



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
JOÃO PAULO SCREMIN

**A ARTE CONCEITUAL NA MODA:
ANÁLISE SEMIÓTICA DAS COLEÇÕES DE JUM NAKAO, ALEXANDER
MCQUEEM, ALEXANDRE HERCHOVITCH E VIKTOR & ROLF**

Tubarão
2018

JOÃO PAULO SCREMIN

**A ARTE CONCEITUAL NA MODA:
ANÁLISE SEMIÓTICA DAS COLEÇÕES DE JUM NAKAO, ALEXANDER
MCQUEEM, ALEXANDRE HERCHOVITCH E VIKTOR & ROLF**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de tecnólogo em Moda e Design.

Orientadora: professora Darlete Cardoso, Msc

Tubarão
2018

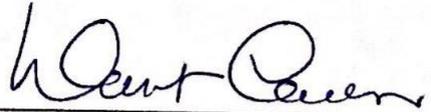
JOÃO PAULO SCREMIN

**A ARTE CONCEITUAL NA MODA: ANÁLISE SEMIÓTICA DAS COLEÇÕES DE JUM
NAKAO, ALEXANDRE MAQUEEM, ALEXANDRE HERCHOVITH E VIKTOR E
ROLF**

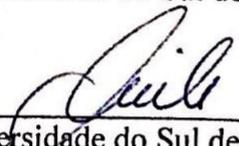
Esta Monografia foi julgada adequada à obtenção do grau de tecnólogo em Design de Moda e aprovada em sua forma final, com média 9,8, pelo Curso de Tecnologia em Design de Moda da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Tubarão, 10 de dezembro de 2018.

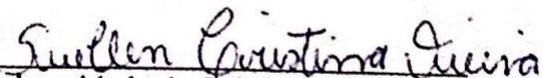
Profa. Darlete Cardoso (orientador)


Universidade do Sul de Santa Catarina

Profa. Jamile Mendes Martins (convidada)


Universidade do Sul de Santa Catarina

Profa. Suellen Cristina Vieira (convidada)


Universidade do Sul de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer muito à minha família, minha âncora e fonte de energias, que busca me incentivar nas escolhas profissionais, que, apesar dos momentos conturbados, busca sempre me fazer feliz. À minha mãe Arveir, por ter me ajudado muito em toda caminhada da faculdade e a quem devo todo reconhecimento pela força de vontade que desenvolveu ao longo dos tempos e por todo amor e aprendizado ao se dedicar a mim. Ao meu pai Altair, que fez de tudo para me manter na universidade, me apoiando nas minhas escolhas profissionais e em toda minha vida. À minha irmã Indianara, que esteve comigo sempre me orientando, apoiando e me incentivando a ser quem eu desejo ser. Todo meu amor por eles.

Não poderia deixar de agradecer à minha tia Marilene, que sempre se esforçou para me ajudar nos projetos e compromissos da faculdade e fora dela também. Meu total agradecimento. E não posso deixar de agradecer a todos meus amigos, que se fizeram presentes em todos os momentos e que compreenderam o motivo da minha ausência neste ano. Quero agradecer a todas as mulheres, que conheci no curso e toda experiência vivida. Com elas, me tornei um ser melhor, e vivi grandes momentos de alegria, tristeza e até de desespero com tantos trabalhos para produzir, que jamais irei esquecer.

Às minhas professoras, que me mostraram e ensinaram tudo que eu precisava para ser um profissional de sucesso e sempre apoiaram nas minhas loucuras. Cada elogio, puxão de orelha, risadas e ensinamentos foram essenciais nesta caminhada. Tenho o maior carinho por cada uma e nunca vou esquecer de tudo que vivemos. Aliás, além dos estudos, elas são amigas e companheiras da turma. E um agradecimento especial à minha professora orientadora, Darlete Cardoso, que chegou quase no final, mas me ensinou tudo que eu precisava para poder desenvolver um bom trabalho. Além de toda paciência e bondade, seu coração cheio de amor me socorreu, mostrou os caminhos a serem seguidos para realização do trabalho e me apoiou em todas minhas escolhas.

E por fim, um muito agradecimento especial a Deus, sem ele eu não teria aguentado todos os momentos difíceis da vida e da faculdade. Ele me fez e faz forte todos os dias, me aceita como sou e não me julga, e assim sigo firme em cada dia de vida.

RESUMO

A moda conceitual que traz uma ligação entre arte versus moda, que é levada para passarelas ao redor do mundo. É elaborada com a intenção de ser algo mais do que vestir, algo que vai além e que ganha um espaço forte na moda. Através da arte observamos o novo, referências que podem ser identificadas como tendências. A proposta desta pesquisa é analisar essa relação entre arte e moda, sob a perspectiva da semiótica. Por meio dos signos, conseguimos identificar os pontos de contato com a história e com as significações que a criação de moda quer expressar. Dentro deste contexto, este trabalho, além de verificar como a arte e a moda conceitual se relacionam, quais os significados dos signos presentes nas imagens das coleções de quatro estilistas, através do método qualitativo. Primeiramente, estudam-se a arte, arte conceitual, moda conceitual, semiótica e seus signos e, assim, partindo para a análise das imagens. E assim pode-se afirmar neste primeiro momento que arte e moda estão interligadas, já que a moda é expressão tanto quanto a arte a partir dos signos apresentados, sendo que as coleções de alguns estilistas se aproximam mais da arte e da moda conceituais.

Palavras-chave: Arte. Arte Conceitual. Moda Conceitual. Semiótica. Signos.

LISTA DE FIGURAS

Imagem 1- A costura do invisível 1.....	30
Imagem 2- A costura do invisível 2.....	32
Imagem 3– Plato’s Atlantis 1	35
Imagem 4 – Detalhe da bota.....	37
Imagem 5 – Detalhe do penteado	38
Imagem 6 – Plato’s Atlantis 2	39
Imagem 7 – Detalhe do penteado	40
Imagem 8 – Verão 2010 1	42
Imagem 9 – Verão 2010 2	44
Imagem 10 – Outono/inverno 2016 1.....	47
Imagem 11 – Inverno 2016 2.....	49
Imagem 12 – Detalhe da passarela 1	50
Imagem 13 – Detalhe da passarela 2	51
Imagem 14 – Detalhe da passarela 3	52

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	ARTE E MODA.....	11
2.1	ARTE.....	11
2.2	ARTE CONCEITUAL.....	14
2.3	MODA CONCEITUAL.....	18
3	SEMIÓTICA.....	23
3.1	DETALHANDO OS SIGNOS.....	24
4	ANÁLISE.....	30
4.1	ESTILISTA JUM NAKAO: COLEÇÃO <i>A COSTURA DO INVISÍVEL</i>	30
4.2	ESTILISTA ALEXANDRE MCQUEEM: COLEÇÃO <i>PLATO'S ATLANTIS</i>	35
4.3	ESTILISTA ALEXANDRE HERCHCOVITCH: COLEÇÃO <i>VERÃO 2010</i>	42
4.4	ESTILISTA VIKTOR & ROLF: COLEÇÃO <i>DE INVERNO 2015</i>	47
5	CONCLUSÃO.....	54
	REFERÊNCIAS.....	57

1 INTRODUÇÃO

Na moda, os estilistas buscam aplicar suas inspirações em suas criações. Seu momento, gosto e comportamento são transmitidos nessas criações, que surgem através de uma longa caminhada de pesquisas e um foco em seu principal tema. Além disso, a moda pode ser, para muitos profissionais, considerada arte, na medida em que vários deles dizem que a arte está presente em tudo que se faz, principalmente na moda conceitual.

Para entender o processo criativo e a arte de uma coleção conceitual, este trabalho tem como tema *A arte conceitual na moda: análise semiótica das coleções de Jim Nakao, Alexandre McQueen, Alexandre Herchcovitch e Viktor & Rolf*. Serão analisadas dois looks de cada estilista, totalizando oito imagens e de alguns estilistas serão analisados também detalhes finalizando um total de quatorze imagens, tendo como problema de estudo as seguintes questões: de que forma a moda e a arte conceitual se relacionam? Quais os sentidos dos signos presentes nas imagens das coleções? Quais significados podem ser observados nos elementos das imagens? Qual a diferença entre os estilistas? Qual deles, comparativamente, se encaixa mais na moda conceitual? E se existe um paralelo possível entre os signos de cada coleção?

Esta pesquisa se justifica porque a moda conceitual exprime um conceito de arte, pois pode representar muito mais que um vestuário. Nas criações a expressão artística está presente no seu conceito, que nos dias atuais estão sendo cada vez mais tecnológicos, havendo mais facilidade para por em prática todo seu pensamento criativo. Entende-se que “a moda como manifesto de arte não deverá ser entendida como roupa para vestir, mas sim um sistema que afirma seu tempo e é capaz de responder a urgentes mudanças num mundo ansioso por novidades” (OLIVEIRA, 2005 p. 30). Portanto, a moda conceitual não deve ser entendida como uma roupa para vestir, para comercializar. Deve ser entendida como arte, manifesto e sentimento. A moda conceitual encontra-se fora do modismo da sociedade ou de algo tradicional, podendo assim trazer mudanças ao receptor, à sociedade, pois sua maior importância é levar uma reflexão através do seu vínculo entre arte e moda.

Não se pode esquecer que este trabalho propõe uma análise dos signos presentes nas imagens coletadas das coleções dos respectivos estilistas escolhidos. Isso porque tudo é considerado signo. Assim, a semiótica está presente na moda, através dos signos que compõe cada peça de uma coleção. Teoria criada por Charles Sanders Peirce, que, segundo Santaella

(2002, p. 5), traz o conceito de que a “semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados”. Portanto, a análise semiótica proposta é importante para diversas áreas e, neste caso, relevante para a moda, pois com ela conseguimos expressar melhor nossas ideias e focos para uma melhor leitura da criação pelo expectador e ou consumidor.

Explicitada a importância da pesquisa, traça-se como objetivo geral compreender a relação entre a moda e a arte conceitual. Dentre os objetivos específicos, está analisar os sentidos dos signos presentes nas coleções, entendendo-se que o signo é uma coisa que representa outra coisa. Assim, ele só pode ser signo se puder representar, substituir uma outra coisa (SANTAELLA, 2002). Tem como objetivos ainda observar os seus significados, averiguar qual das coleções escolhidas para análise podem ser consideradas mais conceituais, fazendo um paralelo com a arte, assim como verificar um paralelo possível entre os signos de cada peça da coleção.

O método utilizado para responder à problemática é o qualitativo descritivo, através da análise de conteúdo de oito imagens, sendo duas do *look* completo de cada coleção apresentada pelos quatro estilistas escolhidos, avaliando seus significados e qual delas se encaixa melhor na moda conceitual. Além das oito peças da coleção, em algumas se analisam detalhes específicos, perfazendo um total de 14 imagens, para reforçar os signos presentes nas imagens. A técnica de pesquisa é o estudo de caso de duas peças cada das coleções *A Costura do Invisível*, de Jum Nakao; *Plato's Atlantis*, de Alexander McQueen; *Verão 2010*, de Alexandre Herchcovitch; fechando com *Inverno 2016*, de Viktor & Rolf. O critério de escolha tanto dos estilistas quanto das coleções e peças é gosto pessoal do pesquisador, a partir dos conceitos presentes.

Na fundamentação teórica, composta de dois capítulos, para que se possa promover a aplicação na análise, primeiramente é pesquisado sobre a arte, tratando da arte conceitual e da moda conceitual, que vem logo em seguida, identificando essa ligação entre moda e arte conceitual. Num segundo momento, capítulo seguinte, traz um estudo da semiótica, sua importância e a classificação dos respectivos signos. Nos capítulos seguintes, apresenta-se a análise e as conclusões.

2 ARTE E MODA

2.1 ARTE

A arte não depende de gosto, mas tem suas próprias regras, segundo Cardoso (2000, p. 2). “É um processo inerente ao homem e à natureza. Enquanto o homem existir, vai existir a arte. É um sistema de expressão da capacidade criadora do homem, seus sentimentos, emoções e paixões”.

Para Goodman, a arte favorece a densidade, a saturação, a exemplificação e a referência múltipla e complexa (GOODMAN, 1995). E Read (2001, p. 16) afirma: “a arte, seja lá como definimos, está presente em tudo que fazemos para satisfazer nossos sentidos”.

