



O que estou usando hoje? A comunicação por meio do vestuário¹

Paula Graziela de OLIVEIRA²
Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

Dentro das diversas formas que o homem possui para se comunicar, pressupõe-se a moda como elemento expressivo ao entendê-la como uma linguagem que exprime sentidos e que em seus dispositivos possibilita a veiculação de diversos significados. A partir do nascimento, o homem é coberto por signos que, queira ele ou não, irão transmitir diversas informações sobre diferentes aspectos dele. Essas informações são absorvidas pelo observador e outras transmitidas por ele, mesmo que ambas as ações ocorram inconscientemente, e dessa maneira uma comunicação se estabelece, muito antes de palavras serem dirigidas.

A comunicação visual permitida por meio do vestuário acontece também online de uma maneira diferenciada. Na rede mundial de computadores existem vários sites, blogs e aplicativos que permitem que as pessoas publiquem e comentem as roupas que usam em seu cotidiano. Pretende-se analisar, tendo como base o estudo semiótico *peirciano*, cinco composições visuais feitas por meio da roupas por diferentes usuários da comunidade internacional e online Lookbook.nu.

PALAVRAS-CHAVE: moda; comunicação; semiótica.

MODA E COMUNICAÇÃO

Desde a origem da humanidade, formas de linguagens foram surgindo a fim de que os homens pudessem se interagir. Essas possibilidades de comunicação crescem cada vez mais conforme a evolução humana, e claro, aguçam aqueles interessados em compreender a sociedade a estudarem sobre elas. No entanto, muitos são aqueles com dificuldades de perceber a comunicação além da língua.

Lucia Santaella (1990) confirma a afirmação de que a língua, na sua manifestação de linguagem escrita e oral, não é a única forma de comunicação possível entre os homens. Segundo a autora, há diversas linguagens possíveis para que se instaure uma comunicação.

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jomada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 6º semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: paulagrazielao@hotmail.com



Portanto, quando dizemos linguagem, queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significação que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros. Enfim: todos os sistemas de produção de sentido aos quais o desenvolvimento dos meios de reprodução de linguagem propiciam hoje uma enorme difusão. (SANTAELLA,1983, p.03).

A partir do momento dessa compreensão de linguagem, foi necessário o surgimento de um campo de estudo que indagasse e criasse uma metodologia apta a esclarecer as diversas possibilidades de comunicação. E assim, surge a Semiótica, ciência que possibilita a análise de todas as maneiras de construção de todo e qualquer elemento como meio de produção de significado e sentido. A semiótica teve sua origem praticamente de forma simultânea em diferentes lugares, nos Estados Unidos, na União Soviética e na Europa, no entanto, será aqui ressaltada apenas a primeira fonte citada de nascimento dessa ciência.

Charles Sanders Peirce (1839-1914) fundamentado na fenomenologia, estruturou a Semiótica, ou Lógica como o autor afirma (PEIRCE, 1977), na América do Norte. Peirce divide esse campo de estudos em três, a saber: gramática pura, lógica e retórica pura. O primeiro refere-se ao estudo dos mais variados tipos de signos e as formas de pensamento que eles possibilitam. O segundo refere-se ao estudo das inferências, raciocínios ou argumentos que se estruturam através dos signos, tomando como base as diversas espécies de signo. E o terceiro, e último refere-se a análise dos métodos a que cada um dos tipos de raciocínio dá origem. O foco no estudo da Semiótica é a mensagem. Esse campo de estudos percebe a comunicação não apenas como transmissão de informações, mas como transferência de sistemas.

Tendo em vista as características desse ramo de pesquisa, a semiótica torna-se uma teoria básica para a compreensão da heterogeneidade nos processos de transmissão dos códigos humanos. Sendo assim, ao perceber a moda como uma linguagem estabelecida pelo homem, a semiótica possibilita a compreensão da funcionalidade desse sistema não-verbal de comunicação.

As roupas se configuram em um grande universo simbólico, possibilitando aos homens, por meio dela, se expressarem e diferenciarem dentro da sociedade. Alison Lurie (1997) percebeu esse caráter de sistema não-verbal de comunicação nas roupas. A autora acredita ter ido além de muitos teóricos ao afirmar que o vestuário é uma



linguagem, sendo assim, para ela, é necessário que esse tenha um vocabulário, uma gramática como qualquer outro idioma.

