso encontrar o meu lugar nessa fala sobre as masculinidades e entender, antes de tudo, os privilégios e opressões que somatizei até então. Problematizar esse lugar pode me ajudar na desnaturalização de questões atribuídas sobre como ser homem e ao mesmo tempo me auxiliar na percepção dos privilégios de ser um homem branco cisgênero.

2.1 Ações e agentes das masculinidades na Cultura Visual

Se o desejo for o de promover mudanças, é necessário remover o lugar onde estão sentadas (HERNÁNDEZ, 2000, p. 23).

Vejo na Cultura Visual a possibilidade de romper com os códigos que limitam o pensar, o ser e o agir. Se a Cultura Visual é uma experiência social que lida com as imagens e artefatos e configuram as práticas do mostrar e ser visto, como ela pode provocar rupturas nas configurações das masculinidades, sobretudo hegemônica?

Primeiramente recorro a Baliscei (2020, p. 37) sobre o conceito de artefato cultural como ações produzidas socialmente e que com o passar do tempo vão assumindo o posto de naturais para atender aos privilégios de grupos dominantes e hegemônicos. Essa naturalização provoca, sobretudo, autenticidade e faz com que esses artefatos sejam vistos como inquestionáveis, produzindo assim invisibilidades.

Aproximo-me também do que apresenta Aguirre (2009) onde a Cultura Visual é um campo aberto para entrelaçar significados e gerar rupturas simbólicas estéticas, políticas e transdisciplinar. Assim recorri a Cultura Visual seu caráter transdisciplinar e por ter como objeto não apenas tratar das imagens e artefatos, mas perceber as várias faces e refletir sobre o conjunto de ações e significados que estão atribuídos a eles. Metaforizo a Cultura Visual como as portas de correr tradicionais da arquitetura japonesa revestidas por um papel translúcido *Shoji*, onde as portas ao mesmo tempo que delimitam os cômodos deixam passar a luz e revelam as silhuetas do que há do outro lado, deixando ao observador a responsabilidade pelo que vê e interpreta.

Falar em transdisciplinaridade é uma maneira de reconhecer como o campo da Cultura Visual é alimentado e se efetiva mediante a articulação de diferentes saberes para problematizar os efeitos e o poder dos processos de subjetivação exercidos pelas imagens, especialmente na contemporaneidade. Reconhece-se que uma atitude transdisciplinar favorece a ampliação e a flexibilização dos

conhecimentos, gerando novos saberes oportunizados pela pluralidade de ângulos que um determinado problema é capaz de proporcionar (FREEDMAN e STUHR, 2005, p.13).

No contexto das masculinidades, a Cultura Visual se entrelaça com outros campos do saber para entender e justificar as representações e subjetividades que são atribuídas a um objeto ou um indivíduo. Um exemplo seria uma camiseta rosa que é apenas uma peça do vestuário, mas já para a Cultura Visual o mesmo objeto pode gerar subjetividades como a feminilidade como uma questão atribuídas a cor rosa. O oposto acontece com a cor azul, sendo atribuída a masculinidade. “Meninas vestem rosa e meninos vestem azul” vira pauta de uma guerrilha política polarizada e é difundido como natural, atribuindo aos corpos uma definição gritante do sistema binário para diferenciar homens e mulheres. Quem se opõe a esse sistema é visto como errado e digno de ser combatido.

Mais um exemplo é o caso em que um presidente da república em visita ao estado do Maranhão e em exercício do seu cargo insinua sobre a sexualidade de sujeitos locais pelo simples fato de tomarem refrigerante de cor rosa, atribuindo a bebida status de “boiolagem”. Questiono se não é evidente dentro da nossa cultura que as subjetividades atribuídas a uma simples cor reforçam o contraste entre o masculino e feminino e como a Cultura Visual pode contribuir com a construção e desconstrução destas.

Aguirre (2009) explicita que os estudos da Cultura Visual devem se pautar em ações políticas orientadas na desconstrução de significados, apontando seu processo ou pela atenção das forças de poder que se impregnam nas imagens. É aí que surge a necessidade de se questionar a masculinidade hegemônica, como ela vem sendo reforçada e como podemos, com o auxílio dos estudos da Cultura Visual, desnaturalizá-la.

Questionar os discursos e as práticas da masculinidade hegemônica segundo Lomas (2004, p. 17) importa se o desejo é desconstruir velhas e novas práticas da dominação masculina e se busca equidade entre os gêneros. Também é preciso criticar o contexto histórico social decisivo na construção das masculinidades e seus efeitos opressores na vida das mulheres e de outros homens que não se posicionam sob o espectro hegemônico.

Uma ferramenta poderosa na construção e naturalização da masculinidade hegemônica são as imagens produzidas pela mídia desde seu surgimento. Para

Baliscei (2020) essas imagens oriundas da cultura da mídia carregam representações e apontam formas de ser e viver com as quais os sujeitos podem ou não se identificar. Sobre representação, para Hall (2016, p. 31) “é uma parte essencial do processo pelo qual os significados são produzidos e compartilhados entre membros de uma cultura”.

A produção e projeto de perpetuação de uma imagem única por meio dos agentes da masculinidade hegemônica na cultura da mídia vão muito além de um simples propósito comercial. Mas de reforçar cânones ideais da imagem masculina de sucesso, elegante, sensual e acima de tudo, poderosa. Atrever-se a produzir contravisualidades desse ideal representativo é tarefa árdua para os produtores de imagens, mas não menos instigantes e necessárias.

Como produtor dessas imagens me ancoro nos estudos da Cultura Visual na esperança de desconstruir em mim, primeiramente, conceitos aprendidos e naturalizados acerca de como viver a minha masculinidade e como perceber a do outro. De acordo com Nunes e Martins (2017, p. 27) ao me debruçar em um estudo autorreflexivo posso “problematizar que interpretações e considerações sobre a temática pesquisada apresentam noções de mundo, de realidade e seus modos de ser, estar e problematizar o processo investigativo.

CAPÍTULO 3

3. FOTOGRAFIA DE MODA NA REVISTA SAMBAZINE

Um homem indiferente à moda é indiferente a si mesmo, assim como a moda indiferente aos homens não é verdadeira.

(Queiroz, 2019)

Embora a proposta desse presente estudo seja analisar as produções de visualidades sobre a constituição de masculinidades presentes na fotografia de moda masculina, é imprescindível que nesse processo apresentem-se e questionem-se as representações do homem na moda e suas relações na construção de subjetividades a cerca de sexo, gênero e sexualidade. Em contrapartida, também trazer foco nos agentes que promovam fraturas em conceitos pré-definidos e estereotipados do “ser homem”.

3.1 Representações das masculinidades na moda: hegemonias e dissidências

A história da arte e da moda tidas como ocidentais⁷ andam entrelaçadas e suas características são evidenciadas ao decorrer dos séculos se fazendo necessário um breve panorama da moda masculina, desde a antiguidade até a contemporaneidade do século XXI. Desses entrelaçamentos é que apresento as representações do vestir, assim como as representações, construções e diferenciações das masculinidades e feminilidades, suas aproximações e rupturas.

De acordo com Lipovetsky (2009) a moda é cíclica e de poder catalisador do comportamento humano, tendo seu surgimento na idade média, no auge do pensamento renascentista. O autor aponta que, mesmo oscilante, a moda não pode se desvincular dos percursos históricos justamente por se tratar de uma construção social. E, desde que a moda opera (e impera), ela tende a reforçar o *status quo*, influenciando na normatização do sistema binário (feminino ou masculino) como

⁷ Conforme Price (1996, p.205) a história da arte é “formada por ideais ocidentais acerca da arte e da sua história.

instrumento de poder e das estruturas hierárquicas que insistem em normatiza-lo (ARCOVERDE, 2015, p.3).

Figura 3 – Guerreiro alemão com elmo, Osmar Schindler (1902)



Fonte: SCHINDLER, Osmar. Guerreiro alemão com elmo, 1902. Pintura, óleo sobre a tela, 99 x 79 cm.

Apesar de não haver consenso do surgimento exato do conceito de moda, a figura do homem representada nela sempre esteve relacionada ao poder. Na idade média as armaduras uniformizavam os guerreiros sempre prontos para a guerra como representado na Figura 3. Hoje, a uniformização segue, mas desta vez na forma do terno, com homens engravatados e trajés estruturados batalhando por mais poder.

De acordo com Arcoverde (2015, p.6) “o fenômeno ao qual nos referimos hoje, a moda produz e reproduz discursos indumentários alinhados aos valores morais, culturais e políticos de sua época”. Seguindo esses percursos de tempo e pautado pelos estudos de história da arte, moda e indumentária, visualizo as representações

que foram sugeridas ao masculino como arquétipos fortemente construídos e fortalecidos pela hegemonia, que ditam não só a forma do vestir, mas do comportamento social e do consumo.

Um ponto em comum nessa complexidade de significados é a padronização dos corpos que Queiroz (2019, p. 74), ao analisar a moda masculina evidencia a possibilidade de identificar a severidade e uniformização dos corpos masculinos em ciclo contínuo de formas, volumes e tecidos. Um coringa nessa construção de significados é a figura do soldado: sério e uniformizado.

Todavia, temos no percurso histórico da roupa *versus* gênero, momentos de ruptura com a normatização, se tratando da figura dos dândis, que segundo Baudelaire (1996) “O dandismo é o último rasgo de heroísmo das decadências”. Miròn (2015) aponta que os dândis exploravam uma identificação sexual que intrigava seus contemporâneos, por parecerem ora masculinos, ora femininos. A autora supracitada também mostra que esses homens adeptos do dandismo eram tão narcisistas como se consideravam as mulheres, porém, mais exibicionistas.

O senso comum do início do século XX marcado pelo horror das grandes guerras fortaleceu o moralismo e reafirmou a imagem viril do soldado, do ícone esportista e do líder militar. O preparo físico para o combate desencadeou corpos masculinos robustos, de musculatura hipertrofiada e definida. O homem “comum” da época teve o receio de mudar seu modo de vestir motivado pelo medo de parecer, com preocupações com a moda, tolo. (HEATH, 2005; QUEIROZ, 2009).

Figura 4 – Coco Chanel, Marlene Dietrich e Gustav Klimt



Fonte: Da esquerda para direita - 1) Coco Chanel com camisa Breton listrada, autor desconhecido (1928); 2) Marlene Dietrich no filme “Marocco” de Eugene Robert Richee (1930) e; 3) Gustav Klimt de bata azul, autor desconhecido (1913). Montagem e elaboração do autor (2020).

Tal esforço pela normatização, principalmente no lado masculino do binarismo, pode ser explicado por Queiroz (2009) que metaforiza a imagem do homem idealizada como herói e este por sua vez se diferencia dos demais pela sua grandiosidade física e espiritual, também representado por Brandão (2002, p. 52) como “alto, forte, bonito, solerte, destemido e triunfador”.

Apesar dessa normatização binária fortalecida pelo contexto histórico cultural dos pós-guerras, a estilista Coco Chanel confrontou o estilo feminino vigente e trouxe, por exemplo, para as suas criações fardamentos da marinha francesa, assim como camisaria e calças de alfaiataria até então exclusivas do vestuário masculino. Já a atriz Marlene Dietrich ficou conhecida na história da indumentária como umas das mulheres que para a época quebrava padrões de gênero no vestir saindo em público de terno. Também destaco o pintor Gustav Klimt que é representado na maioria fotografias usando batas longas diferentemente dos trajes masculinos utilizados na sua época.

Assim como tivemos os esforços do polivalente arquiteto e artista plástico Flávio de Carvalho, que em 1956 propôs um *new look*⁸ para os homens, cuja intenção fora modificar o traje executivo vigente (considerado por ele anti-higiênico) por não permitir uma transpiração mais efetiva e por limitar as atividades diárias de trabalho e lazer, tudo isso pensado para as condições climáticas dos trópicos.

O mesmo dedicou a coluna “A moda e o novo homem” no Jornal Folha de São Paulo a estudar a moda desde a antiguidade e apontar momentos onde não havia diferenciação de gêneros na indumentária (CARVALHO, 2010).

Carvalho (2010, p. 14) contextualiza essas confluências no vestir de homens e mulheres:

(...) A moda masculina e feminina contêm pontos de encontro que chamo de Idades Púberes, dinamizadas por um processo de nivelamento, sempre presente, entre o homem e a mulher e que recebe na história a denominação de “feminismo”. Nas Idades Púberes, homens e mulheres se vestem da mesma maneira.

Figura 5 –Flávio de Carvalho e seu new look (1956)



⁸ O new look proposto e desfilado por Flávio de Carvalho em 1956 que causou choque na sociedade da época, era composto de uma camisa de tecido leve, cor tônica e aberturas axilares, uma saia pregueada à altura dos joelhos e meia calça de pescador, para disfarçar varizes ou imperfeições nas pernas (CARVALHO, 2010).

