

Para citar este artigo (ABNT):

SCHEMES, C. et. al. A vestimenta masculina, cores e apropriações. In: *Cultura Visual*, n. 12, outubro/2009, Salvador: EDUFBA, p. 11-26.

A vestimenta masculina, cores e apropriações *The masculine clothing, colors and appropriations*

Claudia Schemes, Denise Castilhos Araujo & Daiana Flores Andrade

Resumo

Este artigo é uma reflexão sobre a percepção masculina da cor nas vestimentas sociais (terno). Realizou-se uma retrospectiva histórica no que diz respeito às formas e cores utilizadas nesses trajes, que passa pelo século XV até a atualidade. Com o intuito de verificar a reação masculina em relação às cores de seus trajes, foi utilizada a pesquisa exploratória, com entrevistados usuários do traje formal, o qual inclui calça, paletó, camisa e gravata. O objetivo final foi revelar como esses homens percebem os significados do traje social e das cores discutindo a sua relação com as suas vestes

Palavras-chave

Moda; Vestimenta masculina; Cor.

Abstract

This article is a reflection on the masculine perception of the colour in formal clothing (suit). A historical retrospective was carried out in regards to the shapes and colours used in these pieces, from the 15th century to date. With the intention to analyze masculine reaction in relation to the colours of their clothing, an explorative research was carried out, with interviewees that normally wear formal suits (pants, suit, shirt and tie). The final objective was to reveal how these men perceive the meanings of formal clothing and its colours, relating it with the way they dress.

Keywords

Fashion; Masculine Clothes; Colour.

1. A indumentária masculina: um breve histórico

Os trajes masculinos têm evoluído e mudado mais lentamente que os trajes femininos. Observa-se que algumas dessas vestimentas, após serem modificadas em tempos passados, estão inseridas até os dias atuais no cotidiano das sociedades.

Eco (1982) afirma que o vestuário masculino sofreu grande interferência em dois momentos históricos, a Revolução Francesa e o desenvolvimento da civilização industrial. A indumentária masculina, antes da Revolução Francesa, apresentava ostentação e luxo; depois, tornou-se mais simples, mas requintada e elegante, sendo usada até os dias atuais, porém com algumas modificações na modelagem.

Segundo Kohler (2001), a indumentária masculina no século XV passou algum tempo sem sofrer grandes alterações, entretanto, a inserção de adornos e tecidos nobres tornou as roupas extremamente alinhadas, as quais tinham, muitas vezes, mais elegância e riqueza que os trajes femininos.

Já para Benstock (2002), o homem vestia-se com mais requinte, pois, dessa forma, poderia demonstrar seu poder. Somente os afortunados utilizavam trajes ricos em detalhes, quase sempre bordados com ouro e prata. Como certo número de críticos de moda já observou, a vestimenta ornamentada era mais uma prerrogativa de classe do que de gênero nos séculos XV, XVI e XVII e era protegida pela lei. Uma elegância extravagante era sinal de poder aristocrático e de privilégio.

Para Laver (2001), no século XVI, a peça principal do guarda roupa masculino era o gibão, uma espécie de jaqueta, o qual passou por diversas modificações, sendo sempre sinônimo de sofisticação. No século XVI, a classe alta da Europa expôs extremo requinte em suas vestes, principalmente na elaboração e refinamento das peças, tanto em termos de bordados, quanto de tecidos. Os elementos produzidos nesta época eram extremamente elaborados, reforçando a posição social do indivíduo.

Ao iniciar o século XVII, quase todos os países europeus começaram a abandonar o estilo espanhol, dominante até então. Os trajes rígidos desapareceram, dando lugar aos estilos mais naturais de indumentária. Nesse período, observa-se a transição da indumentária espanhola para a francesa. Houve, na ocasião, modificações muito significativas - o traje era composto por gibão curto e calção largo, com o forro mais comprido, essa peça era amarrada acima dos joelhos, com muitas fitas na camisa e nesse calção.

A Restauração de Carlos II, em 1660, trouxe o triunfo da moda francesa, apesar de continuarem a existir diferenças significativas entre as roupas usadas na França e em outros países, principalmente na Inglaterra. Historiadores vêem-na com olhos desfavoráveis: "Gosto e elegância", afirma F. W. Fairholt (apud Laver, 2001), "foram abandonados a favor da extravagância e da insensatez; e o traje masculino, que na época de Carlos I atingira o ponto mais alto de esplendor, degenerou-se e entrou em decadência a partir desse momento".

Segundo Kohler (2001), em 1670 o gibão sofreu uma importante transformação para a história do vestuário masculino, perdendo sua aparência de jaqueta, evoluindo para uma espécie de casaco, ou seja, uma peça fechada com botões frontais, podendo variar entre diferentes comprimentos e larguras.

Por volta do século XVII, o desenvolvimento da indumentária européia atingira seu ponto mais alto. A partir desta época, as dimensões tornaram-se menores por algum tempo, e o casaco transformou-se em casaca. Sob Luís XVI a moda avançou rumo ao que pareciam novas tendências, mas as mudanças deram-se mais nos ornamentos do que nos cortes.

Laver (2001) diz que aqueles que não seguissem a moda francesa não faziam parte do seletivo grupo de prestígio. Para tanto, tecidos suntuosos e rigorosamente selecionados eram utilizados, causando efeito rígido, digno e de importância para aqueles que os utilizavam, avaliando a entrada do indivíduo nesse grupo seletivo.

