



## **Moda masculina e expressão de gênero e sexualidade: novas tendências em contraponto ao binarismo**

*Men's fashion and the expression of gender and sexuality: new trends counterpointing the gender binary*

Frederico Rafael Gomes de Sousa<sup>1</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-0879-0934>

Luana Elayne Cunha de Souza<sup>2</sup>

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9425-9598>

**[resumo]** O presente artigo tem como objetivo compreender a intersecção entre moda, gênero e sexualidade, em especial a moda masculina como meio para expressão das masculinidades e a revelação da homossexualidade. Frente a esse fenômeno, busca-se também o entendimento de correntes atuais na moda que se propõem a (re)pensar a construção estética do vestuário que se contrapõe ao binarismo de gênero. Este é um estudo teórico que se ancora nos estudos culturais sobre moda, gênero e sexualidade. A moda masculina, por muito tempo, reforçou estereótipos de gênero presentes no modelo da masculinidade hegemônica. Os modos masculinos de vestir variam de acordo com as normas vigentes de cada época, se transformando de acordo com as emergências sociais de cada período histórico. A roupa como forma de expressão da orientação sexual foi utilizada por homens gays ao longo da história na criação de uma imagem reconhecível, em alguns momentos enquanto código e em outros enquanto afirmação social e política. Conclui-se que atualmente alguns movimentos, como o *co-ed*, apontam para a necessidade de que a moda (re)pense os padrões associados a cada gênero, se mostrando inclusiva para as diversas possibilidades de expressões.

**[palavras-chave]** **Moda Masculina. Gênero. Sexualidade. Co-ed.**

**[abstract]** This article aims to comprehend the intersection between fashion, gender, and sexuality, specially men's fashion as a way to express masculinities and the revelation of homosexuality. Faced with this phenomenon, the article also seeks to understand ongoing fashion trends which (re)think clothing's aesthetic construction as opposed to the gender binary. This is a theoretical study that anchors itself to cultural studies in fashion, gender, and sexuality. Men's fashion, for a long time, reinforced gender stereotypes that exist in hegemonic masculinity. The ways in which men dress themselves vary due to current norms and change due to societal emergencies of a given historical period. Clothing as a means to express sexual orientation has been used throughout history, by gay men, to create a recognizable image, at times as a code and at times as sociopolitical affirmation. In conclusion, current movements, as the *co-ed* for instance, signal the need to reassess fashion's role in assigning gender parameters, in order to show inclusivity towards different ways of expression.

**[keywords]** **Men's fashion. Gender. Sexuality. Co-ed.**

Recebido em: 31-10-2023

Aprovado em: 14-06-2024

<sup>1</sup> Mestre em Psicologia. Universidade de Fortaleza. E-mail: [sousa.fredericorafael@gmail.com](mailto:sousa.fredericorafael@gmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/56219635907172101>.

<sup>2</sup> Doutora em Psicologia. Centro Universitário de Brasília. E-mail: [luana\\_elayne@hotmail.com](mailto:luana_elayne@hotmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4764799865914384>

## Introdução

O vestuário, segundo Crane (2006), se configura como um dos símbolos mais perceptíveis de *status* social e de gênero, mantendo as normas impostas pelos padrões sociais ou subvertendo-as. Ao longo de diferentes épocas, o vestuário se constituiu como uma forma de se posicionar nas estruturas sociais e de negociar com as fronteiras de *status*.

Na atualidade, é notável como os discursos de gênero ecoam na vida social das pessoas e influenciam seus modos de ser. As roupas continuam a carregar muitos desses discursos e, ainda hoje, há a atribuição de gênero às peças de roupa. Mais do que uma atribuição material do que homens e mulheres podem vestir, mais do que uma forma de organizar uma loja ou de como as marcas pensam e disponibilizam suas coleções, esse tipo de discurso sobre os gêneros possui significados ideológicos que interferem na manutenção do binarismo de gênero (Zambrini, 2010).

Historicamente, o vestuário esteve ligado ao movimento LGBTQIAP+, sendo a roupa um importante meio de afirmação e visibilidade da sexualidade. Essa forma de expressão se modificou ao longo dos anos, mas sempre esteve presente a criação de uma imagem reconhecível, seja enquanto código, seja afirmação social e política (Cole, 2015; Stines, 2017).

Estudos atuais, como o de Githapradana (2022), indicam uma nova tendência de encarar o gênero na moda: o *co-ed*. Proposta por importantes marcas como Gucci, Maison Margiela e Burberry que, com a crise causada pela pandemia da Covid-19, escolheram estrategicamente reduzir a quantidade de desfiles por ano, o que fez com que as coleções masculinas e femininas fossem combinadas num único desfile. O conceito *co-ed* se mostrou mais eficiente, sustentável e ecologicamente correto.

No *co-ed* as delimitações dos gêneros são nebulosas, e a proposta é de uma moda diferente daquilo que socialmente se espera de roupas masculinas e femininas separadamente (Githapradana, 2022). Essa lógica chega ao Brasil em marcas como João Pimenta, LED e Another Place, que atualmente desfilam em um dos maiores eventos de moda do Brasil, o São Paulo Fashion Week.

Com essa mudança na forma de encarar os modos de vestir, alguns questionamentos podem ser disparados: como a categoria gênero é expressa no vestuário? Qual o conceito atual de moda masculina? Como a moda esteve vinculada à vivência e expressão da sexualidade de homens gays? É possível pensar uma moda democrática em conjunto com as diversas expressões de gênero e sexualidade?

O presente artigo se interessa em compreender a intersecção entre moda, gênero e sexualidade, em especial a moda masculina como meio para expressão das masculinidades e a revelação da homossexualidade. Frente a esse fenômeno, busca-se também o entendimento de correntes atuais na moda que se proponham a (re)pensar a construção estética do vestuário que se contrapõe ao binarismo de gênero.

Este artigo está organizado conforme a divisão: inicialmente será apresentada uma discussão acerca da relação entre moda e gênero, seguida por uma apresentação sobre como a moda masculina se atualizou ao longo do tempo e como ela se relacionou com a

vivência e a expressão da sexualidade de homens gays. Ao final, serão apresentadas reflexões acerca das possibilidades de se pensar uma moda que contemple as diversidades de gênero e sexual.

## Moda e Gênero

As roupas, enquanto dispositivos, são capazes de criar identidades sociais e/ou possibilitar que os indivíduos as afirmem, produzindo comportamentos (Crane, 2006). Januário (2016) afirma que as masculinidades e as feminilidades são entendidas socialmente como criações baseadas em modelos culturais normativos e estão sujeitas à vigilância social. Neste aspecto, a autora concorda com o conceito de “dispositivo histórico” desenvolvido por Foucault (1988) para determinar o aspecto fictício das categorias sociais. Essas categorias são inventadas e construídas histórica e socialmente através de discursos. Estes são responsáveis por produzir “verdades” acerca dos sujeitos e, conseqüentemente, por controlá-los e regulá-los num processo de normatização de corpos, afetos e comportamentos com o intuito de manter uma norma vigente.

Aqui compreende-se a categoria gênero como ato performativo, entendendo que as ações e gestos expressos pelas pessoas são performativos, ou seja, não possuem essencialmente algum sentido ou intenção e se configuram como uma fabricação que está sustentada em sinais corporais e significados discursivos (Butler, 1990).