Logo, Reinaux (1991, p. 22) manifesta o significado de arte como:

Aquilo que é feito pelo homem; o que é bem feito pelo homem; o ofício; o saber; a experiência; o conhecimento com o qual o homem faz algo; o aprendizado adquirido; a instrução; o conhecimento; a ocupação; o mister e mais emprego; a profissão; o gênio; o talento, o produto ou resultado final de uma produção, as musas, as regras e os preconceitos, ou até mesmo a parte teórica de uma arte. Assim tudo é arte.

A arte está ligada profundamente ao real processo da percepção, do pensamento e das ações corpóreas, de acordo com Read (2001). Amy Howell fala que “a arte é o desejo do homem de expressar-se, de registrar as reações de sua personalidade ao mundo em que vive” (citado por REINAUX, 1991 p.21).

Cardoso (2000, p. 2) explica que “obra de arte tem uma função estética no sentido de atração de sensibilidade, de sentimento, de conhecimento de mundo”. Seu sentido é dado por quem a cria. “É o mundo reencontrado do artista, que nela coloca seu mundo interior, captado do mundo exterior, da natureza. Por isso, tem autenticidade, é única”.

E Reinaux (1991, p. 22) enfatiza dizendo que:

A partir de quem praticava a arte, ou seja, o artista, o artesão, ou o artífice, ou o artesão, a arte podia ter caminhamentos diferentes, através das diversas formas de expressão. A estética, que referia-se ao estudo do belo, dizia respeito também a característica de que, ela pertencia especialmente a individualidade das pessoas. Isto é, cada pessoa, tem a sua própria percepção estética. É isto o que nos assegura a um só tempo a imensa variedade de conceituação da arte e a beleza que ela encerra em si mesma.

Entende-se que as propriedades estéticas não devem ser procuradas nos sentimentos do interprete e intenções dos artistas, e sim nas próprias obras de arte (GOODMAN, 1995).

Reinaux (1991, p. 24) explica que a arte ou sua expressão tem a raiz nos vocábulos “artista” e “artesão”. Para o autor, eles nos dão “a ideia de que a habilidade está de certa forma sempre presente e todas as formas do trabalho criativo, ou seja, do trabalho artístico ou artesanal”.

A arte, como o ar e o solo, está à nossa volta, mas raramente nos detemos para considerar desta forma, pois a arte é muito mais do que algo encontrado no museu (READ 2001). Já Reinaux (1991, p. 25) detalha que mesmo ainda estando na mente do artista pode ser considerada arte. “Consubstancia-se, consolida-se e torna-se real, com a ação mecânica do ato produtivo desse mesmo artista. Assim, de forma conclusiva, temos que a arte está no artista como causa e na própria obra de arte como efeito”.

Read (2001, p. 17) considera a obra de arte como uma forma e explica que:

A forma de uma obra de arte é o aspecto que ela assume. Não importa que se trate de um edifício, uma estátua, um quadro um poema ou uma sonata-todas estas coisas assumiram um aspecto particular ou especializado, e esse aspecto é a forma da obra de arte. Disse que a obra de arte assume sua forma, mas na verdade, a forma lhe é atribuída por uma determinada pessoa, que é por nos chamados de artista; e lembramos que um artista não é apenas um homem que pinta quadros, mas também um homem que faz música, poesia ou móveis - e até esmo sapatos e roupas.

E Cardoso (2000, p. 3) enfatiza o pensamento dizendo que “a obra de arte é, assim, um objeto de culto significativo. Aquele que se concentra diante de uma obra mergulha nela, penetra dentro de si. Fixa a transcendência do desconhecido em face ao conhecido.”.

Dessa forma, as obras de arte são símbolos que geram diferentes formas em que seu funcionamento, como tal pode se tornar (GOODMAN, 1995, p. 20). O autor conclui: “aceite que as obras de arte são símbolos, a tarefa da Estética decorre naturalmente. Uma vez que todos os símbolos se estruturam em sistemas, há que, por um lado, analisar e descrever os sistemas de símbolos da arte”.

Waltercio Caldas cita o objeto da arte como “a própria continuidade da arte enquanto produção de significado, e claro que a arte se enriquece de tudo, mas o que mais enriquece a arte é a própria arte, é a possibilidade que ela dá a você de continuar a fazê-la” (citado por MORAIS, 1998, p. 34).

Goodman explica que a consequência mais notável é porque as obras que não representam o que quer que seja, mas contribuem de forma poderosa para organizar nossa

experiência visual do mundo (GOODMAN, 1995). Já Oliveira e Garcez (2006, p. 11) explicam que uma obra de arte expressa um pensamento. E detalham que “provocam uma forma de inquietação no observador, uma sensação especial uma vontade de contemplar uma admiração emocionada ou uma comunicação com a sensibilidade”.

Joseph Albers considera que “a arte, como formulação visual da vida, abraça todas as suas facetas. Ela integra todos os campos do aprendizado, disciplina o olho e a mão, além do espírito. A arte é necessária em toda a parte, na vida pública como na privada, do lar ao escritório público, da religião aos negócios” (citado por MORAIS, 1998, p. 37).

Seguindo essa linha de pensamento, Oliveira e Garcez (2006, p. 19) concluem que:

De tudo que observamos, pensamos e refletimos até aqui, podemos concluir que a arte tem várias funções na sociedade e na cultura: interpretar o mundo; provocar emoção e reflexão; expressar o pensamento e a visão de mundo do artista; explicar e refletir a história humana; questionar a realidade; representar crenças e homenagear deuses, ideias, pessoas, entre muitas outras.

E Cardoso (2000, p. 3) enfatiza que “as obras de arte representam mundos. E justamente por isso, elas expressam, ainda que seja o mundo interior do artista. Toda obra de arte transmite uma mensagem implícita. A mensagem está na cabeça do artista e na de quem a contempla”.

Pode-se concluir que a arte faz parte do que chamamos de estilo de vida de uma época, da sua concepção do mundo e da sua liturgia de ação (BASTIDE, 1979, p. 8). E este autor considera que “a arte não tem sua finalidade em si mesma, não procura apenas agradar”. E, assim, Marcel Duchamp explica que “a arte pode ser ruim, boa ou indiferente, mas qualquer que seja o adjetivo empregado, temos que chamá-la arte. Arte ruim é arte, do mesmo modo como uma emoção ruim é uma emoção” (citado por MORAIS, 1998, p. 34).

Entende-se que a arte não é um simples jogo individual sem consequência, mas agindo sobre a vida coletiva pode transformar o destino da sociedade (BASTIDE 1979). Conforme Archer (1960), a arte nos dias atuais é confrontada com uma desconcertante profusão de estilos, formas e práticas. Parece que, quanto mais olhamos, menos certeza pode-se ter quanto aquilo, pois isso permite que as obras sejam qualificadas como arte.

Já Reinaux (1991, p. 26) detalha que “toda arte é condicionada pelo seu tempo e reflete um momento histórico com as aspirações, as ideias, o gosto, as necessidades e as esperanças da sociedade”.

E Oliveira e Garcez (2006, p. 20) enfatizam:

A experiência estética que a arte proporciona é uma forma de felicidade muito especial porque é transformadora. Ela nos modifica pela emoção que proporciona. Para interagir e apreciar a arte, usamos: experiências anteriores; percepção; habilidades comunicativas, visuais e especiais; informações; sensibilidade; imaginação. Assim, quanto mais desenvolvermos essas capacidades, competências e habilidades, mais nos aproximaremos do mundo da arte.

A arte torna-se necessária para o homem capaz de conhecer e fazer mudar o mundo, mas a arte também é necessária em virtude da sua magia (MORAIS, 1998). Em virtude disso, a arte é a procura da beleza, do “lúdico e ao mesmo tempo generoso sobre os fatos brutos. O artista respeita as coisas pelo que elas são (CARDOSO, 2000, p. 3). E Oliveira e Garcez (2006, p. 13) completam que o artista e seus manifestos artísticos acontecem de diversas formas: “pelo som (música), pela linguagem verbal oral ou escrita (literatura), pela imagem visual (pintura, desenho, escultura, gravura, fotografia) ou pela linguagem corporal (dança). Ou pode, ainda, expressar-se pela mistura de várias linguagens”.

Feitas essas reflexões a respeito da arte, sem trazer apenas uma corrente de pensamento, mas conceituá-la de uma forma mais geral, passamos a tratar de arte conceitual, importante para os objetivos desta pesquisa.

2.2 ARTE CONCEITUAL

Ocorre, ao longo do século XX, interações entre moda e arte, onde a roupa se liga à arte através de artistas, assim se apropriando do poder do vestuário, evidenciando o tema. Surge uma reaproximação entre arte e vida, criação e modernidade. Desta forma, a moda, como manifesto de arte, tem referência na vanguarda, no futurismo, no construtivismo e no surrealismo, mantendo essa relação até os dias de hoje (OLIVEIRA, 2005).

Segundo Ruiz (2007, p. 3), a arte conceitual “[...] surgiu na década de 60 no século XX, sob influência do Dadaísmo e principalmente da ‘Pop art’ das décadas de 50 e 60 do mesmo século”. Já Muller (2000, p. 4) enfatiza que “ocorreram no século XX múltiplas ações e movimentos que provocam o interesse recíproco entre os mundos da arte e da moda”. E detalha:

As afinidades observadas visualmente correspondem a atitudes bem diferenciadas: repensar a vida por meio do vestuário, rever o sistema da moda, criar sinergias arte-moda para imprimir alma à indústria, enfim, empregar o vestuário como suporte da expressão artística. As novas atitudes transformam o status arte e moda.

Avelar (2009, p. 114) diz que a arte é utilizada também “como uma referência imagética para a moda, como uma citação ou, ainda, como um fator buscado pelo marketing no intuito de dignificar o produto, de conceder um caráter mais ilustre ao objeto de moda”.

Nesse sentido, Oliveira (2005, p. 9) afirma que:

Explorando as formas de expressão, encontram nas roupas um suporte diferenciador. Os estilistas por sua vez, intensificam seus trabalhos com artistas na criação de tecidos, desfiles/performance, instalações, exposições e publicidade. Desta maneira a arte proporciona novos olhares à moda e a roupa questiona a arte na poética sobre o corpo.

Monica Moura conclui que “além de atuar com a arte como referência e repertório de criação, alguns designers lançam mão de verdadeiras performances artísticas, tal como Jum Nakao” (citado por PIRES, 2008, p. 60).

Ruiz (2007, p. 127) observa que, na arte conceitual, a ideia é mais importante que o próprio resultado final. Assim, os artistas não se comprometem a criar elementos agradáveis ao olhar, ou ainda, mas através de imagens triviais o artista pode refletir a superficialidade de quem aprecia.

Pode-se dizer que arte conceitual é uma tentativa de revisão da noção da obra de arte agarrada na cultura ocidental. A arte deixa de ser primordialmente visual, feita para ser olhada, e passa a ser considerada como ideia e pensamento. Muitos trabalhos que usam a fotografia, xerox, filmes ou vídeo como documento de ações e processos, geralmente em recusa a noção tradicional de objeto de arte, são designados como arte conceitual. (ENCICLOPÉDIA ITAU CULTURAL, 2018)

Muller (2000 p. 5) explica que “a noção de obra de arte total favorece a reaproximação entre arte e vida, a criação e a modernidade científica”. E Moura completa esse pensamento ao dizer que “a questão arte e moda e no design também se apresenta em diferentes tempos e autores” (citada por PIRES, 2008 p. 56).

Assim, na moda, a arte não representa mais o mundo e se volta ao processo mental para criação, conseguindo usar materiais e técnicas diversas, como fotografia, vídeo, xerox, entre outros. Deste modo, através da arte conceitual tenta-se entender a ideia que passa, tornando-se sem regras e livre (SILVA e MORI, s/d).

Silva e Mori (s/d, p. 189) detalham:

Então sem regras e tendo como base o conceito, a arte, através da arte de conceito, assume a experimentação como forma de criação, ela não mais restringe, torna-se muito livre, apropriando-se de espaços, matérias, objetos para o registro de ideia, experimenta tudo isso e muitas das vezes o artista usa da ironia para criar o que se queira ou para passar a mensagem. Este é outro aspecto importante da arte conceitual, ela não é pra ser contemplada e sim, para ser pensada, refletida, e assim sendo não tem a preocupação de ser agradável, mas muito mais instigar.