A roupa masculina, nessa época, era resumida em casaco, colete e calções. O casaco possuía diferentes comprimentos e os punhos diminuía gradativamente de tamanho com o passar do século. O luxo e a riqueza eram constantes nas vestimentas, características presentes inclusive nos detalhes e, nesse mesmo período, o colete passou a ser uma peça de suma importância na indumentária masculina, indispensável em qualquer situação, mesmo que estivesse coberto por outra peça do vestuário.

A partir de 1760 houve a tentativa de inserir um novo estilo na moda, sendo seguidas as orientações estéticas da corte francesa para a corte inglesa, a qual apresentava como características essenciais a simplicidade e a praticidade. Esta simplicidade significou o abandono das roupas francesas da corte e a aceitação das roupas do campo inglesas. Essa moda facilitava a movimentação do indivíduo, a manutenção das vestes, mas perdia em riqueza de detalhes. O resultado de tudo isso foi uma moda simples, porém elegante.

A Revolução Francesa, em 1789, foi um dos marcos na história da vestimenta masculina, como já citado anteriormente, pois significou o abandono das roupas com estilo francês e a adoção definitiva do estilo inglês - o qual era mais simples-, uma vez que os indivíduos preferiam passar seu tempo nas propriedades rurais, função que exigia uma vestimenta mais confortável e condizente com as atividades campestres.

Este conflito pode ser considerado o mais importante acontecimento da história contemporânea, e foi inspirada nos ideais iluministas de crítica à monarquia e aos privilégios da nobreza, e a sublevação com o lema “Liberdade, Igualdade, Fraternidade” ecoou em todo mundo, pondo abaixo regimes absolutistas e ascendendo os valores burgueses.

A extrema injustiça social pela qual passavam as classes populares francesas (trabalhadores e camponeses) e falta de participação política da burguesia, foram os principais motivos dessa revolta. Além disso, a busca por uma sociedade mais igualitária, com maior participação política e menor poder concentrado nas mãos do rei, foram outros objetivos principais desse movimento.¹

Em agosto de 1789, a Assembléia Constituinte cancelou todos os direitos feudais que existiam e promulgou a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, documento que trazia significativos avanços sociais, garantindo direitos iguais aos cidadãos, além de maior participação política para o povo.

¹ Um detalhe interessante é que os grupos urbanos radicais que participaram da Revolução eram conhecidos como os *sans-culottes*, ou seja, os sem calça curta, que era a indumentária da nobreza. Os *sans-culottes* usavam calças compridas de tecido grosso e listrado.

As transformações políticas, econômicas e sociais impostas por esse importante fato histórico, afetariam, também, a vida cultural da sociedade européia, com reflexos no mundo todo, bem como na moda, como vimos acima. A indumentária masculina, em meados do século XVIII (até 1750), foi marcada pela formalidade e afetação, e o enorme prestígio da corte francesa provocou na Europa uma disposição em aceitar o domínio da França nas questões de moda.

Para Laver (1990), no final do século XVIII, os trajes dos homens eram reconhecidamente os ingleses, e as roupas apresentavam pouca variação no continente europeu, pelo menos no tocante às classes superiores. A tendência na indumentária masculina, no decorrer do século XIX, foi a simplificação e a praticidade. A influência inglesa permaneceu, e a sobriedade passou a ser uma característica importante das roupas.

O traje comum masculino pouco mudou no século XIX, mas a influência dos esportes foi importante para a sua simplificação, pois era impossível praticá-los com trajes formais. A historiadora Gilda de Mello e Souza faz uma análise muito importante a respeito da indumentária masculina no século XIX, que corrobora com as idéias apresentadas por James Laver. Segundo a historiadora, existe um antagonismo entre os sexos muito marcante na nossa sociedade e “é difícil sabermos o que foi obra da natureza e o que foi acrescentado por séculos de mútua segregação e de tarefas diversas”. (Souza, 1987. p. 57)

Diz, ainda, que a vestimenta acentua esse antagonismo, criando no século XIX dois grupos que se diferenciam através da roupa. Esse século seria um “divisor de águas”, no qual o princípio de sedução ou atração, tão comum na roupa feminina, estaria quase ausente na masculina.

Souza (1987) destaca que esse distanciamento se dá em três campos da vestimenta: na forma, na cor e no tecido. A cor é um dos elementos analisados pela historiadora, que diz que os homens utilizavam, preferencialmente, as cores marrom e azul-escuro, em contraposição às cores mais vivas e fortes das roupas femininas. A moda do preto só começou por volta de 1840 e alastrou-se até a gravata, tendência só modificada com o advento dos esportes, que introduz cores mais claras.