Butler (2010) afirma que a performatividade opera não de maneira situacional, mas enquanto prática que reitera os efeitos produzidos através do discurso. Sendo assim, a materialidade dos corpos é produzida de maneira performativa através das normas que regulam o “sexo”, tendo como consequência a materialização da diferença sexual, esta que se ancora nos padrões heteronormativos. Nesse sentido, Portinari et al. (2018) acrescentam que o gênero se concretiza através de um emaranhado de práticas que produzem, demarcam e criam diferenças nos corpos, que passam a ser materializados em meio a essas práticas.

Crane (2006) afirma que a maneira como homens e mulheres percebem seus papéis de gênero, ou como desejam expressá-los, é uma das principais mensagens presentes nas roupas. Historicamente, os papéis sociais de gênero eram diferentes e demarcados pelo vestuário. As roupas da moda para as mulheres do século XIX se configuravam como mecanismos de controle, pois apresentavam uma concepção restritiva e dominante (Crane, 2006).

Zambrini (2010) afirma que esse controle aplicado ao corpo feminino se apresentava também como forma de separação entre as esferas pública e privada. A primeira, associada ao masculino, era sinônimo de trabalho, liberdade e independência; por outro lado, a segunda esfera, atribuída ao feminino, era sinônimo de espaço doméstico, submissão e docilidade.

Foi a partir da metade do século XIX que a roupa integrou o processo de diferenciação entre os gêneros. Esse momento histórico ficou conhecido como a “Grande Renúncia do século XIX”, quando os valores puritanos da era vitoriana e as mudanças promovidas pela Revolução Industrial modificaram a maneira como as pessoas se comportavam e se relacionavam. Durante a Grande Renúncia, toda a parte ornamental e decorativa do vestuário foi atribuída aos modos de mulheres se vestirem, ao passo que os homens deveriam se apropriar de uma uniformidade e elegância. Essa estrutura reforçava a oposição entre os gêneros e colocava o corpo como ponto central dessa diferenciação, com o intuito de naturalização da norma (Zambrini, 2010).

Kawamura (2018) se refere a esse período como “a grande renúncia masculina” e demonstra que esse momento histórico foi um dos mais marcantes para a história do vestuário. A autora enfatiza a renúncia masculina porque, segundo ela, foram os homens que abdicaram do direito de serem espalhafatosos e ornamentados, deixando isso para o uso exclusivo das mulheres. Eles deixaram de se preocupar com a beleza, buscando cada vez mais praticidade e usabilidade nas roupas.

Zambrini (2010; 2016) afirma que roupas possuem um importante papel na demarcação e manutenção das fronteiras de gênero dentro de uma lógica binária, inscrevendo significados culturais nos corpos. Nessa perspectiva, os papéis tradicionais de gênero foram organizados de maneira binária, tomando a diferença sexual dos corpos como forma de diferenciação e produzindo relações de poder que posicionam os gêneros masculino e feminino em posições opostas e distintas.

Entre as possibilidades de estudo do processo de generificação das roupas, a partir de agora, torna-se necessário que este artigo se detenha sobre a relação entre masculinidade e moda, visando ao entendimento de como a moda masculina se desenvolveu e como é vinculada a um ideal de homem.

## Moda Masculina e Masculinidades

A masculinidade é uma das normas sociais que a moda se deteve a reforçar ou subverter. Segundo De Los Santos Rodriguez (2020), a masculinidade pode ser entendida como um conjunto de ideias e atos presentes numa determinada sociedade que define o modo como os homens deverão se comportar, sentir e se expressar. É compartilhado socialmente que existe uma masculinidade superior às demais, essa sendo compreendida a partir do lugar do homem cis, branco e heterossexual, ou seja, aquele que reforça a heteronormatividade. Tudo aquilo que foge a essa norma é tido como referente às masculinidades subordinadas à masculinidade hegemônica. Esta é tida por Connel e Messerschmidt (2013) como a incorporação da forma mais honrada de ser homem e a legitimação do patriarcado e da ideologia da subordinação das mulheres aos homens.

Os “modos masculinos” hegemônicos variam de acordo com a história e as normas vigentes de cada época. No Brasil, a moda masculina teve sua estreia baseada na importação do estilo britânico dândi. O dandismo, estilo cobiçado por homens durante a Belle Époque, era sinônimo de elegância e sofisticação. Na década de 1920, os almofadinhas performavam o dândi à brasileira e eram lidos pelas pessoas como homens que exibiam tratos finos e se interessavam por assuntos que despertavam “sensibilidade”, como moda e cosmética masculina (Prado & Braga, 2011).

Foi em meados da década de 1930 que uma figura masculina tipicamente nacional surge em solo brasileiro: o malandro carioca. Associado ao samba, era a personificação do próprio sambista, morador do morro e da favela que frequentava a noite boêmia. Visualmente, o malandro vestia um costume de linho branco, camisa de malha listrada na horizontal nas cores azul marinho e branco, que faziam referência às roupas de marinheiros, e chapéu canoeiro de copa chata e abas retas (Prado & Braga, 2011).

O “homem dos cinquenta”, personagem surgido na década de 1950, foi um desses modelos de masculinidade e pode ser representado pela figura de atores da Era de Ouro de Hollywood. Marques Filho (2017) destaca que a imagem masculina reforçada por esses atores era a de um homem que se vestia com roupas sóbrias, corte de cabelo curto e penteado partido ao lado e/ou com um topete baixo que assegurava a elegância e um comportamento que sustentava as normas sociais conservadoras.

De acordo com Prado e Braga (2011) e Queiroz (2019), o cinema também influenciou a moda compartilhada por homens brasileiros. Raul Roulien foi um dos atores nacionais com maior visibilidade, bem como os artistas de rádio Francisco Alves, Mario Reis e Vicente Celestino que, conseqüentemente, ditaram moda com o uso de ternos príncipe de Gales, que contavam com paletós do tipo jaquetão, com abotoadura de seis botões, colete e gravata.

No ano de 1956, o arquiteto, artista plástico e iconoclasta Flávio de Carvalho, apresentou, como ele mesmo denominou, a “Experiência nº 3”, que parecia pressentir um momento de mudança pelo qual a moda masculina passaria na década que estaria por vir. Numa ironia à moda de Dior, o artista apresentou o “*new look unisex*” em resposta à maneira como as pessoas consumiam moda na época. Segundo Carvalho, tratava-se de uma imposição de costumes europeus, mal digerida e anti-higiênica por não favorecer a transpiração. A *performance* do artista foi composta pelo seu desfile nas ruas do centro de São Paulo trajando um figurino executado por Maria Ferrara: uma camisa amarela confeccionada em tecido sintético, ventilado por meio de aberturas nas axilas, com gola arredondada folgada no pescoço e uma saia acima dos joelhos, confeccionada em brim, com pregas largas que proporcionavam uma boa mobilidade. O novo *look* sugerido por Carvalho não foi algo que as pessoas passaram a usar, porém a experiência promoveu reflexões sobre como a moda era consumida até então, bem como apresentou a possibilidade do uso de roupas como meio para discutir assuntos sociais. Além disso, reforçou a importância do uso de roupas que fossem adequadas ao clima brasileiro, indo contra à ideia da importação de estilos, e de ter sido uma das primeiras menções à moda unisex, que logo mais seria algo presente no *mainstream* (Prado & Braga, 2011).