Citada por Pires (2008, p. 48), Monica Moura enfatiza que “a arte, seus princípios e sua linguagem são importantes para criação, seja em qual esfera ocorrer, seja a criação em moda, seja a criação em design”.

É importante acrescentar que a moda apresenta as mesmas questões formais que a arte, assim como o pintor, o escultor, o estilista ao desenvolver os modelos tem que ter noção de espaço, dimensões, linhas, volumes, equilíbrio, a harmonia e etc. (OLIVEIRA, 2005). “A moda como manifesto de arte não deverá ser entendida como roupa para vestir, mas sim um sistema que afirma seu tempo e é capaz de responder a urgentes mudanças num mundo ansioso por novidades” (OLIVEIRA, 2005 p. 30).

Ainda citando Moura, Pires (2008, p. 49) destaca que

Uma das formas de presentificação da arte na moda ou no design ocorre por meio das estampas e padronagens de tecidos, pelo desenvolvimento de peças ou complementos do vestuário e de casa. Esses objetos de moda tanto podem reproduzir detalhes parciais das obras de arte como podem se desenvolver a partir das referenciais de um período, estilo ou movimento de arte, ou ainda, de um determinado artista.

Por sua vez, Silva e Mori (s/d, p. 192) dizem que “na arte conceitual o conceitual talvez não queira ser inovador, mas sim pensar em uma possibilidade”. Mesmo sendo “pouco ou não reconhecível”, a questão “pode ser a ideia de alguma criação conceitual, mas não quer dizer que tudo que seja conceitual seja impactante”.

Segundo Avelar (2010, p. 114), “a moda pode contribuir para a disseminação da arte utilizando suas referências e popularizando algumas imagens produzidas para museu – ao subverter suas fronteiras”. Moura concluiu que “as relações arte e moda ficam aí supercomprovadas, na medida em que os espaços institucionalizados da arte e do design (museus e galerias) aceitam e incorporam as produções de moda em seus acervos, atividades e programações” (citada por PIRES, 2008, p. 59).

Ruiz (2007, p. 127) diz que “arte está extremamente preocupada com o caráter inovador e experimental e que a ideia e o pensamento do artista se sobrepõem a noção tradicional de arte”. E detalha:

Na contemporaneidade nos resta observar de modo mais preciso e critico as relações de arte e da moda, pois muitas vezes encontramos soluções em produtos de moda que apenas transferem aspectos da visualidade das obras de arte para as estampas dos tecidos ou na composição das peças de roupas. Monica moura (citado por PIRES, 2008, p. 64).

O autor acima explica que algumas obras de arte são referências para criação de produtos de moda, principalmente os que utilizam tecidos, peças do vestuário, lençóis e bordados (PIRES, 2008).

A moda poderia ter sido arte, antes da era industrial, mas o criador desse gênero tem preocupações semelhantes às do pintor ou escultor em relação às composições, cores, texturas, entre outros (AVELAR, 2009).

Segundo Oliveira (2005, p. 38),

a moda se relaciona com outras linguagens, no caso específico das artes visuais, esta relação deve ser pensada a partir de um rompimento de códigos (de cada linguagem), para que se estabeleça um outro não-lugar, que não resulte em um produto e sim em uma obra de arte que propõe um diálogo a sociedade.

Oliveira (2005, p. 32) enfatiza que “é a partir dos elementos da linguagem visual (ponto, plano, linha, forma, textura, composição...) que há um elo de ligação [sic] entre a interface arte-moda, pois tanto o artista quanto o estilista trabalham com estes elementos em seu percurso criativo”.

Muller (2000, p. 8) afirma que “todos motivados por uma preocupação comum, unificar arte e civilização técnica, elaboraram uma cultura material na qual o vestuário encontra seu espaço específico fora da moda”.

E Monica Moura (citado por PIRES, 2008, p. 61) detalha:

Evidentemente, as propostas destes artistas não eram a de criação para moda, mas eles questionavam e exploravam o universo de sensações humanas e rompia com o distanciamento entre obra e público, entre artista e espectador. Desta forma, possibilitaram até o que hoje chamamos de princípio da interatividade, pois destituíram a condições de público espectador e observador instaurando a condição interativa entre obra e fruidor.

A moda conceitual vem do campo das artes, pois mantém uma relação bastante estreita com moda em questão (RUIZ, 2007).

A arte conceitual não se preocupa em ser ou não copiada, reproduzida, somente esse caráter seria muito vago para relaciona-la. A moda conceitual não pensa, de fato, em ser reproduzida industrialmente, mas não quer dizer que a impossibilidade de, seja uma de suas características. A questão do artesanal não é algo dos princípios conceituais, que, aliás, são no quesito de criações bastante livres, podendo se apropriar inclusive da reprodução industrial ou sistemas, para passar uma ideia (SILVA e MORI, s/d p. 192).

Muller (2000, p. 15) afirma que “existe uma moda que faz ‘arte’ e uma arte que faz moda”. E Silva e Mori (s/d, p.183) finalizam dizendo que “é moda possivelmente por usar roupa, não roupa da indústria, mas roupa construída para uma discussão fundamental, e pode ter na arte conceitual seu ponto de apoio”.

Pode-se assim falar de moda conceitual e esclarecer que todo estilista traz um conceito em suas coleções. Isso não significa que ela faça moda conceitual, mas assim as coleções comerciais apresentam um conceito que o estilista procura transportar do tema

abordado (RUIZ, 2007). Com isso, passa-se a refletir sobre a relação da arte conceitual com a moda.

2.3 MODA CONCEITUAL

A moda conceitual traz uma ligação de arte versus moda, levando para passarelas mundiais algo mais intrínseco do que vestir, ganhando espaço na moda, disputa com os concorrentes quem vai lançar o diferencial, e qual deles se tornara tendência. A expressão artística através das roupas transforma-se mais acelerado, e com o crescimento tecnológico acarreta em uma maior viabilidade para pôr em prática as criações (SEIXAS, 2004).

Segundo Oliveira (2005, p. 22), “repensar a vida por meio do vestuário, rever o sistema de moda, criar uma sinergia arte-moda relacionada a indústria têxtil, ou empregar o vestuário como expressão artística, são apenas algumas relações visuais possíveis”.

Müller (2004, p. 4) diz que “as novas atitudes transformaram o status da arte e da moda”. E detalha:

O vestuário, uma verdadeira carteira de identidade social, fora do seu contexto cotidiano é tudo menos anódino ou inocente. Segundo as épocas e seu interprete – artista ou estilista -, será tanto a expressão de uma ideologia quanto a crítica de uma sociedade ou reflexo de uma confusão de gêneros’.

Mesquita (2004) esclarece que, ao analisar a construção da imagem e da linguagem aponta, a mídia e o marketing assumem papéis de suma importância para construir e comunicar um conceito, dando uma projeção a marca e ao produto.

Este mesmo autor enfatiza que:

Além disso, os anos 1990 mudam o status de quem define e elabora a imagem: o designer já não é a única estrela. Fotografo, stylists, top models, maquiadores e cabelereiros, diretores de arte, programadores visuais, webdesigners, ou seja, toda equipe que compõe a imagem é valorizada como nunca (MESQUITA, 2004, p. 90).

Podemos verificar estratégias conceituais em relação às peças comerciais, valorizando a coleção, com catálogo, outdoor, ou até mesmo um desfile, cujos *stylists*, iluminação, trilha sonora e cenários, que são aplicados para criar uma imagem diferente e única (RUIZ, 2007).

O conjunto de profissionais colabora no crescimento do conceito, tornando-se tão importante quanto o criador. “No desfile a discussão não é o conforto, a utilização ou não das peças daquela forma ou ocasião de uso; a mensagem não é passada pela funcionalidade, pois o impacto emocional é provocado a partir da expressividade” (RUIZ, 2007).

Avelar (2009, p. 112) conclui que:

É assim que muitos estilistas realizam hoje as suas experimentações. Buscam apontar de forma questionadora as dinâmicas ainda não percebidas da sociedade não só por meio do choque e do desconforto, mas também, muitas vezes, pela transgressão a própria indústria.

Pires (2008, p. 110) afirma que “o estilista se converte em mensageiro, um transmissor de ideias, criadas em formas, materiais e usos determinados”. Nesse sentido, a moda conceitual vai além de observar uma peça de roupa, ela não se preocupa em (re)produzir vestuário, ou em pensar na sua funcionalidade, mas tem a intenção de expressar uma ideia, fazer refletir sobre algo, que não precisamente está ligada a moda (Silva e Mori, s/d).

Avelar (2009, p. 109) enfatiza que a moda conceitual:

[...] se dá pela intuição, pela sensação primeira da emoção, da sensibilidade que capta algo. É nesse caráter de expressão que vemos preponderância dos sentimentos e das emoções; é ela que da forma teórica ao sentimento e o transforma em ‘palavra, canto, figura’

A experimentação na moda, diz ainda Avelar (2009, p.110), “pode advir do material, das formas e das cores, através da exacerbação do conceito que provoca e aguça a percepção”. Já Ruiz (2007, p. 28) detalha que “todo estilista esclarecido traz um conceito em suas coleções e isso não quer dizer que ele faça moda conceitual”, enquanto Silva e Mori (s/d, p. 191) afirmam que “até mesmo as coleções extremamente comerciais são baseadas em conceito”.

Para Muller (2000, p. 14), “a oferta ampliada favorece uma maior liberdade de expressão [...] e é reconhecida como uma forma de expressão cultural digna de interesse”.

Ruiz (2007, p. 129) enfatiza que:

a existência de uma ideia de experimentação que vai além do limite aceito pelo mercado, pois o profissional de moda não se compromete a criar elementos e composições agradáveis ao olhar do consumidor [...] intuído inovador da moda conceitual.

Assim, encontramos a moda conceitual como uma cultura fora do modismo tradicional, trazendo mudanças sociológicas e éticas à sociedade (OLIVEIRA, 2005).

Silva e Mori (s/d, p. 192) afirmam que:

Não basta um caráter experimental [...] na arte conceitual o experimental é um caráter pensado e não somente usado, talvez o conceitual não queira ser inovador, mas sim pensar possibilidades. O pouco ou não reconhecível pode ser ideia de alguma criação conceitual, mas não quer dizer que tudo seja conceitual precisa ser impactante [...].

A importância final do desfile é saber se o conceito levou uma reflexão ao espectador. Explica Ruiz (2007, p. 129) que “o conceito, seja no início da sua carreira, repleto de teor mais violento, seja nos dias atuais, com atitudes “mais comportadas” deve levar a reflexão de quem observa”.

Silva e Mori (s/d, p. 191) afirmam que “não devemos esquecer que mesmo a moda corriqueiramente dita conceitual, a partir do momento que é exposta, desfilada, denota a intenção de venda e então perda a carga conceitual”.

Segundo Muller (2000, p. 11), “a roupa vestida amplia, através do movimento do corpo, a experiência visual”. E detalha que

o espectador participa da metamorfose espacial-temporal-luminosa do objeto artístico. Seus tecidos e vestidos em movimento produzem um imaginário em constante transformação, sobre as múltiplas combinações cromáticas e variações de linhas.

Nakao (2005, p. 19) afirma que “redescobrimos a fundamental participação ativa do espectador na obra”, o que mostra, assim, a grande importância do público no desenvolvimento de uma obra, bem como na sua venda. Segundo Avelar (2009, p. 110), “o que interessa aqui é o novo, o que provoca emoções, desconforto, inquietação, o experimental em seu estado mais inicial”. Para o autor, isso mostra que a moda vai muito além, aplicando sempre o novo, deixando o espectador inquieto e curioso.

Podemos observar como Patrícia Douat aplica essa ideia do novo: “novas ideias, novos materiais, novas direções, novas pessoas e absolutamente, nenhuma regra” (citada por SEIXAS, 2004, p. 3), Avelar (2009 p.110) conclui que

Isso se dá não apenas no que se refere ao maquinário e as novas criações têxteis, mas também no enfoque do corpo como integrador dessas tecnologias, pois a moda é criação no espaço e no corpo. Esse novo atua, portanto, em muitas dimensões da cadeia produtiva, mas especialmente nas mudanças de paradigmas captados pela criação, como a sensação.

Em novas modelagens, peças que vão além da realidade, busca-se sempre surpreender, e cabe ao estilista entender o processo de aceitação do espectador (RUIZ, 2007). Herchcovith comenta que o que mais sabe lidar “é com o estranhamento das pessoas. A roupa é meu veículo para fazer isso”. E completa: “o que acontece é que minha modelagem não é convencional” (citado por RUIZ, 2007, p. 131).

