

SAIA DO ARMÁRIO, HOMEM! ESTUDO SOBRE O USO DE SAIA MASCULINA

Get out of the closet, man! A study about the men's skirt

MACHADO, Ana G. S.; Pós-graduanda; UNESP, nanasoma85@gmail.com¹
MOURA, Mônica; Doutora; UNESP, monicamoura.design@gmail.com²

Resumo

Esse artigo apresenta um estudo sobre o uso de saia pelos homens na contemporaneidade. Desse modo, foram realizadas uma pesquisa bibliográfica da relação gênero e moda e uma pesquisa de campo com um questionário ao público-alvo. Nota-se que há uma mudança social em curso, não apenas no quesito vestuário, e que existe uma oportunidade para o campo do design de moda.

Palavras chave: moda; homem; saia.

Abstract:

This article presents a study on the use of skirts by men in contemporary times. For its theoretical background, a bibliographical research of the gender and fashion relationship and a field survey with a questionnaire to the target public were carried out. It should be noted that there is social change in progress, not only in the clothing category, and there is an opportunity for the field of fashion design.

Keywords: fashion; man; skirt.

Introdução

Muitos aspectos e mudanças marcam a contemporaneidade e como o ser humano é o centro e o foco dos campos do design e da moda, é importante estudar e investigar como essas mudanças e a adoção de novos comportamentos, estilos de vida, construção de identidades são exploradas pelos sujeitos contemporâneos. Estas questões constituem o eixo central desta pesquisa e partiu da indagação a respeito da relação entre gênero e moda no seu processo histórico de construção sociocultural.

Desta forma este artigo apresenta um breve levantamento histórico a respeito do tema, a discussão com o referencial teórico adotado, a aplicação de

¹ Membro do Grupo de Pesquisa em Design Contemporâneo –FAAC/UNESP, Bacharel em Desenho Industrial – Projeto de Produto.

² Doutora em Comunicação e Semiótica (PUC-SP) com estudos de Pós-Doutoramento (PUC-Rio) a respeito do Design Contemporâneo, Pesquisadora, Professora e Designer. Investiga as inter-relações entre design, moda, arte, artesanato e as contemporaneidades. Atua na UNESP no Departamento e no PPG em Design.

questionários tendo como universo de pesquisa 80 sujeitos e aponta os acertos, dúvidas e erros gerados na aplicação dos questionários e, por fim, desenvolve uma análise por meio do cruzamento das questões teóricas estudadas e dos dados obtidos nas respostas.

A metodologia utilizada tem abordagem quantitativa que foi desenvolvida a partir da aplicação das seguintes etapas - a revisão de literatura com referencial teórico a respeito das questões relacionadas ao gênero na moda e na constituição das identidades; pesquisa de campo com aplicação de questionário com perguntas abertas e fechadas direcionada ao público foco da pesquisa – homens; e a análise dos dados obtidos que foram relacionados aos estudos desenvolvidos a partir da literatura específica e os autores selecionados para esta investigação.

2. Moda e gênero

Associar a saia como uma peça de vestuário exclusivamente feminina já é passado. Os desfiles nacionais e internacionais dos últimos anos, as fotos de celebridades como Jaden Smith, Bruno Gagliasso, Marc Jacobs, entre outros, os editoriais de moda, as postagens em grupos fechados no *Facebook* e em outras redes sociais, como o *Pinterest*: as saias estão sendo utilizadas pelos homens. Se for tendência passageira ou se “veio para ficar”, essa não é uma questão para ser respondida neste artigo, mas pretendemos aqui discutir a relação gênero e moda na contemporaneidade.

Ao relacionar o caráter cultural do sistema de gênero masculino-feminino com sua expressão no vestuário, espera-se entender como uma peça de vestuário, a saia, foi socialmente construída como uma vestimenta associada ao feminino nas sociedades contemporâneas ocidentais.

Vamos começar com uma pergunta básica: roupa tem gênero?

Antes de responder essa pergunta, deve-se conceituar o que é gênero. De forma simplificada, gênero é a construção cultural das diferenças sexuais entre homens e mulheres. Antes essas distinções eram atribuídas à biologia, porém os estudos feministas, a partir da década de 1960, atribuem o conceito de gênero no âmbito do caráter sociocultural.