Na década de 1960, segundo Marques Filho (2017), por influência da Guerra do Vietnã, a ideia de masculinidade foi repensada. Uma nova geração questionou a relação entre masculinidade e violência, tendo a guerra como pano de fundo. A figura dos *mods* surgiu nas ruas de Londres e era compartilhada por jovens que utilizavam a moda como oposição aos valores tradicionais. O termo se trata de uma abreviatura de modernismo, e, segundo Motta (2016), a estética apresentada por eles era influenciada pelas alfaiatarias italiana e francesa do período. Usavam ternos feitos sob medida com lapelas estreitas combinados com camisas de colarinho pontiagudo. As camisas eram justas, e as gravatas, estreitas. Esses jovens eram contrários à ideia de que apenas os homossexuais se interessariam em moda, além de questionarem a roupa enquanto indicador de status social.

Ainda na década de 1960, iniciou-se um importante movimento para a moda masculina, a *Peacock Revolution*, que proporcionou uma atualização do conceito de masculinidade apresentado pela moda até então. Durante esse período, houve a incorporação de atributos considerados femininos nas roupas masculinas, como: uso de silhueta mais justa, materiais transparentes, estampas florais e cores extravagantes (Githapradana, 2022). A figura do homem pavão (*peacock man*) era a de um homem cis, hétero, branco e burguês, o que lhe

garantia privilégios sociais que o distanciavam de críticas ou rejeições em relação a suas roupas. Ao mesmo tempo, eram os homens que ditavam uma nova masculinidade que poderia ser seguida por seus semelhantes (Kutulas, 2012). Barry (2018) afirma que, em contraponto a essa revolução, homens negros e gays já experienciavam usar roupas chamativas, e é esse movimento de contracultura que marcará a próxima década da moda masculina, em especial a do movimento LGBTQIAP+.

No Brasil, a década de 1960 foi marcada por dois momentos históricos. O primeiro se deu a partir do golpe civil-militar de 1964, no qual se instaurou a ditadura, momento mais sombrio vivenciado no cenário político nacional. Por outro lado, o segundo marco histórico retratou a liberação hippie, musicalmente influenciada pela Tropicália de Caetano Veloso, Gilberto Gil e Gal Costa. Visualmente os homens conseguiram experimentar maior diversidade, como se fosse um caminho para lidar com a austeridade imposta pelo momento político. Calça de cintura baixa colada nas pernas, botas sem meia, terninhos com blusas de malha faziam parte dos *looks*. A moda se tornou mais unissex, como previu Flávio de Carvalho, e despojada. O ato de se vestir se transformou num tipo de subversão, e a antimoda *hippie*, presente na vida de jovens inquietos, era livre, disruptiva e inventiva. Nesse momento, os homens pareciam estar menos preocupados em apresentar uma imagem conservadora (Queiroz, 2019; Prado & Braga, 2011).

O *glam rock*, segundo Gregory (2002), foi um movimento musical que propunha um estilo visual, e também um estilo de vida, e que teve seu auge na década de 1970. Um dos principais aspectos estéticos desse momento, que era utilizado especialmente por *performers* homens, era o transvestismo. Caracterizava-se pelo uso de tecidos com *glitter*, brilho e diferentes texturas, como veludo, cetim e lurex, roupas em couro, sapatos de plataforma coloridos com lantejoulas e brilho. Além disso, o uso de maquiagem era possível, assim como cabelos longos, estilizados e coloridos. De maneira semelhante, na década anterior, houve a incorporação de elementos visuais que até então eram atribuídos às mulheres no estilo utilizado pelos homens. Porém, o estilo de vida *glam rocker* sugeria um exagero visual que evidenciava um estilo andrógino, muitas vezes acompanhado pela expressão da homossexualidade ou da bissexualidade e de comportamentos que ironizavam o status quo, carregando uma estética *camp*.

No Brasil, surgiu nos anos 1970 o movimento mais significativo em termos de moda masculina até então, o Club Um. Não se tratava de uma marca, mas de uma etiqueta que apoiava um grupo de confecções e tecelagens. O Club Um surgiu em resposta à cultura de produção de ternos sob medida, que até então ainda era a principal fonte de consumo de moda por homens, e à entrada da moda *prêt-à-porter* internacional no solo brasileiro. As roupas com essa etiqueta não eram necessariamente ousadas, porém se distanciavam de um ideal de sobriedade dos ternos por inovar no uso de cores como o amarelo e o roxo. O Club Um se posicionava de maneira semelhante a uma estratégia publicitária, sendo um marco importante acerca de como os homens passaram a consumir moda, já que podiam ter acesso a roupas prontas-para-vestir de marcas nacionais (Prado & Braga, 2011).

A década de 1980 ficou conhecida como os “anos azuis” por conta da massiva presença do *denim* índigo *blue* na cena da moda brasileira. Foi também nesse momento que houve uma maior democratização da moda, pois essa tendência não estava presente apenas nos

desfiles e editoriais, mas também nas ruas. A moda deixou um pouco de lado sua característica de distinção das elites e passou a ser entendida enquanto um fenômeno urbano de consumo de massa (Prado & Braga, 2011).

Na década de 1990, de acordo com Marques Filho (2017), o corpo masculino se torna campo de intervenções propostas por mudanças nos padrões de beleza e ideais de um corpo pós-moderno. O corpo esportivo e musculoso herdado da década de 1980 sofre transformações com a extração de pelos, até então sinônimos de virilidade, à cera ou a *laser*, e o uso de cosméticos e a realização de cirurgias plásticas se tornam comuns. Nos anos 2000 o termo metrossexual se popularizou através da mídia para denominar homens que eram vaidosos e assumiam o seu “lado feminino”. Eles se preocupavam com a higiene, se depilavam, se bronzeavam artificialmente e malhavam para definir seus corpos.

A década de 1990 foi um marco para o cenário da moda brasileira, pois foi quando as primeiras gerações de estilistas e profissionais de moda graduados nas primeiras escolas do país adentraram o mercado. Os novos estilistas enfrentaram um mercado bem estruturado, porém ainda com a cultura de importação da moda estrangeira por meio de cópias e imitações. Mesmo que lentamente, os estilistas puderam desenvolver uma identidade própria ao agregar maior valor de design em suas criações. Foi também um momento em que a moda deixou de ser algo representativo de determinadas tribos e passou a ser vivenciada como elemento de criação (Prado & Braga, 2011).

Com a chegada do século XXI, a moda masculina passa então por uma nova transformação. Há um deslocamento da figura do homem “tradicional” para a imagem do homem “moderno”. Este parece ter mais liberdade para experimentar diferentes representações da masculinidade, o que afeta também a sua relação com o ato de se vestir, proporcionando uma maior elasticidade das possibilidades de estilos. Esse fenômeno fora influenciado pelas crises sociais, econômicas e ambientais que o mundo atravessou, bem como pela globalização e pelo forte impacto da Internet nas relações sociais, o que possibilitou uma maior variedade de informações e influências (Marques Filho, 2017).

Mesmo que a indústria da moda masculina se ocupe em demarcar o que seria considerado masculino em cada peça de roupa, é perceptível, pelo que foi apresentado até aqui, que há uma linha tênue entre os gêneros na forma de se vestir e que a moda feminina sempre foi um ponto de flerte para os homens. O conceito de masculinidade acompanha as mudanças das tendências de moda e se atualiza em meio a demandas sociais que repensam o lugar do homem na sociedade. É perceptível que, ao longo da história da moda masculina, as maneiras de (re)pensar as masculinidades através do vestuário possibilitaram, principalmente para homens não heterossexuais, experimentações estéticas que traziam à tona vivências e expressão da sexualidade. A seguir será apresentado um panorama que expõe essa relação entre moda masculina e a vivência e expressão da homossexualidade.