Segundo Silva e Mori (s/d, p. 195), o corpo é um suporte de grandes possibilidades de criações. Paraguai detalha: “o corpo articula infinitas apropriações estéticas e vivenciais com seus desdobramento e experimentações as conexões expandem os limites territoriais físicos do corpo e manifestam um acontecimento intelectual, subjetivo e enigmático” (citado por SILVA e MORI, s/d, p. 195).

Avelar (2009, p. 112) diz que “o corpo era o elemento mais presente, e apresentava o movimento necessário para realização das obras”. E completa que “a funcionalidade, juntamente com a intenção de despertar emoção, materializava o desejo dos futuristas em suas intervenções na moda – tinha por objetivo facilitar a comunicação entre os indivíduos e romper com os padrões de gosto e elegância”.

Silva e Mori (s/d, p. 196) concluem que “a moda do conceito faz da roupa, e às vezes também o corpo participa, o registro é ela experimentada, apropriada, distorcida, pensada, pois é ela o conceito, ou seja, a roupa é o meio pelo qual este conceito será materializado”.

Complementando, Ruiz (2007, p. 131) diz que “a extravagância e a exuberância das coleções conceituais elevam a moda, em nossos dias, a um status de arte”. E Muller (2000, p. 12) afirma que “o look conta tanto quanto uma obra de arte”. Para este autor, o vocabulário da moda se apropria da linguagem da arte; fala-se de “conceitos”, de “happenings”, de “instalações”. Exposições invadem museus e galerias de arte, substituindo os desfiles.

Gilda Melo de Souza afirma que

a moda poderia ter sido arte, antes do advento da era industrial, que a transformou numa sólida organização econômica, mas que o criador desse gênero tem preocupações semelhantes às do pintor ou do escultor quando pensa na forma como medida do espaço – preocupa-se, por exemplo, com a composição das cores e texturas (citado por AVELAR, 2009, p.111).

Conforme Oliveira (2005, p. 30), “a moda como manifesto de arte não deverá ser entendida como roupa para vestir, mas sim um sistema que afirma seu tempo e é capaz de responder a urgentes mudanças num mundo ansioso por novidades”.

As roupas buscam transmitir ideias muito grandes, já que são capazes de adquirir sentidos diversos, trazendo assim um vínculo entre moda e arte (SILVA e MORI, s/d).

O objeto, seja ele de moda, de arte, seja de design, pode ser entendido como o reflexo de seu tempo e de sua sociedade. Para construir seu objeto, estes três campos de conhecimento – moda, arte e design – trabalham com semelhantes elementos básicos da composição visual: formas, cores, linhas, volumes e texturas. A obra de arte, assim como o produto de moda ou de design, resulta em um objeto aberto e sujeito as diversas interpretações, recriações ou releituras, tanto do

usuário/observador/espectador quanto do interator nos objetos e processos.
(MONICA MOURA, citada por PIRES, 2008, p. 39)

A moda, o vestuário, os objetos e ambientes sempre foram registrados nas obras de arte, em diferentes tempos históricos. Sendo assim podem ser estudados, resgatados, citados e encontrados no universo da arte (PIRES, 2008). Nesse sentido, a semiótica tem muito a contribuir, pois a moda é feita de signos. Por isso, passamos a tratar do tema no capítulo a seguir, importante para a proposta deste estudo.

3 SEMIÓTICA

A semiótica é uma área de conhecimento recente, pertencente às ciências humanas. Joly (2015, p. 29), que a coloca como uma disciplina, explica que “surgiu no início do século XX e não usufruiu, portanto, da ‘legitimidade’ de disciplinas mais antigas como a filosofia, e ainda menos a das ciências ditas ‘puras’, como matemática ou física”.

Chegou-se a acreditar que a semiótica não passava de uma tendência e, sendo também considerada como uma área de interesse, tornou-se uma atividade, até mesmo com o intuito de promover uma revolução (SANTAELLA & NOTH, 2004).

Para Santaella (2002, p. 2), a semiótica faz parte da ampla filosofia de Peirce. “Essa arquitetura está alicerçada na fenomenologia, uma quase-ciência que investiga os modos como apreendemos qualquer coisa que aparece à nossa mente, qualquer coisa de qualquer tipo”. E detalha:

Algo simples como um cheiro, uma formação de nuvens no céu, o ruído da chuva, uma imagem em uma revista etc., ou algo mais complexo como um conceito abstrato, a lembrança de um tempo vivido etc., enfim, tudo que se apresenta à mente. Essa quase-ciência fornece as fundações para três ciências normativas: estética, ética e lógica e, por sua vez, fornecem as fundações para a metafísica.

Entende-se que semiótica tem por objeto a investigação de todas as linguagens possíveis, de acordo com Santaella (2003). E Noth (2003, p.17) enfatiza que é “a ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura”.

A semiótica contribui para a exploração de possibilidades de estudos das formas de comunicação, inseridas num contexto de modo explícito ou não (CASTILHO e MARTINS, 2008).

Santaella (2003, p. 55) cita as palavras de Peirce

a tarefa que inauguro é fazer uma filosofia como aquela de Aristóteles, quer dizer, esboçar uma teoria tão compreensiva que, por longo tempo, todo trabalho da razão humana – na filosofia de todas as escolas e espécies, na matemática, na psicologia, na ciência, física, na história, na sociologia e em qualquer outro departamento que possa haver – deve aparecer como preenchimento de seus detalhes. O primeiro passo para isso é encontrar conceitos simples aplicáveis a qualquer assunto

A semiótica pode nos levar, segundo Santaella (2002, p. 4, “a compreender qual é a natureza e quais os poderes de referência dos signos, que informação transmitem, como eles se estruturam em sistemas, como funcionam [...] e que tipos de efeitos são capazes de provocar no receptor”.

E Noth (2003, p. 21) enfatiza que a “semiótica como teoria geral dos signos teve várias denominações no decorrer da história da filosofia. A etimologia do termo nos remete ao grego *semeîon*, que significa ‘signo’, *sêma*, que pode ser traduzido por “sinal” ou também ‘signo’”.

Morris diferencia semiótica em pura, descritiva e aplicada (SANTAELLA E NOTH, 2004, p. 74). E Santaella e Noth (2004, p.74) a dividem em semiótica geral ou formal e especial ou regional. “Fala-se ainda em semiótica cítica, empírica, experimental, comparativa etc.”.

Para Pietroforte (2004, p. 12), a

Semiótica define um nível fundamental do qual se pode partir para formalização de seu estrato mais geral e abstrato. O sentido é definido pela semiótica como uma rede de relações, o que quer dizer que os elementos do conteúdo só adquirem sentido por meio das relações estabelecidas entre eles.

Segundo Santaella (2002, p. 5), “a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados”. De acordo com Castilho e Martins (2008), discursos realizados no nosso mundo contemporâneo, e em produções de textos, aproximam-se positivamente da semiótica

E Peirce (1977, p. 45) explica seu conceito como:

a quase-necessária, ou formal doutrina dos signos. Descrevendo a doutrina como “quase-doutrina”, ou formal, quero dizer que observamos os caracteres de tais signos e, a partir dessa observação, por um processo a que não objetarei denominar Abstração, somos levados a afirmações, eminentemente falíveis e por isso, num certo sentido, de modo algum necessárias, a respeito do que devem ser os caracteres de todos os signos utilizados por uma inteligência “científica”, isto é, por uma inteligência capaz de aprender através da experiência.

A semiótica vem com um processo de interpretação de signos com base em uma relação triádica entre signo, objeto e interpretante (NETTO, 1996).

3.1 DETALHANDO OS SIGNOS

Um signo, na visão de Peirce, de acordo com Netto (1996, p. 56), “é aquilo que, sob certo aspecto, representa alguma coisa para alguém”. E Santaella (2002, p. 8) enfatiza que “essa ‘coisa’ qualquer está na posição de objeto porque é representada pelo signo. O que

define signo, objeto e interprete, portanto, é a posição lógica que cada um desses três elementos ocupa no processo representativo“.

Pignatari (1983, p. 23) explica que

A raiz primitiva parece indicar que “signo” seria algo que se referisse a uma coisa maior do qual foi extraída: uma folha em relação a uma árvore, um dente em relação ao um bicho etc. Nessa acepção, signo apresentaria um estreito vínculo com duas das mais usuais.

O signo é uma coisa que representa outra coisa. Assim ele só pode ser signo se puder representar, substituir uma outra coisa diferente dele (SANTAELLA, 2003, p. 59). “O significado de um signo é outro signo – seja este uma imagem mental ou palpável, uma ação ou mera reação gestual, uma palavra ou um mero sentimento de alegria”.

Pignatari (1983, p. 24) afirma que “um signo pode ser defendido como toda coisa que substitui outra, de modo a desencadear (em relação a um terceiro) um complexo análogo de reação”.

Para Peirce (1977, p.46),

Um signo, ou representâmen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por, denominei fundamento do representâmen.

Há signos que são interpretáveis em forma de sentimentos, outros são interpretáveis através de experiência concreta ou ação e outros são passíveis de interação através de pensamentos. Nesse sentido, Santaella (2003, p.61) explica que “a partir dessa divisão lógica e microscópica das partes que interagem na constituição de todo e qualquer signo, Peirce estabeleceu uma rede de classificação sempre triádicas (isto é, três a três) dos tipos possíveis de signo”.

Pignatari (1983 p.25) considera que é “em relação ao referente, ou seja, a coisa a que se refere ou designa, o signo pode ser classificado”. Netto (1996 p. 57) detalha esta classificação:

a respeito desses três tricotomias diz respeito ao signo em si mesmo; a segunda é estabelecida conforme a relação entre o signo e seu objeto, e a terceira diz respeito às relações entre o signo e seu interpretante. Embora isto inverta a ordem original seguida por Peirce, inicialmente virá a descrição da segunda tricotomia, não apenas por ser a mais conhecida como porque, sendo de mais fácil apreensão, facilita a compreensão das outras duas.

E assim os signos são divisíveis conforme três tricotomias, a primeira conforme o signo em si mesmo for uma mera qualidade, a segunda conforme a relação do signo para com

seu objeto e a terceira conforme seu interpretante representa-lo como um signo de possibilidades (PEIRCE, 1977).

E Santaella (2002, p. 32) ressalta “o que deve ser compreendido nesse passo da análise é que os sin-signo dão corpo aos quali-signos enquanto os legi-signos funcionam como princípios-guia para os sin-signos. Quali-sin-legi-signos, os três tipos de fundamentos dos signos”.

Noth (2003, p. 76) afirma que “quali-signo é uma qualidade que é um signo. Não pode, em verdade, atuar como signo, enquanto não se corporificar”. Concordando com essa noção, Netto (1996, p. 60) complementa que “por qualissigno entende-se uma qualidade que é um signo”. Entendemos então que um qualissigno é uma qualidade, e ele não pode atuar como signo até que se corporifique; mas, segundo Peirce (1977), esta corporificação não tem a ver com o seu caráter com signo

E Santaella (2002, p.48) conclui que

Sem isso, estamos destinados a perder a sensibilidade para seus aspectos qualitativos, para seu caráter de quali-signo. Aquilo que apela para nossa sensibilidade e sensorialidade são qualidades. O signo diz, antes de tudo, através do modo como aparece, tão-somente através de suas qualidades. Nesse nível, portanto, o signo é considerado como pura possibilidade qualitativa. Para isso, é preciso ter porosidade para suas qualidades sem pressa das interpretações já protas.

Netto (1996, p. 60) explica o próximo signo dizendo que “um sinsigno é uma coisa ou evento existentes, tomados como signo”. Noth (2003, p. 77) concorda afirmando “o representamen de um sin-signo é ‘uma coisa ou evento que existe atualmente’”.

Uma coisa ou evento que é um signo, e só pode ser através das suas qualidades, de tal modo que envolve o qualissigno ou vários qualissignos. Mas esses qualissignos são de um tipo particular e só formam um signo quando se corporificam (PEIRCE, 1977). Para Santaella (2002, p. 31), “quando analisamos o modo de existência de um determinado fenômeno, estamos analisando-o no seu caráter de sin-signo”.