Judith Butler (2003), em seu estudo sobre gênero, transcende a crítica sobre as relações binárias, questionando esta ação cultural refletida na construção do gênero, o que ela afirma ser a heterossexualidade compulsória, e confronta as identidades como fixas.

(...) Se o gênero são os significados culturais assumidos pelo corpo sexuado, não se pode dizer que ele decorra de um sexo desta ou daquela maneira. Levada a seu limite lógico, a distinção sexo/gênero sugere uma descontinuidade radical entre corpos sexuados e gêneros culturalmente construídos. Supondo por um momento a estabilidade do sexo binário, não decorre daí que a construção de “homens” se aplique exclusivamente a corpos masculinos, ou que o termo “mulheres” interprete somente corpos femininos. (BUTLER, 2003, p.24)

Com essa frase, a autora aponta para o seguinte fato: nascer em corpos masculinos ou femininos, não implica em que o sujeito tornar-se-á homem ou mulher, respectivamente. Essa interpretação deixa aberta não só a compreensão da transgeneridade como da fluidez de gêneros tão presente e discutida nos dias atuais.

Em crítica ao sistema binário regulado pela heterossexualidade compulsória, que conforma o gênero em um regime de disciplina perante a sociedade, em uma caixa reguladora onde o homem / a mulher deve ser masculino / feminina, cis, heterossexual, entre outras características consideradas “inteligíveis”, isto é, quando o sexo, gênero, prática sexual e desejo estão em conformidade com a norma, apenas para garantir a sua plena participação sociocultural, Butler afirma que o gênero é performático.

Nas palavras dela:

(...) o gênero não é um substantivo, mas tampouco é um conjunto de atributos flutuantes, pois vimos que seu efeito substantivo é *performativamente* produzido e imposto pelas práticas reguladoras da coerência do gênero. Conseqüentemente, o gênero mostra ser *performativo* no interior do discurso herdado da metafísica da substância – isto é, constituinte da identidade que supostamente é (...) não há identidade de gênero por trás das expressões do gênero; essa identidade é *performativamente* constituída, pelas próprias “expressões” tidas como seus resultados. (BUTLER, 2003, p.48)

Para além das implicações do conceito de gênero proposto por Butler, o que fica claro é a existência da heteronormatividade como um sistema regulador e normativo na construção dos gêneros. Em outras palavras, é a partir dela e por meio dela que os homens e as mulheres exercem papéis e se comportem de formas diferentes. Como essa é uma construção sociocultural e histórica, a ideia de gênero está ligada diretamente à moda.

Ao longo do tempo e de acordo com a época, cada gênero exerce diferentes papéis e o vestuário, como bem definiu Lipovetsky (1989, p.12), o objeto arquetípico da moda, acompanha essas modificações.

Lurie (1997) escreve que um propósito básico do vestuário é distinguir os homens das mulheres e que ainda hoje, a maioria das roupas é reconhecida como masculinas ou femininas. Ela exemplifica que tal distinção é iniciada logo na tenra infância, com o uso da cor rosa para meninas e azul para meninos. Ela continua que os corpos dos bebês e das crianças por serem muito semelhantes, as suas roupas são muitas vezes idênticas quanto ao feitiço e tecido, mas são os elementos decorativos, gráficos e cor que os diferenciam. Já na adolescência, o que se veste já adquire os indicadores tradicionalmente reconhecidos como feminino e masculino.

Em uma breve retrospectiva histórica, a autora escreve que “o vestuário masculino sempre foi desenhado para sugerir o domínio físico e/ou social”, enquanto “o vestuário feminino, durante a maior parte da história europeia moderna, foi desenhado para sugerir a maternidade”. Por isso, as roupas dos homens possuem um aspecto mais retangular e as das mulheres, formas arredondadas, sendo um claro indicador das diferenças (LURIE, 1997, p.228).

