

A IDENTIFICAÇÃO DE SIGNOS E EFEITOS DE SENTIDO COMO PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM PROJETOS DE MODA

THE IDENTIFICATION OF SIGNS AND MEANING EFFECTS AS RESEARCH AND DEVELOPMENT FASHION PROJECTS

Jéssica Acosta Gomes¹
André Conti Silva²

RESUMO

Esta pesquisa apresenta as coleções do estilista Alexandre Vauthier e faz uma busca pelos significados presentes nos elementos visuais que dos *looks* – chamados de signos – e como estes significados se relacionam e produzem efeitos de sentido; elucidando de que maneira a modelagem de uma peça, suas formas e recortes podem conter mensagens que são emitidas ao público-alvo da marca.

O presente trabalho tem por objetivo apresentar as coleções do estilista Alexandre Vauthier em busca de signos e efeitos de sentido. Este estudo caracteriza-se por mostrar a moda como algo portador de sentidos, elucidando de que maneira a modelagem de uma peça pode conter signos – elementos visuais que signifiquem algo –, estabelecendo significados e como estes significados se relacionam produzindo os chamados efeitos de sentido. Para isso, primeiramente definiram-se os conceitos de significado de signo, com o objetivo de compreender de que forma eles podem estar contidos na modelagem da marca. A metodologia utilizada é o estudo de caso, e como métodos auxiliares, os processos metodológicos da dissecação e das molduras são aplicados para análise das peças da marca.

Palavras-chave: Efeitos de sentido. Modelagem. Significado. Signo. Alexandre Vauthier.

ABSTRACT

This work aims to present the collections of Alexandre Vauthier seeking meaning effects. This study is characterized by demonstrate the fashion as a form of communication, explaining how the modeling of a part can contain signs - visual elements that mean something - establishing meanings and how these meanings relate producing the so called effects of meaning. To do this, first have been defined the concepts of meaning and sign, in order to understand how they can be contained in molding of the brand. The methodology used is the case study , and as auxiliary methods, processes and methodological dissection of the frames are applied to analysis of branded garments.

Keywords: Meaning effects. Modeling. Meaning. Sign. Alexandre Vauthier.

¹ Bacharela em Moda, Universidade Feevale.

² Mestre em Design, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo é o resultado de uma pesquisa de caráter aplicado, que procurou, antes de tudo, estudar o fenômeno de moda como forma de expressão, elucidando de que maneira o indivíduo percebe e se identifica com os significados de um produto e que signos, ou seja, que elementos visuais, assinalam de forma mais evidente a presença destes significados. Desta forma, como será apresentado a seguir, foi possível, posteriormente, utilizar estes signos em uma coleção de moda proposta com a intenção de replicar tais significados.

Devido à amplitude do assunto abordado, optou-se por analisar o conjunto de significados emocionais presentes em um objeto – chamados de efeitos de sentido – de uma marca específica, buscando-os através dos signos presentes especificamente em modelagens. A marca escolhida foi Alexandre Vauthier, pela hipótese inicial de que seria capaz de responder ao questionamento proposto. Fez-se uma abordagem a respeito de como os significados estão presentes em produtos, esclarecendo o que são signos e de que maneira eles estão ligados ao consumo – com o apoio de autores como Flusser (2007), Barthes (1987), Peirce (2010) e Niemeyer (2003).

Por se tratar de um estudo acerca de uma marca específica, o método que orientou a investigação foi o do estudo de caso, utilizando Yin (2001). Sendo usados ainda dois métodos auxiliares na busca pelas relações entre signos presentes na modelagem e seus respectivos significados: dissecação e molduras (Kilpp, 2010 e Silva, 2012), ligados ao campo da comunicação.

2 EFEITOS DE SENTIDO NO DESIGN DE PRODUTO

Signos e significados são componentes da semiótica, braço da linguística fundamental para campos como a comunicação, o design e a moda. Já os “efeitos de sentido” são definidos por Flusser (2007) como conjuntos de significados não verbais e não explícitos,

presentes em um determinado objeto. Os produtos de design – aqui explicitados através de uma coleção de moda – corresponde a esta capacidade de significar.