Quanto à forma, a historiadora diz, assim como Laver, que a roupa masculina se simplifica progressivamente, “tendendo a cristalizar-se num uniforme” (Ibidem, p.64), entretanto, esse despojamento não foi repentino, pois, no início do século XIX, a escolha dos coletes e das gravatas representava um diferencial no traje. Com relação aos tecidos, até o século XIX não havia, segundo Souza, distinção entre aqueles usados pelos homens, tampouco aqueles utilizados pelas mulheres. As diferenças existiam muito mais pela condição social, sendo os mais grosseiros aproveitados para as roupas de viagem e de montaria e, os mais luxuosos, para as roupas de gala. Os tecidos vaporosos eram exclusividade das mulheres e os tecidos ásperos dos homens. No final

do século, o homem estava “acomodado à monótona existência do linho e da lã”. (Ibidem, p.71)

Segundo Souza (1987), a roupa masculina perdeu, no século XIX, sua função ornamental e de sedução erótica e conclui sua análise sobre o antagonismo da indumentária entre os sexos dizendo que

[...] embora segregados por duas morais, duas concepções de vestimenta, duas mentalidades, os grupos masculino e feminino acabam se completando. A barreira que os separa não é intransponível e aqui e ali a sociedade esqueceu pequenas brechas por onde eles podem se comunicar e oferecer apoio um ao outro. O encanto feminino e a determinação masculina não se excluem mutuamente: na verdade, são parcelas que se somam na contabilidade astuciosa da ascensão (p. 83).

Vê-se, então, que as causas sociais e políticas, associadas à Revolução Francesa, foram significativas para que mudanças drásticas ocorressem na vestimenta masculina. Com isso, pode-se dizer que a revolução trouxe um novo homem, preocupado em trajar-se de maneira correta e não simplesmente, estar elegante ou complexamente trajado.

Os alfaiates de Londres, segundo Laver (2001), passaram a ter demasiada importância a partir de então, pois surgiram os *dândis*, homens de extrema elegância, que davam prioridade às cores primárias (amarelo, vermelho, azul), ao preto e ao branco. Era comum vê-los utilizando coletes e calções de cores diferentes e, posteriormente, passaram a usar calças mais longas e mais largas que antes.

No início do século XX, observa-se a era eduardina, ou a *belle époque*. Este período foi de grande ostentação e extravagância, marcado por muitos bailes, festas, jantares. Os eduardinos, segundo Mendes (2003), vestiam-se com muito aprumo, gostavam de listras e usavam conjuntos de passeio extremamente elegantes, sem deixar de lado o conforto, com paletós de fechamento simples e abotoamento alto.

Com a I Guerra Mundial viu-se “o fim da ‘Era Dourada’ e de seus estilos de vida e moda ostentosos” (Mendes, 2003, p. 39). Quanto aos trajes masculinos, Laver (2001) ressalta que não houve nenhum desvio significativo em consequência dela, pois esse conflito teve o efeito de abafar a moda.

Para Laver (2001), “o terno passou a ser usado habitualmente, mas depois de 1922 ficou mais curto e não possuía abertura atrás [...] no final da década de 20 surgiu a moda de coletes com abotoamento duplo” (p. 249). A alfaiataria dessa época foi semelhante à utilizada nos dias atuais, ou seja, três peças (terno, calça, colete).

Contudo, na final da década de 1930, com a crise de 1929 ocasionada pela quebra da Bolsa de Valores de New York, os trajes, mesmo que inconsciente-

mente, possuíam um significado de reclusão e tristeza. Lurie (1997) diz que “um ou dois anos após a queda da Bolsa, os ternos masculinos começaram a se tornar mais escuros e pesados, como se para protegê-los do vento e da chuva enquanto esperam na fila do pão” (LURIE, 1997, p. 91).

Talvez refletindo as circunstâncias políticas tumultuadas e a realidade iminente da guerra, a moda eduardina passou a ser utilizada com maior vigor, “pale-tós mais compridos e ajustados, abotoados até o pescoço, calças apertadas e chapéu-coco com as abas viradas” (LAVÉ, 2001, p. 257).

No final da década de 1930, teve início a Segunda Guerra Mundial que seguiu até o ano de 1945 e, neste período de guerra, a França racionalizou tecidos e o consumo de trajes diminuiu drasticamente o que afetou a evolução da moda em geral.

Com o fim da Guerra, já no término da década de 1940, a moda se transformou e, aos poucos, a sociedade foi retornando as suas atividades cotidianas. Novamente, “um grupo de elegantes homens do mundo começou a vestir roupas feitas à moda eduardina. Embora a tendência tivesse conotações *dândis*, ela foi aplaudida” (MENDES, 2003, p. 149). Este fato foi o modo como a classe superior encontrou para se reerguer e diferenciar dos demais.

Na década de 1950, com o fim da guerra, ressurgiu a produção das vestimentas masculinas na França e na Itália, com a diferença de, nesse momento, haver os chamados fóruns de profissionais, como o Congresso Mundial de Alfaiates, que foi de suma importância para o mundo da moda, pois trouxe de volta a informalidade, fato que se tornou um marco na história da vestimenta social masculina.

Na década de 60 foi fundado “um grupo de donos de confecções que lança uma etiqueta para homens [...] com ternos de três botões, lapelas altas e paletós ajustados, em cores inusitadas”, e, conforme Moutinho (2000), ternos com debrum e calças boca de sino também foram lançadas.

Na década de 70, observou-se um homem menos formal, pois ele trabalhava com “calças de veludo cotelê ou *denim* (tecido de jeans), usando camisas de listras finas, estampas florais ou blusões de *baisebol*” (MOUTINHO, 2000, p. 237).