Hans Waechter, em sua palestra no 12º Colóquio de Moda-2016, vai além da cor, das formas, das texturas, das tipografias e das imagens, isto é, dessas linguagens visuais como os elementos diferenciadores dos gêneros que a informação de moda produz, reproduz e veicula para a sociedade, e mostra que essas diferenças também são construídas dentro do próprio processo produtivo (a definição do público-alvo, a produção, a criação, o desenvolvimento do produto, a embalagem) do design e da informação de moda que irão reforçar os padrões de gêneros. Tal processo, é importante lembrar, apenas responde à lógica de um fazer contemporâneo que, por sua

vez, pertence a esse sistema normativo e regulador, a saber, a heterossexualidade compulsória.

Conforme foi apontado anteriormente, a relação entre moda, vestuário e gênero ocorre ao longo do tempo histórico da humanidade. Isto é, e segundo Braga (2005), desde a Antiguidade existe a diferenciação dos gêneros, sendo posteriormente reforçada ou enfraquecida em outros momentos da história.

Lurie (1997, p.234) também afirma que em períodos altamente patriarcais, “os trajes masculinos e femininos tendem a ser claramente diferenciados, e quem adota em público a roupa do sexo oposto provavelmente será considerado revoltante e, até mesmo, repugnante”. Um exemplo é o uso de calça pelas mulheres, peça de roupa que foi historicamente associada ao masculino até o início do século XX e a adoção desta peça de vestuário pelas mulheres rompeu com uma série de estigmas e preconceitos, bem como registrou uma mudança social com relação aos novos postos de trabalho feminino e, também, a conquista de liberdade, autonomia e independência da mulher. Hoje em dia, o movimento é contrário: os homens que querem romper com os padrões impostos e reivindicar o uso da saia, vestimenta atualmente, na nossa sociedade e na história, considerada feminina.

No entanto, há registros históricos do uso da saia pelos homens desde a Antiguidade. Até a Idade Média, homens e mulheres usaram túnicas e saias; a diferença estava nos drapejados, na Grécia, e no comprimento, longo para as mulheres, e ocasionalmente longo e usualmente curto para os homens (BRAGA, 2005).

Uma maior diferenciação entre as roupas femininas e masculinas ocorreu somente no final da Idade Média, com o surgimento da moda, “que distingue com clareza o sexo de quem a veste: curto e apertado para o homem; longo e aderente ao corpo para a mulher” (CALANCA, 2008, p.51).

Ou como também aponta Montenegro,

[...] a diferenciação entre a indumentária masculina e feminina não era prioridade até a Idade Medieval. Dos egípcios aos gregos, ela não sofria grandes alterações quanto ao sexo. Foi do início da Idade Média até o seu final, que podemos perceber diferenciações entre os trajes dos homens e os trajes das mulheres. Desde então, a

sociedade continuou incrementando tais formas de distinção até chegarmos ao que hoje consideramos roupa feminina e roupa masculina. (MONTENEGRO, 2010, p.1)

Do período Medieval até a Revolução Francesa, podemos simplificar que os trajes masculinos eram mais ornamentados e enfeitados que as vestimentas femininas, com o uso de rendas, bordados, saltos, perucas, túnicas, saias, calças justas, laços, cores vivas, que são elementos ainda considerados femininos.

Com o deflagrar da Revolução Francesa, as distinções entre o feminino e o masculino ficaram mais complexas, pois segundo o historiador Thomas Laqueur (2001) *apud* Oliveira (2013), surge nessa época (século XVIII) o conceito das diferenciações das genitálias masculinas e femininas, isto é, conclui-se que não se trata do mesmo órgão, como se pensava desde a Idade Média até então, cuja noção era a do 'sexo único' (externa para os homens e interna para as mulheres) e, por isso, o gênero era uma questão de status. A partir dessa descoberta, o modelo de gênero se modifica e adquire, hoje, a antiga noção que explica as diferenças dos papéis de gênero baseada na biologia. Isto resulta na atribuição das tarefas públicas, o trabalho fora de casa aos homens e às mulheres, as ocupações privadas, no cuidar do lar e da família.

A moda, por sua vez, ao refletir essa mudança de pensamento em relação ao gênero, cumpriu o seu papel de evidenciar essas diferenças. O resultado foi a crescente diferenciação do vestuário para homens, mais restrito, e para mulheres, mais abundante (MIRON, 2006). Nessa transferência de códigos de vestimenta, as roupas das mulheres se tornaram mais ornamentadas e enfeitadas, e o princípio da sedução também passou a elas.