### **Intersecções entre moda masculina e a vivência e expressão da homossexualidade**

Ao longo da história, a roupa possuiu um papel importante na forma como homens gays escolhiam se apresentar publicamente, seja para afirmar/visibilizar a sexualidade, para uma intencional invisibilidade ou para um jogo consciente com os códigos sociais de gênero (Cole, 2015). De acordo Stines (2017), homens gays usaram a moda para criar uma imagem reconhecível, em alguns momentos enquanto código e em outros enquanto afirmação social e política.

A comunicação da homossexualidade por homens através da roupa tem sido por vezes um código compreendido apenas por outros homens gays e não pela sociedade em sua totalidade. Em alguns momentos isso se deu por uma busca de proteção, já em outros se dava porque havia uma contradição entre a forma que os gays se vestiam e aquilo que se esperava socialmente (Stines, 2017).

Stines (2017) traçou um histórico acerca de como o homem gay norte-americano se vestiu ao longo dos anos. O autor afirma que antes da revolução de Stonewall, ocorrida em 1969, o homem gay era visto a partir da figura do *pansy*<sup>3</sup>, a qual eram atribuídas características como um corpo leve, afeminado e com um senso de humor específico que remetia à alegria/animação. Os *pansies* se vestiam de acordo com a moda masculina hegemônica da época, mas com um apurado senso de estilo e uso detalhado de acessórios. Porém, o que mais demarcava essa identidade não eram as roupas, mas o comportamento e interesses em determinadas atividades.

A imagem do gay masculinizado (*butch*) surge no contexto pós-segunda guerra a partir de ilustrações do artista finlandês Touko Laaksonen, que admirava e sexualizava as figuras dos lenhadores e dos militares. Essa nova imagem apresentava o homem gay forte, sem medo de interagir e demonstrar sua sexualidade. Tornaram-se comuns alguns grupos de motociclistas que compartilhavam da estética *butch*, vestindo *jeans*, *work boots*, camisas flaneladas e utilizavam equipamentos de motociclistas. A estética hipermasculina torna-se foco de fetichização pela comunidade gay, o que será explorado fortemente pela indústria pornográfica (Stines, 2017).

A roupa foi um instrumento de tentativa de adequação por parte de gays que, durante a década de 1960, lidavam com leis que criminalizavam sua sexualidade. Propondo a afirmação de que a homossexualidade não se tratava de uma doença, buscou-se uma forma de apresentar visualmente uma “normalidade” e, para isso, algumas organizações que lutavam por direitos de gays e lésbicas, como a *Mattachine Society* e a *Daughters of Bilitis*, propuseram o uso do “uniforme”. Kay Lahusen, ativista lésbica da época, em entrevista à revista *The Ladder*, afirmou que a forma de se vestir deveria ser conservadora e convencional, reforçando a importância de as mulheres usarem vestidos e saias, enquanto os homens deveriam usar terno e gravata (Stines, 2017).

Foi então que, na década de 1970, os homens gays puderam se expressar a partir das roupas de uma maneira mais livre. Isso se deu com a abertura que a moda masculina estava tendo, como apresentado anteriormente. Roupas coloridas, uso de tecidos diferentes e brilho não eram mais sinônimo de *pansy*, sendo usadas por homens independentemente de sua sexualidade. Como forma de diferenciação, alguns homens gays se apropriaram de um estilo mais “masculino”. O termo “clone” foi usado para nomear esse estilo e possuiu diversas atualizações. Foi adaptado dos filmes de ficção científica que fizeram sucesso na década de 1970, momento que era comum o uso de roupas e corte de cabelo praticamente idênticos entre alguns grupos de homens gays. Essa era uma forma de identificação para os integrantes desse grupo (Stines, 2017).

---

<sup>3</sup> Termo utilizado para se referir a homens homossexuais. Possui cunho pejorativo, podendo significar fracote, marica ou veado.

Os clones, de maneira geral, possuíam um estilo *sexy* e reproduziam a estética dos homens aos quais se sentiam atraídos. O *jeans* mais usado era o modelo 501 da Levi's e no verão ele poderia ser cortado para se transformar em shorts. Camisetas ficavam por baixo de jaquetas de couro, *bomber* ou *letterman*. Os sapatos poderiam ser botas de trabalho, como as da Timberland, ou tênis de corrida da Adidas. As chaves eram presas nas calças e, a depender da posição, indicavam a preferência sexual, sendo ativo para o lado esquerdo e passivo para o lado direito. Outro sinal para preferência sexual eram as bandanas, usadas nos bolsos de trás das calças, que poderiam variar de cor e posição. O corte de cabelo era curto, se assemelhando ao de militares, e o uso de bigode era comum entre eles (Stines, 2017).

Os clones se configuravam enquanto reação à ideia de que homens gays eram sensíveis e afeminados. Os homens que cresceram sendo alvo de preconceito e *bullying*, agora investiam num corpo atlético e masculinizado. Entretanto, eles eram vistos por outros grupos gays, em especial grupos ativistas, como não politizados e superficiais (Stines, 2017).

Com a emergência da AIDS, na década de 1980, e a associação dela à população gay, alguns grupos de militância começaram a aderir a um visual mais austero. Um novo clone surgiu nesse cenário, por vezes atribuído ao grupo *AIDS Coalition to Unleash Power (ACT UP)*. O Clone ACT UP possuía a jaqueta e bota de couro e correntes de metal como símbolos. Esse momento foi também marcado por protestos e pela utilização de estampas com mensagens de militância, principalmente em camisetas e bandeiras (Stines, 2017).

Na década de 1990, devido às conquistas dos grupos de militância, como também pela possibilidade de tratamento da AIDS, os gays deixaram de lado esse “estado de guerra”. Foi um momento de vivência de desesperança, principalmente pela quantidade de mortes devido à epidemia da AIDS. O terceiro clone surge então nesse cenário e ficou conhecido como Clone *Chelsea*, fazendo referência ao local de surgimento, um bairro de Manhattan, em Nova York. O corpo musculoso se tornou o ponto central para esse clone e foi seguido pela cultura das academias, que são vistas como um dos primeiros empreendimentos pensados para o público gay. É importante ressaltar que a busca pelo corpo ideal também significava um distanciamento da imagem estereotipada, compartilhada nessa época, de uma pessoa com AIDS – que seria uma pessoa magra e com aparência pouco saudável. Esse clone usava roupas que pudessem valorizar esse corpo conquistado, como peças justas, uso de tecidos com elastano e cores brilhosas (Stines, 2017).

A partir do século XXI, segundo Stines (2017), tornou-se um desafio a identificação de um estilo que pudesse classificar homens gays. Muitos dos elementos de design usados por homens gays foram apropriados por héteros. Barry e Martin (2016) atestaram que os homens gays entrevistados na sua pesquisa afirmaram que atualmente não reconhecem uma estética gay unificada e que eles não se identificam com o estilo do “gay tradicional”. Homens gays contemporâneos negociam entre múltiplas possibilidades de categorias identitárias que levam em consideração o contexto social e os interesses pessoais.

Cole (2015), a partir da realização de um estudo com homens gays norte-americanos e britânicos, e mesmo reafirmando esse lugar de negociação ao se vestir apontado anteriormente, percebeu a presença de alguns subgrupos gays contemporâneos que possuem similaridades estéticas, como por exemplo, ursos, estética hip-hop e *hipsters*. Porém, o autor afirma que atualmente existem outros fatores, além da orientação sexual, que influenciam na identificação com determinado grupo, como classe, raça e geração. Dessa forma, pode-se concordar com Clarke e Turner (2007) sobre a importância de reconhecer que a roupa

enquanto símbolo de um território identitário específico é também uma representação da inteligibilidade dos corpos pertencentes a determinado lugar social. O acesso ao capital determina quem veste e quem pode vestir o quê.