O terno na década de 1980, “tinha pontas compridas e arredondadas, e não se usava goma. As fraldas das camisas [...] voltaram de forma modesta. As camisas ficaram mais cintadas [...]”, de acordo com informações de Moutinho (p. 237). A característica principal era um terno com ombros largos, com abotoamento na cintura, ou ainda abaixo dela, com apenas um botão. A sobriedade do preto e do cinza foram substituídos por cores como marrom e bege.

A década de 1990 foi caracterizada pelas formas e linhas discretas na vestimenta masculina, pequenas alterações ocorriam, uma delas foi o retorno do terno fechado com três botões e o colete. A gravata, nessa época, passou de comportada para original, ganhou diferentes estampas como florais e ultra coloridas, abstratas e desenhos geométricos, mas as tradicionais lisas e em *cashmere* continuaram com seu espaço.

É no século XXI, segundo Moherdau (2007), que se observou a modernização do terno e os usuários tornaram-se vitrines de seu sucesso profissional. Grandes marcas buscaram inspiração em séculos anteriores, como o dândismo, por exemplo. No século XXI, os homens usam o terno para o trabalho, mas exigem peças modernas e com algum diferencial, demonstrando certa ousadia e distinguindo-se dos demais usuários, pois é utilizado por aqueles que atuam em diferentes áreas, quase como uma roupa padronizada.

É sabido que a vestimenta é uma linguagem, capaz de propor significações, então, é necessário que o indivíduo tenha consciência de que sua vestimenta é um texto e que terá significados para quem recebe a informação.

[...] se partirmos do pressuposto de que existe algo para além de um significado definido previamente e de que mesmo a peça vestimentar não pode ser concebida como um mero transmissor, nos aproximamos da dimensão formante presente na dinâmica da moda, e nos damos conta de que é preciso apreciar não apenas o sentido vestimentar isolante, mas também a relação que ela estabelecer entre indivíduo e sociedade. (CIDREIRA, 2005, p. 29)

Outra linguagem que tem muita importância na elaboração de textos vestuais é a cor, pois com ela pode-se propor maneiras de diferenciação, porém dificilmente vê-se a implantação de uma nova cor no meio de trabalho, pois as cores sóbrias continuam sendo as mais utilizadas.

O terno continua sendo regra em locais de trabalho formais, senão para todos, para os cargos mais importantes, “como se trata de uma roupa mais ou menos padronizada é preciso também se esmerar nos detalhes. Eles fazem a diferença entre o homem realmente bem-vestido e o que está apenas de terno” (BARROS, 1997, p. 42).

Kalil (2000) apresenta a idéia de que o terno possui uma grande importância no meio social, e isso se dá devido à boa aceitação do mesmo há séculos. O terno possui características do passado, o que vem se atualizando são os tecidos, com o surgimento de novas tecnologias, mas as formas de utilização e as cores quase não se modificaram isso “para dar um quê de cultura, erudição ou inteligência” (LURIE; 1997, p. 22).

2. A cor e sua percepção

As cores constituem um código, o qual exerce grande influência na composição de textos, como, por exemplo, os trajes masculinos. Para Farina (1990), a cor é um elemento primário em termos de comunicação com o homem. Desta forma, acredita-se que as cores relacionadas no dia-a-dia do ser humano possuem efeitos sobre sua capacidade produtiva.

Os significados das cores são fundamentados por diferentes autores, porém a síntese concretiza-se a partir dos elementos insistentemente levantados, determinando conseqüências consideradas certas e que interferem na psique dos usuários, direta ou indiretamente.

Farina (1990) diz que as cores podem transmitir diferentes sensações e significados para os seres humanos:

[...] há sempre algo de relativo na preferência desta ou daquela cor. Para alguns, por exemplo, quando se sentem tristes, doentes, ou nervosos a preferência é pelo marrom, para outros, essa cor aparenta discriminação. Se uma pessoa se sentir alegre, feliz, normal, enfim, a escolha será pelo azul; para outros, essa é uma cor cansativa. (FARINA, 1990, p. 37).

Segundo Guimarães (2000, p. 87), “é de fundamental importância o uso adequado da cor como informação, visto que a cultura é um sistema de códigos socialmente compartilhados.” Códigos estes, que se modificam de acordo com a cultura das sociedades. Guimarães (2000) relata ainda que,

[...] a simbologia das cores dependerá do armazenamento e a transmissão do seu conteúdo que pode, afinal, transpor períodos de tempos maiores ou ter validade por um período menor, assim como pode variar em relação ao repertório compartilhado por aqueles que participam do processo da comunicação. (GUIMARÃES, 2002, p. 87)

Fischer-Mirkin (2001) comenta em sua obra que, “a cor talvez seja a força mais poderosa na comunicação da moda” (p. 27), pois a cor, como signo, está no lugar de determinado objeto, o qual pode ser sensações, sentimentos, entre outros. Ou seja, pode-se perceber, por exemplo, o uso do preto para ocasiões de sofisticação e requinte.

A modificação do uso das cores, na moda masculina, deu-se lentamente. John Harvey diz que,

No início do século XV, o preto era pouco usado pelos príncipes [...] pode-se imaginar, então, o grande efeito alcançado nesse mundo colorido por um monarca que escolhesse vestir preto, como o fez Felipe, o Bom, duque de Borgonha. Felipe vestiu preto pela primeira vez quando seu pai, João sem Medo, foi assassinado pelos franceses em 1419; e sua decisão de estar sempre de preto, a partir de então, tinha, sem dúvida, um caráter nobremente ameaçador: era um sinal aos franceses de que ele não havia esquecido [...]. (HARVEY, 2003, p. 70).