Na elaboração de qualquer projeto, Niemeyer (2003) destaca que é de fundamental importância que o designer tenha a concepção de como o público irá perceber o produto final. Assim, ele deve analisar de que maneira o produto irá emitir uma mensagem – seja pelo formato, cor, textura, material ou ainda pelo modo como foi construído – uma vez que o produto sempre irá emitir algo para alguém. No entanto, para compreender como a emissão de sentidos acontece, é necessário aprofundar o entendimento acerca dos signos e como podemos decompô-los para compreender a transmissão de mensagens.

2.1 SIGNOS E EFEITOS DE SENTIDO

Relacionando os olhares sobre efeitos de sentido com dinâmicas de consumo, observa-se em Baudrillard (1995) uma relação entre produto e usuário devido às atributos que os fazem distintos. É uma troca na qual o consumidor busca resignificar a si próprio a partir do objeto de consumo. As necessidades do indivíduo aliam-se, assim, aos sentidos que o produto insinua carregar.

De forma prática, quanto à estrutura dos signos, Barthes (1987), defende que os mesmos são compostos por duas partes: “significante” e “significado”. O primeiro diz respeito à parte física dos signos – são os sons, as formas ou das palavras. Já ao segundo é atribuído o conceito mental conectado ao significante.

Já em Peirce (2010) a estrutura do signo (Figura 1) é dividida em três relações sógnicas, chamadas de tricotomias: Representâmen, objeto e interpretante. Niemeyer (2003) especifica que o Representâmen é o signo em si, refere-se às dimensões sintáticas e materiais do produto, é algo que pode ser percebido, sentido. Já o objeto é caracterizado como a forma pela qual o signo é representado. Por último, o interpretante baseia-se nas possibilidades de interpretação entre o signo e o intérprete, estabelecendo o signo através da relação com suas significações. A tricotomia de Peirce, observada na Figura 1, serve como modelo interpretativo para compreender os já citados efeitos de sentido na moda.

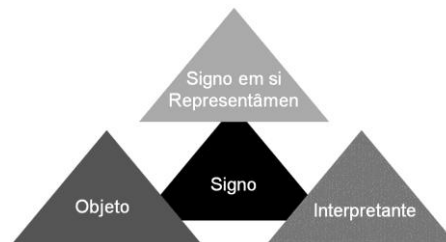


Figura 1 – Decomposição da estrutura do signo (Niemeyer, 2003, p.35)

A estrutura do signo conforme Peirce (2010) está presente na análise do objeto de estudo. O Representâmen é entendido como o elemento visual presente nas peças de Alexandre Vauthier que emite algum significado; já o objeto é descrito como os recortes das modelagens das peças da marca; e o interpretante é estabelecido através das molduras, ao passo que ambos tratam das possibilidades interpretativas do signo.

Niemeyer (2003) estabelece que os signos juntamente com os significados, podem formar códigos e, assim, compor sistemas de linguagem que produzem sentidos. Assim sendo, a mensagem emitida ao encontrar um intérprete gera efeitos de sentido. Considerando que uma marca de moda pode se emitir significados – e por intermédio deles representar o seu público consumidor – a investigação se voltou ao objeto de estudo, a modelagem da marca Alexandre Vauthier.

Alexandre Vauthier é um estilista francês que possui uma grife homônima com foco no público feminino. Suas peças são definidas por cortes rígidos e precisos (Vauthier, 2013). As silhuetas das peças são estruturadas, procurando ressaltar as formas femininas de maneira sensual, direcionadas para mulheres confiantes. Para identificar por meio da análise, de que forma a modelagem dessa marca se utiliza desses efeitos para dialogar com seu público, foram utilizados diferentes métodos.

2.2 PROPOSIÇÃO METODOLÓGICA

A metodologia das molduras exige uma aproximação qualitativa e exploratória dos fenômenos acerca do objeto da investigação. É por este motivo que ela surge acoplada a outros modelos metodológicos como o do estudo de caso: para que não se percam conexões

culturais e dinâmicas sociais adjacentes aos observáveis enquanto se busca a compreensão dos fenômenos da imagem. O que faz do estudo de caso (Yin, 2001) um modelo ideal é o fato de que engloba diversos aspectos sobre o objeto a ser estudado, possibilitando a utilização de outros procedimentos metodológicos adicionais.