Fonte: Revista Gazeta (1956), Disponível em: <
<https://www.repeteroupa.com/post/minissaia-inventada-no-brasil>>

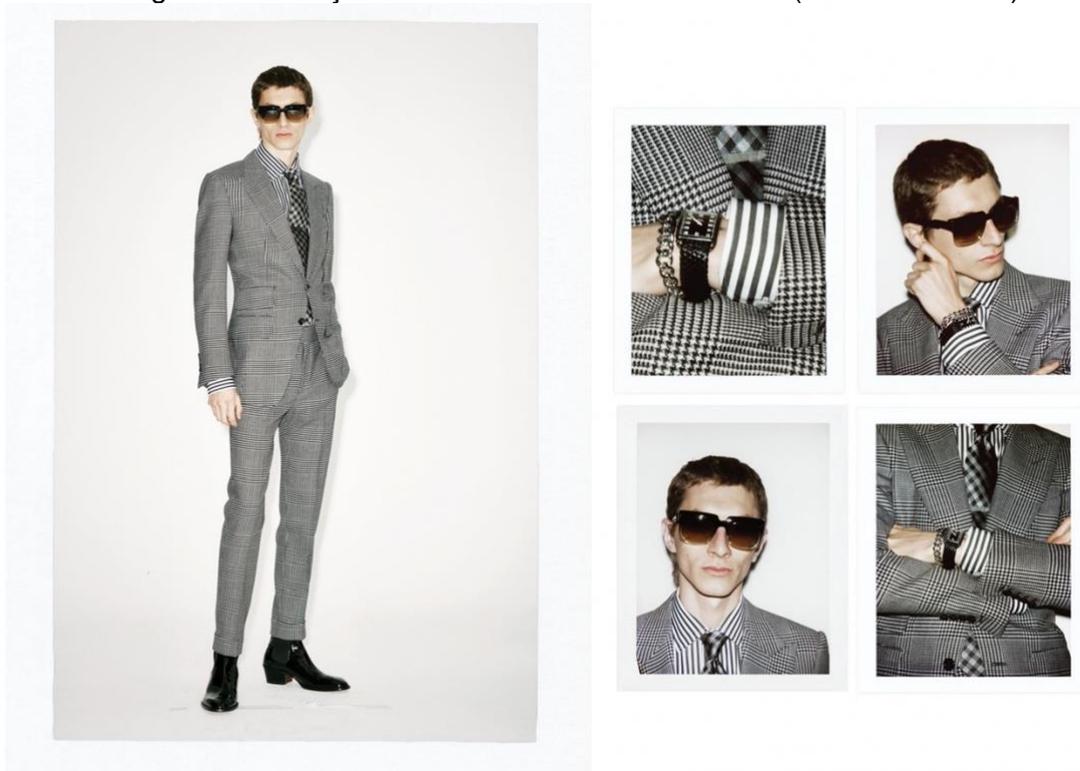
Os anos 1960-70 foram marcados pela revolução sexual desencadeada pelo estilo de vida livre dos *hippies*, que acreditavam na equalização dos gêneros, o que para sociedade atual era algo totalmente subversivo. Nessa época surgem grupos como o Dzi Croquettes que de acordo com Silva (2017, p.14) motivados pela “(...) a censura, o conservadorismo dos costumes, mais também a emergência de novos valores com a liberalização sexual e o questionamento da heterossexualidade compulsória” demonstram que havia grupos subversivos que contra os comportamentos normativos. As cores mais tônicas, os motivos botânicos, os cabelos grandes e as calças boca de sino não recebiam diferenciação de sexo, muito pelo contrário, esses códigos de vestir para homens ou para mulheres deveriam ser abolidos. Esse fenômeno deu origem ao termo moda “unissex” (MENESES, 2017).

As mensagens que são transmitidas tradicionalmente pelo vestuário ocidental moderno no binário masculino são, segundo Jones (2005, p. 35) “calças, gravata, ombros largos, tecidos pesados ou rústicos, roupas para atividade ao ar livre”. Sendo assim, Queiroz (2008) corrobora com esse pensamento, uma vez que observou que a roupa masculina pouco se transformou do século passado até hoje, sendo uma repetição de peças, materiais, volumes ou comprimentos.

Para Hopkins (2013), só é possível problematizar o percurso contemporâneo da moda masculina percebendo o mínimo de sua evolução histórica, incluindo sua função social, de poder, de sexualidade e expressões individuais.

Retornando a metáfora do herói utilizada por Queiroz (2008) para descrever a imagem do homem na moda, esse mesmo herói poderoso e viril dá lugar ao ícone de estilo, que não necessariamente precisa ter sua força nos atributos físicos, mas sim no poder de influência aos outros homens.

Figura 6 – Coleção Masculina da marca Tom Ford (Primavera 2019)



Fonte: Campanha Tom Ford SS19 fotografada por Ferry Van Der Nat. Disponível em: < <https://wwd.com/runway/mens-spring-collections-2019/milan/tom-ford/review/>> Acesso em: 06 jul 2020.

Beau Brummell, dândi convicto e primeiro ícone de estilo, ressignificou a moda masculina e o modo da alfaiataria sóbria do século XIX, trazendo requinte e ornamento para trajes rurais ingleses. Edward VIII, o príncipe de Gales, popularizou o uso de peças menos formais para jogar golfe e do tecido xadrez que leva seu nome. Contraculturalmente, James Dean popularizou a rebeldia dos jovens pós-guerra e do *jeanswear*. Por fim, o rapper Kanye West nos anos 2010 mescla o *sportwear* com o *prêt-à-porter* de luxo, elevando o valor agregado de peças desse segmento (MIRÒN, 2015; HOPKINS, 2013).

Ainda segundo Meneses (2017), a motivação política também se faz presente na luta LGBTQIA+ que nos anos 2010, pelos direitos e criminalização da homofobia, surge com intensidade os preceitos do *unissex* (roupa ou estilo para ambos os sexos), porém, com nomenclaturas contemporâneas: moda agênero, moda sem gênero ou moda não-binária.

Embora haja avanços no comportamento, novas formas de pensar ou agir nesse mundo contemporâneo, no que se refere a moda, a feminina ainda é mais

flexível que a masculina, onde facilmente é possível perceber em coleções femininas a prevalência de elementos bem típicos do vestuário binário masculino (HOPKINS, 2013).

Em contrapartida, a neutralidade do binarismo na moda, embora já atravesse o viés de microtendência para macrotendência de comportamento, ainda há relutância do público declarado masculino, uma vez que esse homem ainda tem medo de ser ridicularizado ou estigmatizado de afeminado.

Figura 7 – Desfile João Pimenta na SPFW42 (2016)



Fonte: Agência Fotosite, Disponível em: <<https://fw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n42/joao-pimenta/1614298/>> Montagem feita pelo autor.

De acordo com Arcoverde (2015, p. 11), o estilista mineiro João Pimenta é um dos porta-vozes dessa desconstrução contemporânea da masculinidade heroica e compulsória na moda. Iniciando seus trabalhos na moda feminina, começou a perceber um crescente número de clientes homens à procura de seus produtos. Foi daí que ele começou as experimentações na moda masculina brasileira e a quebrar padrões hegemônicos por meio de novas expressões do vestir, embora com um direcionamento de público masculino, livre de rotulação de gênero.

Vejo a construção do entendimento das masculinidades atrelada diretamente as representações do corpo masculino na cultura tida como ocidental. A arte grega com suas esculturas de corpos musculosos e imponentes até os dias atuais serve como reforçamento da imagem do homem forte e viril. A construção do corpo masculino, assim como o gênero, é cultural. Destaco, por exemplo, as mudanças desses corpos na juventude e a inclinação para o esporte atrelada à heterossexualidade. Sobretudo, tudo o que venha contra esses padrões passa a ser visto com obtuso e automaticamente algo a ser combatido.

3.2 Fotografia de moda masculina

Destaco inicialmente a importância da escrita de mim e da fotografia de moda masculina para recuperar minha primeira memória sobre revistas de moda. Era por volta de 2000, menino com pouco mais de 10 anos tendo acesso a revista *Manequim* da qual minha mãe era assinante. O forte da revista era disponibilizar os moldes das roupas utilizadas nos seus editoriais, servindo de referência para que a costureira reproduzisse o modelo favorito.

Os moldes só vieram me interessar bem depois, na faculdade de Moda. Naquela época o que me deixava fascinado eram as fotografias e como aquelas mulheres eram poderosas portando aquelas roupas, o penteado dos cabelos, a maquiagem, os acessórios, o cenário. Foi dali o despertar não só para a moda, mas como todo o universo que girava em torno, assim como a fotografia de moda.

A revista *Vogue* só veio aparecer na adolescência e comprada de forma clandestina, já que o encorajamento do meu pai naquela época se dava ao consumo de revistas como a *Playboy*, pois eram consideradas “revistas de homem”. Nesse primeiro exemplar adquirido da *Vogue* pude ter conhecimento das produções da Alta Costura internacional com editoriais conceituais e modelos usando marcas como Chanel, Louis Vuitton, Gucci, Prada entre outras.

A moda feminina foi o contato inicial pela facilidade de acesso e pela quantidade de publicações disponíveis no mercado. A lacuna deixada pela ausência de revistas de moda masculina no mercado era suprida pela televisão e pelo cinema, que ditavam o vestir masculino quase sempre padronizado.

Para entender como uma imagem de moda é produzida preciso apontar, mesmo que brevemente, suas peculiaridades das demais formas de expressão fotográfica, seus agentes e seus suportes de veiculação.

A fotografia de moda surge aliada a fotografia moderna em meados de 1950, principalmente destinada a reprodução da imagem feminina, em uma sociedade burguesa e masculina. Antes dela, essa imagem de moda das revistas pioneiras como *Vogue*, *Marie Clarie* ou *Harper`s Bazaar* eram produzidas por meio de ilustrações.

A fotografia então poderia usar modelos de carne e osso nas suas representações para tentar se aproximar cada vez mais da realidade. Mas não bastava somente a fotografia em si, todo um imaginário deveria ser estimulado e para

isso um conceito precisaria existir. É daí que surgem as campanhas de moda. Com temas diversos, elas reproduziam o que o estilista e os redatores das revistas acreditavam que estimulariam o consumo e fortaleceria as imagens das marcas.

Com a consolidação da fotografia de moda, a figura dos fotógrafos ganha evidência com seus pioneiros Horst P. Horst, Cecil Beaton, Man Ray entre vários artistas que produziam imagem femininas quase sempre glamourizadas, em um invólucro de luxo e poder a fim de perpetuar o ideário da mulher perfeita. Cenários gigantes e surrealistas, vestidos de alta costura e joias ditavam um padrão de beleza inalcançável para a maioria das mulheres da época. A partir de 1960-1980 a moda, assim como a fotografia de moda passa por um processo de “desglamorização”, onde todo aquele contexto do “chique” ditado pelas revistas dá espaço a feições da realidade (MARRA, 2008).

Com uma maior facilidade de se adquirir equipamentos fotográficos, aumentase o número de fotógrafos de moda, que não renegam os pioneiros, mas começam a traçar um novo percurso. Embora a fotografia de moda seja construída, uma aproximação do real pareceu mais vantajoso para as revistas e seus anunciantes.

Ainda nesse período histórico surgem as modelos como protagonistas, figuras femininas que antes só estampavam as fotografias passaram a ter fama a partir dessas imagens, seus movimentos passam a ser mais dinâmicos e seu comportamento é levado em consideração. Pode-se se apresentar que é o surgimento do termo *acting* (do inglês – atuando) na fotografia de moda. Dos que se destacaram nessa elenco como pioneiro Richard Avedon que abriu caminhos para tantos outros como Irvin Penn, Guy Bourdin, Helmut Newton, Peter Lindbergh e Steven Meisel.

Já nas décadas de 1990-2000 é que as celebridades, então pessoas famosas por seus atributos artísticos ou personalidade, passam a estampar os anúncios de moda e com isso surgem as primeiras imagens icônicas da fotografia de moda masculina (MARRA, 2008).

A maioria dos homens buscava nos ídolos o padrão a ser seguido no estilo de se vestir. Queiroz (2019, p. 54) apresenta que esses mesmos homens têm seu estilo inspirado nos jogadores de futebol, *rappers*, duplas sertanejas ou outras figuras artísticas. Esses ídolos simbolizam o sucesso que eles almejam ter, sendo então suas imagens recorridas pela mídia para anunciar marcas e produtos.

Esse conjunto de subjetividades acerca do masculino heroico, sério, forte e bem sucedido é estimulado pelo mercado publicitário como representante do ideário

masculino. Ainda de acordo com Queiroz (2019, p. 75) “as revistas e campanhas de moda masculina se inspiraram, nas últimas décadas, no imaginário em torno desse homem uniformizado, alimentando assim a figura do herói, do homem frio, pronto para o combate, vitorioso e admirado pelas mulheres”.

Para que essa imagem de moda seja representativa ela precisa de uma estrutura social que a sustente. Assim, a masculinidade hegemônica serve como base na construção da representação do masculino. Os agentes responsáveis pela produção dessas imagens bebem de um conceito pré-estabelecido do que é ser “homem” e o “homens de verdade” irão consumir, alimentando um círculo vicioso que naturaliza tais práticas.

Essa mesma fotografia sensualiza o corpo masculino construído a partir do arquétipo do herói/atleta para vender seus produtos sejam para homens em busca do ideário de beleza ou por apelo sexual em homens gays.

Na contemporaneidade a fotografia de moda masculina pouco evoluiu se comparada a feminina. Em reação às décadas de marasmo e reforçamento de uma masculinidade hegemônica na fotografia de moda, surgem artistas, fotógrafos, stylists, maquiadores e demais integrantes de equipe de produção de moda como agentes de ruptura desses mecanismos.

O profissional *stylist* assim como dito por Queiroz (2019, p. 117) aparece com o intuito de aumentar a pregnância imagética e transformar em realidade os desejos do cliente, do fotógrafo ou do editor da revista. Os *stylists* hoje são figuras essenciais na construção de imagens de moda e pode-se também atribuir a eles o reforçamento ou a ruptura de padrões.

Para Queiroz (2019, p. 122) “o fim do século ficou marcado por imagens em que os homens não precisavam refletir força bruta e as roupas não funcionavam como armaduras”.

Figura 8 – Campanha da marca Palomo Spain: The Hunting (2018)



Fonte: Campanha fotografada por Matt Lambert. Disponível em: < <https://www.anothermanmag.com/style-grooming/10901/palomo-spains-latest-campaign-is-a-sensual-celebration-of-queer-romance> > Acesso em 31 jan 2021.

Fotógrafos como o espanhol Matt Lambert (Figura 8), no qual me inspiro como fotógrafo e cujo trabalho estimulou a produção dessa pesquisa quebram com o status quo da imagem masculina padronizada e reposiciona a masculinidade. Retomo os conceitos de Connell para evidenciar como o fotógrafo aborda as masculinidades e posiciona seu foco na masculinidade marginalizada, a fim de provocar conceitos das heteronormatividade.