Porém, os relatos referentes às cores das vestimentas, mostram peças coloridas e extremamente detalhadas com bordados e pedrarias, levando-nos crer que a influência de Felipe, o Bom, veio mais tarde, com seu amadurecimento e reconhecimento perante o seu trabalho desenvolvido.

Segundo Laver (2001), as cores em tons fortes e trajes detalhados fizeram parte da vestimenta masculina durante muitos séculos, e a cor vermelha era uma das prediletas entre os soberanos, sendo que “as roupas das classes altas durante a primeira metade do século XVI eram de cores muito vivas [...] no guarda roupa de Henrique VIII tinha, entre outros, gibões de veludo azul e vermelho forrado com pano de ouro” (LAVÉR, 2001, p. 86).

A cor preta na vestimenta social masculina se deu por um tempo, principalmente com a austeridade da moda espanhola, porém, tons coloridos foram inseridos às vestes e aceitos por parte dos usuários. Podemos notar que jamais se teve um retorno aos séculos anteriores, onde a ostentação, tanto em relação às cores, quanto em bordados eram exagerados.

Na obra de Harvey (2003) existe um trecho do escritor Oscar Wilde, que escreveu em 1891 ao Daily Telegraph, contestando a cor preta na vestimenta masculina, pois ele acreditava que se tratava de um uniforme e considerava o mesmo tedioso e deprimente. Relatou, ainda, que o preto era a única cor do pecado existente na época. Já no início do século XX, entre 1910 e 1920, as cores foram inseridas sem muita ousadia, mas com significativa precisão.

A cor da vestimenta social masculina utilizada não altera suas responsabilidades e funções, mas os indivíduos, em sua grande maioria, discordam, achando fundamental utilizar cores sóbrias e “distintas” para trabalhar.

Mesmo na época em que vivemos, novidades levam tempo para serem assimiladas. Isso faz com que as pessoas comecem a adaptar pouco a pouco as roupas que já existem, até que isso comece a se transformar em uma nova imagem.

Para Barros (1997),

Gravatas de cores muito vivas, por exemplo, podem dar um tom mais ousado a alguém que esteja usando um terno clássico. Com um blazer também de cor mais forte, o conjunto fica ainda mais chamativo, e isso deve ocorrer apenas de forma intencional e equilibrada. Uma camisa de cor azul ou cinza, por exemplo, pode abafar um pouco a força da gravata. Já camisas brancas dão maior destaque a uma gravata colorida – por isso, em geral, é preferível usar, com essas camisas, gravatas mais claras, como em tons ou desenhos bege, ou ainda as do tipo clássico, como as de cor azul-marinho e gravatas regimentais. (BARROS, 1997, p. 71)

Portanto, observa-se que seria ousadia utilizar uma roupa em cores muito fortes, pois fugiria do padrão sugerido pela sociedade. Normalmente, os homens sentem-se seguros ousando na cor da gravata, e, mesmo assim, ela não pode

fugir do padrão das cores que compõem o look, sempre lembrando que as cores possuem significados, e estes influenciam as atitudes das pessoas, tanto do locutor, quanto do receptor.

As gravatas são, atualmente, as maiores armas de diferenciação na vestimenta social masculina, podendo estas variarem em cores ou estampas. E, ainda, quando utilizada uma cor em tom forte, ou muito estampada, o colete passa a auxiliar na discricção, pois cobre grande parte da mesma .

Tevah (2002) salienta a importância dos homens seguirem um padrão de cores, partindo do pressuposto de que os demais podem não notar que a escolha não faz parte de um padrão adequado às formas, ou até mesmo que o corte da vestimenta não faz parte das tendências da estação, porém, com certeza, nota-se a desarmonia na combinação de cores.

Percebe-se a importância, tanto das cores como dos trajes, no meio onde o homem trabalha, podendo este demonstrar a qual classe social pertence e qual o cargo que ocupa, por exemplo.

3. Apropriação do terno por funcionários de uma instituição de ensino

Para identificar as percepções masculinas em relação às cores no terno masculino, foi realizada uma entrevista semi-estruturada com cinco homens, funcionários de uma instituição de ensino superior. São cinco membros da chefia da referida instituição, entre eles um coordenador de instituto, o advogado responsável pelo setor jurídico, um coordenador de curso, um chefe de setor e um pró-reitor.

Dividimos a pesquisa em três itens principais (estilo e tipos de trajes usados, imagem, cores) e pedimos para cada um dos entrevistados discorrer sobre esses tópicos.

Para uma melhor organização das informações, elaboramos alguns quadros com as respostas e analisamos cada um dos itens separadamente.

Primeiramente, quando perguntados sobre qual era o estilo de cada um as respostas foram:

ESTILO E TIPOS DE TRAJES USADOS NO TRABALHO	
Entrevistado 1	Clássico; terno
Entrevistado 2	Social; terno
Entrevistado 3	Tradicional; terno
Entrevistado 4	Formal; terno
Entrevistado 5	Casual; terno

Podemos verificar que diferentes estilos foram citados, mas a maioria evidencia a necessidade da sobriedade no traje de trabalho. O estilo “tradicional” foi lembrado como sendo aquele que não foge das tradições, não destoando dos

demais. A utilização do terno como traje social masculino diário tem sido adotada por diferentes profissões ao longo dos anos, e os entrevistados afirmam que passaram a adotar a vestimenta há muito tempo, desde que ingressaram no mercado de trabalho formal.