A roupa, assim, a partir do século XIX que coincide com o início do sistema capitalista em escala industrial, se torna discreta para os homens: segundo Laver (1989), a cor desaparece e se torna mais neutra com o preto e azul-escuro, a cartola é adotada, assim como as calças estilo pantalone, sobretudos, casacos, coletes, luvas, chapéus, lenços e gravatas, isto é, uma roupa considerada distinta, não mais extravagante. Surge o dândi, a imagem

do homem dessa época, símbolo de estilo e sofisticação com a sua discrição, preocupação estética e impecável sobriedade no seu vestir.

Thorpe (2017), em seu artigo, sustenta outro fator no modo como as saias se tornaram cada vez menos aceitas como trajes masculinos. Até o século XIX, as crianças eram vestidas com túnicas e saias, independentemente do seu gênero. A partir desse mesmo século, o ato de vestir as calças, além de se tornar um item comum na moda masculina, começou a ser praticado também nos meninos entre 4 e 7 anos. E essa ação ocorreu devido aos novos conceitos da época sobre a masculinidade, ou do que é feito um homem.

Pode-se dizer que a moda masculina a partir desse momento não iria sofrer grandes alterações até por volta da década de 1960, quando os jovens da época realizaram outra importante mudança sociocultural. Já a moda feminina foi marcada por várias modificações, algumas bem significativas, como a apropriação de uma peça dita masculina: a calça, cuja maior propagadora foi Coco Chanel.

A revolução dos costumes promovida pelos jovens da década de 1960 com o movimento hippie e a antimoda, a busca por um estilo pessoal se iniciou, assim como houve uma aproximação nas vestimentas que os homens e as mulheres utilizavam: a moda unissex e andrógina começou a ser valorizada.

Na contemporaneidade, muitos homens e mulheres querem ou buscam se expressar por meio de um estilo único, independentemente se as roupas foram criadas para um gênero específico. Como Lurie (1997, p.237) afirma, “a fulminação de críticas contemporâneas contra mulheres masculinas e homens femininos hoje soam exageradas”.

No entanto, apesar do absurdo dessas críticas, elas são recorrentes, pois o sistema heteronormativo ainda é fortemente presente na atualidade, fazendo com que homens e mulheres fiquem presos aos seus padrões. Em relação aos homens, a imagem de ser viril, forte e “macho”, sem a preocupação do que foi convencionado “feminino”, como por exemplo, o interesse por moda e beleza, ainda permeia entre eles quase como uma regra.

Esse novo olhar para o homem contemporâneo, essa nova abertura para a quebra dessa rigidez dos códigos de gênero está sendo promovida, desde os anos 2000, “por grupos minoritários, principalmente pelos gays,

ganhando apoio de diversos formadores de opinião não-gays inconformados com os tabus estéticos impostos aos homens na cultura ocidental” (HALFELD, 2013).

Isto quer dizer, como Queiroz (2009) aponta:

Certamente a moda masculina ainda estará limitada a conceitos muito fortes que derrubam possibilidades de reinventar completamente as formas e os volumes das roupas masculinas, como o uso de saia. Mas podemos concluir que haverá cada vez mais dificuldade em estabelecer nichos ou querer que eles sejam fechados. (QUEIROZ, 2009, pág. 147)

E aqui, entra novamente em cena a saia, essa peça do vestuário dita como feminina, que está sendo, a cada vez mais, adotada pelos homens, apesar da repressão e olhares curiosos de outras pessoas que o seu uso, por ainda ser tabu, pode causar. Para entender melhor a adoção e a utilização da saia pelo público masculino, um questionário foi aplicado, cuja análise será realizada no próximo tópico.

3. Análise da pesquisa

Para melhor compreender o uso de saia pelos homens, uma pesquisa foi realizada via ferramenta do *Google* chamada “Formulário *Google*” e divulgada na rede social “*Facebook*” – tanto na linha do tempo da autora, no modo “público”, quanto em dois grupos, a saber, “Homens de Saia” e “Moda masculina”.