3.3 Visualidades e contravisualidades nas fotografias de moda contidas na revista SAMBAZINE

Quando decidi pesquisar as representações das masculinidades na fotografia de moda não tinha em mente a dimensão da problemática que envolvia o tema. Embora já pesquisasse a fotografia de moda a mais de 10 anos, os textos encontrados em sua maioria focam na fotografia de moda feminina.

A pesquisa sobre a fotografia de moda masculina me veio do incômodo em ver como a representação da masculinidade é perpetuada pela maioria dos meios de comunicação e pelos produtores dessas imagens. Não me ver representado nessas imagens, uma vez que não me identifico e tento não ser agente do masculino

hegemônico, fez com que procurasse por fraturas nesse emaranhado de subjetividades.

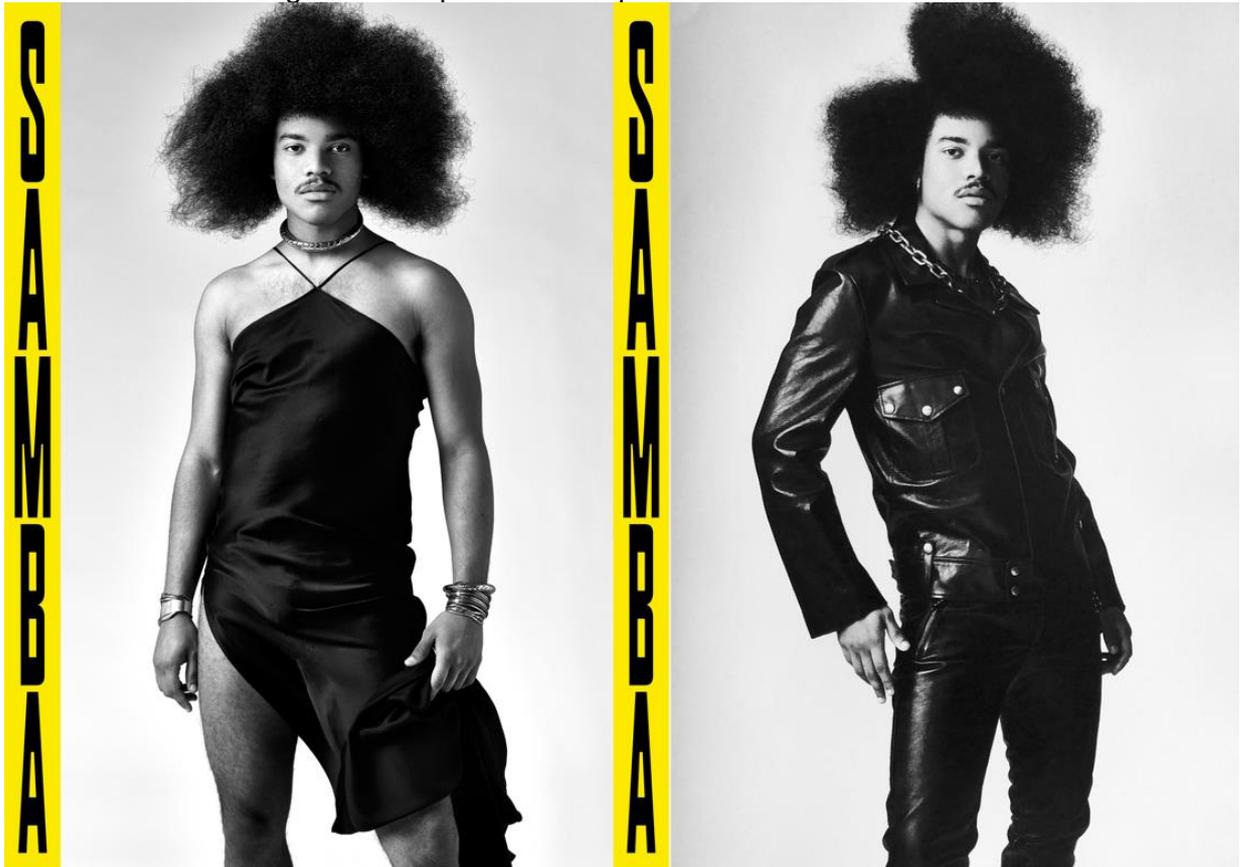
Para iniciar essa busca pesquisei os termos revistas + moda + masculina no Google e Google Imagens, sendo o último um serviço de busca do Google específico para que os usuários façam buscas imagéticas pela internet utilizando de termos (buscadores) individuais ou associados. Os resultados foram escassos e apresentam, majoritariamente, referências a revistas de moda masculinas estrangeiras. Embora a moda esteja a cada dia mais globalizada, meu desejo sempre foi trabalhar com uma publicação brasileira.

Pela rede social Instagram me deparei com o perfil de nome “@SAMBAZINE” que trazia um vasto portfólio de fotografias que questionavam as masculinidades operantes e onde eu realmente poderia me ver representado e inspirar meus trabalhos futuros. Pelo perfil descobri que a revista possuía uma versão impressa e que usava a plataforma apenas para divulgação do projeto.

A SAMBAZINE trás consigo uma nova proposta editorial. Sem páginas de anunciantes, baixa triagem (500 exemplares), onde cada comprador/a recebe sua identificação numérica. Meu exemplar é o de número 169. Outro ponto é o fato das fotografias não virem acompanhadas de textos adicionais, fortalecendo o protagonismo interpretativo dos/as leitores/as e das imagens. Assim, revista SAMBAZINE é uma publicação brasileira que se ramificou da revista de moda masculina Made In Brazil de concepção e edição de Juliano Corbetta.

A publicação tem como objetivo dar visibilidade a indivíduos imersos na cultura LGBTQIA+, tanto os fotografados, quanto a equipe que produz o material visual: fotógrafos, modelos, maquiadores, stylists (ROSENZWEIG, 2019). Em meio a uma mídia cada vez mais politizada, a revista surge como manifesto dessa comunidade que se apresenta na linha de frente da luta por direitos sociais. A moda é utilizada como mecanismo de ruptura dos conceitos de roupa para homem e roupa para mulher.

Figura 9 – Capa e contracapa da revista SAMBAZINE



Fonte: Capa – Samuel de Saboia fotografado por Philippe Vogelenzag, *styling* de Luke Day, cabelo por Fábio Petri, direção de movimento por Jordan Robson. Créditos: vestido Art School, acessórios acervo do modelo, meias Uniqlo e botas acervo do stylist. Contracapa – Samuel de Saboia fotografado por Philippe Vogelenzag, *styling* de Luke Day, cabelo por Fábio Petri, direção de movimento por Jordan Robson. Créditos: jaqueta e calça Celine, colar acervo do *stylist*. <<http://madeinbrazilmag.com/shop/SAMBAZINE-2/>> Acesso em: 06 jul 2020.

Os corpos pretos ou afeminados são expostos de forma sensual e provocativa na maioria das 200 páginas. A publicação não traz anunciantes de forma direta, o que não é certo afirmar se as marcas que aparecem nas fotografias pagaram ou não para serem fotografadas. As roupas e acessórios parecerem fazer parte dos acervos de grandes marcas nacionais e internacionais, brechós ou dos/as próprios/as profissionais envolvidos/as na publicação.

Das 200 páginas da revista elenquei para este estudo a capa, a contracapa e 10 imagens que a partir de minha experiência profissional e pessoal como fotógrafo de moda, fizeram-se destacar essas imagens pelo seu teor provocativo, instigante e que funcionam como dispositivos reflexivos acerca das masculinidades. Daí então perceber nelas cinco imagens que no meu entendimento reforçam visualidades de masculinidades hegemônicas e 5 que apresentassem contra visualidades dessa

hegemonia.

Faço a interpretação e análise dessa capa, contracapa e mais 10 imagens de acordo com a metodologia PROVOQUE – Problematizando visualidades e questionando estereótipos, desenvolvida por Baliscei (2018) surgida a partir da sua tese, a fim de auxiliar pesquisadores/as, estudantes, educadores/as e demais intérpretes visuais com 5 etapas organizadas para orientar exercícios de investigação visual crítica e inventiva. Para Baliscei (2018, p. 80) estudar as imagens não deve ser tratado como exclusividade na escola ou no ensino de Arte, assim o autor faz uso do termo intérpretes visuais para se referir aos sujeitos dispostos a mergulhar na investigação visual crítica. Esses intérpretes visuais ultrapassam as paredes da escola ou da universidade, podendo ser qualquer um/a com o intuito de debruçar-se na provocativa das visualidades. É a partir da premissa do autor me posiciono como intérprete visual das imagens selecionadas da revista SAMBAZINE e assim me envolvo com as cinco etapas do PROVOQUE nomeadas como: flertando, percebendo, estranhando, dialogando e compartilhando.

Na primeira etapa, a **flertando**, João Paulo Baliscei (2018) indica sua composição em duas etapas analíticas: a imagem ou mais imagens escolhidas e seus critérios para escolha.

Já na segunda etapa, **percebendo**, o autor supracitado propõe a apresentação visual e verbal das imagens seguidas de suas representações específicas. Na apresentação é sugerido que se combine mais de uma imagem, dando oportunidade para socializá-las e promover o debate. Na construção verbal dessa etapa se esperam informações sobre a procedência das imagens, assim como as narrativas que elas sugerem e sua descrição visual (BALISCEI, 2018, p. 92).

Na etapa **estranhando** o autor sugere a criação e apresentação de perguntas que problematizem os estereótipos ofertados pelas imagens. Ainda nessa etapa se espera estranhar os estereótipos reincidentes e questionar a naturalização dos mesmos.

Em **dialogando** Baliscei (2018, p. 94) indica que se olhe novamente para as imagens, é onde surge a pesquisa para a investigação crítica e inventiva. A partir dessas imagens o autor sugere que sejam confrontadas com textos oriundos de pesquisas anteriores que venham confirmá-las ou confrontá-las. O objetivo dessa etapa é desnaturalizar os conceitos impregnados nas imagens e denunciar as relações de poder apresentadas.

Assim, como última etapa, a **compartilhando** socializa as vivências obtidas pelo uso das demais etapas do PROVOQUE. Nela o autor indica que o trabalho executado a partir da metodologia seja compartilhando a fim de amplificar o acesso a informação de tal forma que esse conhecimento seja útil da desconstrução de estereótipos e padrões nocivos. O autor ainda sugere que esse compartilhamento seja feito por meio de produções artísticas, cursos e oficinas de observação de imagens, exposição de imagens, planos de aula entre outros.

3.4 interpretando as visualidades e contravisualidades da masculinidade hegemônica a partir do PROVOQUE

3.4.1 Flertando com as masculinidades

Para iniciar as etapas análises das fotografias a partir do PROVOQUE, julgo necessária a identificação do corpus de análise indicado na etapa **flertando**, sendo ele 12 fotografias digitalizadas (incluindo capa e contracapa) da revista impressa para fins acadêmicos. Assim, as 5 fotografias que acredito estarem de acordo com as visualidades da masculinidade hegemônica serão identificadas e numeradas como as Imagem 1, 2, 3, 4 e 5; e também as que apontem contravisualidades da masculinidade como 6, 7, 8, 9 e 10.

A escolha por visualidades e contravisualidades se deu pelo fato que as masculinidades são construídas e/ou perpetuadas dentro de contextos sociais, históricos e culturais específicos. Embora a revista SAMBAZINE se apresente como uma publicação produzida inteiramente por uma comunidade LGBTQIA+, a naturalização do olhar para determinadas reproduções da masculinidade hegemônica não exime esses produtores de também perpetuarem essas representações.

A escolha por 10 visualidades e contravisualidades se deu como tarefa simples pela quantidade de fotografias aptas para fazerem parte dessa interpretação. Me coloco também nesse contexto pois como produtor de imagens essas representações podem passar despercebidas ou simplesmente serem exigidas por determinados trabalhos comerciais. No campo da publicidade no qual atuo com minhas fotografias, principalmente na cidade de João Pessoa/Paraíba, pouco ainda se aceitam as imagens que contravisualizem a masculinidade hegemônica.

A relação com o corpo é um critério que não posso deixar de lidar quando flerto

com as imagens da revista SAMBAZINE. Mesmo pesquisando a fotografia de moda, o corpo é tópico recorrente nesses estudos. Afinal, o que seria da moda se não fosse o corpo como suporte? As performatividades dos corpos na revista me dizem muito. Dizem como é a imagem idealizada e naturalizada do masculino mas também me apontam, algumas vezes pela estranheza, como esses corpos podem emular figurações do universo feminino.

Figura 10 – Visualidades e contra visualidades da masculinidade hegemônica na revista SAMBAZINE



Fonte: Fotografias digitalizadas da revista SAMBAZINE. Montagem feita pelo autor.

Vou ao encontro com Baliscei (2018, p. 117) quando não podemos desvincular o feminino do agenciamento das masculinidades. Principalmente nas masculinidades dissidentes da hegemonia, aquelas que são combatidas pelo conservadorismo e que subestimam o lugar de poder da branquitude misógina e heteronormativa.

