

## **A indumentária como elemento distintivo: A cor do vestuário como componente da classificação social na idade média e contemporânea.**

Mariáh Majolo (UEM)

Prof. Ms. Ronaldo Salvador Vasques (DDM/UEM)

**Resumo:** O texto apresenta um estudo sobre o uso da tonalidade como elemento da distinção entre as classes na sociedade medieval e moderna, que embora possuam uma diferença quanto às cores empregadas para tal classificação social, ainda pode-se observar traços deste elemento na criação de estereótipos modernos.

**Palavras-chave:** cores; classificação social; moda; indumentária

**Abstract:** This paper presents a study on the use of color as a component of distinction entity classes in medieval society, and thus comparing it with contemporary societies, although they have a difference in the colors used in the distinction can still be observed traces of this element classifier that influence, including the creation of modern stereotypes.

**Keywords:** colors; social classification; fashion; clothes

### **1.INTRODUÇÃO**

Por meio de uma análise histórica da moda é possível perceber que todas as sociedades, da mais primitiva até a sociedade contemporânea, utilizam-se da cor empregada no vestuário para transmitir informações pessoais e sociais, principalmente o *status*. O vestuário se torna então um signo de distinção social. A roupa e tudo que a compõem, começam a fazer parte do patrimônio e da identidade social. Sendo assim, elementos pelos quais as classes dominantes afirmam seu *status*, como comenta a escritora Mendonça (2006).

Até meados do século XIX, para cada base social era determinada uma cor apropriada, que o situava e o diferenciava das outras. Na idade média, o signo da indumentária se tornou tão elementar na distinção social que foi necessário criar decretos, conhecidos como *leis suntuárias*, que proibiam o uso de determinados estilos e cores por classes específicas.

Por ser o ápice da distinção social utilizando a vestimenta, e conseqüentemente pelas cores empregadas em sua composição, tal período foi escolhido como início do entendimento de cores e distinção.

Atualmente esta orientação social menos evidente e com algumas diferenças, que serão abordadas posteriormente, ainda constitui um elemento contemporâneo para a criação de estereótipos socioeconômicos, raciais, étnicos e de gênero.

A experiência do status pela vestimenta e suas cores justifica a escolha por tal tema, mostrando que a moda não é apenas a renovação de roupas, mas também a renovação dos traços de distinção entre os indivíduos.

O artigo fragmenta um panorama histórico e social sobre o uso da cor como forma de distinção nos dois períodos da sociedade, com base nas teorias das cores e da semiótica.

## **2 A COR E O VESTUÁRIO COMO LINGUAGENS NÃO VERBAL**

O objetivo da linguagem não verbal é a de utilizar de outros meios comunicativos, além do verbal para as inter-relações entre as pessoas, ou seja, os signos visuais. Se a comunicação por imagens por si só já possui uma enorme força, as imagens de exuberante colorido têm uma força ainda maior, já que, principalmente no vestuário, o que causa impacto maior e mais imediato é a cor. Estudos feitos em 2008 pela Universidade de Birmingham, na Inglaterra, indicam que cerca de 55% da comunicação entre duas pessoas é não-verbal e 38% pela tonalidade; intensidade e características específicas da voz e apenas 7% pelo verbal.

Segundo Bystrina (1995), em seu livro *Semiótica da Cultura*, o autor classifica os códigos da comunicação das cores em três tipos: os hipolinguais, linguais, e hiperlinguais. Estes códigos culturais irão proporcionar a apreensão, transmissão e o armazenamento da informação “cor” como texto cultural, podendo, porém sofrer interferência dos códigos de linguagem e biofísicos.

É possível, então, ter uma significação para cada cor em determinado meio cultural, já que para conseguir tal variante, a aplicação da informação tonal deverá estar combinada com outros elementos sógnicos além da própria cor, como o vestuário. Por milhares de anos o ser humano tem se comunicado pela combinação destes dois signos visuais.

Desde o mais elaborado traje moderno até a mais rudimentar e primitiva forma de pintura corporal, vestir ou ornamentar o corpo compõem códigos indumentários e fazem parte da cultura do homem. Como os códigos de comunicação social não se resumem aos linguísticos, o vestuário constitui uma reconhecida forma de interação humana, pois permite o estabelecimento de analogias com os códigos linguísticos, sem perder de vista, no entanto, a maior complexidade destes últimos. (MENDONÇA, 2006. p 60)

10.4025/6cih.pphuem.540

Muito antes de eu ter me aproximado o suficiente para falar com determinada pessoa na rua, tal sujeito já me comunicou seu sexo, idade e classe social com o que está vestindo, segundo James Laver “As roupas são inevitáveis. São nada menos que a mobília da mente tornada visível” (1989, p.40).