No cenário nacional, Meneses et al. (2019), em seu estudo sobre a relação entre o vestuário e a homossexualidade masculina ao longo da história do Brasil, propõem uma análise sobre como a intersecção entre roupa e sexualidade foi vivida no país. Esse recorte é importante por levar em consideração as peculiaridades históricas e culturais brasileiras. Os autores afirmam que os códigos de vestuário serviram para a revelação ou ocultação da homossexualidade masculina em diferentes contextos históricos e que esse processo se deu em meio a uma sociedade que tolera essa sexualidade desde que ela se enquadre nos padrões heteronormativos de cada período.

Ainda no período colonial foram registradas as primeiras expressões da relação entre moda e homossexualidade. No século XVI, de acordo com Vainfas (2010), Francisco Manicongo, escravo de um sapateiro na Bahia, foi denunciado à Santa Inquisição por “usar o ofício de fêmea”. Hoje reconhecida como Xica Manicongo, numa tentativa de atribuição de uma identidade feminina que lhe foi negada naquele momento, teve seus trajes tidos como inapropriados para serem usados por um homem. Mesmo que naquele momento os conceitos de orientação sexual e identidade de gênero ainda não existissem da maneira que são conhecidos hoje, é possível observar o estranhamento causado por uma pessoa ao utilizar elementos visuais atribuídos ao gênero oposto (Meneses et al., 2019).

Até o final do século XIX, foi nas artes cênicas, mais especificamente no teatro, que a relação entre roupa, homossexualidade e travestismo foi expressa mais fortemente. Por ser um ambiente estritamente masculino, os homens precisavam usar trajes femininos na realização dos papéis. Por mais que o uso dessas roupas não apontassem para uma homossexualidade do ator, essa era uma das poucas oportunidades de expressão aceitas (Meneses et al., 2019).

Ainda no século XIX e início do século XX, a homossexualidade era vista enquanto doença e, em busca da legitimação desse discurso, o saber médico se dedicou a categorizar tal “doença”. Um dos fatores presentes no discurso médico, segundo Green e Polito (2004), era a vestimenta dos homossexuais, que era caracterizada a partir de calças e paletós ajustados ao corpo, camisa bordada, lenço de seda nas cores vermelho ou azul, chapéu alto, bengala elegante, luneta relógio e corrente de ouro. Essa descrição contemplava um recorte de classe muito específico, por vezes atribuídos aos garotos de programa da cidade do Rio de Janeiro. Além do discurso médico, o jurídico também caracterizava a homossexualidade tendo o vestuário como um fator importante. Nesse caso, era disseminada a ideia de que as roupas usadas por homossexuais facilitariam a prática sexual, como o uso de calças com abertura lateral ou suspensórios que, quando desabotoados, deixariam as nádegas à mostra (Meneses et al., 2019).

As bichas dos anos 1930 performavam uma feminilidade através de roupas, maquiagens e sobancelhas tiradas, além de serem comuns apelidos não masculinos entre elas, o famoso “nome de guerra”. Apresentar um estilo feminino, para aqueles que praticavam prostituição, era uma forma de demonstrar disponibilidade. Para os que possuíam outros empregos, mas que vivenciavam certa liberdade para brincar com a fronteira do gênero por meio do vestuário e da aparência, a apresentação menos masculina era uma forma identitária de se mostrar para o mundo. Já aqueles que tinham que disfarçar sua orientação sexual

precisavam ser discretos na expressão de feminilidade, o que era possível devido ao compartilhamento de apelidos entre os amigos ou a uma fina camada de pó de arroz e um toque sutil de ruge aplicados no rosto antes de uma saída à noite (Green, 2022).

No final do século XX, surge a ideia do “gay aceito”. A já mencionada moda masculina das décadas de 1960 e 1970 que era mais livre em relação às normas de gênero, chegou ao Brasil, em especial na mídia, tendo Ney Matogrosso, Caetano Veloso e o grupo de teatro Dzi Croquettes como expoentes. Eles apresentavam uma estética andrógina para época e causaram grande impacto na cena artística brasileira, influenciando o mercado de moda no lançamento de roupas até então denominadas de unissex. No entanto, esse fenômeno não teve grande adesão do público geral, se limitando ao meio artístico e editoriais de revistas. Duas figuras surgem no cenário brasileiro nesse momento, o bofe ou “gay macho”, que apresentava uma imagem próxima à ideia de masculinidade hegemônica e, por isso, era socialmente aceito, e a “bicha”, que se apresentava a partir de uma imagem que subvertia o ideal de masculinidade e, assim, era mais discriminada (Green, 2022; Meneses et al., 2019; Trevisan, 2018).

Na década de 1970, mesmo com a presença da ditadura militar e o aumento da repressão, existiam lugares de resistência, como bares e boates que possibilitavam a expressão da sexualidade. Contudo, foi na década de 1980 que a ideia de valorização da hiper-masculinidade ganhou força pelos homossexuais. Isso se deu pelo impacto da AIDS nessa população, que trouxe a necessidade de se distanciar visualmente do estigma que cercava a doença. O homossexual bem aceito era o que conseguia ser visto como heterossexual (Meneses et al., 2019).

Meneses et al. (2019) apresentam uma “nova bicha” do século XXI que escolhe afirmar sua sexualidade e questiona e desafia os padrões heteronormativos. Conseguem utilizar o vestuário como forma de expressão e utilizam peças de roupas masculinas e femininas na construção da sua imagem. Essa construção estética se aproxima do movimento da moda agênero, que repensa as delimitações visuais do masculino e do feminino e propõe fronteiras de gênero borradas.

## Borrando o gênero

É comum que *designers* de moda masculina incorporem elementos da moda feminina em suas criações. Porém, desde a década de 1970, com influência do *glam rock* e artistas como David Bowie e Prince, o próprio conceito de masculinidade na moda foi sendo repensado e alguns termos surgiram para tentar dar conta das “novas” possibilidades de expressão de estilo. *Gender-bending*<sup>4</sup>, *genderless*<sup>5</sup> e androginia são alguns exemplos de palavras que foram e são usadas com essa finalidade (Lee et al., 2020).

O termo androginia pode ser entendido enquanto uma junção entre o masculino e o feminino. Uma pessoa andrógina seria alguém que expressa o seu gênero de forma ambígua,

<sup>4</sup> Transgressão de gênero (tradução livre pelo autor).

<sup>5</sup> Sem gênero (tradução livre pelo autor).

possuindo atributos masculinos e femininos na sua imagem. Historicamente, na moda, a androginia foi atribuída às subculturas nas décadas de 1960 e 1970, sendo descrita como uma moda de “outro mundo” que era usada por pessoas do “terceiro sexo”, que transcendiam o conceito de sexualidade e eram interpretadas quase como uma imagem de uma moda futurista de uma pessoa que possuía mais de um gênero (Lee et al., 2020).

Um dos marcos históricos para se pensar a androginia na moda foram os ternos de Yves Saint Laurent no final da década de 1960. A proposta do *designer* de criar ternos para mulheres trouxe a inclusão de peças de roupas que representavam masculinidade para o guarda-roupa feminino, se consagrando como uma moda andrógina usada por mulheres que foi atualizada nos anos 1980, por Giorgio Armani, com os *power-suits*<sup>6</sup>. É importante ressaltar que a moda andrógina para mulheres foi melhor aceita pelo *mainstream* da moda, diferentemente da moda andrógina usada por homens. O uso de vestido, decotes e salto alto por homens, por exemplo, normalmente é marginalizado e atribuído a subculturas, não sendo utilizados pelo “homem comum” (Lee et al., 2020).