Com um total de 15 perguntas (onze perguntas fechadas obrigatórias e quatro perguntas fechadas não obrigatórias), o questionário contou com 80 participantes que definiram o universo da pesquisa. Este número foi um pouco aquém do esperado, mas as autoras consideram-no o suficiente para uma análise pertinente.

A primeira pergunta, referente à sexualidade do homem, 48,8% (39, em números absolutos) responderam que são homossexuais, 43,8% (35), heterossexuais, 6,3% (5), bissexuais e, 1,2% (1) respondeu da seguinte maneira: “prefiro me definir como alguém que (é) livre em busca pelo prazer”.

Quanto à identidade de gênero, 90,1% (72) responderam que são cisgênero (pessoa que se identifica com o gênero determinado em seu nascimento), 3,7% (3) se consideram não binário, 1,2% (1), transgênero e, 1,2%, drag queen. Além disso, houve três respostas no item “outro” onde uma das respostas pode ser considerada como pertencente à identidade de gênero “cis”, a outra resposta poderia ser classificada como “queer” ou “gênero fluido” e a última resposta contém a impossibilidade de qualquer classificação.

A terceira pergunta é sobre a idade onde 61,3% (49) responderam ter entre 25 e 35 anos, 18,8% (15), entre 18 e 24 anos, 15% (12), entre 36 e 45 anos, 2,5% (2), entre 46 e 60 anos e, 2,5% (2), mais de 61 anos. Não houve nenhuma resposta no grupo mais jovem (menores de 17 anos).

As respostas da pergunta seguinte foram: 62,5% (50) responderam que já tinham usado saia ao menos uma vez na vida, enquanto que 37,5% (30), não. Em seguida, foi feita uma pergunta com caráter qualitativo onde apenas as pessoas que tinham respondido ‘não’ na pergunta anterior poderiam escrever as razões por nunca terem usado uma saia. Em ordem decrescente, os motivos podem ser resumidos em seis pontos: o medo do julgamento moral e social, a razão mercadológica, isto é, a inexistência dessa peça de roupa seja de forma adequada ao corpo do homem no mercado ou a sua própria ausência no mercado, a falta de vontade, o sentimento de desconforto no uso dessa peça, a falta de oportunidade e, por fim, o fato da saia ser uma peça feminina.

A próxima pergunta, também aberta, obteve 33 respostas. Tal pergunta solicitou aos respondentes a escreverem sobre se eles considerariam usar essa peça de roupa algum dia e em qual situação ou evento, além de explicar a razão. Dentre os homens que nunca usaram uma saia antes na vida, 24 declararam que sim, usaria essa peça de roupa, 5, não e, 1 escreveu que nunca pensou a respeito. As respostas positivas foram diversas: desde quanto ao tipo de saia que usariam (o kilt, por exemplo) aos valores atribuídos ao seu uso como ela ser uma peça confortável ou bonita. Também apontaram a questão mercadológica, o seu uso em qualquer lugar ou momento e até o desejo de usar esse objeto do vestuário em um momento futuro, quando o uso da saia masculina fosse amplamente aceito socialmente. Outros usos da saia foram atribuídos a apenas em ambientes receptivos, em eventos sociais

fechados, em festa e/ou reuniões com amigos e família e em ocasiões temáticas e/ou de protesto. Para finalizar essa parte, um participante expressou onde não usaria essa peça de roupa, por exemplo, no trabalho.

Em relação à pergunta seguinte sobre a frequência do uso da saia, as respostas foram: 36,3% (29, em números absolutos) assinalaram “nunca usei”, 28,7% (23), “foi apenas uma e outra vez”, 13,8% (11), “raramente”, 10% (8), “às vezes”, 7,5% (6), “frequentemente”, e 3,7% (3), “sempre”.

Na questão sobre quais seriam as ocasiões/situações o sujeito já usou / usa a saia, as porcentagens são: 36,3% (29) assinalaram que já usou/usa a saia em eventos noturnos sociais (bares, restaurantes, shows, etc.), 36,3% (29), em festas de faculdade, Carnaval (pela “zoeira”), 36,3% (29), na presença dos amigos, 35,1% (28), não usa saia, 31,3% (25), em lugares públicos (ruas, praças, parques, etc.), 21,3% (17), no dia a dia (trabalho, faculdade, supermercado, etc.), 15% (12), na presença da família, e oito pessoas responderam “outros” com respostas que variou entre “viagem”, “com a namorada”, “em relações afetivas fetichistas”, “no Carnaval, mas não pela zoeira”, um italiano respondeu “*per promozione*” (traduzindo, “para a promoção”) o que pode indicar que usa saia no sentido de promover essa peça para a venda ou promoção pessoal (de imagem), e outro escreveu que usa saia desde os doze anos de idade.