Passando para a segunda classificação, Netto (1996, p.61) explica que “o legissigno (de legi, lei) não é uma coisa ou evento singular, determinada, mas uma convenção ou lei estabelecida pelos homens”. Conforme Peirce (1977, p.52), “legissigno é uma lei que é um signo. Normalmente esta lei é estabelecida pelos homens. Todo signo convencional é um legissigno”.

Santaella (2002, p. 32) enfatiza seu pensamento ao dizer que “para se detectar as funções desempenhadas pelos legi-signos, deve-se dirigir a atenção para as regularidades, as leis ou seja, para os aspectos mais abstratos do fenômeno, responsáveis por sua localização numa classe de fenômenos”.

E Santaella (2002, p. 48) traz os três níveis do legessigno: “toda mensagem indica, refere-se ou se aplica a alguma coisa que está fora da própria mensagem. Sob esse aspecto as mensagens também podem ser examinadas em três níveis”.

Conforme Netto (1996, p. 58), o “ícone é um signo que tem alguma semelhança com o objeto”. E Pignatari (1983, p.25) segue o mesmo pensamento dizendo que o ícone “possui alguma semelhança ou analogia com o seu referente”.

Estaremos falando de ícone, quando a capacidade de aplicação ou referencialidade das mensagens derivar do seu poder de sugestão, que brota seus aspectos sensoriais, qualitativos (SANTAELLA, 2002).

Assim, Peirce (1977, p.52) conclui

Um ícone é um signo que se refere ao objeto que denota apenas em virtude de seus caracteres próprios, caracteres que ele igualmente possui quer um tal objeto realmente exista ou não. É certo que, a menos que realmente exista um tal objeto, o ícone não atua como signo, o que nada tem a ver com seu caráter como signo. Qualquer coisa, seja uma qualidade, um existente individual ou uma lei, é ícone de qualquer coisa, na medida em que for semelhante a essa coisa e utilizando como um seu signo

Índice é um signo que se refere ao objeto denotado em virtude de ser afetado por esse objeto, o signo inicial tem alguma qualidade em comum com o objeto, então não deixa de ser um ícone, embora não seja isso que o torna signo, mas o fato de ser modificado pelo objeto (NETTO, 1996).

Pignatari (1983, p. 25) diz que o índice “mantém uma relação direta com o seu referente”. Já Santaella (2002 p. 49) detalha: “quando a referencialidade é à direita, isto é, quando as mensagens indicam sem ambiguidade, no mundo existente, aquilo a que eles se referem, estaremos falando de índices”.

Peirce (1977, p. 52) define que o índice

é um signo que se refere ao objeto que denota em virtude de ser realmente afetado por esse objeto. Portanto, não pode ser um qualissigno, uma vez que as qualidades são o que são independentemente de qualquer outra coisa. Na medida em que o índice é afetado pelo objeto, tem ele necessariamente alguma qualidade em comum com o objeto, e é com respeito a estas qualidades que ele se refere ao objeto.

Em relação ao símbolo, Netto (1996, p. 58) explica que este “é um signo que se refere ao objeto denotado em virtude de uma associação de ideias produzidas por uma convenção. O signo é marcado pela arbitrariedade”. Assim, de acordo com Pignatari (1983), a relação com o referente é arbitrária, convencional, nas palavras faladas e escritas em sua maioria, são símbolos.

Santaella (2002 p. 49) afirma que “quando as mensagens têm o poder de representar ideias abstratas, convencionais, estaremos falando de símbolos”.

O símbolo é conceituado por Peirce (1977, p.52) como um signo

Que se refere ao objeto que denota em virtude de uma lei, normalmente uma associação de ideias gerais que opera no sentido de fazer com que o símbolo seja interpretado como se referindo aquele objeto. Assim, é, em si mesmo, uma lei ou tipo geral, ou seja, um Legissigno. Como tal, atua através de uma república. Não apenas é ele geral, mas também o objeto ao qual se refere é de natureza geral. Ora, o que é geral tem seu ser nos casos que determina. Portanto, deve haver casos existentes daquilo que o símbolo denota, embora devamos aqui considerar “existente” como o existente no universo possivelmente imaginário ao qual o símbolo se refere.

Logo, essas propriedades não são excludentes, pois na maior parte das vezes operam juntas. A lei incorpora o singular nas suas réplicas, e o singular é um composto de qualidades (SANTAELLA, 2002). E Pignatari (1983, p.25) enfatiza que “certos signos participam de uma natureza dupla, e até tripla”.

Na terceira classificação do signo está o rema ou dicissigno. Peirce (1977, p. 53) diz que “de acordo com a terceira tricotomia, um signo pode ser denominado Rema, Dicissigno ou Dicente (isto é, uma proposição ou quase-proposição) ou argumento”.

Noth (2003 p. 88) explica rema como “qualquer signo que não é verdadeiro nem falso, como quase cada uma palavra por si, exceto sim e não”. Enquanto Netto (1996 p. 61) diz que “uma Rema é um signo que para seu interpretante funciona como signo de uma possibilidade que pode ou não se verificar. Uma palavra isolada, como vermelho, pode funcionar como rema [...]”.

Concluindo, assim, o rema como um signo tem possibilidade qualitativa, ou seja, é entendido como representado esta e aquela espécie de objeto possível. Todo Rema propiciara alguma informação, mas não é interpretado nesse sentido (PEIRCE, 2000).

Noth (2003, p. 88) fala sobre a segunda tricotomia definindo o signo dicente como “um signo de existência real” [...] ou um “signo que veicula informação”. Peirce (2000 p. 53) explica que o “signo dicente é um signo que, para seu interpretante, é um signo de existência real. Portanto, não pode ser um ícone o qual não dá base para interpreta-lo como sendo algo que se refere a uma existência real”.

E Peirce (1977, p.53) detalha:

Um signo dicente é um signo que para seu interpretante, é um signo de existência real. Portanto, não pode ser um ícone o qual não dá base para interpreta-lo como sendo algo que se refere a uma existência real. Um dicissigno necessariamente envolve, como parte dele, um rema para descrever o fato que é interpretado como sendo por ela indicado. Mas este é um tipo especial de rema, e, embora seja essencial ao dicissigno, de modo algum o constitui.

Concluimos assim o signo dicissigno, ou dicente, como um signo de uma existência real (NETTO, 1996). E para finalizar, Noth (2003, p. 88) explica que “um argumento é, portanto, ‘o signo de uma lei’”. Peirce (2000, p. 53) enfatiza que “argumento é um signo que entendido como representando seu objeto em seu caráter de signo”. A partir disso, Netto (1996, p. 61) explica que “um silogismo do tipo A é B, B é C, portanto A é C é exemplo de argumento”. Este autor conclui que o argumento, como signo de razão, signo de lei, corresponde a um juízo.

A semiótica é uma disciplina que pode ser ainda aprofundada, mas para este estudo, consideramos que o conteúdo apresentado neste capítulo nos permite promover a análise dos objetos coletados, no capítulo a seguir.

4 ANÁLISE

4.1 ESTILISTA JUM NAKAO: COLEÇÃO *A COSTURA DO INVISÍVEL*

Imagem 1- *A costura do invisível 1*



Fonte: Nakao, 2018

A costura do invisível, de Jum Nakao, para o São Paulo Fashion Week de 2004, mostrou uma coleção desenvolvida com meia tonelada de papel e mais de 700 horas de trabalho. Intenso na elaboração, na forma e processamento, o corte a laser levava a leveza dos detalhes. Modelos desfilavam com perucas do *Playmobil* em uma performance que simulava um desfile de moda e um final impactante, com a destruição das roupas pelas próprias modelos.

Encontra-se na imagem apresentada uma modelo com o corpo coberto por um tecido fino na cor preta e o vestido longo, um signo muito importante nessa imagem que traz referências da moda do século XIX. Como Santaella (2002, p. 4) diz, “compreender qual é a natureza e quais os poderes de referência dos signos” faz com que se tenha a compreensão das informações que transmitem e os efeitos que são capazes de provocar. Outro signo expressivo no vestido que a modelo está usando são os desenhos recortados, lembrando rendas e adornos que os vestidos das mulheres nobres da época utilizavam. As tiras retas que a saia possui faz referência a uma peça muito usada naquela época, por causar a morte de milhares de mulheres: a famosa crinolina, uma armação para os vestidos feitos de aço flexível em horizontal com fitas na vertical, sendo as fitas presentes no vestido a sua representação. E Pietroforte (2004 p. 12) nos mostra exatamente isso, dizendo “os elementos do conteúdo só adquirem sentido por meio das relações estabelecidas entre eles”.

Um signo marcante presente nesta imagem é o cabelo da mulher, uma peruca de *Playmobil*, famoso brinquedo que ganhou o mundo por sua estética e valor, que veio através de uma crise em 1973, por conta do alto valor do petróleo. Com isso, Jum Nakao arrematava a estética do seu desfile e do seu pensamento. Cardoso (2000, p. 3) explica essa estética dizendo que “a arte é a procura da beleza, do lúdico e ao mesmo tempo generosa sobre os fatos brutos”. Assim entende-se que o artista respeita as coisas pelo que elas exatamente são, mas procura expressar uma ideia e uma reflexão.

Jum Nakao, ao levar a roupa de papel para passarela, fez com que todos que a apreciavam refletissem sobre o meio ambiente. Sua intenção foi fazer com que as pessoas reparassem o real valor agregado, por exemplo, do papel, que é parte do processo criativo, do esboço, algo frágil que rasga, amarela, que pode levar palavras importantes e ser completo de significados. Como diz Cardoso (2000, p. 3), “toda obra de arte transmite uma mensagem implícita. A mensagem está na cabeça do artista e na de quem a contempla”. E Nakao (2005, p. 19) afirma que “redescobrimos a fundamental participação ativa do espectador na obra”, mostrando assim a importância do público no desenvolvimento de uma obra, ao fazê-lo captar os sentidos que quis passar.

Finalizando o desfile as modelos entram em fila para os agradecimentos e com uma quebra de regra dos clássicos desfiles: a trilha sonora e a iluminação mudam e as modelos começam a destruição das roupas. Muitos estilistas buscam apontar de forma questionadora as dinâmicas não percebidas pela sociedade, causando choque e desconforto, mas também, muitas vezes, pela transgressão da própria indústria da moda (AVELAR, 2009).

Imagem 2- *A costura do invisível 2*



Fonte: Nakao, 2018

Nesta segunda imagem também se pode observar a modelo com o corpo coberto por uma segunda malha na cor preta. O vestido aqui, como na primeira imagem, é de papel e pode ser identificada uma referência ao século XIX, tendo o primeiro signo presente. Era utilizado à noite pelas mulheres nobres, por conta do seu decote reto em estilo tomara que caia, deixando seu colo à mostra e com a aparência mais sexy.

Sabe-se que signo é uma coisa que representa outra coisa, com isso ele só pode ser signo se puder representar, ou substituir outra coisa (SANTAELLA, 2003). Assim, é identificado o segundo signo presente nessa imagem, que são os recortes a laser, desta vez traz não só a ideia da renda, muito usada na época, mas desenhos de rosto de mulheres. Este signo representa a beleza feminina, mas também poder e sofrimento. É visto que o vestuário é uma verdadeira carteira de identidade social. No seu contexto cotidiano, é tudo menos

anódino, ou seja, insignificante ou inocente. O artista ou estilista traz a expressão de uma ideologia quanto à crítica de uma sociedade, que leva à reflexão (MULLER, 2000).

A saia do vestido é um signo referente à crinolina, tecido resistente para fazer a armação para os vestidos, feitos de aço flexível em horizontal com fitas na vertical. Nota-se que a parte de cima da saia possui recortes na vertical, com as fitas. Seu formato e tamanho mostram um vestido armado, remetendo às mulheres nobres com lindos vestidos, mas menos tecido na parte de baixo, já que essa armação possibilitava o uso de poucas camadas de tecido. Porém, por conta do seu peso e material, prejudicou muitas mulheres e, como foi mencionado na primeira imagem, levou à morte de milhares delas. Conforme Oliveira (2005, p. 30), compreende-se que “a moda como manifesto de arte não deverá ser entendida como roupa para vestir, mas sim um sistema que afirma seu tempo e é capaz de responder a urgentes mudanças num mundo”.