Não existe nada mais convincente do que a imagem projetada pela composição da indumentária. Por meio dela os indivíduos podem ser reconhecidos como pertencente a determinado grupo, com sua mentalidade e seus valores, representados pelas significações das quais ele se apropria e faz uso.

Segundo a Prof.<sup>a</sup> Marta Sorelia Felix de Castro da Universidade Federal do Ceará “A identificação e a participação ativa num grupo social sempre envolve o corpo humano e seus adornos e roupas” (2011,p.10). Quanto mais significativo para um indivíduo for seu papel social, mais ele se vestirá para cumpri-lo. Primeiro devemos saber quem somos para depois nos enfeitar de acordo.

Em sociedades extremamente tradicionais, os trajes têm um significado imediatamente legível em suas formas e na maneira pela qual são compostos. O significado no vestuário está atrelado a certos significados socialmente construídos.

A linguagem do vestuário, tal como a linguagem verbal, não serve apenas para transmitir certos significados mediante certas formas significativas. Serve também para identificar posições ideológicas, segundo significados transmitidos e as formas significativas que foram escolhidas para o transmitir. (ECO,1989, p. 40).

### **3 IDADE MÉDIA- A “HIERARQUIA DAS CORES”**

Por milhares de anos determinados estilos assinalavam uma classe social alta ou nobre. Com um simples olhar, era possível identificar a posição social de uma pessoa. A roupa concretiza um influente instrumento social para demonstrar a riqueza e posição de indivíduo.

Outros modos de pôr em evidência a nossa situação pecuniária servem a seus fins com eficácia, e há muitos em voga, sempre e por toda a parte; mas o dispêndio com o vestuário leva vantagem sobre a maioria, pois o nosso traje está sempre em evidência e proporciona logo á primeira vista uma indicação da nossa situação pecuniária e todos quantos nos observam (THORSTEIN, 1965, p. 70 ).

10.4025/6cih.pphuem.540

De fato, a causa primeira e essencial da moda parece prender-se á competição de ordem social, na qual estes elementos apresentam-se de modo mais claro e evidente.

A composição do vestuário como moda de classificação social obteve seu ápice durante a Idade Média. Os signos envolvidos na composição do vestuário eram controlados em certo lugar ou momento pelas chamadas *leis suntuárias*. Assim, no período, jamais um plebeu ousaria se vestir com a cor púrpura, reservada á realeza e a destacados personagens da corte.

Se a natureza é rica em pigmentos vibrantes, os corantes necessários para tingir tecidos restringiam-se a poucos. Muitos destes corantes eram demasiadamente caros para a maioria da população, sendo assim a escolha da cor da roupa na Idade Média ligada mais á concepções monetárias e práticas do que estéticas.

Os pobres vestiam-se apenas com tecidos brutos (naturais). Nos filmes que retratam a Idade Média o povo está sempre caracterizado pelos tons de bege e marrom, enquanto os nobres se diferenciam pelas armas, armaduras e no fausto do vestuário.

Figura 1- Rei ouvindo seus súditos



Fonte: Costa (2009)

Na figura 1 podemos observar o contraste entre as cores do vestuário dos nobres – á direita- e dos pobres – á esquerda-. A indumentária do rei mostra toda a sua riqueza. O manto, de um azul muito forte se comparado ao do camponês á sua frente, demonstra que ele possuía dinheiro o suficiente para não o deixar desbotar. O azul está ligado também ao

sentido religioso, mostrando que o rei é um criado leal á igreja. Outra forma de manifestar seu poder era adornar-se de ouro, joias, e veste com cores de pedras preciosas como a cor púrpura, originalmente a cor mais cara para uma roupa, e o vermelho, que segundo Goethe (1810) “indica radicalismo político, o absolutismo”, não sendo á toa que este tom pode ser observado tanto no rei, como no cardeal ao seu lado, mostrando o absolutismo na igreja católica no período.