Já na questão sobre as ocasiões/situações que o sujeito *jamais* usaria a saia, 37,6% (30) assinalaram “nenhuma das opções acima”, isto é, usaria a saia independentemente de alguma situação, 25% (20), “não usa saia”, 20% (16) jamais usaria a saia no dia a dia (trabalho, faculdade, supermercado, etc.), 20% (16), na presença da família, 12,5% (10), em lugares públicos (ruas, praças, parques, etc.), 11,3% (9), em eventos noturnos sociais (bares, restaurantes, shows, etc.), 6,3% (5), em festas de faculdade, Carnaval (pela “zoeira”), 2,5% (2), na presença dos amigos, e onze pessoas assinalaram “outros”, sendo que quatro jamais usariam saia em locais religiosos, uma, em velório, uma, em locais e/ou situações de perigo, e três, em apenas ocasiões relacionadas ao trabalho.

Entre as razões que levaram/levam os homens a usarem a saia, 46,3% (37) responderam “estilo”, 42,5% (34), “diversão”, 40% (32), “conforto”, 35%

(28), “desafiar valores sociais”, 32,5% (26), “curiosidade”, 30% (24), “praticidade”, 28,7% (23), “não uso saia”, e 3,9% (3), “outros” com as seguintes respostas: “acho *glam*” (que poderia ser categorizada em “estilo”), “só no carnaval” (que poderia ser categorizada em “diversão”) e “vontade”.

Para a próxima questão, foi solicitado aos homens escreverem se eles já tinham sofrido algum tipo de violência ao usar saia. Obtivemos 37 respostas e os relatos foram agrupados em alguns tipos de violência: homofobia, agressão verbal (desde risadas e piadas até comentários ofensivos e de ridicularizar o sujeito), assédio sexual e violência física, além de buzinas, assobios e olhares maldosos. Alguns relataram que não se incomodaram com o preconceito, um escreveu que a violência sofrida não era exclusivamente associada ao uso de saia e 19 disseram que não sofreram qualquer tipo de violência.

Em relação ao tipo de saia que já usaram / costumam utilizar, 37,5% (30) assinalaram a opção “básica (sem adereços)”, 35% (28), “longa”, 33,8% (27), “lisa (sem estampa)”, 30% (24), “com cores básicas (preto, branco, cinza, bege)”, 26,3% (21), “curta (acima dos joelhos)”, 25% (20), “comprimento no joelho”, 25% (20), “kilt (modelo escocês, estampa em xadrez)”, 20% (16), “colorida”, 18,8% (15), “estampada”, 10% (8), “elaborada (com adereços)”, e 2,6% (2), “outros” onde escreveram: “confeccionaria uma” e “sarongue”. Além dessas respostas, há os 35% (28) que assinalaram “nunca usei saia”.

A próxima questão é sobre a faixa de preço que os homens costumam pagar por uma saia. São as respostas: 40% (32) assinalaram que usa saia, mas nunca comprou uma, 10% (8) pagam entre R\$51 e R\$100, 6,3% (5), acima de R\$301, 3,7% (3), entre R\$101 e R\$200, 2,5% (2), até R\$50, e nenhum respondeu entre R\$201 e R\$300. Também houve a resposta dos 37,5% (30) que nunca usaram uma saia.

Os resultados da próxima questão sobre os lugares onde os homens costumam comprar saias são: 37,5% (30) assinalaram que usa saia, mas nunca comprou uma, 37,5% (30) nunca usaram uma saia, 21,3% (17) disseram comprar saia em brechós, 11,4% (9), nas lojas populares/*fast fashions* (Riachuelo, Renner, C&A, Zara, H&M, etc.), 8,8% (7), com estilistas brasileiros, 3,8% (3), com estilistas internacionais, 2,5% (2), em lojas de marcas internacionais (Calvin Klein, Gucci, etc.), 1,3% (1), em lojas de marcas

nacionais (Ellus, Reserva, etc.), e 7,8% (6) responderam “outros” onde uma pessoa escreveu que compra pela internet e as outras respostas variaram entre “pegar emprestado”, “eu faço” e “encomendei para um costureiro”.