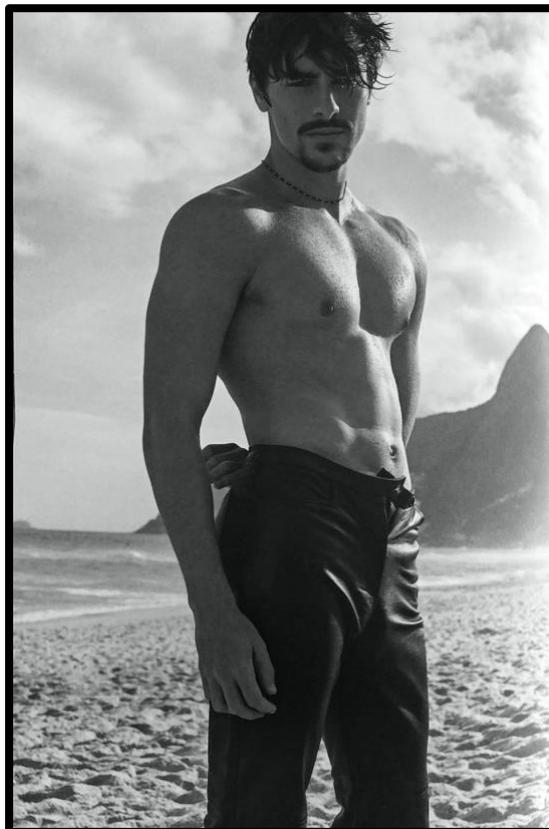
Quanto à primeira ação analítica – composição do corpus de análise – sugerimos a escolha de imagens que: a) excitem o debate e a exposição de opiniões; b) provoquem incômodos, desequilíbrios e

estranhamentos; c) integrem a cultura da mídia, sendo populares e acessíveis aos indivíduos; d) (re)produzam estereótipos; e) ou, ainda, que promovam questionamentos e desestabilizações das representações convencionais contidas nos estereótipos. Quanto à segunda ação analítica – exposição dos critérios adotados -, caso haja imagens previamente selecionadas, podem ser relatados os motivos dessa escolha e os contextos históricos e afetivos que a permearam (BALISCEI, 2018, p. 91).

3.4.2 Percebendo as masculinidades

Se tratando da segunda etapa do PROVOQUE, a **percebendo**, apresento visualmente as 10 fotografias, divididas em visualidades hegemônicas (Imagens 1, 2, 3, 4 e 5) e contravisualidades (Imagens 6, 7, 8, 9 e 10), selecionadas para que sejam feitas as investigações cerca das masculinidades nessa pesquisa. No index da revista é possível encontrar a procedência das fotografias, onde trago em forma de legenda quem foram os produtores dessas imagens.

Figura 11 – Imagem 1



Fonte: Bruno Montaleone fotografado por Pedro Pereira, styling de Leandro Porto, beleza por Piu Gontijo. Créditos: calça de couro Frou Frou, acessórios acervo do *stylist*.

Percebendo a Figura 11 – Imagem 1, elenco elementos chaves que me

apresentam muito sobre os indícios da masculinidade hegemônica. A representação do corpo musculoso, barba feita, bronzado, postura tranquila e com a paisagem do Rio de Janeiro contrasta com a calça de couro semiaberta e colar justo ao pescoço. Tecnicamente, a escolha por posicionar o modelo em paralelo a luz, que aparentemente é luz solar, evidencia como o jogo de luz e sombras criou uma silhueta para valorizar os músculos bem definidos e aparentes. O ângulo em que foi fotografado também apresenta muito, ao optar por enquadrar a imagem em contra plongée (mergulho) ou enquadramento de baixo para cima, eleva o olhar do espectador e coloca o motivo da fotografia em posição de destaque, avidez ou força.

Figura 12 – Imagem 2

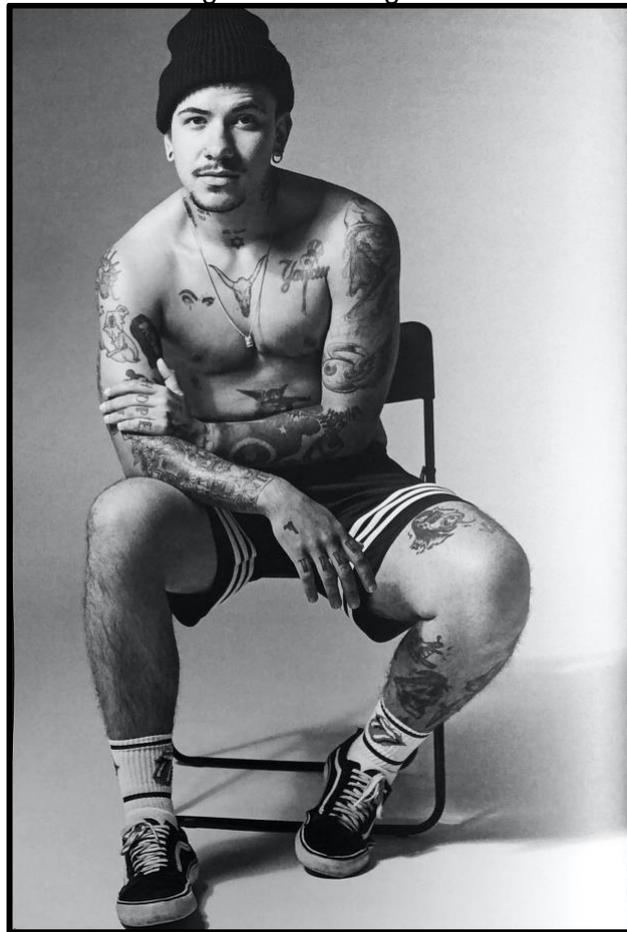


Fonte: @arabia20000 fotografado por Hick Duarte e retoque digital de Felipe Caetano.
Créditos: acervo do modelo.

Percebendo a Figura 12 – Imagem 2 já vejo um outro tipo de representação masculina, mas ainda dentro do que podemos chamar de espectro hegemônico: figura masculinizada jovem, corpo magro e esguio, com trajes esportivos, porém

incompletos. O pé descalço e boné ao contrário remete à inabilidade ou falta de desejo de seguir as regras. A típica representação do moleque, que vive livre e sem preocupações com um futuro que dele é exigido. A associação com o esporte, principalmente o futebol, que é um poderoso elo na construção social da masculinidade hegemônica sobretudo no Brasil. Sob luz natural e intensa, as sombras que se projetam sobre seu rosto transparecem uma expressão rude, de desconforto e até mesmo inconformismo com a situação. Também enquadrado em contra plongée o modelo é posicionado em evidência, o que abre a discussão sobre o que pretendeu-se destacar.

Figura 13 – Imagem 3



Fonte: Bruno Almeida fotografado por Pedro Pereira, styling de Gabriel Feriani e Beleza de Paula Vida. Créditos: acervo do modelo e do *stylist*.

Percebendo a Figura 13 – Imagem 3 apresento uma representação da tribo urbana dos skatistas, atletas ou entusiastas que usam o *skateboard* não só como esporte, mas como estilo de vida. O tênis da marca Vans, as meias e o gorro são elementos essenciais no vestuário dessa tribo, basicamente um código de conduta de como parecer um skatista. O corpo novamente descamisado é apresentado marcado

por tatuagens e piercings, mas com um detalhe e talvez o mais importante deles: as cicatrizes de mastectomia, cirurgia realizada para retirada do tecido mamário. Aparentemente o modelo escolhido representa um homem trans ⁹que optou pela ressignificação corporal.

Figura 14 – Imagem 4



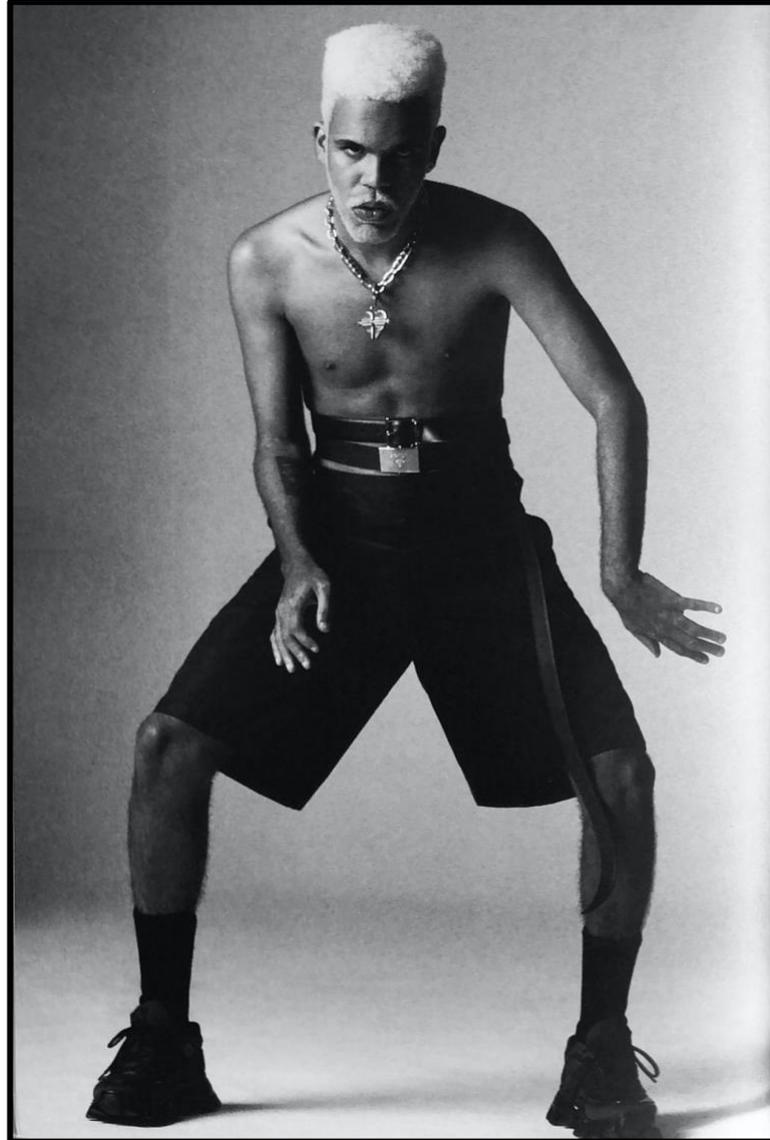
Fonte: Jhona Burjack fotografado por Pedro Pereira, styling de Leandro Porto e beleza de Piu Gontijo. Créditos: óculos escuros Armani Exchange, sunga Bannanna Swimwear, colar e sandálias acervo do *stylist*.

Percebendo a Figura 14 – Imagem 4 vejo algo semelhante a Figura 11, embora dessa vez o corpo se posicione em movimento e seminú, trajando sunga e acessórios. Mais uma vez o cenário de praia é requisitado trazendo a sensação naturalizada de

⁹ Optar por posicionar um homem trans em uma categoria de masculinidade hegemônica, embora delicada, parte apenas dos sinais transmitidos na fotografia, das roupas, da postura e em nada tem a ver com juízo de valor sobre o fotografado.

pertencimento daquele corpo aquele local. Corpo este jovem, bronzeado e de aspectos dionísicos, típico padrão exportação da representação dos modelos brasileiros mundo afora.

Figura 15 – Imagem 5

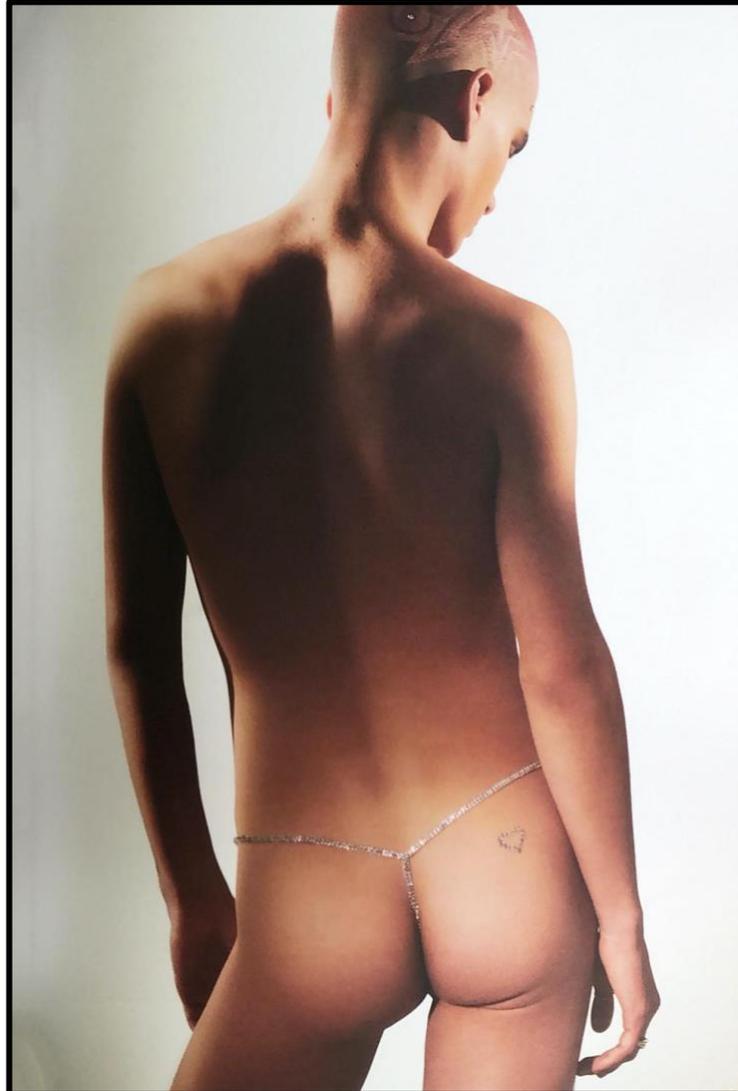


Fonte: Hiran fotografado por Mariana Maltoni, retoque digital de Studio Bruno Rezende, styling de Leandro Porto e beleza de Jake Falchi. Créditos: Prada.

Percebendo a Figura 15 – Imagem 5 a figura do moleque retorna em uma outra configuração, dessa vez no que remete culturalmente à periferia. Cabelos e barbas quimicamente descoloridas são típicas de jovens ligados à cultura do rap ou funk. O corpo negro e novamente descamisado é coberto, em partes, com peças de alta costura. A escolha pelas sombras bem definidas na fotografia aumenta a dramaticidade, mas também reforçam uma feição enfurecida, provocativa, viril. A linguagem corporal ligada à dança, mas em movimentos mais rígidos, semelhantes

às artes marciais. Evidencio o colar como acessório de destaque, sendo ele muito semelhante aos usados no chamado estilo ostentação, ligados ao sucesso, riqueza e poder de dominação em determinados grupos culturais como o universo do funk.

