

Indumentária Masculina: Comportamento por meio das Cores

(Male Costume: Behavior through the Colors)

Thaís Britta Gomes de Oliveira*

Resumo

Este artigo tem finalidade informacional e reflexiva sobre a indumentária masculina - cores - e seu comportamento em ambientes diversos nos séculos XV e XXI. A comparação destes séculos relata a inovação comportamental no vestir-se e no portar-se. Assim, a busca pela nova identidade masculina do século XXI é a síntese de questões passadas e de prioridades atuais que refletem o que é “ser homem”. Moda, meio de expressão.

Palavras – chave: Moda Masculina, Comportamento, Cores

Abstract

This article has informational and reflective purpose about the male clothing - colors - and his behavior in different settings in the XV and XXI centuries. The comparison of these reported centuries shows innovation behavioral in dressing and the demeanor. Thus, the search for new male identity of the XXI century is the synthesis of past issues and current priorities of what is “to be a man”. Fashion, means of expression.

Keywords: Male Fashion, Behaviour, Colors

**Acadêmica de Moda- Universidade Estadual de Maringá*

Orientadora: Carla Hidalgo Capelassi- Mestre da Universidade Estadual de Maringá

Metodologia

O artigo teve como linha de raciocínio a análise da indumentária masculina dos séculos XV e XXI em diferentes ambientes. Assim, baseada em bibliografias como ferramentas metodológicas de estudo e de análise sobre comportamento e historicidade da indumentária masculina pôde-se embasar as conclusões.

A INDUMENTÁRIA E O COMPORTAMENTO MASCULINO

A origem da propagação da cor negra por toda a Europa e em seguida por outros continentes foi de responsabilidade espanhola. No século XV, o duque Felipe de Borgonha, O Bom, deixou de ser extravagante nas cores, tecidos e adornos que eram usados na época como símbolo de riqueza e luxo, revolucionando o vestir-se em memória a seu pai. “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). Assim, Felipe de Borgonha inseriu o uso rotineiro do preto - cor usada apenas em ocasiões especiais - pois traduzia seriedade, respeito, elegância e poder.

A preocupação masculina era se definir como patriarca, e atingir este patamar, por isso, o homem deveria ser forte, inteligente e suficiente (um herói). “Os homens aprendem que devem estar prontos tanto para enfrentar uma guerra como os desafios do cotidiano” (QUEIRÓZ, 2009, P. 38).

A questão principal do novo homem é definir uma identidade em pleno século XXI que sintetiza suas atuais ideologias com o papel de homem sério, responsável, confiante e determinado que há muito é cobrado pela sociedade. As roupas masculinas vêm se modificando cada vez mais, expressando a idéia de fragmentação de identidade. Hoje, as cores nas vestes masculinas deixam de ser apenas escuras e pesadas, trazendo uma nova possibilidade e liberdade de escolha com cores alegres e não óbvias, dando assim, maior personalidade ao homem do século XXI. No quesito colorir-se, remeter aos *dândis* – *século XVIII* - é estar em sintonia com o lado “colorfull” do passado. Segundo Laver (2001), os alfaiates de Londres passaram a ter demasiada importância, 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.

Da mesma forma, porém mais ousado, o blogueiro sensação da atualidade, Bryan Boy (ver imagem 1), conquistou olhares de várias pessoas com seu estilo nada convencional, porém criativo.



Imagem 1- Smoking de Paetê, Bryan Boy (2011)
Fonte: <http://www.bryanboy.com>

A evolução da moda está sendo distribuída á quem se interessar, todos podem criar seu estilo comunicando-se por meio das cores que possuem significados, pessoais e/ou universais. Segundo Schemes (2009) em entrevista, os homens dizem que em relação às cores, não sabem exatamente os seus significados, mas eles têm certa percepção sobre o que elas podem transmitir. Preocupam-se em fazer combinações coerentes entre o traje e os acessórios, porém isto ocorre no momento da compra.

Ainda assim, a moda masculina tem muitas características passadas no modo de vestir-se. O preto é básico e sempre estará em trajes formais como em um terno (ver imagem 2), porém a limitação desta cor não é mais uma realidade. Com a inovação e a ousadia do estilista Ricardo Almeida na criação de ternos de *haute couture* (ver

imagem 3) conhecemos a proposta do século XXI, ele trouxe á passarela ternos coloridos, mas sem perder a classe. Esta relação do estar despojado, ser inusitado e ainda corresponder aos moldes das “leis de estilo” é com o que a moda atual corteja o novo homem. Cores, elas são para todos.

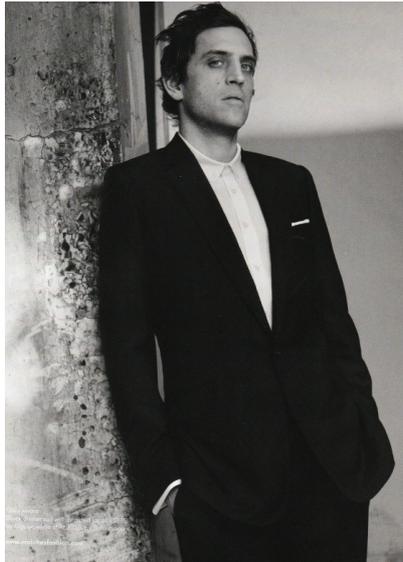


Imagem 2- Smoking Kilgour e camisa Balenciaga

Fonte: <http://ueba.closetonline.com.br>



Imagem 3- Terno Tendência 2011
(Reinaldo Lourenço)

Fonte: <http://www.vestemoda.com.br>

CONCLUSÕES FINAIS

Este artigo conclui que a transição do papel masculino desde o século XV ao século XXI, não exclui algumas características padronizadas antes consideradas essenciais na indumentária. Porém, a busca por uma nova identidade visual é compreendida por meio dos novos significados expressos pelas cores e formas contidas nas vestimentas deste homem de acordo com sua cultura e suas ideologias. Sua liberdade de expressão do ser singular por meio do vestir-se está na ascensão da moda masculina que vem abrangendo seu espaço. Você, homem, já escolheu qual cor irá usar hoje, e amanhã? Se comunique!

REFERÊNCIAS

FARINA, Modesto. *Psicodinâmica das cores em comunicação*. 4. ed. São Paulo, Edgard Blücher, 1990.

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.

QUEIRÓZ, Mário. *O Herói Desmascarado-A imagem do Homem na Moda*. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora LTDA, 2009.

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

Moda de Subculturas, 2011. Disponível em:

<<<http://modadesubculturas.blogspot.com/2011/02/o-seculo-xviii-e-xix-diretorio-imperio.html>>. Acesso em: 28 abril 2011, 00:41:19.

II, The Urban Gentleman. *The Dandy: Self-made, Well-dressed, Well-mannered, and Traditional or Flamboyant*, 2009. Disponível em:

<<<http://www.theurbangent.com/2009/07/dandy-self-made-well-dressed-well.html>>. Acesso em: 26 maio 2011, 23:39:17.

TREVESSONI, Marcia. *SPFW/Inverno 2011 – Flashes, Bits & Fashion*, 2011. Disponível em: <<<http://www.marciatrevessoni.com.br/tag/bryan-boy/>>. Acesso em: 26 maio 2011, 23:53:32.