Como qualquer língua, Lurie afirma que gírias, renovações, mudanças, trato formal e social, entre outros, existem na linguagem das roupas. Essa autora descreve com precisão várias peças de roupas e as possibilidades de interpretação causadas por essas. Lurie realmente acredita na possibilidade de transmissão de mensagens através do vestuário. Na concepção dessa autora, as roupas se configuram em elementos capazes de passar inúmeras informações a respeito do indivíduo, como quem é, de onde veio, ideologia, gosto sexual, entre outros. No modo de ver dela, é impossível não transmitir nenhuma mensagem por meio das roupas: "Podemos mentir na linguagem das roupas ou tentar dizer a verdade; porém, a menos que estejamos nus ou carecas, é impossível ficarmos em silêncio" (LURIE, 1997, p. 274).

Tendo em vista a consideração de que não há possibilidade de não transmitir mensagens por meio do vestuário, pode-se colocar em evidência a questão da individualidade no vestir dentro da sociedade atual. Sem sombra de dúvidas, o vestuário permite ao homem mostrar aquilo que lhe caracteriza como sujeito único. No entanto, devido ao modo de vida imposto a sociedade capitalista questiona-se se realmente há liberdade em virtude da indústria da moda. Na verdade, "a roupa nos deu a individualidade, as distinções, os requintes sociais, mas ameaça transformar-se em meros manequins" (Carlye apud CHEVALIER, J e GHEERBRANT, A. apud MONTEIRO, p. 175).

LOOK DO DIA

Uma pesquisa pelo termo "look do dia" no Google revela aproximadamente 231.000.000 resultados. O blog de moda Sartorialist³, considerado pelo Signature9 como o mais popular do mundo, só possui esse tipo de conteúdo. Entre os blogs de moda pesquisados⁴, os posts mais comentados são os que utilizam esse termo como tag.

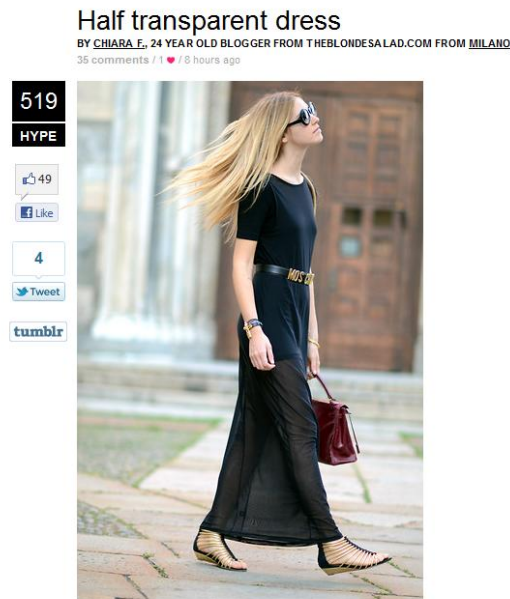
Os editoriais elaborados de forma criteriosa em revistas de moda aparecem de maneira descontraída e "real" nos blogs que se dedicam a essa editoria, com pessoas com um tipo de corpo mais comum. Essa característica permite que as inspirações e a compreensão das tendências do momento ocorram mais facilmente.

³ Signature9 é um site que funciona como um guia diário para as tendências on-line em produtos, lugares e pessoas que definem o estilo de assinatura. Link: www.signature9.com

⁴ Garotas Estúpidas (WWW.garotasestupidas.com), Sanduíche de Algodão (WWW.sanduichedealgodao.com.br) e Blog da Thássia (WWW.blogdathassia.com.br)



Para analisar os signos transmitidos pelas cinco imagens selecionadas foi utilizada a principal comunidade internacional dedicada a inspiração da moda de pessoas reais: Lookbook.nu.⁵ Em formato de blog, é aberto a todos e devem ser postados fotos mostrando o look completo. Segue abaixo modelo de post feito por um dos usuários.



As pessoas que possuem uma grande quantidade de comentários em seus posts são entrevistadas para uma das seções do blog. Os comentários dessas entrevistas revelam algumas das razões pelas quais os internautas têm tanto apreço em visualizar essas imagens.

LB INTERVIEWS







// JUNE 2011



BEYOND THE HYPE: BEBE ZEVA

“ I never dress according to the same theme two days in a row...”

MORE INTERVIEWS:

-  M'c Kenneth Licon
MAY 2011
-  Olivia Harrison
APR 2011
-  Tony Stone
MAR 2011
-  Rachel-Marie Iwanyszyn
JAN 2011
-  Bobby Raffin
DEC 2010
-  Chiara Ferragni

⁵ Segundo os criadores do site ele é uma comunidade criada para reunir um grupo diversificado de pessoas talentosas e de mente aberta. Um site feito para mostrar o melhor da moda de rua global.