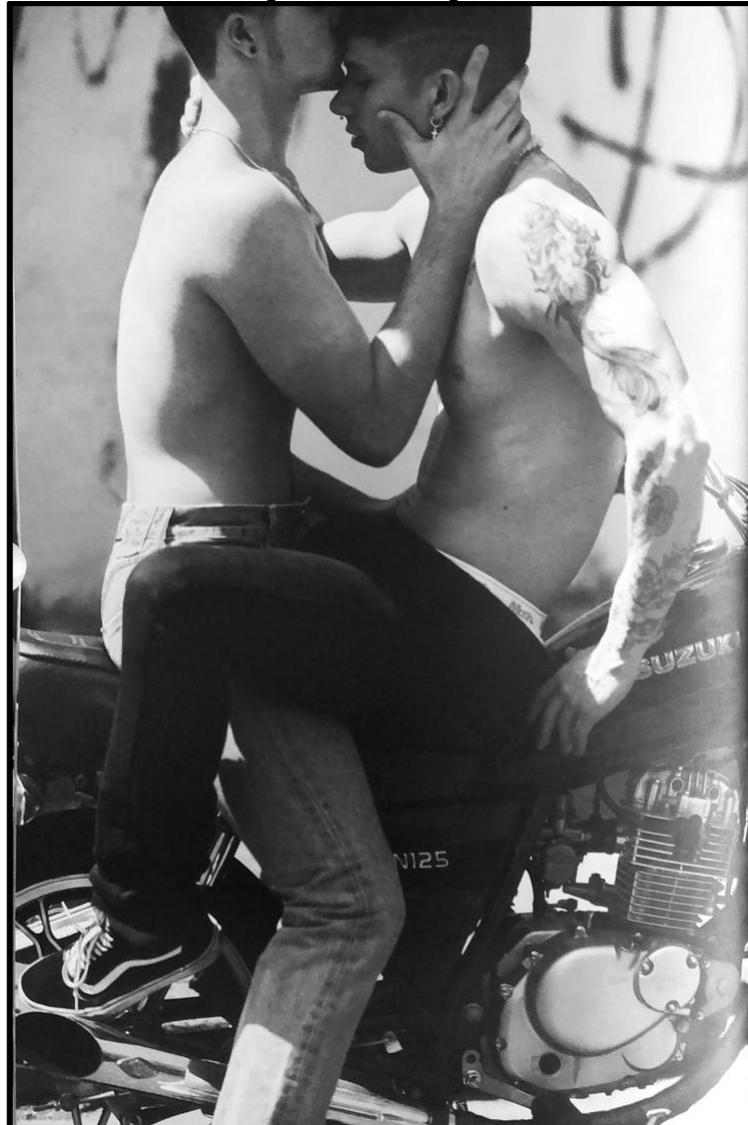
Figura 16 – Imagem 6



Fonte: Iago Kulesis fotografado por Hick Duarte, retoque digital de Felipe Caetano, styling de Leandro Porto, beleza de Jo Portalupi. Créditos: tanga de cristais Ludovic de Saint Sernin.

Percebendo a Figura 16 – Imagem 6 e dando início a essa etapa quando trato das fotografias que possam confrontar as masculinidades hegemônicas observo poucos elementos de moda, a não ser um corpo magro, de costas, com a iluminação projetada de tal maneira que evidencia uma tanga e um adesivo colado nas nádegas em formato de coração. Esse corpo magro, sem músculos definidos e aparentes se contrapõe aos padrões habituais usados na fotografia de moda ou publicidade. Os cabelos recebem coloração de cor rosada acompanhados de desenhos estilizados que indicam uma aproximação com o estilo ligado à cultura da periferia.

Figura 17 – Imagem 7



Fonte: João Azevedo e Lucas fotografados por Mariana Maltoni, retoque digital Studio Bruno Rezende, styling de Jeff Ferrari. Créditos: Jeans Armani Exchange e cuecas Mash.

Percebendo a Figura 17 – Imagem 7 dois corpos masculinos, brancos e musculosos. Um deles possui modificações corporais com várias tatuagens e piercings em contrapartida ao outro que também se apresenta na fotografia. A conotação homoerótica se dá pela troca de carícias e exposição de seus torsos esculpados. A calça jeans, o tênis e o elástico da cueca sobressaindo divulgam com sutileza as marcas, mas também trazem o tom de *streetstyle* (do inglês: estilo das ruas) em busca de mais realismo para a situação encenada. A escolha pela coloração em preto e branco dramatiza a imagem e direciona a atenção do observador para a ação dos modelos.

Figura 18 – Imagem 8



Fonte: @arabia20000 fotografado por Hick Duarte, retoque digital Studio Bruno Rezende, styling de Leandro Porto, beleza de Jake Falchi. Créditos: regata e shorts Miu Miu. Camisa, meias e sapatos Prada.

Já percebendo a Figura 18 – Imagem 8 me deparo com um corpo magro e esguio vestido dos pés a cabeça de marcas italianas e de alta costura. A camisa bordada, meias e sapatos se juntam a regata e shorts curtos como se quisessem provocar um contraste do modelo com a locação escolhida. Um brasão que remete aos times de futebol e dizeres como Associação Atlética conflitam com a expressão apática e até desconfortável. A escolhida pelo stylist também pouco reverbera as roupas naturalmente tidas como esportivas, mas sim como algo inacabado, como se as meias aparentes, os shorts curtos e a regata trouxessem um sentido de roupa de

baixo, e que conseqüentemente, falta algo mais.

Figura 19 – Imagem 9

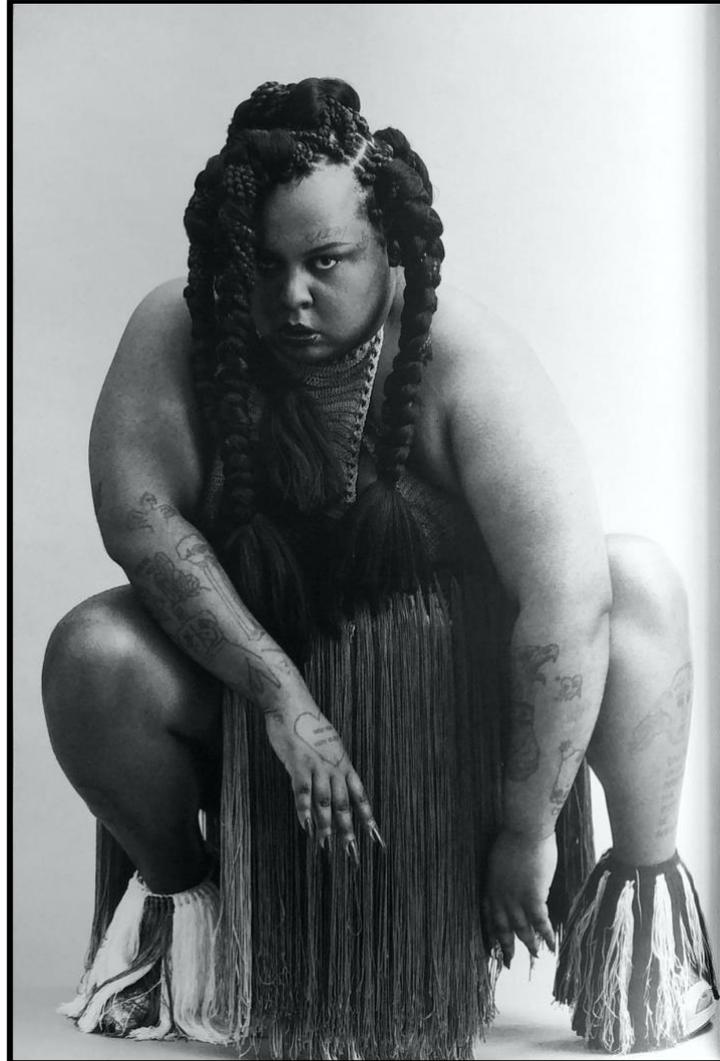


Fonte: Maurício Bahia fotografado por Fernando Tomaz, styling de Leandro Porto, beleza de Jake Falchi. Créditos: camisola Frou Frou, cueca Mash, durag acervo do *stylist*, meias e tênis Fiever + Made In Brazil.

Percebendo a figura 19 – Imagem 9 o contraponto vem no fundo infinito de cor rosa usado como cenário e o modelo trajando uma composição completamente monocromático azul (com exceção das meias brancas). A camisola, ou popularmente conhecida como *baby doll*, peça íntima e culturalmente exclusiva do universo feminino, com seus babados, laços, rendas e transparência contrasta com uma cueca, peça também íntima mas culturalmente exclusiva ao masculino, que define o volume dos órgãos sexuais do modelo. De corpo preto e forte, traz na cabeça um durag, uma espécie de toca amarrada na cabeça popularmente usada por pessoas

afroestadunidenses e é tida como um dos símbolos de resistência e identidade dessa população.

Figura 20 – Imagem 10



Fonte: Jup do Bairro fotografadx por Mar+Vin, styling de Victor Oliveira, beleza de Krisna Carvalho. Créditos: top e franjas nos calcanhares Gustavo Silvestre, sapatos Eurico.

Por fim, percebendo a figura 20 – Imagem 10 o destaque se dá nx artistx autodeclaradx não binárix Jup do Bairro¹⁰ trajando seu corpo preto e gordo em contraste aos demais e franjas que remetem a vestimentas tradicionais africanas, assim como os cabelos trançados. Com olhar fixado ao observador, a direção da imagem se dá à linguagem corporal de Jup, assim como as sombras bem definidas dramatizam e evidenciam seu corpo.

¹⁰ A escolha por usar a linguagem escrita neutra com o uso do X apenas para se referir à Jup do Bairro se dá pelx mesmx ser uma pessoa pública e que se autodeclara não binárix.

3.4.3 Estranhando as masculinidades

Estranhar as masculinidades segundo o PROVOQUE desenvolvido por João Paulo Baliscei (2018, p. 96) é questionar como e quem as fotografias escolhidas da revista SAMBAZINE valorizam e/ou desvalorizam os conceitos acerca das masculinidades e se essas mesmas fotografias me representam ou quem elas possam representar. Nessa etapa faço uso do método desenvolvido pelo autor supracitado para questionar a naturalização de conceitos, incomodar a mim e aos outros, suspeitar e denunciar manutenções de práticas.

Assim, formulei questionamentos que já participavam do meu imaginário antes mesmo do início dessa pesquisa e que se potencializaram com as leituras, escritas e observações mais afincadas no decorrer da construção dessa dissertação. Entre tantas perguntas, elenco cinco para estranhar as fotografias escolhidas, sendo elas:

- 1- É possível que as fotografias apresentadas na revista SAMBAZINE reforcem estereótipos que envolvem as masculinidades hegemônicas e como isso acontece?
- 2- Quais elementos – dispositivos – da moda e da fotografia de moda, incluindo roupas, acessórios, maquiagem, cabelo e *acting*¹¹, autorizam ou desautorizam a constituição de masculinidades?
- 3- Como o corpo masculino é representado nas fotografias de moda da revista SAMBAZINE e quais são os ícones e/ou elementos visuais recorrentes e divergentes?
- 4- Quais relações esses corpos constituem em relação a outros demarcadores sociais da diferença, tais como: raça, gênero e sexualidades?
- 5- Como as marcas de moda associadas ao consumo de alto poder financeiro utilizadas e referenciadas nas produções fotográficas sugerem questões de pertencimento sociocultural, especificamente as questões de gênero e sexualidades?

Com o levantamento dessas questões e de demais que sempre irão surgir

¹¹ *Acting* é um termo em inglês que caracteriza a forma como a/o modelo vai performar na sessão fotográfica. Particularmente, me causa certo incômodo o excesso de termos em inglês na linguagem de moda e a falta de termos em português para determinar ações tão cotidianas no meio como o posar para fotografias.

quando se trata de construções e desconstruções sociais. É preciso dialogar todos esses dados fornecidos pela imagem com os textos produzidos por pesquisadores que vieram antes de mim e que me guiam na produção desse conhecimento.

3.4.4 Dialogando com as masculinidades

Para dar início a quarta etapa do PROVOQUE, a dialogando, de forma analítica correlaciono as informações que foram obtidas nas etapas anteriores a partir das imagens escolhidas com as discussões teóricas que servem de base para esse estudo. Revisando principalmente a etapa percebendo, identifiquei termos recorrentes e a partir dessa ação busquei autoras e autores que dedicaram suas pesquisas a essas questões.

As masculinidades e suas múltiplas versões merecem aprofundamento nessa análise, assim, os estudos de Gênero e Sexualidades de Connel (2003), Lomas (2003), Borre (2017) e nos estudos da Cultura Visual Irene Tourinho e Raimundo Martins (2011) serviram como guia. Nesses desdobramentos, conceitos sobre controle, poder, biopolítica e dispositivos de acordo com Michel Foucault (19?) também se fazem necessários. Corpo e linguagem por Castilho (2009), linguagens na fotografia de moda por Marra (2008) e moda masculina Queiroz (2008, 2019).

Trago o que para Carlos Lomas (2003, p. 1) é chamado de androcentrismo cultural, também podendo ser compreendido como masculinidade hegemônica, que estica seus tentáculos no foro íntimo, domiciliar e público, na forma dos privilégios resultantes da dominação masculina perante o feminino e demais masculinidades que não se adequem a tal. Na Figura 12 – Imagem 1, Figura 13 – Imagem 3, Figura 14 – Imagem 4, Figura 17 – Imagem 7 e Figura 19 – Imagem 9 os modelos masculinos escolhidos pelos produtores dessas imagens evidencia um padrão recorrente e amplamente disseminado na moda e na publicidade naturalizando-o como ideal do corpo masculino. Esses traços das masculinidades hegemônicas são percebidos em grande parte das fotografias escolhidas, porém, com mais ênfase nas fotografias selecionadas como visualidades.

Se tratando de corpo, julgo importante destacar a autora Castilho (2009, p.43) quando apresenta sobre a constituição do corpo e sua estrutura física e morfológica, onde o sujeito pode desenvolver inúmeras possibilidades de integração com o mundo

e com os outros. Ainda para a autora “ [...] o corpo já é um dos canais de materialização do pensamento, do perceber e do sentir o circundante, e o responsável por conectar o ser com o mundo habitado, real ou construído”.