Dentre os procedimentos relacionados diretamente com a metodologia das molduras destaca-se a dissecação que, segundo Kilpp (2010), é uma análise que se propõe à desconstrução do objeto de estudo. Ao desconstruir o objeto, separando as partes que o compõem, torna-se possível verificar de que maneira os efeitos de sentido são produzidos. Nesse caso, a dissecação foi usada como um modelo para a desconstrução da modelagem. Já as molduras, em Kilpp (2010), têm a função de delimitar espaços para que os significados presentes nessas áreas sejam analisados.

2.3 AUTENTICAÇÃO DE MOLDURAS

Já em uma primeira aproximação foi possível perceber que, em suas criações, Vauthier propõe ombros destacados, decotes profundos e cintura marcada. Com base nas informações coletadas no estudo do caso, pôde-se dar força a ideia de que a marca busca transmitir significados de requinte e feminilidade, enquanto também denota fortes apelos aos sentimentos de força.

A partir deste panorama, as molduras foram autenticadas, como forma de observar estes atributos que mais se destacam no trabalho de Vauthier. É preciso chamar atenção para o fato de que as molduras não são criadas aleatoriamente, mas sim são espaços de significação percebidos durante a etapa do estudo de caso. Assim, essas molduras surgem justamente das características descritas - feminilidade, requinte e cortes marcados - e receberam os nomes de: sexualidade, força e *Status*.

- Sexualidade: em Ferreira (2004, p. 674) o termo sexualidade refere-se à qualidade ou condição de sexual ou conjunto de comportamentos ligados aos instintos sexuais ou à satisfação de desejos eróticos. Nas peças do estilista o corpo feminino é valorizado de diferentes formas. Há um destaque para a área do quadril, através da marcação da cintura

ou na criação de volumes nessa região, que, por realçá-la, segundo Lurie (1997) está conectado à ideia de procriação. Ainda segundo a mesma autora, a sexualidade está presente também na utilização de fendas e transparências nas peças, por que uma parte do corpo é revelada de forma não explícita, incitando os indivíduos a imaginar o que há por baixo, causando efeitos eróticos.

- Força: a palavra força significa (Ferreira, 2004, p. 354) saúde física e vigor, energia física ou moral. É o antônimo de fraqueza ou debilidade. O estilista consegue elucidar a imagem de feminilidade sem fragilidade, adicionando itens masculinos na modelagem, como a inspiração na alfaiataria e o exagero nas proporções, principalmente na área dos ombros. Segundo Fischer-Mirkin (2001), esse destaque para os ombros remete ao físico masculino e, por esse motivo, quando utilizado em uma peça feminina, faz com que a mulher se sinta mais forte, e com maior poder de comando, portanto, menos frágil.

- *Status*: Para Ferreira (2004, p. 686) a palavra *Status* expressa situação ou posição hierárquica num grupo ou numa organização, e que implica determinados direitos e obrigações, bem como prestígio ou distinção social. A modelagem de Vauthier inspirada na alfaiataria, além de estar ligada à concepção de algo masculino, também passa a ideia de sofisticação, já que a alfaiataria se consolidou como um método direcionado a um público mais seletivo, pelo valor elevado dos produtos (GLOSSÁRIO USEFASHION, 2013).

Tendo autenticadas as molduras, a etapa seguinte tratou de dissecar as modelagens de Vauthier em busca dos signos relacionados diretamente com os significados percebidos em cada uma das molduras.

2.4 A DISSECAÇÃO

Como forma de análise, escolheram-se algumas imagens de coleções do estilista para que as molduras autenticadas anteriormente possam revelar seus significados, tendo sido selecionadas aquelas que apresentavam maior riqueza de detalhes e inferências do designer.

Utilizou-se o procedimento metodológico da dissecação para separar as partes e revelar as molduras ali presentes. Essa dissecação foi feita através do uso de cores para identificar as partes correspondentes a cada moldura. Nas imagens encontra-se a legenda com as cores estabelecidas para as molduras “sexualidade”, “status” e “força”, que foram respectivamente representadas por vermelho, azul e verde. Nas imagens onde há mais de uma cor na mesma área, pode-se observar a existência de mais de uma moldura no mesmo local. A primeira imagem pertence à coleção de Primavera/Verão 2012.