Como na primeira imagem, pode ser observado o signo referente ao cabelo da mulher, uma peruca de *Playmobil* que, para Nakao, era uma forma de mostrar o aspecto de reprodutibilidade, mas também um aspecto lúdico, que poderia fazer com que o público se projetasse na coleção, pois através desse elemento você pode ser um príncipe, uma princesa, uma fadinha, uma médica, você pode ser tudo. Esse é significado do boneco. Dessa forma, pode-se inferir que, “o expectador participa da metamorfose espacial-temporal-luminosa do objeto artístico. Seus tecidos e vestidos em movimento produzem um imaginário em constante transformação” (NAKAO, citado por MULLER 2000, p. 11).

Além da peruca, outro signo forte que traz a referência ao *Playmobil* é a maquiagem das modelos. A estética do boneco foi recriada, através do uso do delineador nas sobrancelhas e bocas. E para deixá-la com aspecto de fadas, os cílios foram pintados de branco. Essa estética é de fundamental importância para a apresentação de uma criação. Segundo Silva e Mori (s/d, p. 195), “o corpo é um suporte de grandes possibilidades de criações”.

Como Santaella (2002, p. 5) diz, “a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados”. Seguindo essa linha de raciocínio, pode ser observado um signo forte nessa imagem: atrás da modelo na passarela há cones de papel enrolado, formando anêmonas, que representam toda leveza e movimento diferentes que uma anêmona e o papel podem ter.

Conclui-se assim, conforme essa análise, que a arte e arte conceitual estão totalmente ligadas à moda conceitual, pois juntas formam uma só. A moda conceitual é o que pode ser pensada e expressada como arte. Avelar (2009, p. 114) conclui esse pensamento dizendo que é “uma referência imagética para a moda, como uma citação ou, ainda, como um fator buscado pelo marketing no intuito de dignificar o produto, de conceder um caráter mais ilustre ao objeto de moda”. Através da moda, o estilista, como um artista é, quis passar uma mensagem através dos significados de sua criação, no caso, a transformação das vestimentas ao longo do tempo, de uma moda que provocava desconforto para algo mais leve com elementos da natureza, assim como um alerta para as questões ambientais de forma lúdica.

4.2 ESTILISTA ALEXANDRE MCQUEEM: COLEÇÃO *PLATO'S ATLANTIS*

Imagem 3– *Plato's Atlantis 1*



Fonte: Vogue, 2018

A *Plato's Atlantis*, coleção de Alexander McQueen, lançada em 2009, mostrou uma coleção inspirada na Ilha de Atlântida, mencionada por Platão, que teria afundado por tentar invadir Atenas. McQueen apresentou suas modelos como seres andróginos, híbridos de humanos e animais míticos. Antes de o show começar, surge, em uma tela de LED, Raquel Zimmermann na areia, com os cabelos dispostos como os da Medusa, personagem da mitologia grega, se contorcendo com serpentes passando por seu corpo nu. Logo surgem as modelos que caminhavam sobre a passarela com saltos de 30 centímetros ao redor de duas câmeras, que ganhavam vida. Durante todo desfile, encaravam a plateia e as

demais modelos, como grandes animais. Tudo finaliza com o lançamento do single de Lady Gaga, *Bad Romance*. Mesquita (2004) esclarece que, ao analisar a construção da imagem e da linguagem, a mídia e o marketing assumem papéis de suma importância para construir e comunicar um conceito, dando uma projeção à marca e ao produto.

Observa-se nessa terceira imagem uma modelo com a aparência andrógina, usando um vestido estampado, primeiro signo presente. É uma estampa que traz como referência cobras e borboletas, significando a natureza, ou seja, representam a vida. Fazendo uma análise mais atenta, na estampa podemos notar a presença do verde, que McQueen quis enfatizar em relação à natureza e ao perigo de sua destruição. Fica compreendido que signo é exatamente isso, extrair algo que se refere a uma coisa maior. Pignatari (1983, p. 23) explica essa ideia de que o “‘signo’ seria algo que se referisse a uma coisa maior do qual foi extraída: uma folha em relação a uma árvore, um dente em relação a um bicho, etc. Nessa acepção, signo apresentaria um estreito vínculo com duas das mais usuais”.

Um segundo signo encontrado no vestido são as mangas. A ideia de McQueen foi fazer mangas bufantes, que trouxessem uma aparência das guelras, o órgão de respiração de animais aquáticos. Com recortes e pregas, sua ideia se fez real. Além desse signo, o vestido traz um terceiro, que está presente na saia: formas e babados fazem referência às asas das borboletas, como também às águas-vivas, conseguindo unificar a ideia de seres terrestres e aquáticos. Os signos, segundo Santaella (2002, p. 4), transmitem uma informação e são capazes de provocar efeitos no receptor. Nesse sentido, a moda conceitual vai além de observar uma peça de roupa. Ela não se preocupa em (re)produzir vestuário, ou em pensar na sua funcionalidade, mas tem a intenção de expressar uma ideia, fazer refletir sobre algo, que não precisamente está ligado à moda, de acordo com Silva e Mori (s/d).

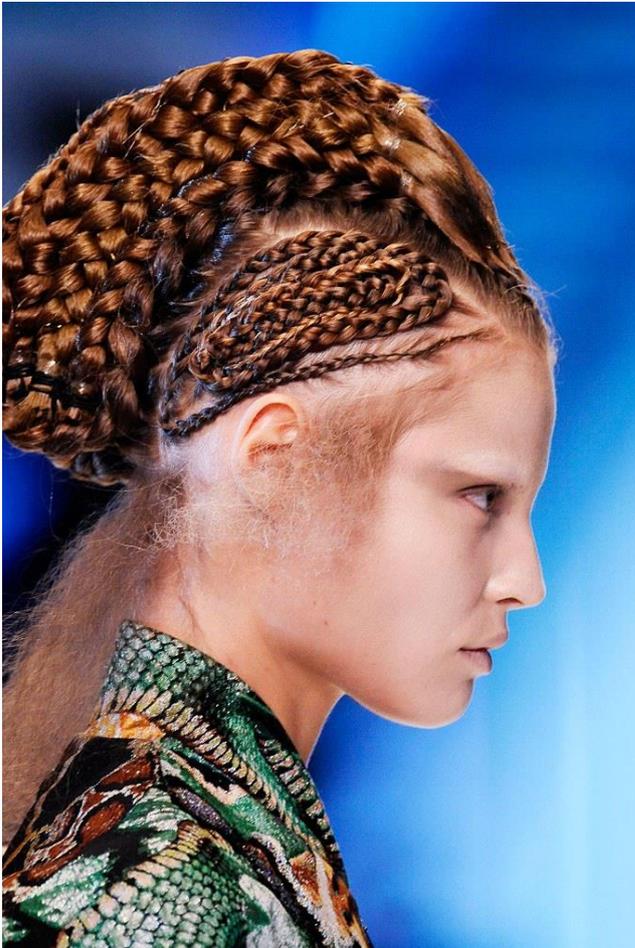
Imagem 4 – *Detalhe da bota*



Fonte: Vogue, 2018

Um signo muito forte encontrado nessa imagem, que fez parte de todo o desfile. Todas as modelos usavam a famosa bota Armadillo, recriada para o desfile. A bota traz um salto de 30 centímetros, com um design fora do convencional, que alonga e estende a perna. Tem um significado que leva ao grotesco, com referência à garra de um animal e uma estampa de couro de cobra. As botas fizeram o maior sucesso como peças únicas, destinadas a não ser produzidas comercialmente. Houve algumas compradoras particulares da peça, como Lady Gaga. Pode-se relacionar com o que diz Avelar (2009) sobre a moda conceitual, de que o que interessa é o novo, o desconforto, a inquietação, o experimental, ou seja, o que provoca emoções.

Imagem 5 – *Detalhe do penteado*



Fonte: Vogue, 2018

Outro signo presente nos modelos da primeira etapa do desfile foi o formato do cabelo, com muitas tranças fazendo desenhos pela cabeça, sendo que em algumas partes ficam solta. O penteado faz referência às barbatanas dos animais aquáticos, deixando a modelo mais andrógina. Isso tem a ver com o que afirma Santaella (2003): o signo é uma coisa que representa outra coisa. Monica Moura conclui que, “além de atuar com a arte como referência e repertório de criação, alguns designers lançam mão de verdadeiras performances artísticas” (citado por PIRES, 2008, p. 60).

Imagem 6 – *Plato's Atlantis 2*



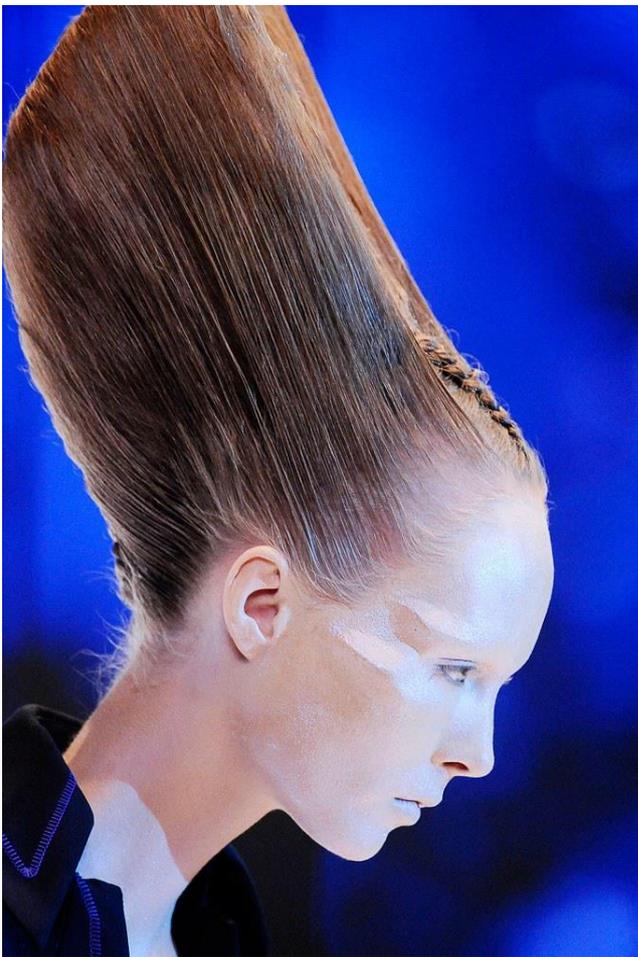
Fonte: Vogue, 2018

Nessa quarta imagem, a segunda de Alexandre McQueen, é a apresentação da segunda etapa do desfile de *Plato's Atlantis*, em um cenário, cuja passarela dava a ideia de estar submersa, ou seja, a terra dominada pela água, sendo que os seres têm de se reconstruir. Nota-se que a modelo veste uma roupa transparente em tons de azul e branco. Nele observa-se o primeiro signo, que indica o mar e as suas profundezas. Essa representação acontece na relação do signo para com seu objeto, conforme Peirce (1977).

O brilho que a luz do sol faz ao refletir na água deixa reflexos claros e os tons de preto e cinza, que representam o mar revolto. Os recortes do vestido expressam os movimentos das ondas, ou seja, o vestido traz como significante as ondas do mar. A transparência do vestido expressa exatamente o que a água é. A “arte está extremamente

preocupada com o caráter inovador e experimental e que a ideia e o pensamento do artista se sobrepõem à noção tradicional de arte” (RUIZ 2007, p. 127). Isso só acontece porque a semiótica pode nos levar, segundo Santaella (2002, p. 4, “a compreender qual é a natureza e quais os poderes de referência dos signos, que informação transmitem, como eles se estruturam em sistemas, como funcionam [...] e que tipos de efeitos são capazes de provocar no receptor”.

Imagem 7 – Detalhe do penteado



Fonte: Vogue, 2018

Outro signo da imagem anterior e que está presente também nessa, porém com formato diferente, é o cabelo. Desta vez, a modelo vem com o penteado, representando um grande pico totalmente alinhado, formando uma grande barbatana de seres predadores, como tubarões, por exemplo. O signo indica algo monstruoso e focado totalmente na proposta do

desfile. Assim, vai ao encontro da moda conceitual, como uma cultura fora do modismo tradicional, trazendo mudanças sociologias e éticas à sociedade (OLIVEIRA, 2005).