Os súditos em fila mostram pouca diferença quanto às cores empregadas em seu vestuário, já que, tradicionalmente, quanto mais trajes diferentes se exibissem, mais alto seria o *status*.

As cores usadas na composição do vestuário camponês estavam intimamente ligadas ao seu nicho social, como o verde e os tons terrosos, fazendo lembrar que estas pessoas sempre estão sujas de terra pelo trabalho, e reafirmando suas posições baixas em uma sociedade onde estar limpo e arrumado sempre implica gasto de tempo e dinheiro.

Á medida em que a riqueza passava a ser convertida em nobreza pelos burgueses, mais rápido e facilmente, o sistema pelo qual a cor e feitura designavam classe social alta começou a mudar. O que passou a designar uma posição alta foi o custo evidente da roupa: material rico, adornos supérfluos, etc.

#### **4.CONTEMPORANEIDADE**

A invenção da tintura da anilina no século XIX tornou a cor real mais acessível, e durante certo tempo, mulheres de todas as classes sociais usavam roupas de cor magenta, vermelho vivo e azul. Por volta do final do século, no entanto, essas cores químicas intensas começaram a ser desprestigiadas; passaram a ser chamadas de berrantes e desvalorizadas da aparência, e a serem associadas à pretensão e vulgaridade.

A súbita redução da ornamentação dos trajes, ocorrida no final do séc. XVIII deu-se em grande parte por causas,

Políticas e sociais. Os novos ideais de liberdade e igualdade e fraternidade difundidos pela Revolução Francesa pareciam incompatíveis com o esplendor e a suntuosidade de vestes que até aquele momento acentuavam as diferenças sociais.  
(MENDONÇA, 2006, p.13)

O trabalho, por outro lado, passou a assumir um papel de reconhecida respeitabilidade. Tornou-se conveniente, por isso, a adoção de uma indumentária mais

simples e adequada á atividade produtiva. Os tons neutros e escuros começaram a demonstrar não só seriedade e responsabilidade no trabalho, mas também elegância e refinamento.

Embora décadas tenham se passado desde que o estilo “clássico” foi incorporado pela alta sociedade, às classes mais elevadas ainda demonstram preferência pelos cortes clássicos e pelas cores sóbrias e claras, sugerindo até hoje seriedade e estabilidade.

Enquanto isso, as classes baixas tendem a preferir cores contrastantes. Segundo a Psicologia, este uso de tons “berrantes”, significaria uma tentativa inconsciente de mostrar sofisticação.

Quanto mais baixa a condição socioeconômica de determinado grupo, menos influência ele terá de padrões e normas estéticas que definem a sofisticação do olhar, assim como, quanto mais alta for essa condição socioeconômica, menor cor será necessária para satisfação do olhar e compreensão da informação (GUIMARÃES, 2004, p. 111).

Na visão do sociólogo Gilberto Freyre (2009), no Brasil esta preferência da classe alta dataria do reinado de D. Pedro II e se caracterizaria pelo desaparecimento das marcas populares na moda, em prol de vestimentas que carregassem a marca do europeísmo.

A escritora Pulici (2012) promoveu uma entrevista com algumas pessoas das classes altas de São Paulo em 2011: "Então o meu gosto é gosto europeu. Para ser mais exato francês [...] Nas cores têm que ser cores discretas entendeu?" (empresário *rentier* e filantropo); "Eu compro muita roupa fora. Então, eu gosto muito de blazer, de *tailleurzinho* [...] Eu sou superclássica [...] Nos cortes e nas cores, então, se você abrir o meu guarda-roupa ele começa no preto, passa pelo azul-marinho, vai para o uva e algumas coisas em bege e alguma coisa em branco [...] Eu não uso nada estampado [...]" (dona de casa e mulher de um industrial).

Figura 2 – (Esquerda) O bilionário Bill Gates e sua esposa (Direita) Festa popular no Rio de Janeiro



Fonte: BBC (2011); Spert (2011).

Imaginemos que estas duas fotografias tivessem sido apresentadas anteriormente á leitura deste artigo, provavelmente quando olhasse para as fotos já teria uma posição de qual representa a classe alta e a baixa. Isto por que é a utilização da informação cromática pela cultura que pode determinar sistemas de agrupamento, identificação, e armazenamento.