Figura 2 – Look da coleção Primavera/Verão 2012

Fonte: Elaborado pelos autores a partir das imagens do site oficial da marca³

No look da Figura 2 há um vestido com transparência, decote profundo e uma fenda na perna. Nesses locais a moldura “sexualidade” foi assinalada. Já nos ombros, evidenciados por um volume criado, foi assinaladas a molduras “força”. A próxima imagem pertence à coleção de Outono/Inverno 2012/2013.



Figura 3 – Look da coleção Outono/Inverno 2012/2013

Fonte: Elaborado pelos autores a partir das imagens do site oficial da marca⁴

³Coleção de Primavera/Verão 2012. Disponível em: <<http://www.alexandrevauthier.com/av/en/couture-collections/printempsete-2012.html>> Acesso em 13 de maio de 2014.

A Figura 3 tem o *look* composto por uma variação de um *blazer* e uma saia ajustada ao corpo. No decote profundo, e nos locais onde as formas femininas foram evidenciadas – cintura marcada, quadril e pernas – a moldura “sexualidade” foi assinalada. A moldura “força” foi evidenciada na modelagem do *blazer*, assim como a moldura “Status”.

Pode-se observar que nas criações do estilista a feminilidade está contida nas transparências, cintura marcada, destaque para as formas femininas, fendas e decotes profundos. Possivelmente, se o estilista não pontuasse suas coleções com itens masculinos, suas peças criariam a figura de uma mulher delicada e frágil. Entretanto, pode-se perceber que ao inserir esses elementos masculinos nas modelagens, Alexandre Vauthier constrói a imagem de uma mulher feminina e forte. Os principais signos encontrados estão dispostos em uma tabela (Tabela 1) conforme a moldura a qual pertencem.

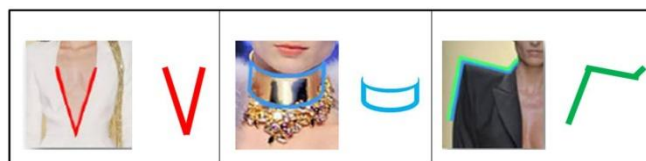


Tabela 1 – Principais signos encontrados
Fonte: Elaborado pelos autores

Essa análise não teve como finalidade apenas a descoberta de signos, mas sim a validação de um código, que utilizado na elaboração de uma coleção. Estes signos foram aplicados a uma coleção desenvolvida com inspiração em uma segunda marca, a Karin Feller. Esta marca foi selecionada por se acreditar estar vinculada com aspectos importantes das molduras como a feminilidade – através de modelagens que valorizam as formas femininas –, o requinte e a distinção – por meio de peças com modelagem estruturada.

Karin Feller, conforme Pacce (2009), é uma estilista e ilustradora israelense que vive no Brasil, e possui uma marca voltada para o público jovem e feminino. Tendo sido estudadas as características da Marca Karin Feller, foi elaborada uma coleção com base nas

⁴Coleção de Outono/Inverno 2012/2013. Disponível em: <<http://www.alexandrevauthier.com/av/en/couture-collections/automne-hiver-2012-2013.html>> Acesso em 13 de maio de 2014.

etapas que compõem o desenvolvimento de uma coleção de moda, identificadas por Treptow (2005) como sendo: Projeto da coleção com Mix de Produtos e Mix de moda, Dimensão da coleção, Pesquisa de tendências, Inspiração, Cartela de cores, Cartela de Matéria-Prima e Insumos, Elementos de Estilo, Croquis, Modelagem, Ficha técnica e Produção. Na modelagem da coleção, conforme o objetivo inicial, foram aplicados os principais signos encontrados (Tabela 1) durante esta pesquisa, como pode se observar na Figura 6.