Corroborando a autora com Queiroz (2019, p.46) o corpo idealizado pela maioria dos homens ainda segue o modelo da cultura greco-romana, que criou a representação de suas divindades, principalmente na escultura, com corpos superatléticos. O mármore que antes era matéria prima para esculpir esses corpos inanimados é substituído pelas academias de musculação ou clínicas de cirurgias plásticas.

Ainda para Queiroz (2019, p.47) “O peito estufado, o andar com os braços afastados do tronco e pernas mais abertas são a caricatura de uma inveja do corpo do Deus Atleta que ele nunca será”. Vejo, de acordo com o entendimento dos autores acima citados, uma necessidade de aproximação de um ideário que para alguns é inalcançável, uma vez que não só a motivação nos exercícios é suficiente para construção do “corpo perfeito”. Fatores genéticos e socioculturais influenciam também nesse processo. Também questiono a idealização desses corpos pela maioria dos homens tendo em vista a gama de concepções de como viver as masculinidades.

Todavia, ainda sobre Queiroz (2019, p. 47) existe dentro da sociedade uma parcela, impulsionada pelo que o autor chama de novo feminismo, que se discute a diversidade e que estimula o olhar para ver a “beleza” de corpos que não sigam o ideário acima apresentado.

Esses outros corpos postos sob o holofote da revista apresentam diversas formas de como reproduzir as masculinidades e reafirmam sua pluralidade. Segundo Connell (2003, p.11) além de reconhecer a multiplicidade das masculinidades é necessário perceber suas relações entre si, porém, se precisa separá-las em seus contextos de classe, raça e como as relações de gênero e sexualidade agem sobre elas. Recorro a autora quando me deparo com as fotografias (Figura 13 – Imagem 3, Figura 14 – Imagem 4, Figura 19 – Imagem 9 e Figura 20 – Imagem 10) onde dois corpos se apresentam de formas distintas mas dispostos a romper e ao mesmo tempo reforçar barreiras de gênero.

Na Figura 13 – Imagem 3, a fotografia escolhida apresenta um modelo transexual ressignificadamente masculino e com ele, em seu corpo, os traços da masculinidade hegemônica: a linguagem e os pelos corporais reforçam posturas e características masculinizadas na tentativa de cisnormatividade e passabilidade,

comum às pessoas trans. Os termos cisnormatividade e passabilidade são melhor definidos no artigo de Ponte e Silva (2017, p.5) onde as autoras indicam os termos como dispositivos analíticos das regulações de gênero, possibilitando leituras teóricas sobre seus corpos.

O termo “cis” se refere à pessoas que se identificam com o gênero ao qual lhes foi atribuído, já normatividade está ligada à se adequar ao normal, ao natural. Embora reducionista, o cunho dos termos normal ou natural para designar certos demarcadores de gênero se justifica dentro do contexto de materialização dos corpos e suas relações de poder (Butler, 2003).

Já passabilidade ainda consonante com Silva (2020, p.11) “expõe o desenvolvimento de contornos e traços corporais que, no limite, garantem a possibilidade de uma pessoa ser reconhecida como cisgênera”. Enquanto escrevo o termo passabilidade, o Word automaticamente acusa a palavra como incorreta ou inexistente, me sugerindo, por exemplo, o termo possibilidade. Afinal, é disso que se trata a passabilidade? Uma possibilidade de mimetizar a linguagem binária dos gêneros a ponto reforçar padrões e/ou naturalizar práticas a ela destinadas?

Para Baudrillard (1981) na pós-modernidade a realidade perde força para a simbologia. Daí “a simulação já não é a simulação de um território, de um ser referencial, de uma substância. É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real” (BAUDRILLARD, 1991, p. 8). Arrisco apontar, nesse contexto, a passabilidade como um simulacro para naturalização das práticas que reforçam o binarismo do gênero.

Todavia, essa simulação do passar a imagem de ser masculino ou ser feminino em uma sociedade que mata pessoas pelo simples fato de serem quem são se justifica não só como forma de buscar aceitação social, mas de se preservar de violências.

Ainda sobre a cisnormatividade, penso que a mimetização de um ideário masculino, como que a Figura 13 sugere possa se relacionar nas ramificações das masculinidades hegemônicas, mais precisamente na cúmplice, assim proposta por Connell (2003, p.13) onde as definições normativas da masculinidade é um problema enfrentado por homens que tentam se enquadrar em seus modelos, no seu estilo de vida e na forma de se vestir. A autora afirma que embora o número de homens que estão abrindo mão das práticas hegemônicas venha caindo, alguns ainda se beneficiam dos dividendos patriarcais.

Assim, não faço juízo de valor, mas aponto de acordo com a autora os perigos

da perpetuação de práticas tóxicas que não só aprisionam as manifestações múltiplas do gênero e o uso indiscriminado de hormônios, mas também sugere à pessoas trans um modus operandi de (sobre)viver em sociedade.

Em contraponto, a Figura 20 trás Jup do Bairro, artista e ativista não-binária que destrona padrões estéticos, de gênero e sexualidade com seu corpo. Preta, gorda e gay, Jup desafia as normas e se enquadra no que Connell (2003, p. 14) de masculinidade marginalizada. Sobre o empoderamento do corpo à margem pode ser entendido segundo Foucault (2014, p. 29) onde “o corpo também está diretamente mergulhado num campo político; as relações de poder têm alcance imediato sobre ele; elas o investem, o marcam, o dirigem, o supliciam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais. Quando Jup, na fotografia escolhida, decide olhar diretamente para a câmera com seu corpo semivestido ela (e os produtores da imagem) decidem em que lugar de poder ela está e em quais espaços pertence ou decide pertencer.

Trago um trecho de uma das músicas do seu álbum “Corpo sem Juízo (2019):

*[...] E é isso, eu decidi que vou explorar potencias do meu corpo.
 Por isso, unha, cabelo, e tal, tal, tal...
 Explorando as potências do meu corpo, eu fiz esse trabalho.
 É de acordo com toda a violência que eu sofri
 relacionada a minha mão à gesticular.
 É isso, é sobre bichice! É sobre ser quem eu quero ser.
 É sobre liberdade, sobre isso. É uma referência de bicha.
 As minha referências são bichas (bichas, bichas).
 (Corpo sem juízo, Jup do Bairro)*

O corpo negro, embora marginalizado pelo seu demarcador social de raça, é constantemente associado à virilidade e potencia sexual. Para Lomas (2003, p. 10) a virilidade é utilizada como instrumento de perpetuação do ideal do homem reprodutor, de apetite sexual constante e gestos abruptos, também justifica a violência como algo natural ao masculino e como inevitável seu uso perante as mulheres ou outros homens que venham ameaçar sua dominação. Na Figura 19, o estranhamento é imediato ao identificar um homem negro, vestindo trajes íntimos tipicamente femininos, porém, com seus órgãos genitais transparecendo sobre a roupa. A provocativa já se inicia no paradoxo entre o *agir como homem e vestir como mulher*. Para problematizar melhor, acredito na necessidade de se observar as relações construídas entre o corpo e moda.

Quando o enfoque é social, o pertencimento dos espaços do corpo de pessoas não-brancas é questionado, inclusive na moda, em detrimento ao corpo branco. Na Figura 15, um modelo negro trajando marcas de alta costura europeias provoca um deslocamento do olhar para uma realidade inventada. É recorrente se presenciar com imagens na mídia de artistas, esportistas ou pessoas não-brancas que *venceram na vida* ostentando roupas caras ou artigos de luxo. De encontro a Jean Baudrillard (1991, p. 14) retomo o conceito de simulacro como o produto da simulação. Uma performance da realidade, uma cópia, que não é a verdadeira nem falsa. A realidade e a ficção brigam pelo mesmo espaço. A realidade que o contexto se refere é o pertencimento. Em uma sociedade racista que ainda vive com as chagas abertas do colonialismo e de ser o último país a abolir a escravidão, ter e poder consumir o luxo criam a falsa sensação de *ter chegado lá*, de fazer parte, de não ser mais encarado como minoria.

Quando falamos das relações da masculinidade não branca, Connell (2003, p. 15) aponta uma chamada *black masculinity* como integrante das masculinidades marginalizadas. Baseada nas masculinidades dominantes e subordinadas em grupos étnicos, a virilidade sugerida ao homem negro estadunidense, segundo a autora, deve-se a força de trabalho do povo negro no capitalismo e seus meios de controlá-los. O racismo estrutural é responsável pelo empobrecimento da população negra que, por sua vez, torna-se mais suscetível à violência, desemprego e dificuldade de acesso à educação. Todavia, a autora destaca também que figuras masculinas negras como atletas famosos empenham papéis de exemplo da masculinidade hegemônica para outros homens negros.

Se tratando de corpo e moda, recorro a Castilho (2009, p. 9) onde a autora apresenta que “o delinear do corpo pela vestimenta, tanto como o construir da roupa pelo corpo, é uma criação de linguagens que articula dois sistemas autônomos: o do corpo e o da roupa.” Identifico nessa proposição que corpo e roupa estabelecem uma relação de codependência e de coexistência. Como forma de linguagem, um pode precisar do outro para produzir seus discursos. Um corpo sem roupa apresenta tanto quanto um corpo com roupa, mas produz significados completamente diferentes.

Outro fator importante e citado por Castilho (2009, p.9) é que na construção do corpo e das roupas o contexto social e histórico, assim como os valores em voga, assumem as configurações estéticas que se encadeiam em ciclos. Penso que o contexto histórico atual sobre o corpo masculino é completamente diferente do modelo

proposto há séculos anos atrás. Mesmo assim, porque o corpo negro e masculino da Figura 19 me causou estranhamento? Estaria eu tão naturalizado a posicionar esses corpos em outros lugares que não fossem este?

Outra reflexão que trago são das relações com o volume aparente do pênis na vestimenta, que novamente é evidente na Figura 18, com base em Queiroz (2019, p. 57-58). Para o autor, esse volume é um signo aparente nas pinturas do século XVI onde a região do pênis era evidenciada nas calças. Os sujeitos masculinos utilizavam um artefato de indumentária chamado de *codpiece* (cod: escroto e piece: peça em inglês), uma espécie de peça acolchoada que protegia os órgãos sexuais mas também as voluptavam. Em uma sociedade patriarcal, androcêntrica e falocêntrica, a ostentação dos atributos sexuais masculinos sempre foi instrumento de poder e os seus tentáculos atingem principalmente as masculinidades.

Para Queiroz (2019, p. 57) encara-se ainda com o tabu analisar a moda e o pênis em um mesmo contexto inclusive em um cenário de polaridade cultural e política e vive o Brasil. Com isso vejo de um lado, os conservadores com suas normativas e proibicionismo, e do outro, estudiosos principalmente das ciências sociais em busca de desconstruir conceitos e perceber as possibilidades de representação das masculinidades.

Partindo desse mesmo proibicionismo acerca da nudez masculina, na Figura 16, trajando apenas uma tanga de cristais preciosos, o modelo e os produtores da fotografia criam na base do estranhamento lacunas entre gênero, sexualidade e erotismo, assim como questões de binarismo na moda. Em tempos de “menino veste azul e menina veste rosa”, por mais banal que seja, ir contra já configura ato político.

Entendo também que o homem não pode renegar a moda porque ela faz parte do que ele é, faz parte de sua comunicação, de sua expressão individual. A moda, por sua vez, também deve considerar este sujeito, pois conta sua história, seus eventos históricos e sociais. Queiroz (2019, p. 21) “um homem indiferente a moda é indiferente a si mesmo, assim como a moda indifere aos homens não é verdadeira”. Na figura 18 – Imagem 8, por exemplo, percebo que há uma provocação entre o modelo e sua vestimenta e o local em que se encontra, possivelmente um local que valoriza o futebol. Há questões do corpo e da inserção social e elementos de moda de uma camisa bordada inserida em um ambiente dito pertencente a uma masculinidade hegemônica.

Assim, de acordo com Lomas (2003, p. 13) “O inimigo a se combater não é o homem, mas sim a definição única da masculinidade e sua posição radical quando se trata de masculino e feminino.” Masculino não deve ser encarado como oposto do feminino e vice-versa, mas sim como identidades plurais que podem coexistir nos âmbitos individuais (como os casos de pessoas que se identificam com gêneros não binários, por exemplo) e em lugares de poder.

3.4.5 Compartilhando com as masculinidades sobre a série fotográfica “Vestido de mim”

*Enquanto me permite o destino, eu vou sendo os personagens
que eu criei. Mas na vida tem sempre aquele
que me indica a ilusão como caminho.
(Isabel Câmara)*

Assim, como quinta e última etapa da metodologia PROVOQUE proposta por Baliscai (2020) construo a(s) minha(s) possibilidade(s) de compartilhar subjetividades sobre como vejo a minha masculinidade. Inicialmente o nome do processo metodológico me induziu a não só provocar a quem venha a ler essa pesquisa, mas a mim mesmo. Essa provocação precisaria criar fraturas em como eu performo a minha masculinidade, por isso, essa etapa se trata de um processo autobiográfico íntimo e desafiador.

Me ancoro em Baliscai (2020) em finalizar essa ação analítica sobre as masculinidades na fotografia de moda por meio dos estudos da Cultura Visual socializando as vivências proporcionadas pelo PROVOQUE por meio de uma série de autorretratos e memórias que narram de forma autobiográfica sobre (quase) tudo que me foi (quase) proibido de usar na construção da minha infância/adolescência e que influenciam no percurso de viver minha própria masculinidade.

Para Souza (2007, p.59) “a discussão sobre Pesquisa Autobiográfica, Histórias de Vida e História da educação tem possibilitado ampliar as questões teórico-metodológicas e, especialmente, as relacionadas a produção, visibilidade de outras fontes e perspectivas de pesquisa”. Percebo junto ao autor que não só fazer a análise crítica e inventiva das imagens da revista SAMBAZINE me ajudaria a perceber e questionar as masculinidades presentes nelas, mas também viver essa produção de imagens resgatando na memória artefatos, falas e ações minhas e de outros sobre mim que marcaram e refletiram no sujeito que sou hoje.