Na imagem da esquerda o preto é claramente a cor predominante na vestimenta. Os tons neutros sugerem “virtudes” que, segundo ditames sociais, um empresário de respeito deve possuir para que seus clientes e sócios o deem credibilidade e confiança, já que a suposição é de que uma pessoa mal vestida provavelmente será desonesta e sem talento.

Na vida cotidiana os trajés não deixam, obviamente, transparecer algo agradável por baixo, por que em si mesmos expressam, e também criam um estado de alma desleixado. O hábito das roupas refinadas, no entanto, pode realmente produzir uma graça pessoal verdadeira. (HOLLANDER, 1978, p. 50).

Na outra imagem o uso das cores, como forma de demonstrar bom gosto e sofisticação por classes mais baixas, pode estar ligado a fatores históricos, afinal durante séculos seu uso esteve ligado às classes dominantes. Assim imagina-se que a escolha de

muitos ornamentos e roupas com tonalidades “berrantes” significam um sinal de status e beleza compreendido por quase todo mundo. Quanto mais desenhos e cores a roupa usar, mais prestígio se pressupõe que terá.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao desenvolver esta análise, pretendíamos evidenciar como tal fator acaba se tornando um dos maiores meios de classificação social, não só na antiguidade, como no contemporâneo, em pleno século XXI. Com a pesquisa teórica e análise de algumas imagens foi possível notar nos dois períodos estudados, que embora a sociedade tenha sofrido grandes revoluções e mudanças, o “ter *status*” sempre foi algo almejado pela maioria da população, principalmente pelos mais pobres. Com a revolução industrial, algumas cores que antes eram específicas para as classes superiores, acabaram se tornando de fácil acesso á toda população, acarretando em uma desvalorização destas tonalidades. Optou-se então pela manifestação do luxo e elegância pelas cores neutras e escuras, principalmente na Europa.

Na sociedade atual ainda é perceptível que a ordem social mais alta estima cores mais sóbrias, enquanto a população mais pobre prefere cores contrastantes e berrantes. Nas duas anteposições nota-se a influência de elementos sócio-históricos de povos que exerceram grande influência na cultura mundial.

O estudo dos fenômenos da moda é um componente fundamental na análise das transformações socioculturais da nossa sociedade. Assim é incontestável que as roupas escolhidas e a forma pela qual se compõe um indumento sinalizam aspectos psicológicos e filosóficos de quem o usam. É irrefutável não concluir então que o vestuário, e tudo que o compõe, mostra de forma explícita os valores predominantes de um povo ou de um grupo em determinado momento.

## **REFERÊNCIAS**

BYSTRINA, I. **Tópicos de Semiótica da Cultura**. São Paulo: PUC/SP, 1995.

BRITISH BROADCASTING CORPORATION, 2011. Disponível em: [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk). Acesso em: 21. Out.2012

COSTA, Ricardo, **Reis da idade média**, 2009. Disponível em: [www.ricardocosta.com](http://www.ricardocosta.com). Acesso em: 20. Out.2012

ECO, Umberto, **O Simbolismo das Cores**, 2011. Disponível em: <http://pt.shvoong.com>. Acesso em: 20. Out.2012

FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. 2ª ed. São Paulo: Global, 2009, pp. 213-4.

GUIMARÃES, Luciano. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. São. Paulo: Anna Blume, 2002.

HARVEY, Jhon. **Homens de preto**. São Paulo: UNESP, 2003.

LURIE, Alisson. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

LAVER, James. **A roupa e a moda**. São Paulo: Schwarcz, 1989.

MENDONÇA, Míriam da Costa Manso Moreira de. **O reflexo no espelho**. Goiânia: Ufg, 2006.

MAIA, Marcio, **Cor Como Ferramenta De Comunicação E Marketing**, 2011. Disponível em: <http://artigos.netsaber.com.br>. Acesso em: 20 out. 2012.

MAYRINK, Kelly Fernanda, **A Moda como forma de representação social e sua capacidade de comunicação através do vestuário**. 2009. Disponível em: <http://www.webartigos.com>. Acesso em: 15 out. 2012

PULICI, Carolina. **O gosto dominante como gosto tradicional: preferências e aversões estéticas das classes altas de São Paulo**. São Paulo: Cebrap, 2011.

SPPERT. 2011. Disponível em: <[www.sppert.com.br](http://www.sppert.com.br)>. Acesso em: 22 out. 2012.

VEBLEN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa: um estudo das instituições**.

3.ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988.