Os entrevistados afirmaram que, assim que começaram a exercer uma profissão que requeria estar bem apresentável, introduziram o terno como peça fundamental no seu dia-a-dia. Disseram, ainda, que o fato de estar bem vestido é um diferencial: “por incrível que pareça, a gente se destaca quando está de terno e bem vestido”; o fato de não se preocupar com o traje, pode interferir e até mesmo prejudicar o profissional: “um advogado mal vestido, infelizmente, pode ter perdido metade da causa”.

Verificou-se, após analisar as entrevistas, que a forma como se está vestido pode ser um diferencial: “então, às vezes, as pessoas fazem uma composição bem distinta”; desta forma, o número de profissionais que utilizam terno, vem aumentando constantemente: “quando eu vim trabalhar aqui, eu tinha dois colegas que usavam terno”; “para minha surpresa hoje tem muitos colegas que usam”; os entrevistados relatam ainda que, este número tem aumentado por influência de colegas e funcionários da profissão: “em bate papo informal, acabaram me confidenciando que começaram a usar porque viam a gente usando”.

A imagem no ambiente de trabalho foi outra questão abordada na entrevista:

IMAGEM	
Entrevistado 1	A imagem facilita na profissão.
Entrevistado 2	O primeiro impacto é facilitador de aproximação.
Entrevistado 3	As pessoas estão muito vinculadas à imagem.
Entrevistado 4	A imagem é tão importante que pode interferir na profissão e na contratação de um funcionário.
Entrevistado 5	A identidade da empresa está na imagem do funcionário.

Notou-se que os entrevistados acreditam que o funcionário pode, sim, levar a imagem da empresa onde trabalha: “quando um representante vem nos fazer uma visita, ele leva a imagem de quem está vendendo”; “tu acabas levando a identidade da tua empresa com a tua imagem”.

Independente de diferenciar-se ou não, acredita-se que o terno é um traje que permite que o indivíduo esteja sempre preparado para eventos e compromissos profissionais: “tu estás sempre preparado”; “não precisa olhar a agenda antes de sair de casa”.

Verificou-se após a análise das entrevistas, que diferentes entrevistados acreditam que a classe social está diretamente ligada à vestimenta social utilizada no ambiente de trabalho: “principalmente nas questões sociais”. Os entrevis-

tados levantaram as questões de modelagem e materiais utilizados nos trajes, pois acreditam que, por meio destes, é possível, sim, definir a classe social: “um terno bem cortado ou um mal cortado e o tipo de tecido, tu acabas olhando”; principalmente no inverno essa questão é notada, pois a classe social de maior poder aquisitivo utiliza ternos de lã, ou de materiais encorpados, pois, assim, oferecem a proteção necessária ao frio: “no inverno, se uma pessoa se apresenta com um terno de lã, ou com uma composição de roupa diferente, um acessório, podemos identificar a sua classe social”.

Finalmente, a questão das cores mais utilizadas foi abordada, (nesse item levamos em consideração, também, suas combinações e significados):

CORES MAIS UTILIZADAS	
Entrevistado 1	Preto, branco, azul, marinho, cinza
Entrevistado 2	Preto, marinho, marrom, cinza.
Entrevistado 3	Cores claras, caramelo.
Entrevistado 4	Azul marinho, cinza, grafite, preto, petróleo.
Entrevistado 5	Grafite, cinza, petróleo, azul marinho, preto.

Verificou-se que as cores escuras são as prediletas entre os homens, quando se trata de terno, mas as cores neutras e claras também foram destacadas. Com referência às cores escuras, alguns entrevistados afirmam que elas são fundamentais na profissão, quando se refere aos cargos de maior importância. A cor preta é considerada uma cor discreta e sóbria por todos os entrevistados, e ela é a primeira a ser escolhida pelos homens, indiferente do cargo ou posição social. Entretanto, os entrevistados afirmam possuir diferentes cores quando o assunto são camisas.

A cor que os entrevistados menos gostam de utilizar na vestimenta social masculina é o marrom, seguida do verde e branca. Mas eles afirmam que levam em consideração, ao escolher as cores que utilizarão no vestuário, as questões de combinação, pois algumas cores são difíceis de compor um traje.

Apesar de não gostarem de ousar, alguns entrevistados acreditam que a utilização de cores diferenciadas no traje social masculino diário seria uma opção aceitável, e dizem que algumas vezes ousaram quanto à cor do terno: “eu tenho ternos claros e até uso, mas com menos frequência”.

Os entrevistados alegam que as cores diferenciadas não passam de uma “moda”, que não cabe ao traje masculino, mas quando compram, sabem que podem surgir dificuldades e reações referentes a escolha da cor comprada: “quando tu compras cores diferentes, talvez tu estás mais influenciado pela moda”.

Referindo-se aos significados das cores, observa-se que não existe uma preocupação por parte dos usuários, indiferente de gostar ou não das cores. Alguns entrevistados dizem saber algo referente, mas não souberam fazer nenhum

tipo de afirmação ou mesmo descrição dos significados. Verifica-se, também, que existem usuários que não se preocupam com os significados das cores, acreditando ter relação com algum tipo de superstição.