GIRL

OH WOW, I love the way you interpret fashion so individually, you obviously have a very unique and admirable way of viewing life. I love it :)



YELING G. (@spacecars): May 30, 2011

Love this interview, must be the best I've read so far! You've enlightened me a million, although it's hard to implement those things that you've said in my country since, well, it's summer for all 365 days and fashion is not very important in our culture :(

GIRL

GABRIELLE W.: 6 days ago

Let me say this, you really are a true visionary. I admire the way your styles are STYLES not just one, and then you take those styles and make them YOURS. My sister is the one who got me into fashion but I still like to take in from outside sources. Although I have almost no clothes- not even to call fashionable even in MY eyes- I still LOVE to imagine and envision what I could be wearing and that's what keeps me motivated. You are one of the true inspirations that I have received over my years of "fashion-savvy 101" lessons. I love your attitude of individuality. Don't make it a point to fit in- all you're doing is making yourself a clone. This was very inspiring.



JESSICA S.: 5 days ago

You're my role model, really. I admire your personality just as your wardrobe, haha. I really loved this interview and I can't stop saying that you are simply perfect to me! In some cases I could really identify myself with you, I also seek my inspirations from subcultural movements and sometimes I can see which subcultural movement inspired this or that outfit a lot! Please please stay that lovely and sorry if I repeat myself, but for me you are amazing! Awesome! Stunning! You are the incarnation of what fashion means to me. ♥♥♥

Pelos comentários é possível perceber que o que muitos dos internautas que frequentam a comunidade querem é informação de moda. E com as novas formas de interação com a tecnologia é possível tê-la e compreendê-la de diversas formas por um mesmo canal. O Lookbook.nu ainda permite que os leitores vejam como pessoas de diferentes países se manifestam por meio do vestuário.

Pelas mensagens deixadas a entrevistada fica perceptível que muitos pensam que pelos looks serem legais, aquela pessoa tem uma personalidade marcante, se conhece bem. Outros leitores acreditam que essa maneira de se vestir está longe da realidade deles e que por isso não têm contato com “moda”.

Com a existência de comunidades como essa, blogs de moda e outros sites relacionados, criou-se de um padrão global daquilo o que é “fashion”, moderno e antigo. “O que estou usando hoje?” se torna tão popular pelo fato de que todos querem de alguma forma mostrar o que são hoje, e o que serão amanhã. E o vestuário permite isso. E a internet permite que isso ocorra de maneira ainda mais grandiosa, para um público ainda maior.

ANÁLISE DAS IMAGENS

Ao escolher uma determinada peça de roupa ou um acessório o homem satisfaz necessidades essenciais de sua natureza, como expressão e comunicação. A moda surge com a maneira pela qual as pessoas se veem e desejam ser vistos pelos outros. Segundo Camargos (2008)

É através da vestimenta e de acessórios que se expressa concepções de estética, costumes, valores e comportamentos. A moda possibilita ao indivíduo “protagonizar” diversos papéis sociais, de acordo com os ambientes e as situações nas quais ele está inserido. E isso, indiscutivelmente, contribui para que a moda se mostre como um dos elementos de estratégia de promoção individual na sociedade, condizente ao sistema de visibilidade que o indivíduo exprimi num certo contexto. (CAMARGOS, 2008, p.46).

Para aprimorar as análises propostas, é necessário compreender o contexto histórico, social e cultural no qual está inserido os objetos selecionados. É preciso entender como os signos se repetem e se encontram para transmitir mensagem. A idéia de mundo comunica através dos signos, através da disposição e expressão dos corpos.

Seguem abaixo as imagens juntamente com suas respectivas análises:

1. Vínicius Uehara, 21 anos, Brasil.

Be yourself, don't plan and scheme.

BY VÍNICIUS U., 21 YEAR OLD FASHION DESIGNER FROM BRAZIL
69 comments / 7 ❤️ 1 day ago

HYPE 847



A análise pode ser iniciada pelo título que traduzido seria “Seja você mesmo, não planeje e esquematize”. As palavras referidas junto com as roupas aparentemente demonstram uma pessoa que de tão segura de si pode aconselhar aos outros a seguirem

seu exemplo. A jaqueta de couro que alude a liberdade e irreverência reafirma a procura por viver o ideal de juventude pregado pelo rock. O cor da calça mostra a necessidade de distinção, de ser diferente, de se mostrar como único. O coturno reforça a ideia do rock, da irreverência, do querer ser diferente, já que esse tipo de calçado não é muito utilizado no país em que a pessoa em questão se localiza.