Embora autobiográfica essa vivência não trata/ou só de mim, mas de uma

trama de sujeitos que agiram de forma direta e indiretamente sobre minhas memórias. Desde a infância, com o bullying na escola, a homofobia dentro de casa, a fala da minha ex-colega que dá título a esse estudo. Tudo isso fez e faz parte desse caminho que ingenuamente chamo de trajetória de vida. Nisso recorro a Borre (2018, p.35) quando apresenta que “Embora as narrativas se configurem como autobiográficas estas não foram histórias individuais, pois transbordaram a intimidade de outros sujeitos. Transformaram em público o biográfico, o privado em conhecimento compartilhado (...)”.

Dessas memórias surgiu a primeira inquietação: o que eu deixei de vestir para não parecer menos homem? A partir dela decidi me colocar em posição de vulnerabilidade e inverter os papéis – de fotógrafo para fotografado. Embora pareça simples, mas para mim ser fotografado sempre foi uma tarefa difícil, seja por excesso de crítica à minha própria imagem, por estabelecer expectativas demasiadas à foto final ou apenas por timidez. Assumir esse papel criou rachaduras na minha concepção sobre meu corpo, sobre como me apresento para o mundo e como pretendo me apresentar a partir de agora.

Intitulei a série de “Vestido de mim” (2020) com base no que me foi negado pelo conceito hegemônico do que é ser e como se vestir como um homem. Para execução desse ensaio autobiográfico foi necessário a preparação de um roteiro, como usualmente faço com nos meus trabalhos de fotografia. Cada artefato precisou ser sustentado em uma memória para não se apresentar simplesmente como um elemento de moda. O meu repertório imagético construído sobre domínio da hegemonia deu vez a produção de contravisualidades, uma vez que as imagens produzidas confrontam o ideal que a mim foi sugerido.

O roteiro, como a maioria dos profissionais de moda costumam chamar de *briefing* é o documento em forma de texto ou um compilado de imagens a fim de guiar um ensaio visual ou editorial. Eu costumo usar ambas linguagens: o texto como lista de tarefas e/ou materiais necessários para execução; e as imagens criando uma espécie de “painel de inspiração” com base em referências históricas, artísticas ou cotidianas.

O ponto inicial para esse processo foi o anseio em usar maquiagem. Embora eu lide com maquiagem sempre que preciso fazer um trabalho, ela raramente esteve no meu rosto com exceções de datas comemorativas como carnaval ou halloween. Escolher estar de maquiagem não foi por acaso. Aos 15 anos, eu e um primo da

mesma idade já éramos entusiastas da fotografia e vivíamos nos fotografando para postar em nosso Orkut. Uma das fotos saiu um pouco mais saturada que o normal evidenciando a cor dos nossos lábios deixando-os mais avermelhados, sendo o bastante para familiares nos acusassem de estar usando batom e sermos proibidos de andar juntos novamente.

Eu sempre fui fascinado por tatuagens e aguardava ansiosamente o dia de poder fazer uma. Já atingindo a maioridade e a contragosto dos meus pais fiz a primeira. Depois de ganhar minha independência e sair de casa, continuo fazendo sempre que posso, mas um dia em especial me marcou quando minha mãe, ao saber que eu tinha tatuado uma flor insinuou que eu teria “terminado de cagar meu nome”.

Usar saia sempre foi algo inalcançável até o dia que entrei para a faculdade de moda. Estudar com base na comunicação, história da arte e sociologia que o gênero através da roupa nada mais é que uma construção social que vem amparada por nos mecanismos de controle e dominação dos corpos. Em 2017 eu modelei e costurei a minha primeira saia, mas nunca a usei na presença de familiares.

Por se tratar de um desdobramento imagético, precisei buscar no meu repertório imagens e artefatos que possibilitassem “performar” minhas memórias mais íntimas. Artistas como Frida Kahlo (Autorretrato com cabelo cortado – 1940), Cindy Sherman (“The Unseen Cindy Sherman: Early Transformations (1975-76), Helena Almeida, Andy Wahrol, Mr. Pearl e Tom of Finland serviram como referência na produção dos autorretratos.

Figura 21 – Painel de inspirações



Fonte: **1)** Mr. Pearl por Michael James O'Brien (1993) <<https://www.michaeljamesobrien.com/press>> Acesso em: 2 de nov. 2020; **2)** Cindy Sherman ("The Unseen Cindy Sherman: Early Transformations (1975-76) <<https://www.thedailybeast.com/rare-cindy-sherman-self-portraits-from-austrias-verbund-photos#slide3>> Acesso em: 3 de fev. 2021. **3)** Ilustração de Tom of Finland <<https://br.pinterest.com/pin/211387776250331482/>> Acesso em: 2 de nov. 2020. **4)** Frida Kahlo (Autorretrato com cabelo cortado – 1940) **5)** Andy Wahrol e Christopher Makos em formato Polaroid (1980-1981) <<https://hopandywarhol.wordpress.com/2011/05/29/the-muse/>> Acesso em: 3 de fev. 2021; **6)** Helena Almeida, "Seduzir" (2002) <<https://www.wikiart.org/pt/helena-almeida/seduzir-2002-1>> Acesso em: 3 de fev. 2021

Destaco aqui a imagem masculina criada a partir das ilustrações de Tom of Finland com seu toque de homoerotismo que inspiraram diversos homens gays em um mundo pré-AIDS a se rebelarem das convenções tradicionais do vestir adentrando assim no universo do fetichismo, com referências aos uniformes, couro e roupas justas (Queiroz, 2019, p. 83).

Decidi, juntamente sobre orientação e incentivo da minha orientadora a produzir esse ensaio autobiográfico (link para acesso: <https://cutt.ly/sg9irjt>) trazendo à tona esses artefatos e memórias, sob minha direção criativa, styling e pós-tratamento das imagens, fotografias de Victor Cunha Lima e maquiagem por Yuri Almeida. Todavia, trato como autorretratos uma vez que toda a concepção, direção e execução das fotografias passaram pelo meu crivo e seguiram minhas próprias referências fotográficas.

Após executadas as fotografias, chega a vez de selecionar dentre centenas as que mais produzem significados para esse processo criativo. Ao todo, 19 fotografias foram selecionadas e pós-produzidas no software editor de imagens *Adobe Photoshop* e *Adobe Illustrator* onde receberam ajustes de cor, suavização de algumas imperfeições e diálogos que as complementam.

Após expostas e vulnerabilizadas, quais interpretações e subjetividades podem resultar do compartilhamento dessas imagens? Utilizar de artefatos que me foram proibidos na infância produziu quais reflexões e subjetividades sobre a minha masculinidade e as demais masculinidades?

Quadro 1 – Zine "VESTIDO DE MIM"

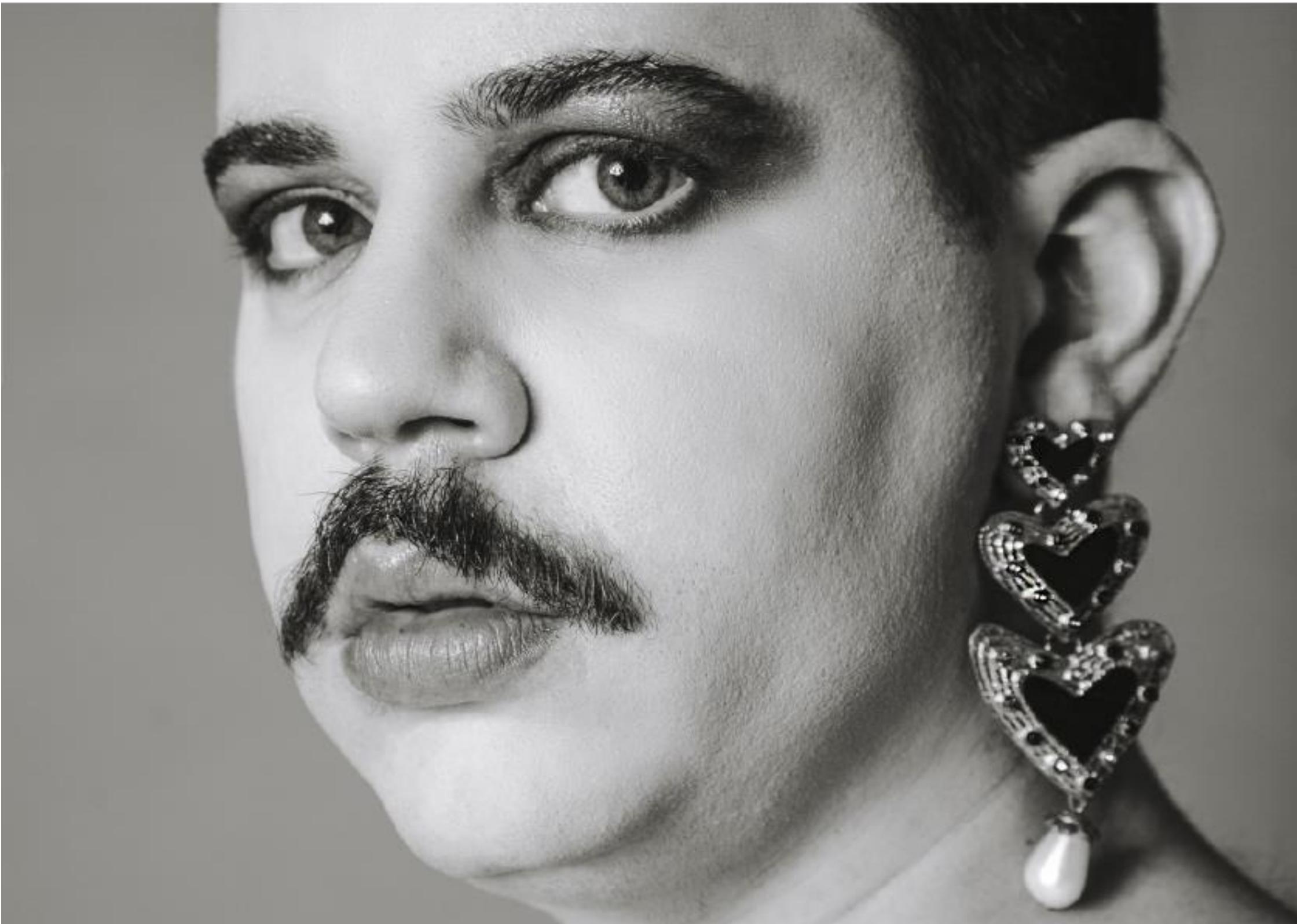
**VESTIDO
DE**

**MIM
MIM**

MIAMI
MIAMI
MIAMI



**ENQUANTO ME PERMITE O
DESTINO, EU VOU SENDO OS
PERSONAGENS
QUE EU CRIEI. MAS NA
VIDA TEM SEMPRE AQUELE
QUE ME INDICA A ILUSÃO
COMO CAMINHO.
(ISABEL CAMARA)**



TUDO SERIA MAIS
FÁCIL SE EU

TIVESSE A SORTE
DE TER NASCIDO

H O M E M





"
QUER DIZER QUE
VOCÊ FEZ MAIS
UMA TATUAGEM?
UMA ROSA?

-MEU DEUS,
TERMINOU DE
CAGAR O
NOME!"





**"ASSIM,
VOCÊ NÃO É
COMO OS OUTROS
GAYS..."**

**VOCÊ É
COMPORTADO."**



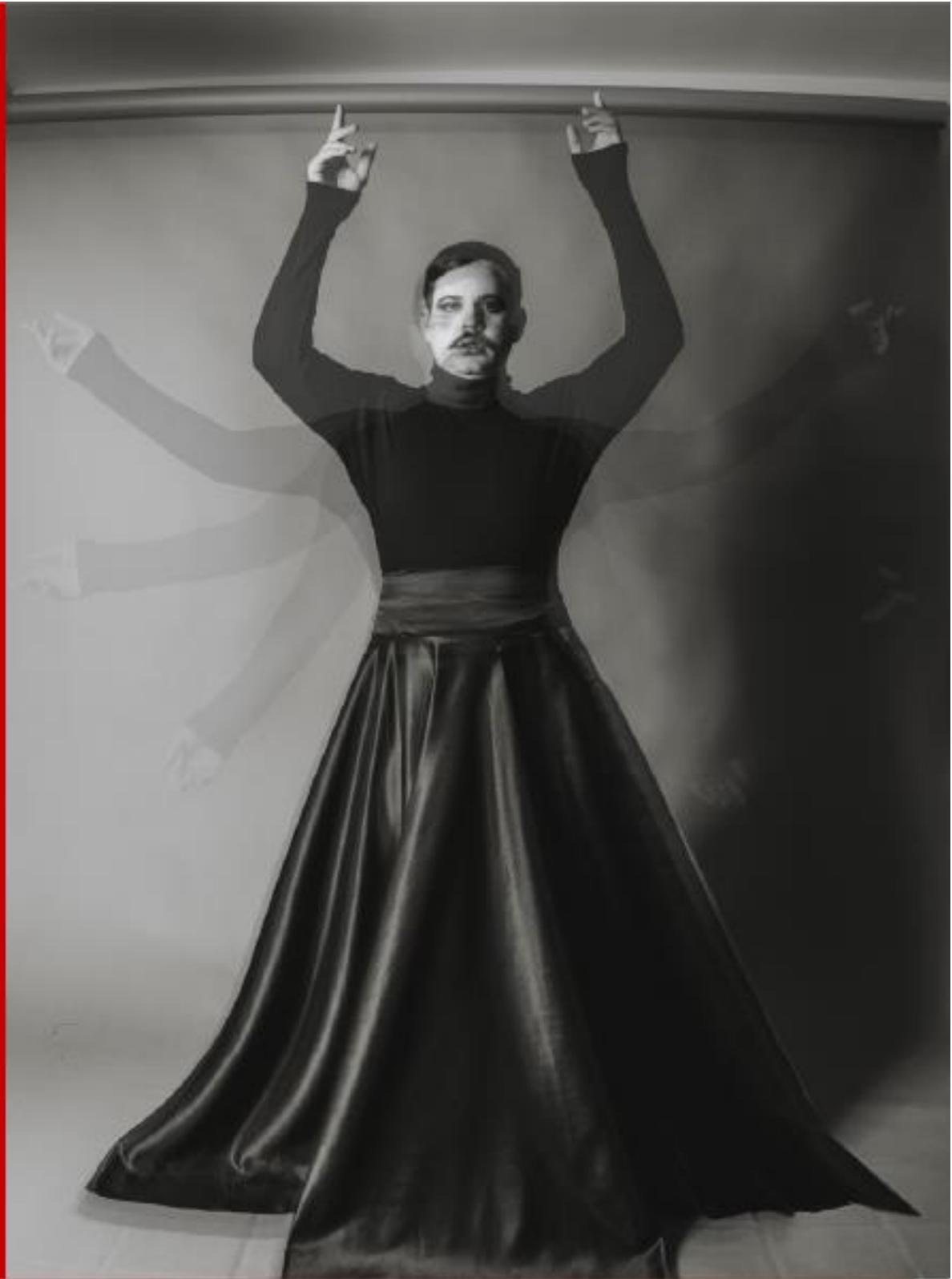




**"MEXER
COM ROUPA
É COISA
DE**

FRESCO."