E finalmente a última pergunta, de caráter qualitativo, obteve 30 respostas. Essa questão fez parte da quarta seção, onde estava escrito que era para responder *apenas quem usa saia, mas nunca comprou uma*, e a questão solicitava a eles compartilharem a sua experiência sobre tal fato, por exemplo, se usa saia emprestada ou se cria e costura. A maioria (15) respondeu que emprestou a saia (seja de amigas, família ou esposa / namorada), 5 deles criam e costuram as suas próprias saias e 4 a ganharam.

Cruzando os dados do uso ou não uso de saia pelos homens em relação a sua sexualidade, concluiu-se que ela é equivalente, ou seja, não importa o grupo que um sujeito pertence, o uso ou o não uso da saia não quer dizer que ele faz parte de determinado grupo. Pode-se dizer o mesmo em relação à identidade de gênero, embora a amostra contasse com pouca representatividade das outras identidades, o que impede de inferir sobre essa questão com precisão.

Para finalizar a análise, pode-se dizer que os homens (e aqui, não importa a sua sexualidade ou identidade de gênero) estão usando a saia, uma peça de roupa que foi construída historicamente como pertencente ao armário feminino, e dentre os que nunca usaram uma saia, existe o desejo pelo seu uso, porém há o receio do julgamento e do preconceito social, assim como a oferta desse produto no mercado de moda masculina é praticamente inexistente em opções e quantidade. Percebeu-se também que a frequência do uso de saia, embora seja maior no grupo “uma vez e outra” e “raramente”, ao somar as frequências de maior uso, elas podem apontar para uma oportunidade de crescimento conforme as barreiras quanto ao uso de saia pelo homem caírem.

A preferência por usar a saia em festas de faculdade, Carnaval (pela “zoeira”) pode ser explicada pelo preconceito e pela não aceitação social do seu uso pelo homem e ela não é culturalmente e comercialmente positiva quando se pensa nessa peça de roupa no cotidiano dos homens. Por outro lado, o seu uso no dia a dia pode se iniciar pela brincadeira, como forma de

quebrar barreiras culturais. A preferência do uso da saia também é alta entre amigos e em eventos noturnos, isto é, entre pessoas e ambientes que eles se sentem mais confortáveis. A questão do uso da saia em lugares públicos chama atenção, pois ela aparece com uma porcentagem de uso relativamente alta e de rejeição relativamente baixa. Já em relação ao uso da saia no cotidiano e com a família, percebeu-se que as suas porcentagens de uso estão na média (no entanto, em relação às outras opções, elas são as mais baixas) e de rejeição são as mais altas (quando comparadas com as alternativas). Aponta-se, aqui, que família, situações do cotidiano e lugares públicos foram os locais e as pessoas mais denunciados nos relatos das violências sofridas pelos respondentes por usarem saia.

O fato de “estilo” e “conforto” serem os mais apontados como as razões do uso da saia é positivo, pois são características específicas dessa peça de vestuário, já que “diversão”, “curiosidade” e “desafiar valores”, que também apresentaram porcentagens altas, são aspectos mais subjetivos e sociais.

Nota-se a preferência por saia básica, longa, lisa e com cores neutras, assim como uma leve propensão aos *kilts* e de comprimento no joelho. Esses são dados importantes para os designers levarem em consideração na hora da criação e confecção dessa vestimenta.

Percebe-se a falta dessa peça de vestuário como produto no mercado quando 40% respondem que “usa saia, mas nunca comprou”, o local com a maior porcentagem de compra é o brechó, e as saias que esses homens usam foram emprestadas ou ganharam ou eles mesmos criam e costuram.

Conclui-se, portanto, que os homens estão usando a saia, ou pelo menos existe esse desejo, e que há uma lacuna mercadológica a ser explorada e preenchida.