Um signo muito forte em todo desfile, representado pelas duas imagens analisadas, é a maquiagem das modelos. Com isso, fica compreendido que “o significado de um signo é outro signo – seja este uma imagem mental ou palpável, uma ação ou mera reação gestual, uma palavra ou um mero sentimento de alegria” (SANTAELLA, 2003, p. 59). A maquiagem, que é um signo, possui contornos distorcidos na cor branca por todo rosto, atingindo até as sobrancelhas e boca. Tira a aparência viva, deixando o rosto pálido, porém com iluminador para trazer o efeito de molhado. A modelo, assim, se transforma em criatura, dando uma ideia meio mítica, ou conotando adaptação biológica. Nesse sentido, é entendido que o corpo é o elemento mais presente, pois ele apresenta o movimento necessário, de acordo com Avelar (2009), para realização de uma obra.

4.3 ESTILISTA ALEXANDRE HERCHCOVITCH: COLEÇÃO *VERÃO 2010*

Imagem 8 – *Verão 2010 1*



Fonte: FFW, 2018

As peças da coleção *Verão 2010*, de Alexandre Herchcovitch, lançada no São Paulo Fashion Week, aqui analisadas foram inspiradas nos esportes coletivos, mas principalmente no futebol americano, com referências aos principais times dos Estados Unidos. Como é um tema muito óbvio para ser desenvolvido para o público masculino, Herchcovitch muda seu segmento para o feminino, deixando mais desafiador por conta de ser um esporte muito agressivo e praticado com mais frequência por homens. A ideia ampliada favorece uma maior liberdade de expressão para o estilista, de acordo com Muller (2000).

O desfile traz uma cartela de cores muito variada, e com inspirações bastante claras. Observa-se que o desfile começa em tons acinzentados e pretos, por conta do moletom

mescla que os atletas usam. Logo o desfile vai crescendo para uma cartela de cores vivas, como rosa, azul e vermelho. Além disso, algo muito forte no desfile foi o seu crescimento para o conceitual. As primeiras peças tinham aspectos e recortes mais comerciais, e, com o desenvolvimento do desfile, as modelagens foram ficando ousadas, com recortes, armações e mix de tecidos, finalizando com peças conceituais.

Nesta primeira imagem escolhida, é encontrado o primeiro signo que é o *body* que a modelo desfila, peça que era de uso dos jogadores no início dos campeonatos americanos. Por conta do seu molde, ele colaborava para que o estilo de camiseta não saísse da bermuda, peça essa que foi muito presente em todo o desfile. Além disso, suas cores fazem lembrar os times mais famosos dos Estados Unidos, e seus recortes, muito bem pensados, têm referências com as mangas raglan dos uniformes e as listras, que os próprios uniformes possuíam na manga. Pode-se notar que Herchcovitch brinca com o mix de tecidos nesse look e usa o látex como principal, trazendo a ideia de pintura corporal, uma arte. Ruiz (2007, p. 131) explica exatamente isso, expondo que “a extravagância e a exuberância das coleções conceituais elevam a moda, em nossos dias, a um status de arte”.

O segundo signo presente é muito forte para todo contexto do desfile, a bolsa, que vem em formato da bola do futebol americano, tem seu design e cor que lembram a bola original de um jogo. No entanto, seu formato vem menor. Com isso, nota-se que esse signo é, segundo Noth (2003, p. 77), “o representamen de um sin-signo é uma coisa ou evento que existe atualmente”.

Observa-se que a modelo está usando nos pés um sapato estilo Oxford, um clássico sapato usado por homens e que nos dias atuais se encontram em modelos femininos. O sapato usado está com seus detalhes de costura em branco, aplicando um estilo referente às chuteiras usadas nos jogos. Assim, conclui-se que o sapato é mais um signo presente. Segundo Santaella (2002, p. 5), “a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados”. Nesse sentido, a passarela se transforma em campo de futebol e a modelo em jogadora, mas expressadas através da arte. Neste sentido, “é a partir dos elementos da linguagem visual (ponto, plano, linha, forma, textura, composição) que há um elo de ligação [sic] entre a interface arte-moda, pois tanto o artista quanto o estilista trabalham com estes elementos em seu percurso criativo” (OLIVEIRA 2005, p. 32).

Nota-se que a modelo está com o seu rosto limpo, sem qualquer vestígio de maquiagem, próprio do gênero masculino, aplicando ainda mais a ideia da inspiração do desfile. É como se ela fosse entrar naquele momento dentro de uma partida de futebol

americano. O cabelo também totalmente natural e preso, pronto para usar o capacete utilizado pelos jogadores para sua proteção, trazendo a brutalidade em campo, mas de forma leve. O “estilista se converte em mensageiro, um transmissor de ideias, criadas em formas, materiais e usos determinados” (PIRES 2008, p. 110). Consegue-se observar esses detalhes, pois a semiótica contribui para a exploração de possibilidades de estudos das formas de comunicação, inserida num contexto de modo explícito ou não (CASTILHO & MARTINS, 2008).

Imagem 9 – *Verão 2010 2*



Fonte: FFW, 2018

Nesta imagem aparece a modelo com uma roupa conceitual, um vestido todo estruturado, com ombros incrivelmente marcados e uma saia em formato oval. Herchcovitch comenta que o que mais sabe lidar “é com o estranhamento das pessoas. A roupa é meu veículo para fazer isso”. E completa: “o que acontece é que minha modelagem não é convencional” (citado por RUIZ, 2007 p. 131). Assim, há o primeiro signo: os ombros da vestimenta. Sua estrutura e formato apresentam referências aos coletes de proteção utilizados no futebol americano, mostrando ao público como o corpo do atleta muda ao utilizar essa proteção nos jogos, além do peso que carrega. As listras - pretas e brancas - presentes nesse vestido, faz referência às roupas dos juízes. Essas listras se refazem e mudam para tons de rosa e laranja. No meio do vestido, se encontra dois riscos pretos, que estão presentes em alguns jogadores, quando os próprios pintam o rosto com as duas listas, que servem para evitar os reflexos dos refletores dos estádios e da luz do sol, mas deixando-os com o instinto de guerra, luta e a futura vitória. Entende-se, portanto, que “um signo pode ser defendido como toda coisa que substitui outra” (PIGNATARI, 1983, p. 24).

Observa-se que, na saia do vestido, o formato oval traz uma referência muito importante para o desfile, que marca muito os jogos e se faz signo. Representa o capacete, que é de extrema importância na hora do jogo. A frente do capacete possui uma proteção em forma de ferros que passa um por cima de outro. Ferros esses que são perceptíveis na estrutura da saia. Além de dar a impressão de a modelo estar segurando a saia, como se fosse o jogador entrando em campo, carregando seu capacete nas mãos. Um signo, ou representâmen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido (PEIRCE, 1977, p.46), como é o caso desta peça.

A moda conceitual é isso, ela se dá pela intuição, sensação, emoção, pela sensibilidade de se captar algo. É nesse caráter de expressão que se dá a preponderância dos sentimentos e das emoções. É ela que dá forma ao sentimento e a transforma em algo (AVELAR, 2009). É com a moda conceitual que surge a comercial, como Ruiz (2007, p. 28) afirma: “todo estilista esclarecido traz um conceito em suas coleções e isso não quer dizer que ele faça moda conceitual”. Mas o conceitual vai estar presente em todas as coleções, segundo Silva e Mori (s/d, p. 191), “até mesmo as coleções extremamente comerciais são baseadas em conceito”. Assim fica compreendido que o conceitual é de extrema importância para uma coleção, para a moda.

Por fim, a modelo da imagem acima está usando meias pretas até a canela, uma meia clássica com listras laranja no seu cano. Esse tipo de meia costuma-se ver nos jogadores

para proteção de pés e canela. Além do seu comprimento, as listras fazem parte das meias utilizadas pelos atletas. Conclui-se assim mais um signo presente nesta imagem, um signo forte que não poderia faltar na produção do desfile. Pode-se relacionar com o que diz Pignatari (1983 p.25) quando considera o signo “em relação ao referente, ou seja, a coisa a que se refere ou designa”. Assim os signos presentes no modelo podem ser classificados. No caso, traz a simbologia do signo, que, para Santaella (2002, p. 49), é quando este transmite mensagens que têm “o poder de representar ideias abstratas, convencionais”. Nesse caso, a representação do futebol americano.

4.4 ESTILISTA VIKTOR & ROLF: COLEÇÃO DE INVERNO 2015

Imagem 10 – *Outono/inverno 2016 1*



Fonte: FFW, 2018

Para a coleção *Outono/inverno 2016*, de Viktor & Rolf, foram apresentadas mais que roupas na passarela. As peças criadas são verdadeiras obras de arte e uma grande instalação de arte. Muller (2000 p. 5) explica que “a noção de obra de arte total favorece a reaproximação entre arte e vida, a criação e a modernidade científica”. Entende-se, então, que “a moda como manifesto de arte não deverá ser entendida como roupa para vestir, mas sim um sistema que afirma seu tempo e é capaz de responder a urgentes mudanças num mundo

ansioso por novidades” (OLIVEIRA, 2005 p. 30). Na coleção as peças artesanais foram desenvolvidas para trazer a ideia de telas no corpo das modelos, volumes, pinturas nobres em tecido jacquard. As molduras se transformam em lindos vestido e saias. Além de toda criação, o desfile é elaborado como um grande espetáculo. Os próprios estilistas, como uma marca muito forte deles, ficam na passarela para retirar algumas peças das modelos e pendurando-as em um fundo todo branco como se ali fosse um museu, transformando o vestido em um quadro na parede.

O desfile começa com modelos usando um vestido jeans de mangas longas e por cima saias como se fosse telas em brancos, prontas para ganhar uma nova vida, cor e formas. A primeira e segunda peça a ser desmanchadas por Viktor & Rolf foram saias, se transformando assim em uma pintura em branco, dentro de uma moldura, na parede também branca, e logo o desfile foi crescendo e novas peças aparecendo. Surgem as telas completamente prontas, com lindas pinturas, de respingos de tinta e rosto de mulheres. E assim encontra-se o primeiro signo desta imagem, a mulher pintada na peça, como os retratos produzidos por pintores. Pode-se observar uma mulher nobre, que traz referências da Era do Ouro, com a crueza e espontaneidade presentes na pintura. A imagem vem de transformando através de pingos, como se fossem pingos de tintas caído sobre o tecido. Se olharmos bem observamos que a peça possui mais de uma camada, identificando que sua pintura foi feita através de recortes a laser e aplicada sobre os jacquards. Uma das formas de presentificação da arte na moda ou no design ocorre por meio das estampas e padronagens de tecidos, pelo desenvolvimento de peças ou complementos do vestuário. Esses objetos de moda, todos signos, tanto podem reproduzir detalhes parciais das obras de arte como podem se desenvolver a partir das referenciais de um período, estilo ou movimento de arte, ou ainda, de um determinado artista, conforme destaca Pires (2008).

Um signo muito forte presente nesta imagem é a moldura. Sua forma e recortes foram pensados para haver um movimento do tecido, trazer o real sentido de uma tela, que além de serem muito forte na Era do Ouro, vem acompanhando até os dias atuais. Sua cor dourada é de grande significado para obras de arte. Sendo assim, a moldura faz o acabamento final ao redor da tela e é através dessa moldura que os estilistas remontam em estantes o vestido para um formato de tela viva. E assim um vestido se transforma em obra de arte. A moda é isso, ela contribui para disseminação da arte utilizando suas referências e popularizando algumas imagens produzidas para museu (AVELAR, 2010).

Imagem 11 – *Inverno 2016 2*

Fonte: FFW, 2018

Nesta segunda imagem pode-se observar que o desfile já teria passado para a última etapa, quando as modelos estariam já com peças de presença muito forte de pintura na tela, trazendo tons mais escuros e continuando com a presença dos respingos de tintas, presentes em todos os tecidos. Desta vez, os respingos aparecem em branco como se ali pudesse surgir uma nova arte. São signos que levam a esse significado.

Evidentemente, as propostas destes artistas/estilistas não eram a de criação para moda, ao questionar e explorar o universo de sensações humanas e romper com o distanciamento entre obra e público, entre artista e espectador. Desta forma, possibilitaram até o que hoje chamamos de princípio da interatividade, pois destituíram a condições de público

espectador e observador instaurando a condição interativa entre obra e fruidor (Monica Moura citado por PIRES, 2008).

O vestido da modelo representa um signo, que faz a presença de uma tela. E entendemos que signo é exatamente isso, o signo sob certo aspecto representa outra coisa (NETTO, 1996). É perceptível na imagem dois que é uma tela de tamanho maior, onde se pode observar alguns elementos como frutas, folhas, que podem significar também um banquete. Pires (2008, p. 110) explica que “o estilista se converte em mensageiro, um transmissor de ideias, criadas em formas, materiais e usos determinados”.