EU FAZIA O QUE
ME ERA
PERMITIDO
FAZER

INDEPENDENTE
DO QUE EU ACHASSE
QUE PODERIA

FAZER

DIREÇÃO CRIATIVA / STYLING / RETOUCH.....ELYENAI

ONIAS FERNANDES.....FOTOGRAFIA

DE.....VICTOR CUNHA

LIMA.....MAQUIAGEM.....YURI ALMEIDA

.....ORIENTAÇÃO.....LUCIANA BORRE NUNES

JOÃO PESSOA / OUTUBRO 2020

Fonte: Desenvolvido pelo autor, Fotografia de Victor Cunha Lima, Beleza de Yuri Almeida e Figurino de Meg Magalhães (2020).

4. CONSIDERAÇÕES

Decidir debruçar sobre as masculinidades na fotografia de moda surgiu de um anseio mesmo antes de adentrar no PPGAV, mas foi nele que pude ter acesso aos estudos da Cultura Visual, demais compreensões sobre uma arte transdisciplinar e que a minha trajetória de vida é sim importante na construção do conhecimento. Também pude aprofundar os estudos sobre as masculinidades e me identificar diretamente com falas de autores e autoras sobre como a hegemonia afetou na construção deles como sujeitos e como continua afetando, uma vez que temos um caminho bastante longo, porém fértil, de debate sobre a dominação masculina e seus efeitos tóxicos na vida em sociedade.

Optar por aprofundar esses estudos no campo da Cultura Visual me possibilitou não só conhecer mais profundamente os estudos das imagens e artefatos, mas também problematizar que a Cultura Visual busca por meio dos seus debates questionar as visualidades do nosso mundo e combater invisibilidades.

Com isso pude constatar que as fotografias, assim como as apresentadas e selecionadas para esse estudo na revista SAMBAZINE reforçam estereótipos que envolvem as masculinidades hegemônicas mesmo que não haja uma intenção direta. Quero dizer que estas imagens e artefatos visuais ensinam sobre a construção de gênero, principalmente por meio de suas repetições. Ao mesmo tempo que ensinam, dizendo sobre qual a melhor maneira de agir e interagir socialmente, também são passíveis de reformulações, críticas e reconfigurações. Para os produtores de imagens, em específico de imagens de moda, seus repertórios imagéticos e suas vivências acerca das masculinidades não são indivisíveis, assim como as minhas não são e tampouco um dia serão em sua totalidade.

Um ponto neste estudo ainda necessitará posterior revisão. Embora acredite que minha produção fotográfica apresenta um caráter educacional, pois desconstrói crenças e ideais de uma masculinidade hegemônica, percebo ser necessário o aprofundamento das potencialidades educativas deste ensaio. Possivelmente, tal carência tenha relação com minha formação profissional, estando distante dos estudos sobre processos de ensino e de aprendizagem. No entanto, reconheço que

este será um ponto importante para meus próximos investimentos como pesquisador no campo da Cultura Visual.

Buscar a construção de novas subjetividades e imagens que não perpetuem apenas uma representação de beleza greco-romano faz-se urgente e necessário tendo como justificativa a representatividade. Diversas vezes eu questionei o meu corpo e a minha aparência pelo fato de não me ver representado das imagens de moda masculina. Diversas vezes não me submeti a recursos que, em alguns casos, eram nocivos à minha saúde em prol de um corpo inalcançável. Quantos sujeitos ainda não vivem dessa mesma maneira?

A moda e seus produtores assumem responsabilidade quando ditam o que vestir, o que ser, como agir. Esses elementos – dispositivos – da moda e da fotografia de moda ao mesmo tempo que autorizam a constituição de masculinidades também possuem o poder de fraturar esses conceitos na forma como o corpo masculino é representado nas fotografias de moda lançando mão dos elementos visuais recorrente da construção da representação masculina recorrentes e partindo para divergências. Ao forçar-me a desconstruir conceitos sugeridos a mim e que eu os alimentei internamente sobre ser e viver minha masculinidade, produzir o ensaio autobiográfico que desencadeou no zine “VESTIDO DE MIM” reforçou alguns entendimentos que eu já vinha trabalhando, mas que ao vê-los ali concretizados se fizeram mais fortes. Produzir imagens sobre as minhas versões de masculinidade foi doloroso e prazeroso na mesma medida, porém desencadeou uma força inevitável e irreversível de que eu ou qualquer sujeito pode se expressar por meio do seu vestir na maneira que bem entender.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. **Nordestino**: a invenção do “falo” – uma história do gênero masculino. 2ª ed. São Paulo: Intermeios, 2013.

AGUIRRE, Imanol. Cultura Visual, política da estética e educação emancipadora. In: MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene (Orgs). **Educação da Cultura Visual**: narrativas de ensino e pesquisa. Santa Maria: Editora UFSM, 2009, p. 69-111.

ASMAR, Rafaela. **Produzindo imagens e desejos**: uma análise do papel do *stylist* na sedução exercida por editoriais de moda publicados pela mídia impressa brasileira. 2008. Dissertação (Mestrado em Processos e Sistemas Visuais, Educação e Visualidade) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2008.

ARCOVERDE, Maíra. **Moda**: tecendo outras possibilidades na construção das identidades de gênero. Revista Periódicus 2ª edição novembro 2014 – abril 2015.

BALISCEI, João Paulo. **Vilões, heróis e coadjuvantes**: um estudo sobre masculinidades, ensino da arte e pedagogias Disney. Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Educação, Maringá, 2018.

BALISCEI, João Paulo. **Provoque**: Cultura Visual, gênero e ensino das artes visuais. Rio de Janeiro: Metanóia, 2020.

BARBOSA, ANNA MAE. **A Cultura Visual antes da Cultura Visual**. **Educação**, Porto Alegre, v. 34, n. 3, p. 293-301, set./dez. 2011.

BAUDRILLARD, J. **La Transferência del Mal Ensayo sobre los Fenômenos Externos**. Barcelona: Anagrama, 1991.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio D'Água, 1992.

BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2003.

CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana. **A moda do corpo, o corpo da moda**. São Paulo, Editora Esfera, 2009.

CARVALHO, Flávio de. **A moda e o novo homem**. São Paulo, 2010.

CHARRÉU, Leonardo. Cultura Visual: rupturas com inércias e ignorâncias curriculares. In: MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene (Orgs). **Educação da Cultura Visual: narrativas de ensino e pesquisa**. Santa Maria: Editora UFSM, 2009, p. 113-128.

CONNELL, Robert W. La organización social de la masculinidad, In: LOMAS, Carlos (comp.) **¿Todos los hombres son iguales?** Identidades masculinas y cambios sociales. Barcelona: Paidós, 2003, p. 31-54.

COSTA, Adriana Modesto. **O masculino na publicidade da Playboy: a construção da figura do homem nos anúncios da revista**. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.

COSTA, Marisa Vorraber. **O currículo nos limiares do contemporâneo**. Rio de Janeiro: DP&A, 2005 – 4. Edição.

CUNHA, Suzana. **Apontamentos sobre a Cultura Visual**. 19 Seminário Nacional de Arte e Educação: a poética da docência, 2005: Mon- tenegro. v. 1. p. 29-41.

DUNCUN, P. **Clarifying visual culture art education**. Art Education, v.55, n.328, p.6-11, 2002.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade, vol. 1: A vontade de saber**. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2013.

FREEDMAN, Kerry. **Currículo dentro e fora da escola: representações da Arte na Cultura Visual**. In: BARBOSA, Ana Mae (Org.). *Arte/educação contemporânea: consonâncias internacionais*. São Paulo: Cortez, 2005. p.126-142.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2016.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Cultura Visual, mudança educativa e projeto de trabalho**. Porto Alegre: Artmed, 2000.

HERNÁNDEZ, Fernando. **Catadores da Cultura Visual: proposta para uma nova narrativa educacional**. Porto Alegre: Mediação, 2007.

HOLLIS, James. **Sob a sombra de saturno: a ferida e a cura dos homens**. Ed. Paulus. São Paulo, 1997.

HOPKINS, Jonh. **Moda masculina**. Ed. Bookman. Porto Alegre, 2013.

HORN, Bibiana Silveira. **Uma análise da pesquisa em Design de Moda a partir de periódicos da área**. 2014. Dissertação (Mestrado em Design) – Centro Universitário Ritter dos Reis. Porto Alegre. 2014.

JONES, Sue Jenkyn. **Fashion Design: manual do estilista**. Tradução: Iara Biderman. Ed Cosac Naify. São Paulo, 2002.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas** / Gilles Lipovetsky; tradução Maria Lucia Machado. — São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOMAS, Carlos. **Era una vez la escuela: identidades masculinas y cambios sociales**. Barcelona: Paidós, 2008.

LOMAS, Carlos. **Los chicos también lloran**: Identidades masculinas, igualdad entre los sexos y coeducación. Barcelona: Paidós, 2004.

LOMAS, Carlos. **¿Todos los hombres son iguales?** Identidades masculinas y cambios Sociales. Barcelona: Paidós, 2003.

KINCHELOE, J. L.; BERRY, K. S. **Rigour and complexity in educational research**: Conceptualizing the bricolage. Maidenhead: Open University Press. 2004.

MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene. **Educação da Cultura Visual**: conceitos e contextos. Ed. UFSM.. Santa Maria, 2011.

MIRÒN, Andreia. **Dândi**: modo e moda masculina. Ed. Scortecci. São Paulo, 2015.

MIRZOEFF, Nichollas. **O direito a olhar**. ETD - Educação Temática Digital, Campinas, SP, v. 18, n. 4, p. 745-768, 2016.

NUNES, Luciana Borre. "**Se a prova fosse sobre os rebeldes eu ia tirar 10**": culturas visuais tramando masculinidades na escola". 2014. Tese (Doutorado em Arte e Cultura Visual) – Faculdade de Artes Visuais, Universidade Federal de Goiás. Goiânia. 2014.

NUNES, Luciana Borre. **Cultura Visual: tramando gênero e sexualidades nas escolas** /Luciana Borre Nunes, Raimundo Martins. – Recife : Editora UFPE, 2017.

OSPINA, J. S. **Conversações hipervisuais**: vamos falar sobre olhares masculinizados? 2018. Tese (Doutorado em Arte e Cultura Visual) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2018.

PRICE, Sally. **A arte dos povos sem história**. Afro-ásia, 18 (1996), 205-224.

SILVA, Robson. **Corpo, masculinidade, moda e biopolítica**: apontamentos para uma genealogia da saia. Periodicus: n. 13, v. 1 mai.-ago.2020 p. 204-232.

QUEIROZ, Mário. **O herói desmascarado**: a imagem do masculino nos editoriais da revista inglesa "Arena Homme Plus" entre 1995 e 2007. 2008. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo.

QUEIROZ, Mario. **O herói desmascarado: a imagem do homem na moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2009.

QUEIROZ, Mario. **Homem e/ou mulher**: as representações do masculino e feminino em imagens de moda. 2013. Dissertação (Doutorado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo. 2013.

QUEIROZ, Mário. **Homens e moda no século XXI**. Rio de Janeiro: SENAC Rio, 2019.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2003. (Primeiros Passos, 103).

SARDELICH, Maria Emília. Leitura de imagens, Cultura Visual e prática educativa. **Cadernos de Pesquisa**, v. 36, n. 128, maio/ago. 2006.

SOUZA, Elizeu. **Auto(biografias), histórias de vida e práticas de formação**. In: NASCIMENTO, AD., HETKOWSKI, TM., orgs. Memória e formação de professores [online]. Salvador, EDUFBA, 2007.

TAVIN, Kevin. Contextualizando a visualidade na vida cotidiana: problemas e possibilidades do ensino de Cultura Visual. In: MARTINS, Raimundo; TOURINHO, Irene (Orgs). **Educação da Cultura Visual**: narrativas de ensino e pesquisa. Santa Maria: Editora UFSM, 2009, p. 225-239.

WALKER, J. A.; CHAPLIN, S. **Una introducción a la Cultura Visual**. Barcelona: Octaedro, 2002.

VAZ, Tales Gubes. **Pedagogia queer, Cultura Visual e discursos sobre a (homo)sexualidade em dois cursos de extensão online**. 2012. 146 f. Dissertação

(Mestrado em Processos e Sistemas Visuais, Educação e Visualidade) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2012.

XAVIER FILHA, Constantina. A menina e o menino que brincavam de ser...: representações de gênero e sexualidade em pesquisa com crianças. **Revista Brasileira de Educação** v. 17 n. 51 set.-dez, 2012, p. 627-747.