Outras palavras foram utilizadas na tentativa de nomear o fenômeno em questão, incluindo termos de *nonconforming gender*<sup>7</sup>, como *gender-bender*, *genderless*, *gender-fluid* e *nongender*<sup>8</sup>. Contudo, o uso desses termos no contexto da moda deve ser feito de maneira cuidadosa, já que eles significam mais do que uma expressão de estilo ou aparência, mas fazem referência à expressão e à identidade de gênero de pessoas que se identificam com gêneros não-binários e/ou transgêneros. Dessa maneira, são termos que envolvem diversos marcadores sociais que vão além do vestuário e estética, como gestos, atitudes, discursos e comportamentos. Não é apropriado o uso desses termos para se referir a homens cis-heterossexuais que gostam de usar elementos da moda feminina na sua maneira de se vestir, para isso torna-se necessário a criação de novas terminologias (Lee et al., 2020).

O termo metrossexual, já apresentado anteriormente, foi uma das tentativas para nomear esse público no fim da década de 1990 e começo dos anos 2000. Todavia, esse não é um termo específico sobre moda, mas denota um estilo de vida cosmopolita e capitalista que tem como objetivo a manutenção de uma “boa aparência” (Lee et al., 2020).

O termo *crosssexual* surge, como uma alternativa ao metrossexual, em 2006 na Coreia, utilizado pela primeira vez pelas jornalistas Beom-Sulk Kim e Yun-Jong Kim ao se referirem a uma notável tendência da moda masculina. *Crosssexual* é uma palavra do vocabulário da língua inglesa formada pela junção das palavras *cross-fashion* e heterossexual, denominando um homem cis-heterossexual que “genuinamente gosta e seleciona elementos de design femininos e acessórios como parte dos seus códigos de moda” (p. 6). O homem *crosssexual* se identifica e é identificado enquanto homem heterossexual, e suas roupas com elementos femininos são entendidas como parte do seu estilo pessoal e gosto por moda, ou seja, uma forma de expressão (Lee et al., 2020).

<sup>6</sup> Ternos que foram tendência nos anos 1980 e que disfarçavam a silhueta feminina com o uso de uma silhueta masculina exagerada construída a partir de ombros marcados com ombreiras, lapelas largas, alfaiataria *oversized* e uso de tecidos pesados. O terno, roupa que historicamente foi atribuída aos homens e significava poder, quando usado por mulheres se tornou um símbolo de autoridade, força e igualdade.

<sup>7</sup> Não-conformidade de gênero (tradução livre do autor).

<sup>8</sup> Transgressão de gênero, sem gênero, gênero fluido e agênero (tradução livre do autor).

A moda *crosssexual* dos anos 2000 era caracterizada por uma silhueta *skinny* e alongada com o uso de roupas ajustadas ao corpo que marcavam a cintura e evidenciavam os ombros (silhueta em X). Cores como rosa e tons pastéis tornaram-se opções para as roupas, porém ainda limitadas às roupas casuais. Os ternos continuavam com cores sóbrias, frias, escuras e/ou acromáticas, e as cores se limitavam às camisas, gravatas ou pontos de cor (Lee et al., 2020).

Estudos de Park e Yim (2017) sinalizam que o uso da moda *crosssexual* sugeria que os homens adequavam alguns comportamentos à sua imagem, fazendo-os se comportarem de maneira mais romântica, sensual, elegante e delicada. Apesar disso, Lee et al. (2020) indicaram que esse resultado pode ser questionado, já que esses estudos reforçavam uma forma binária de interpretação que vinculava de maneira simplória as roupas e os acessórios a representações de gêneros.

Lee et al. (2020) afirmam que desde 2015 é perceptível uma nova mudança na moda *crosssexual* ao redor do mundo, havendo uma nova incorporação de atributos da moda feminina no guarda-roupa masculino. As autoras sugerem o termo *neo-crosssexual* para se referir a esse novo fenômeno que vem apresentando uma maior diversidade de elementos de design, abrangendo uma maior variedade de silhueta, além de ternos coloridos e estampados.

Lee et al. (2020) ao estudarem sobre o design de ternos masculinos na moda contemporânea, afirmaram que os homens que vestem paletós com *design neo-crosssexual* não buscam expressar o poder da masculinidade hegemônica que tradicionalmente foi atribuído a esse vestuário, e não se propõem a confrontar totalmente o poder dominador presente nesse sistema. Esses homens buscam apenas experienciar, de forma superficial, a moda enquanto prazer e diversão, que até então eram formas de vivenciar a moda atribuídas apenas às mulheres.

Barry (2018) em seus estudos sobre masculinidades e moda afirma que os homens podem anunciar múltiplas masculinidades através das roupas. Kaiser e Green (2016) apontam que as roupas, além de adornarem os corpos dos homens, possuem as funções de desmarcaram ou marcam esses corpos. As roupas desmarcam os corpos dos homens quando são usadas dentro de uma expectativa da masculinidade hegemônica, sendo discretas e uniformizadas, com o uso de cores escuras e ternos. Por outro lado, as roupas podem marcar os corpos dos homens quando são usadas peças que se vinculam a uma expectativa de performances de gêneros marginalizadas, sendo chamativas e expressivas, como o uso de peças coloridas e ajustadas. Além disso, há a possibilidade de as roupas re-marcarem os corpos dos homens, ao entender que as performances de gênero através do vestuário fazem parte de um processo dinâmico e que algumas peças ganham novos significados ao longo do tempo, assim como o próprio conceito de masculinidade que também se atualiza.

A maneira como os homens escolhem vestir seus corpos é versátil e fortemente influenciada pelas normas de gênero e sistemas de controle. Nesse processo, a roupa promove a transformação de um corpo em algo passível de ser reconhecido e significado pela cultura. Há uma zona de conforto quando os corpos são desmarcados, já que há uma conformidade com as normas de gênero masculino, ao mesmo tempo que pode haver zonas de perigo quando os corpos são marcados e, conseqüentemente, questionam essa norma. Sendo assim, há uma experiência de um espaço ambivalente para os homens enquanto eles se esforçam para se manterem na zona de conforto e resguardarem seus privilégios de gênero (Barry, 2018).

Barry (2018) apresenta o conceito de masculinidades híbridas como alternativa para compreender esse fenômeno. Masculinidades híbridas podem ser entendidas como uma incorporação seletiva e dinâmica de elementos atribuídos às masculinidades marginalizadas e/ou às feminilidades por homens na sua performance de gênero. A masculinidade hegemônica pode, em alguns contextos, levar as normas do patriarcado e do heterossexismo ao declínio. Contudo, alguns estudos sugerem que a masculinidade híbrida, mesmo não evidenciando o privilégio, reforça a masculinidade hegemônica (Bridges & Pascoe, 2014).

Estudos como os de McDowell (2017) e Pfaffendorf (2017) afirmam que homens com maiores privilégios sociais se apropriam com mais facilidade dos elementos das masculinidades marginalizadas e/ou das feminilidades. Homens brancos, cis-heterossexuais e de classe média encontram menos riscos ao experienciarem esses elementos. Isso acontece devido à combinação dos seus privilégios sociais de raça, gênero, classe e sexualidade. Porém, homens com menos privilégios sociais também evidenciam a masculinidade híbrida em determinados contextos para acessarem o seu privilégio de gênero (Barry, 2018).