Imagem 12 – *Detalhe da passarela 1*



Fonte: FFW, 2018

Imagem 13 – *Detalhe da passarela 2*



Fonte: FFW, 2018

Imagem 14 – *Detalhe da passarela 3*



Fonte: FFW, 2018

Nas três imagens acima, é possível identificar como a roupa da modelo se transformou em um quadro, logo após Viktor & Rolf retirá-las do seu corpo e pendurar na parede branca presente no ambiente do desfile, ambiente esse que remete ao museu ou galeria de arte. Pode ser identificado também como signos presentes no desfile, pois sua estrutura foi pensada e planejada para nos lembrar exatamente uma exposição de arte. Assas novas atitudes transformam o status da arte e da moda (MULLER, 2000). Segundo Oliveira (2005, p. 22), “repensar a vida por meio do vestuário, rever o sistema de moda, criar uma sinergia arte-moda relacionada à indústria têxtil, ou empregar o vestuário como expressão artística, são apenas algumas relações visuais possíveis”.

Consegue-se observar nas três imagens acima que a criação dos estilistas trouxe no final de tudo as obras com um efeito de derretimento, como se estivessem saindo da pintura e da moldura, terminando em nada, deixando na cabeça dos expectadores uma dúvida. Sabe-se que a importância final do desfile é saber que o conceito levou uma reflexão ao expectador. Explica Ruiz (2007, p. 129) que “o conceito, seja no início da sua carreira, repleto de teor mais violento, seja nos dias atuais, com atitudes ‘mais comportadas’, deve levar a reflexão de quem observa”.

5 CONCLUSÃO

Esta pesquisa desenvolvida para o Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnologia em Design de Moda, da Universidade do Sul de Santa Catarina, resulta nos questionamentos feitos sobre arte e moda conceitual e sobre os signos e significados presentes nas imagens das coleções de Alexandre McQueen, Alexandre Herchcovitch, Jum Nakao e Viktor & Rolf. Com este estudo, é possível, tanto de forma teórica quanto na aplicação ao objeto de estudo, observar o quão importante é a arte, presente na moda conceitual, bem como a semiótica e seu estudo dos signos, esses presentes em tudo que está relacionado à moda e principalmente na conceitual.

A arte está presente em tudo que fazemos, e ela é de suma importância para moda, pois através dela se cria e desenvolve uma moda conceitual, mesmo que a coleção não seja conceitual, sabe-se que a moda comercial carrega também um conceito e uma arte. Através disso, o consumidor e expectador consegue observar criações que vão além de tudo, mas sua observação só se torna completa quando se enxerga os signos presentes nas peças, pois é com os signos que sabemos qual o sentido e o significado se encontram atrás do detalhe, cor, ambiente, entre outros aspectos.

Para se ter uma coleção conceitual, o criador tem que saber expressar sua ideia de forma que o expectador sinta sensações únicas, dúvidas e paixões. Isso ocorre quando o “estilista se converte em mensageiro, um transmissor de ideias, criadas em formas, materiais e usos determinados” (PIRES, 2008, p. 110). Assim a moda conceitual não se preocupa em criar vestuário, como diz Avelar (2009, p. 110), mas tem a intenção de expressar uma ideia, fazer refletir sobre algo, mostrar uma mensagem, um pedido de ajuda, fazer com que a sociedade reflita sobre tudo e entender que “o que interessa aqui é o novo, o que provoca emoções, desconforto, inquietação”.

Com a intenção de analisar as coleções conceituais dos respectivos estilistas, e entender o sentido daquela criação, suas inspirações, a arte nos detalhes, aplicou-se a teoria semiótica. Ao se observar as imagens das coleções, identificam-se os signos presentes para entender que tudo é um signo e se é signo tem um significado e uma história. Através desses signos, o receptor consegue entender a mensagem que o criador queria passar. Netto (1996, p. 56) cita que um signo “é aquilo que, sob certo aspecto, representa alguma coisa para alguém”. Assim, o signo possui seu objeto e interpretante, criando na mente do interpretante um signo equivalente ou um signo mais desenvolvido.

Observa-se que nas coleções analisadas os estilistas seguiram a moda conceitual. Buscaram, através das suas inspirações, aplicar de forma inovadora os signos que representaram o tema escolhido para ser sua inspiração. Nakao trouxe signos para representar a destruição da natureza através do papel, assim como a transformação da moda ao longo do tempo, por meio de materiais antes usados e que representavam sofrimento físico às mulheres. Já McQueen apresentou signos relacionados à natureza e suas mudanças, através da simbiose entre animais e seres míticos no planeta água. Herchcovith enfatizou a presença do futebol americano, trazendo signos que lembram vestimentas e acessórios presentes durante a partida e sua relação com o jogador. Viktor & Rolf apresentam, além de signos que representam a arte, como pinturas em tela, a importância da arte na moda e como arte e moda estão interligadas, transformando a passarela em uma galeria de arte.

No tocante ao objetivo de observar as diferenças, a única encontrada entre os estilistas é que eles carregam em suas criações a sua própria essência, enfatizando quem realmente criou, e frisando seu estilo em tudo que faz, desde os vestuários desenvolvidos, a performance, a passarela, a iluminação e som. Sabe-se que tudo que está envolvido é arte e essa arte tem seu criador. Entende-se assim que a arte não é um simples jogo individual sem consequência, mas agindo sobre a vida coletiva e que pode transformar o destino da sociedade (BASTIDE, 1979).

No entanto, consegue-se observar nas coleções signos muito diferentes, como crinolina, natureza, cobras, borboletas, bolas, uniformes, pinturas em tela, molduras. Assim torna-se possível analisar que todas as imagens transitem uma mensagem ao expectador, podendo ser um protesto, aviso, ou apenas paixão. Mostram com clareza que o paralelo entre as coleções existe através da imagem forte que a mulher representa. A força, nobreza, garra e a vida foram representadas em todas, trazendo essas expressões, nas coleções e nos significados. Segundo Santaella (2002, p. 5), “a teoria semiótica nos permite penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados”.

Ressalta-se que entre os estilistas e suas coleções analisadas há uma diferença de quem é o mais conceitual e quem utiliza um pouco mais da moda comercial. Conclui-se que Alexandre McQueen utiliza a arte e moda conceitual em tudo que faz, da roupa à produção do modelo, acessórios e cenários, conseguindo interagir o cenário com o público e transformando os modelos em seres andrógenos totalmente fora do padrão. Logo, Jun Nakao, além de utilizar todos os métodos como McQueen, serve-se do poder de novas matérias primas, como o resultado da sua coleção de papel, em uma relação singular entre arte e moda, entre signo e

conceito. Já Viktor & Rolf, de forma mais forte, além de utilizar matérias primas diferentes, recorrem à arte como sua maior inspiração, mostrando que arte e moda andam juntas. Em relação a Alexandre Herchcovitch, este não utiliza a moda conceitual em todo o processo de criação. Sua coleção é uma crescente de uma moda comercial, que aos poucos recebe recortes e aviamentos mais conceituais. No entanto, nesta analisada, ele finaliza com um conceito. Entende-se, assim, que suas coleções não são totalmente conceituais, mas um paralelo entre comercial e conceitual.

Conclui-se que arte conceitual e moda conceitual andam lado a lado. A arte faz a moda e a moda faz arte, como foi visto durante a pesquisa. Através dessas análises, pode-se observar que a semiótica está presente na moda, como forma de descoberta de novos signos, e em de cada signo diversos temas e histórias com seus respectivos significados. Os estilistas analisados têm exatamente esse perfil com a moda conceitual, suas coleções têm o intuito de impactar a sociedade, fazer o espectador pensar, entrar em choque e levar uma mensagem, ficando com o olhar preso na criação. A arte e moda conceitual nasceram para mostrar à sociedade que a vida não é feita de mesmices e padrões, e sim de alegria e diversidades.

REFERÊNCIAS

ARCHER, Michael. **Arte contemporânea, uma história concisa**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 1960.

AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

BASTIDE, Roger. **Arte e Sociedade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1979.

CARDOSO, Darlete. **A Transgressão da Arte: uma análise semiótica do kitsch**. Cópia fornecida pela autora, 2000.

CASTILHO, Kathia. MARTINS, Marcelo M. **Discurso da moda semiótica, design e corpo**, 2 ed. Editora Anhembi Morumbi, 2008.

ENCICLOPEDIA ITAÚ CULTURAL de arte Brasileira ARTE Conceitual. São Paulo: Itaú Cultura, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3187/arte-conceitual>>. Acessado em: 27 de jun. 2018.

GOODMAN, Nelson. **Modos de fazer mundos**. Edições asa Portugal, 1995.

JOLY, Martine. **Introdução à análise de imagem**, 14 ed. São Paulo: Papirus, 2015.

MESQUITA, Cristiane. **Moda Contemporânea: quatro ou cinco conexões possíveis**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.

MORAIS, Frederico. **Arte é o que eu e você chamamos arte: 801 definições sobre arte e o sistema arte**. Rio de Janeiro: Record, 1998.

MULLER, Florence. **Arte e Moda**. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2000.

NAKAO, Jum. **A Costura do Invisível**. Rio de Janeiro: Senac São Paulo, 2005.

NETTO, J. Teixeira Coelho. **Semiótica Informação e Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1996.

NOTH, Winfried. **Panorama da semiótica**, 4 ed. São Paulo: Annablume, 2003.

OLIVEIRA, Jo. GARCES, Oliveira. **Explicando a arte: uma iniciação para entender e apreciar as artes visuais**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

OLIVEIRA, Jocielle Lampert de. **Interface arte-moda: tecendo um olhar crítico-estético do professor de artes visuais**. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp123458.pdf>>. Acesso em: 27 de jun. 2018

PEIRCE, Charler Sanders. **Semiótica**, 3 ed. São Paulo: Perspectiva 2000.

PEIRCE, Charler Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

- PIETROFORTE, Antonio Vicente. **Semiótica visual: os percursos do olhar**. São Paulo: Contexto, 2004.
- PIGNATARI, Décio. **Informação linguagem comunicação**, 2 ed. São Paulo: Cultrix, 1983.
- PIGNATARI, Décio. **Semiótica da arte e da arquitetura**. São Paulo: Cultrix, 1983.
- PIRES, Dorotéia Baduy. **Design de Moda: olhares diversos**, 1 ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2008.
- READ, Herbert. **A educação pela arte**. São Paulo: Martins fontes, 2001.
- REINAUX, Marcilio Lins. **Introdução ao estudo da história da arte**. Recife: UFPE, 1991.
- RUIZ, José Mário Martinez. **Arte e Moda conceitual: uma reflexão epistemológica**. Disponível em: <<http://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/revcesumar/article/view/488/442>>. Acesso em: 27 de jun. 2018.
- SANTAELLA, Lucia. NOTH Winfrid. **Semiótica**. São Paulo: Hacker, 2004.
- SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2003.
- SANTAELLA, Lucia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- SEIXAS, Mariana Medeiros. **Arte Pronta Para Vestir**. Disponível em: <<http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202008/46319.pdf>>. Acesso em: 27 de jun. 2018.
- SILVA, Keytielle Mendonça. MORI, Fabiana Miano. **O Registro de uma Ideia: asserções sobre moda conceitual**. Disponível em: <[file:///C:/Users/User/Downloads/4610-16858-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/4610-16858-1-PB%20(1).pdf)>. Acesso em: 27 de jun. 2018.

FONTES DAS IMAGENS

- FFW. Coleção Alexandre Herchcovitch. Disponível em < <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/verao-2010-rtw/alexandre-hercovitch/60/>>;. Acesso em: 10 de nov. 2018.
- FFW. Coleção Viktor & Rolf. Disponível em < <https://ffw.uol.com.br/desfiles/paris/inverno-2016-hc/viktor-rolf/1526480/colecao/1/>>;. Acesso em: 10 de nov. 2018
- NAKAO, Jum. Disponível em < <http://www.jumnakao.com/portfolios/a-costura-do-invisivel/>>;. Acesso em: 28 de out. 2018.
- VOGUE. Coleção Alexandre McQueen. Disponível em < <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2010-ready-to-wear/alexander-mcqueen/slideshow/details#4>>;. Acesso em: 28 de out. 2018