Verificou-se quanto à utilização de cores diferenciadas por parte dos colegas de trabalho que, para aqueles que convivem com estes, torna-se um tanto quanto difícil a aceitação e o convívio com os mesmos. Alguns entrevistados afirmam fazer algum tipo de comentário referente às cores utilizadas por seus colegas, quando estas fogem das utilizadas habitualmente: “eu sempre comento”; “comento positivamente”; “eu sempre que vejo alguém elegante eu comento”. Existem ainda entrevistados que comentam quando gostam das inovações em termos de cores que os colegas fazem: “se está vestido diferente e eu gosto, eu comento”; “normalmente é porque está bonito”.

A utilização de cores diferentes constrange alguns entrevistados, e isso faz com que eles não façam nenhum tipo de comentário referente às cores de seus colegas: “eu não faço comentário”; “eu acho que não tem sentido fazer um comentário”; “no primeiro momento eu não questiono”. Existem entrevistados que realmente desgostam das cores que seus colegas usam, principalmente quando estas são chamativas: “eu evito comentar quando é um pouco chamativo”.

Pode-se verificar, ainda, que alguns entrevistados afirmam fazer brincadeiras referentes às cores utilizadas: “normalmente eu brinco”; “a gente usa um tom de brincadeira”. Contraindo o que foi dito anteriormente, pode ser observado que alguns dos entrevistados afirmam acharem um ato de coragem quando colegas utilizam cores diferentes das habituais nos locais de trabalho: “tem coragem de fazer isso”; “admiro quem consegue usar”.

Identificou-se, também, que os entrevistados consideram a escolha da cor um gosto pessoal: “de repente é um gosto e a satisfação da pessoa”; “eu acho que cada um forma um estilo”, ou ainda uma questão de bem-estar: “eu entendo que a questão de roupas é uma questão de bem estar”; “ela tem que estar satisfeita com aquela roupa”; “se a pessoa está usando um tipo de roupa ou cor de roupa, eu respeito o gosto dele e a harmonia com aquela cor”.

Diferentes entrevistados relatam que a gravata é o acessório mais utilizado e diferenciador: “eu gosto de gravatas que destoem”; talvez por ela ser um acessório econômico, encontrado em diferentes lojas, de vários preços: “é uma opção mais econômica”; isso acaba por facilitar a compra da mesma: “hoje em dia é fácil comprar gravata”.

A gravata é um acessório que possibilita a variação em termos de cores: “talvez em termos de cores, eu penso que a gravata dá uma possibilidade de variação”; alguns entrevistados afirmam sentir vontade de comprar gravatas com cores diferenciadas, porém acabam recuando e não compram: “embora toda vez que eu vá à loja vejo a gravata vermelha e acabo não comprando”; “acabo

não comprando”; o fator decisivo nesta hora acaba sendo a beleza: “compro sempre pela beleza”; até mesmo porque, muitos entrevistados consideram-na parte de um gosto particular: “acho que gravata é uma coisa ligada ao gosto particular”; e chegam a afirmar que esta utilização não faz parte de nenhuma tendência: “usar gravata não é seguir uma tendência”.

Todavia, a utilização de gravatas coloridas é usada pela maioria dos entrevistados: “normalmente eu uso aquelas que têm mais cores”; “eu tenho de várias cores”; “uso gravatas mais coloridas”; “eu gosto de gravata azul, em diversos tons, vermelha, verde, todos os tons”; “gravata em tons mais coloridos”. Referindo-se às estampas, existe uma vasta gama referida por diferentes entrevistados: “prefiro usar estampada”; “de bolinha”; “com desenhos”; “listrada”, que foi a estampa mais citada nas entrevistas.

Diferentes entrevistados levam em consideração a questão de combinação do terno com a gravata: “tu podes combinar a gravata”; porém, consideram algumas cores de difícil combinação: “vermelha tu não podes usar com todo tipo de camisa”.

A partir das entrevistas pode-se verificar o papel que o terno tem para os entrevistados. Todos confirmam a necessidade de seu uso, até mesmo por uma questão de reconhecimento pessoal e profissional, confirmam, também, não conhecer os significados das cores, porém utilizam as que os deixam mais a vontade no meio onde circulam, o que nos leva a crer que a cor do terno possui importância para que o mesmo comunique da forma considerada correta pela sociedade e seus usuários.

4. Considerações finais

A realização dessa pesquisa nos possibilitou compreender os motivos pelos quais os homens usam determinadas cores, sendo possível verificarmos nos dias atuais, resquícios dos séculos anteriores.

É interessante observar na vestimenta masculina uma transformação muito intensa, uma vez que em meados do século XVII ela era extremamente colorida e repleta de detalhes, muitas vezes mais que a vestimenta feminina.

Entretanto, durante a Segunda Guerra Mundial ela modificou-se significativamente, porém por motivos específicos, como as leis estabelecidas pela França, e não meramente por influência de um nome maior, como um rei, como ocorria em séculos anteriores, por exemplo. No período da Segunda Guerra Mundial (1939 -1945), o terno passou a ser utilizado apenas com duas peças, calça e paletó, sendo abolido o colete, o que, de certa forma, acarretou consequências, pois esta forma de vestir o terno passou a ser utilizada até a atualidade. Após a pesquisa realizada com os funcionários, pode-se perceber que eles mostraram preocupação tanto em termos da escolha das cores, quanto do modelo utilizado.