2. Anastasia Siantar, 21 anos, Indonésia.

(In)Visible tie

BY ANASTASIA S., 21 YEAR OLD DANCER AND SHOES LOVER FROM JAKARTA
5 comments / 1 ❤️ / 23 hours ago

HYPE 461



“A invisível gravata”. Colocar elementos masculinos em trajes femininos demonstra a ideia da busca da mulher pelo seu lugar. A gravata que está e ao mesmo tempo não no *look* demonstra a possibilidade da mulher ter seu lugar entre aquilo o que é considerado *intelectual*. O óculos *geek* reafirma essa mesma ideia de que a mulher pode ser inteligente, pode ser como qualquer outro homem sem perder a feminilidade. As características femininas, de sedução e doçura, aparecem na tonalidade das peças, no comprimento do short e na escolha do sapato.

3. Perventina Ols, 26 anos, Rússia.

Red details

BY PERVERTINA O., 26 YEAR OLD GIRL FROM MOSCOW

9 comments / 3 hours ago

HYPE 132



Reafirma-se como alguém que gosta de se adornar aparece na quantidade de acessórios, na repetição dos tons. A ousadia ao mesmo tempo em que aparece é escondida nela mesma, já que apesar de conter muitos acessórios, não se arrisca a usar muitas tonalidades. O tom vermelho que aparece para destacar, mostra a vontade de conquistar, ser notada.

4. Chloe D., 23 anos, França.

Light as a Feather.

BY CHLOE D., 23 YEAR OLD HURSE / DANCER FROM NORTH OF FRANCE

5 comments / 1 / 20 hours ago

HYPE 315



O look é montado para destacar a beleza natural, a cor da pele, do cabelo. Mostra que se conhece e sabe como valorizá-la. Demonstra a vontade de que as pessoas vejam seus traços naturais. Essa característica é reforçada pelo uso do acessório, que também alude a etnia. O jeans traz a modernidade, mostra a construção da identidade

antiga a uma nova época. O salto também faz referência a modernidade, pois ele permite o distanciamento do chão, da terra. O querer ficar perto da *origem* é quebrado ao querer ficar perto do *moderno*.

5. Elle Yamada, idade não informada, Indonésia. Neopolitan Dreams

BY ELLE.Y, ONLINE SHOP OWNER FROM INDONESIA
9 comments / 3 / 2 hours ago



O look é montado para mostrar feminilidade e inocência. O uso de tons pastéis alude a infância, a tranquilidade. Demonstram um pessoa calma ou a busca pela paz. O look muito bem construído, a blusa dentro da saia, os tons que se casam, mostram a necessidade de mostrar essa característica.

CONCLUSÃO

Pelos looks é possível perceber que vestir-se é muito mais do que apenas escolher roupas. É decidir quem será para a sociedade e até mesmo quem será para si. É escolher vestir uma personagem, ou ser você a personagem. É perceptível que as roupas mostram a nossa personalidade e identidade. Demonstram quem somos, quem desejamos ser e quem queremos que pensem que somos.

Compreender os signos do vestuário não é uma tarefa fácil, pois, são necessários muito mais elementos do que os expostos acima para se chegar a algo verdadeiro. Mas, se fosse possível de ser realizado por qualquer pessoa, a tarefa de escolher um político, funcionário, amigo teria uma profundidade completamente diferente.

Tendo em vista as observações explanadas e por não encontrar muitos estudos sobre o assunto, a intenção com o artigo é começar um estudo mais profundo a respeito da comunicação por meio do vestuário.



REFERÊNCIAS

CAMARGOS, Larissa Lacerda. **O potencial comunicativo da moda**: Análise semiótica dos editoriais de moda da Revista Marie Claire. Universidade federal de Viçosa. Minas Gerais, 2008.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

JOLY, Martine. **Introdução à Análise da Imagem**. Lisboa, Ed. 70, 1994.

LURIE, Alison. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro; Rocco, 1997.

MONTEIRO, Gilson. **Metalinguagem das roupas**. In: CORRÊIA, Tupã Gomes; FREITAS, Sidinéia Gomes. ECA, USP, 1999. Comunicação Marketing, Cultura: Sentido da Administração, do trabalho e do consumo. São Paulo: ECA/ USP, 1999.

MONTENEGRO, Chico. (org.). **Suprassumo Mídia Boom**. São Paulo, 2011.

PIERCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 1977.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica?** 2. ed. São Paulo; Editora Brasiliense, 1990.

Imagens: <http://www.lookbook.nu>, acessado em 06/07/2011