A partir disso, nota-se que o próprio termo *neo-crosssexual* se mostra insuficiente para dar conta da totalidade dessa nova estética da moda masculina, entendendo que ele se limita aos homens heterossexuais e, de certa forma, ainda parte de uma compreensão binária do gênero. Uma nova tendência surgida no início dos anos 2020 traz à tona discussões que parecem contemplar algumas lacunas existentes até então. Segundo Githapradana (2022) *co-ed* é uma tendência apresentada por importantes marcas como Gucci, Maison Margiela e Burberry que, com a crise causada pela pandemia da Covid-19, escolheram estrategicamente reduzir a quantidade de desfiles por ano, o que fez com que as coleções masculinas e femininas fossem combinadas num único desfile. O conceito *co-ed* se mostrou mais eficiente, sustentável e ecologicamente correto.

Além do seu impacto financeiro e ecológico, o *co-ed* proporcionou que as marcas propusessem um novo conceito relacionado ao gênero das roupas. No *co-ed* as delimitações dos gêneros são nebulosas, e a proposta é de uma moda diferente daquilo que socialmente se espera das roupas masculinas e femininas separadamente. O termo *co-ed* deriva da palavra coeducacional, presente no dicionário Oxford com o significado de escola ou sistema educacional em que meninos e meninas são ensinados juntos (Githapradana, 2022).

Diferentemente das outras terminologias apresentadas anteriormente, a proposta do *co-ed* não é a inclusão de elementos de design tidos como femininos em roupas masculinas, mas a criação de peças que não se encaixem dentro de um espectro binário, deixando de lado a oposição entre as roupas masculinas e femininas. Os termos gênero fluído e não-binário por vezes são atribuídos a essa estética, o que denota o impacto que essa tendência gera nos marcadores que as roupas possuem socialmente. Em um desfile *co-ed* não existe uma atribuição das peças de roupa para cada gênero. Modelos de diversos gêneros vestem seus corpos com as roupas da coleção, sem distinção. (Githapradana, 2022). Esse movimento não se desconecta da realidade e vem acompanhado de uma tendência de mercado e de significativas transformações sociais que possuem a discussão das normas de gênero como pauta.

## Considerações Finais

O presente artigo se ocupou em apresentar a relação de homens com o vestuário e o quanto isso propõe uma reflexão acerca das masculinidades, do gênero e da sexualidade nos modos de vestir. Entendendo que moda masculina, por muito tempo, reforçou estereótipos de gênero presentes no modelo da masculinidade hegemônica, nota-se que os modos masculinos de vestir variam de acordo com a história e as normas vigentes de cada época, se transformando de acordo com as emergências sociais de cada período histórico.

Em relação à expressão da sexualidade, o vestuário também acompanhou a forma como homens gays viviam sua expressão da sexualidade em cada momento histórico. Alguns desses períodos foram marcados por uma necessidade de ocultar publicamente a sexualidade, como forma de proteção. Já em outros momentos, a necessidade era de expressar publicamente a sexualidade, em sintonia com os movimentos sociais que lutavam por visibilidade e direitos LGBTQIAP+. Em ambos os contextos, a roupa era usada como um atributo para visibilizar ou esconder a sexualidade.

Uma das formas que os homens gays comunicam a sexualidade por meio do vestuário é através de escolhas estéticas que flertam com atributos associados à moda feminina. É perceptível nesse movimento uma intersecção entre moda, gênero e sexualidade na tentativa de atualização da moda masculina através de expressões que contrapõem o binarismo de gênero, bem como o ideal de homem imposto pela masculinidade hegemônica.

Dentre os diversos esforços para nomear e caracterizar esse movimento, o *co-ed* parece ser, até o momento, o mais inclusivo no que tange as diversas expressões de gênero através da roupa, bem como das orientações sexuais, em especial as não-heterossexuais. É importante que em estudos futuros possa ser compreendido como esse movimento, que atualmente se encontra presente numa tendência de mercado, está sendo vivenciado por pessoas LGBTQIAP+ e o impacto disso na construção identitária desse grupo.

Outros aspectos também merecem atenção em pesquisas futuras como a consideração de outros marcadores sociais que possam se somar à intersecção moda, gênero e sexualidade, como por exemplo raça/etnia, territorialidade, geração e classe social. Além disso, aspectos relacionados aos modos de vestir e à vivência da sexualidade também podem ser explorados como a revelação e encobrimento da orientação sexual e a exposição e experiências de preconceito.

## Referências Bibliográficas

BARRY, Ben; MARTIN, Dylan. Gender rebels: inside the wardrobes of young gay men with subversive style. **Fashion, Style & Popular Culture**, [S.L.], v. 3, n. 2, p. 225-250, 1 mar. 2016. Intellect. [http://dx.doi.org/10.1386/fspc.3.2.225\\_1](http://dx.doi.org/10.1386/fspc.3.2.225_1). Disponível em: [https://intellectdiscover.com/content/journals/10.1386/fspc.3.2.225\\_1](https://intellectdiscover.com/content/journals/10.1386/fspc.3.2.225_1). Acesso em: 25 de abril de 2023.

BARRY, Ben. (Re)Fashioning Masculinity: social identity and context in men's hybrid masculinities through dress. **Gender & Society**, [S.L.], v. 32, n. 5, p. 638-662, 30 maio 2018. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/0891243218774495>. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/325468477\\_ReFashioning\\_Masculinity\\_Social\\_Identity\\_and\\_Context\\_in\\_Men's\\_Hybrid\\_Masculinities\\_through\\_Dress](https://www.researchgate.net/publication/325468477_ReFashioning_Masculinity_Social_Identity_and_Context_in_Men's_Hybrid_Masculinities_through_Dress). Acesso em: 25 de maio de 2023.

BRAGA, João. **História da moda**: uma narrativa. 6. ed. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2008.

BUTLER, Judith. **Gender Trouble**: Feminism and the subversion of identity. New York: Routledge, 1990.

BUTLER, Judith. Corpos que pensam: sobre os limites discursivos do sexo. In: LOURO, Guacira Lopes (org.). **O corpo educado**: pedagogias da sexualidade. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010. p. 151-172.

CLARKE, Victoria; TURNER, Kevin. V. Clothes Maketh the Queer? Dress, Appearance and the Construction of Lesbian, Gay and Bisexual Identities. **Feminism & Psychology**, [S.L.], v. 17, n. 2, p. 267-276, maio 2007. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/0959353507076561>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0959353507076561>. Acesso em: 25 de maio de 2023.

COLE, Shaun. Looking queer? Gay men's negotiations between masculinity and femininity in style and dress in the twenty-first century. **Clothing Cultures**, [S.L.], v. 2, n. 2, p. 193-208, 1 abr. 2015. Intellect. [http://dx.doi.org/10.1386/cc.2.2.193\\_1](http://dx.doi.org/10.1386/cc.2.2.193_1). Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/277252697\\_Looking\\_queer\\_Gay\\_men's\\_negotiations\\_between\\_masculinity\\_and\\_femininity\\_in\\_style\\_and\\_dress\\_in\\_the\\_twenty-first\\_century](https://www.researchgate.net/publication/277252697_Looking_queer_Gay_men's_negotiations_between_masculinity_and_femininity_in_style_and_dress_in_the_twenty-first_century). Acesso em: 20 de maio de 2023.

CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W.. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Estudos Feministas**, [S.L.], v. 21, n. 1, p. 241-282, abr. 2013. FapUNIFESP. <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-026x2013000100014>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/cPBKdXV63LVw75GrVvH39NC>. Acesso em: 18 de março de 2023.

CRANE, Diana. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. 2. ed. São Paulo: Senac, 2006.

DE LOS SANTOS RODRIGUEZ, Shay. Um breve ensaio sobre a masculinidade hegemônica. **Diversidade e Educação**, [S.L.], v. 7, n. 2, p. 278-293, 20 fev. 2020. Lepidus Tecnologia. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/divedu/article/view/9291>. Acesso em: 22 de março de 2023.

FOUCAULT, Michel. **História da sexualidade I**: a vontade de saber. 21. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

GITHAPRADANA, Dewa Made Weda. Aesthetics and Symbolic Meaning of Androgynous and CO-ED Style Trends in Men's Fashion. **Humaniora**, [S.L.], v. 13, n. 1, p. 23-32, 15 fev. 2022. Universitas Bina Nusantara. <http://dx.doi.org/10.21512/humaniora.v13i1.7378>. Disponível em: <https://journal.binus.ac.id/index.php/Humaniora/article/view/7378>. Acesso em: 15 de abril de 2023.

GREEN, James N. **Além do carnaval**: a homossexualidade masculina no Brasil do século XX. 3. ed. São Paulo: Editora Unesp, 2022.

GREEN, James N.; POLITO, Ronald. **Frescos Trópicos**: fontes sobre a homossexualidade masculina no Brasil (1870 – 1980). Rio de Janeiro: José Olympio, 2004.

GREGORY, Georgina. Masculinity, sexuality, and the visual culture of glam rock. **Culture & Communication**, [S.L.], v. 2, n. 5, p. 35-60, 2002. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/42137082.pdf>. Acesso em: 15 de abril de 2023.

JANUÁRIO, Soraya Barreto. **Masculinidades em (re)construção**: gênero, corpo e publicidade. Covilhã: Editora Labcom.lfp, 2016.

KAISER, S B; GREEN, D N. Mixing qualitative and quantitative methods in fashion studies: philosophical underpinnings and multiple masculinities. In: JENSS, H (ed.). **Fashion studies**: research methods, sites, and practices. [S.L.]: Bloomsbury, 2016. p. 160-180.

KAWAMURA, Y. **Fashion-ology**: an introduction to fashion studies. 2. ed. Londres: Bloomsbury Academic, 2018.

KUTULAS, Judy. Dedicated followers of fashion: peacock fashion and the roots of the new american man, 1960 – 70. **The Sixties**, [S.L.], v. 5, n. 2, p. 167-184, dez. 2012. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/17541328.2012.721586>. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/17541328.2012.721586?tab=permissions&scroll=top>. Acesso em: 14 de abril de 2023.

LEE, Hoe Ryung; KIM, Jongsun; HA, Jisoo. 'Neo-Crosssexual' fashion in contemporary men's suits. **Fashion And Textiles**, [S.L.], v. 7, n. 1, p. 1-28, 6 jan. 2020. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1186/s40691-019-0192-2>. Disponível em: <https://fashionandtextiles.springeropen.com/articles/10.1186/s40691-019-0192-2>. Acesso em 16 de abril de 2023.

MARQUES FILHO, A. Moda, Gênero, Identidade e Aparência Masculina nos Modos de Vestir Contemporâneo. In: MENDES, F D (org.). **A moda e suas interfaces: pesquisa, história, comunicação, gestão e tecnologia**. São Paulo: Each/Usp, 2017. p. 119-128.

MCDOWELL, Amy D.. Aggressive And Loving Men. **Gender & Society**, [S.L.], v. 31, n. 2, p. 223-244, 16 mar. 2017. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/0891243217694824>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0891243217694824>. Acesso em 22 de março de 2023.

MENESES, E. S.; JAYO, M.; VICENTINI, C. R. G. Entre demonstrar e dissimular: notas sobre o papel do vestuário na expressão de homossexualidades masculinas na história do Brasil. **Revista Caribeña de Ciencias Sociales**, [S. L.], 2019. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9151213.pdf>. Acesso em 22 de março de 2023.

MOTTA, E. **Alfaiatarias: radiografia de um ofício incomparável**. Fortaleza: Senac Ceará, 2016.

PARK, S; YIM, E. Analysis of crosssexual in design of Hedi Slimane. **Journal Of The Korean Society Of Design Culture**, [S.L.], v. 23, n. 3, p. 333-351, 2017. Disponível em: <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA610705382&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=21980802&p=AONE&sw=w&userGroupName=anon%7Ea17ab627&aty=open-web-entry>. Acesso em: 15 de abril de 2023.

PFAFFENDORF, Jessica. Sensitive Cowboys: Privileged Young Men and the Mobilization of Hybrid Masculinities in a Therapeutic Boarding School. **Gender & Society**, [S.L.], v. 31, n. 2, p. 197-222, 16 mar. 2017. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/0891243217694823>. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0891243217694823>. Acesso em 10 de abril de 2023.

PORTINARI, D. B.; COUTINHO, F. R.; DE OLIVEIRA, J. M. da S. Moda agênero: uma proposta de moda que desconstrói as fronteiras de gênero?. **dObra[s] – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda**, [S. l.], v. 11, n. 23, p. 140–156, 2018. DOI: 10.26563/dobras.v11i23.715. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/715>. Acesso em: 20 de março de 2023.

PRADO, Luis Andre do; BRAGA, João. **História da moda no Brasil: das influências às autorreferências**. Barueri: Disal, 2011.

QUEIROZ, M. **Homens e moda no século XXI**. Rio de Janeiro: Senac Rio, 2019.

STINES, Steven. Cloning fashion: uniform gay images in male apparel. **Critical Studies In Men'S Fashion**, [S.L.], v. 4, n. 2, p. 129-151, 1 set. 2017. Intellect. [http://dx.doi.org/10.1386/csmf.4.2.129\\_1](http://dx.doi.org/10.1386/csmf.4.2.129_1). Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/319425893\\_Cloning\\_fashion\\_Uniform\\_gay\\_images\\_in\\_male\\_apparel](https://www.researchgate.net/publication/319425893_Cloning_fashion_Uniform_gay_images_in_male_apparel). Acesso em: 20 de março de 2023.

TREVISAN, João Silvério. **Devassos no paraíso**: a homossexualidade no brasil, da colônia à atualidade. 6. ed. Rio de Janeiro: Objetiva, 2018.

VAINFAS, Ronaldo. **Trópico dos pecados**: moral, sexualidade e Inquisição no Brasil. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2010.

ZAMBRINI, Laura. Modos de vestir e identidades de gênero: reflexiones sobre las marcas culturales sobre el cuerpo. **Revista de Estudios de Género Nomadías**, S. L., n. 11, 2010. Disponível em: <https://nomadias.uchile.cl/index.php/NO/article/view/15158>. Acesso em: 20 de março de 2023.

ZAMBRINI, Laura. Olhares sobre moda e design a partir de uma perspectiva de gênero. **dObras** – revista da Associação Brasileira de Estudos de Pesquisas em Moda, [S. l.], v. 9, n. 19, p. 53–61, 2016. DOI: 10.26563/dobras.v9i19.452. Disponível em: <https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/452>. Acesso em: 20 de março de 2023.

## Agradecimentos

À Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap), órgão que financiou este trabalho.

Revisor(a) do texto: Onias Lopes, revisor e especialista em tradução.  
E-mail: [lopes.onias@gmail.com](mailto:lopes.onias@gmail.com).