Com relação às cores, os entrevistados dizem não saber exatamente os seus significados, mas têm certa percepção; preocupam-se em fazer uma combinação coerente quanto ao traje e os acessórios utilizados, e esta combinação é feita no momento da compra. Tal coerência, em relação às cores, mostrou-se sendo uma novidade, principalmente quando disseram saber quais as cores que mais gostam, porém utilizam-nas apenas em acessórios, acreditando, desta forma, não errarem na escolha da cor do terno, ou seja, ousam apenas nas cores dos acessórios. A utilização das cores sóbrias pela maioria dos homens foi confirmada com a realização das entrevistas, os entrevistados afirmaram utilizarem tais cores, mas não souberam afirmar com exatidão o motivo. Alguns alegaram que as usam, pois o traje é caro e estas cores permanecem maior tempo na moda, não causando rejeição por parte dos demais.

Em relação à utilização do terno, os entrevistados afirmaram que o utilizam por questões profissionais, pois a imagem interfere no meio e, de certa forma, esse traje é considerado regra pelas empresas e porque se pode demonstrar, através da roupa, certo grau de poder e elegância. Os entrevistados afirmaram, ainda, que consideram de suma importância o funcionário estar devidamente trajado, não necessariamente utilizando o terno, mas, sim, um traje apresentável de acordo com o cargo que ocupa.

Por outro lado, houve a afirmação de que é de suma importância a utilização do terno pelos advogados, pois a não utilização pode acarretar, até mesmo a perda de uma causa.

A partir da análise dos dados, percebe-se que os séculos passados influenciam a moda e, atualmente, os trajes sociais são utilizados por aqueles que estão no poder e/ou, de alguma forma, necessitam sua utilização, dependendo, assim, de uma postura elegante e sóbria, que o traje social acaba proporcionando.

Referências

- BARROS, Fernando de. *Elegância: como o homem deve se vestir*. 3. ed. São Paulo: Negócio, 1997.
- BENSTOCK, Shari & FERRISS, Suzanne. *Por dentro da moda*. Rio de Janeiro: Rocco, 2002.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. *Os sentidos da moda: vestuário, comunicação e cultura*. 1. ed. São Paulo, SP: Annablume, 2005.
- ECO, Umberto; SIGURTÁ, Renato; LIVOLSI, Marino; ALBERONI, Francesco. *Psicologia do vestir*. 2. ed. Lisboa: Assírio & Alvim, 1982.
- FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 4. ed. São Paulo, Edgard Blücher, 1990.
- FISCHER-MIRKIN, Toby. *O Código de vestir: os significados ocultos da roupa-feminina*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. 241 p.

GUIMARÃES, Luciano. *A Cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores*. 2. ed. São Paulo, Annablume, 2002.

HARVEY, John. *Homens de preto*. 1. ed. São Paulo, Editora Unesp, 2003.

KALIL, Gloria. *Chic homem: manual de moda e estilo*. 10. ed. São Paulo, Editora SENAC São Paulo, 2000. 237 p.

KOHLER, Carl. *História do Vestuário*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LAVIER, James. *A Roupas e a Moda: uma história concisa*. 1. ed. São Paulo, Companhia das Letras, 2001.

LURIE, Alison. *A Linguagem das roupas*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MENDES, Valerie D. & HAYE, Amy de la. *A moda do século XX*. 1. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

MOHERDAUI, Bel. O terno encolheu. *Veja*. São Paulo: ed. 2001, ano 40, nº. 12, p.90 – 91, 28 de março. 2007.

MOUTINHO, Maria Rita & TEIXEIRA, Máslova. *A Moda no século XX*. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2000.

SOUZA, Gilda de Mello e. *O Espírito das Roupas – A Moda no Século XIX*. São Paulo: Cia. das Letras, 1987.

TEVAH, Eduardo. *O homem e a moda: tudo que um homem precisa saber para se vestir bem e fazer sucesso*. 6. ed. Porto Alegre, Evangraf, 2002.

Sobre as autoras

Claudia Schemes, mestre em História Social pela Universidade de São Paulo (USP/SP) e doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS). Atua nos cursos de História e Design de Moda e Tecnologia e no grupo de pesquisa Cultura e Memória da Comunidade do Centro Universitário Feevale, em Novo Hamburgo.

E.mail: claudias@feevale.br

Denise Castilhos Araujo, mestre em Ciências da Comunicação pela UNISINOS (Universidade do Vale do Rio dos Sinos), doutora em Comunicação Social pela PUCRS. Atua nos cursos de Comunicação Social e Design de Moda e Tecnologia e no grupo de pesquisa Cultura e Memória da Comunidade, do Centro Universitário Feevale, em Novo Hamburgo.

E.mail: denise@feevale.br

Daiana Flores Andrade, bacharel em Design de Moda e tecnologia pelo Centro Universitário Feevale (Novo Hamburgo/RS), atua na área de consultoria de moda e no grupo de pesquisa Cultura e memória da Comunidade do Centro Universitário Feevale.

E.mail: daianafs@feevale.br