4. Considerações Finais

Procurou-se neste artigo, compreender como a saia, essa peça de vestuário, tornou-se associada ao feminino pelo processo de construção sociocultural e histórico e as razões que levam os homens, na contemporaneidade, a começarem a ampliar as suas opções em seus armários, adotando, inclusive, a saia como objeto de uso. Aliando a teoria com

os resultados da pesquisa, conclui-se que há uma concordância no ponto do desejo do uso de saia pelos homens, porém esse ainda é um assunto a ser discutido socialmente, uma vez que ele é tabu e, portanto, existe o receio do preconceito, do julgamento e até de agressões.

Quanto ao questionário, destaca-se novamente a necessidade da exploração desse nicho de mercado (da saia masculina), pois não foi encontrada nenhuma literatura sobre esse fato que aponta para tantas possibilidades tanto de ordem acadêmica quanto mercadológica. Também é importante sinalizar alguns desvios de respostas devido a muitas opções de alternativas e/ou a falta de clareza na pergunta e/ou ao não entendimento por parte do público que respondeu a pesquisa. O exemplo disso é uma porcentagem referente a uma pergunta e que na outra questão, tal porcentagem deveria ser a mesma, pois se tratava do mesmo público (que jamais usou saia). No entanto, acreditamos que isso não interferiu na conclusão geral e final da pesquisa.

O que podemos apontar como um dos resultados mais evidentes é que na contemporaneidade a discussão e a ação relacionada a maior liberdade ou a ruptura de barreiras entre gêneros, identidades e sexualidade são questões presentes e apontam uma mudança política e social, que tem início nestas últimas décadas, mas que podem vir a influenciar e a constituir as novas gerações com a fluidez e o ampliação do conceito de orientação sexual, de identidade e de ação não apenas com o guarda roupa adotado, mas com todas as atitudes da vida, constituindo, desta forma, novos sujeitos.

Por fim, esperamos ter contribuído com os estudos de moda e gênero, no que tange especificamente a quebra de padrões vigentes, no caso do público masculino, e que novas abordagens acadêmicas, como uma pesquisa dessa ordem mais ampliada, melhor estruturada e com um alcance numérico maior ou um estudo mercadológico de saia masculina, possam ser realizadas.

Referências Bibliográficas

BRAGA, João. **História da moda**: uma narrativa. 4. ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2005.

- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- CALANCA, Daniela. **História social da moda**. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.
- HALFELD, Rochester. **Homens de saia**: a masculinidade além da linha de gancho. 2013. 168 f. TCC (Graduação) - Curso de Design de Moda, Senai/cetiqt, Rio de Janeiro, 2013.
- LAYER, James. **A roupa e a moda**: uma história concisa. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009
- LURIE, Alison. **A Linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- MACHADO, Ana Gabriela Sotero. **Saia do armário, homens**. 2013. Disponível em: <<http://modaparahomens.com.br/saia-do-armario-homens/>>. Acesso em: 06 jun. 2017.
- MONTENEGRO, Davi S. A Construção de Gênero pela Indumentária: as roupas e os travestis. In: COLÓQUIO DE MODA, 6., 2010, São Paulo. **Anais**. São Paulo: 2010. Disponível em: <http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/6-Coloquio-de-Moda_2010/71473_Construcao_de_Genero_pela_Indumentaria_-_as_roupas_e_o.pdf>. Acesso em: 10 julho 2016.
- MIRON, Andréia da Silva. **Dândi**: imagem e construção do estilo masculino século XIX-XX. 2006. 178 f. Dissertação (Mestrado) - PPG Educação, Arte e História da Cultura, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2006.
- OLIVEIRA, Paulo Castello Barbosa de. Gênero e indumentária: os mecanismos socioculturais da moda. In: COLÓQUIO DE MODA, 9., 2013, Fortaleza. **Anais**. Fortaleza: 2013.
- QUEIROZ, Mário. **O Herói Desmascarado**: A imagem do Homem na Moda. São Paulo: Estação das Letras, 2009.
- THORPE, Jr. **The History Of Men & Skirts**. 2017. Disponível em: <<https://www.bustle.com/p/the-history-of-men-skirts-58088>>. Acesso em: 06 jun. 2017.