Figura 6 - Fotos da coleção ilustrada de signos
Fonte: Acervo pessoal

A intenção era justamente incorporar na coleção os principais signos encontrados, dispostos na tabela 1. Foram utilizados recursos nas modelagens que explicitassem justamente estes signos, como recortes e decotes em formato “V” e comprimentos curtos, bem como a cintura marcada, remetendo à moldura sexualidade. No que se refere à moldura status foram utilizadas golas altas e estruturas que remetem diretamente à alfaiataria. Quanto à moldura força, foram dados destaques aos ombros através volumes e recortes feitos nas mangas.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve duas hipóteses para o questionamento “De que forma a modelagem de Alexandre Vauthier emite mensagens ao seu público-alvo?”. A primeira era sobre como a modelagem de uma peça pode emitir mensagens. Através de uma pesquisa acerca das ligações entre efeitos de sentido, moda e consumo, pode-se perceber que essa

teoria tem validade. A segunda hipótese tratava-se de que, ao vestir uma determinada peça, com uma modelagem específica, o indivíduo emite as mensagens contidas em sua vestimenta. Por meio da análise dos looks de desfiles da marca, e observações feitas a respeito de seus significados, considerando a identificação prévia do indivíduo com o conceito dessas peças, acredita-se que esta hipótese também esteja validada.

Com o objetivo de encontrar uma resposta para o problema de pesquisa, foi realizada uma análise de looks de diferentes coleções da marca em busca de efeitos de sentido. Analisando os significados presentes nas modelagens, com o uso dos procedimentos metodológicos da dissecação e molduras, foi possível encontrar diferentes signos.

Dessa forma, constata-se que os objetivos deste trabalho foram atingidos. Porém, é necessário observar que o tema abordado, se delimita sobre a modelagem de uma marca específica, considerando apenas suas características, e o que ela comunica ao seu público-alvo. Por esse motivo, é necessário que se tenha muita cautela ao aplicar os signos aqui encontrados em outras marcas, pois é preciso que haja características em comum, para que as peças resultantes estejam de acordo com o que a marca se propõe a criar.

O tema abordado não se esgota nesta pesquisa, pois ele abre caminho um maior aprofundamento sobre as modelagens de uma marca e seus significados. Dessa forma, torna-se relevante que sejam feitos estudos nessa área, observando os significados presentes em determinados tipos de modelagens, pois o público é capaz de percebê-los e de se identificar com eles, favorecendo o consumo da própria marca.

REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **A Aventura semiológica**. Lisboa: Edições 70, 1987. 270 p.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995. 213 p.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Mini Aurélio**: o dicionário da Língua Portuguesa. 6. ed. rev. ampl. Curitiba, PR: Positivo, 2004. LXXVIII, 817 p.

FISCHER-MIRKIN, Toby. **O Código de vestir: os significados ocultos da roupa feminina**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. 241 p.

FLUSSER, Vilém. **O Mundo Codificado**: Por uma Filosofia do *Design* e da Comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007. 222 p.

GLOSSÁRIO USEFASHION. Disponível em:
<<http://wap.usefashion.com/verbetes.aspx>> Acesso em: 10 mar. 2013.

KILPP, Suzana. **A traição das imagens**. Porto Alegre: Entremeios, 2010. 123 pp.

KRIPPENDORFF, Klaus. **The semantic turn**: A new foundation for *design*. London: Taylor&Francis, 2006.

LURIE, Alison. **A Linguagem das roupas**. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 1997. 285 p.

NIEMEYER, Lucy. **Elementos de semiótica aplicados ao design**. Rio de Janeiro, RJ: 2AB, 2003. [3] p.

PACCE, Lilian. **It Girls por Blog LP: Karin Feller**. Disponível em:
<<http://msn.lilianpacce.com.br/moda/karin-feller-it-girl/>> Acesso em: 25 mai. 2013.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 4 ed. São Paulo, SP: Perspectiva, 2010. xii, 337 p.

SILVA, André Conti. **What's up guys!? Mystery guitar man here!**: *design* estratégico e comunicação na construção do sistema-produto audiovisual na internet. 2012. 203 f. Dissertação (Mestrado) -- Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em *Design*, São Leopoldo, 2012 Disponível em:
<<http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/000000/00000069.pdf>>. Acesso em: 12 mai. 2013.

TREPTOW, Doris. **Inventando moda**: planejamento de coleção. 3 ed. Brusque: Ed. Do Autor, 2005.

VAUTHIER, Alexandre. **Site Oficial da marca Alexandre Vauthier**. Disponível em:
<<http://www.alexandrevauthier.com/>> Acesso em: 11 mar. 2013.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2 ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001. 205 pp.