

Discursos políticos na moda: o coletivo Estileras, uma análise semiótica

Cláudia Regina Garcia Vicentini

Doutora, Universidade de São Paulo / claudiagarcia@usp.br

Orcid: 0000-0002-5059-4271 / [lattes](https://orcid.org/0000-0002-5059-4271)

Yasmin Alexandre Có

Mestranda, Universidade de São Paulo / coh.yasmin@gmail.com

Orcid: 0000-0002-4233-7395 / [lattes](https://orcid.org/0000-0002-4233-7395)

Suzana Helena Avelar

Doutora, Universidade de São Paulo / suzana.avelar@usp.br

Orcid: 0000-0002-0831-9652 / [lattes](https://orcid.org/0000-0002-0831-9652)

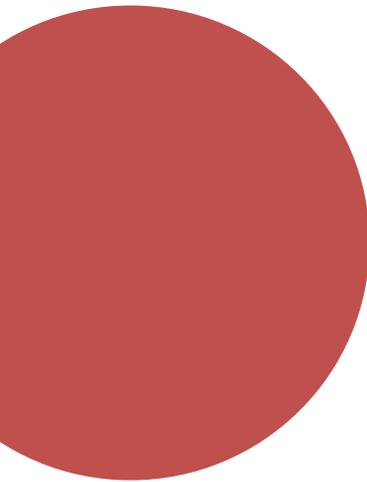
Enviado: 20/08/2019 // Aceito: 10/11/2019

Discursos políticos na moda: o coletivo Estileras, uma análise semiótica

RESUMO

A moda é um lugar de produção de sentido em que os valores sociais se concretizam plasticamente, possibilitando a veiculação de discursos os mais variados e muitas vezes antagônicos. Deste modo diversos grupos sociais se constituem com narrativas contestadoras ou ainda reafirmando valores e tendências hegemônicas, confirmadas plasticamente nos sistemas vestimentares adotados. Na esteira deste pensamento objetivamos analisar os recursos discursivos utilizados pelo coletivo Estileras em sua página em uma mídia social. Este coletivo se posiciona como um “lugar” de experimentação e transgressão de normas vestimentares sancionadas pela sociedade contemporânea. O referencial teórico da Semiótica Discursiva, os desdobramentos da Sociosemiótica e as noções de poder de Michel Foucault serão adotados a fim de dar conta da complexidade dos discursos verbo-visuais expostos pelo coletivo.

Palavras-chave: moda. Política. Semiótica discursiva. Mídia social.



Fashion political discourses: the collective Estileras, a semiotic analysis

ABSTRACT

Fashion is a place of production of meaning in which social values are concretized plastically, enabling the transmission of the most varied and often antagonistic discourses. In this way several social groups are constituted with contesting narratives or reaffirming hegemonic values and tendencies, confirmed plastically in the adopted dress systems. In the wake of this thought we aim to analyze the discursive resources used by the collective Estileras on its page in a social media. This collective is positioned as a "place" for experimentation and transgression of dress norms sanctioned by contemporary society. The theoretical framework of Discursive Semiotics, developments in sociosemiotics and Michel Foucault's notions of power will be adopted in order to account for the complexity of the verb-visual discourses exposed by the collective.

Keywords: fashion. Politics. Semiotics. Social media.

Discursos políticos de moda: el colectivo Estileras, un análisis semiótico

RESUMEN

La moda es un lugar de producción de significado en el que los valores sociales se materializan concretamente, permitiendo la transmisión de los discursos más variados y a menudo antagónicos. De esta manera, diversos grupos sociales se constituyen con narrativas en disputa o reafirmando valores y tendencias hegemónicas, confirmados plásticamente en los sistemas de vestimenta adoptados. A raíz de este pensamiento, nuestro objetivo es analizar los recursos discursivos utilizados por el colectivo Estileras en su página de redes sociales. Este colectivo se posiciona como un "lugar" para la experimentación y la transgresión de las normas de vestimenta sancionadas por la sociedad contemporánea. Se adoptará el marco teórico de la semiótica discursiva, el desarrollo de la sociosimiótica y las nociones de poder de Michel Foucault para dar cuenta de la complejidad de los discursos verbal-visuales expuestos por el colectivo.

Palabras clave: Moda. Política. Semiótica discursiva. Medios de comunicación social.

1. INTRODUÇÃO

Um dos princípios da moda é manter-se dentro de padrões estéticos já sancionados socialmente. Partindo desse pressuposto iniciamos nossa reflexão nos apropriando das noções de poder em Michel Foucault ao dizer que a sociedade cria mecanismos de controle que agem sobre o corpo, tornando-o dócil, produtivo e submisso.

A fim de ilustrar esse processo, temos por objetivo discutir traços contestadores expressos em práticas discursivas da moda, assim, o presente artigo apresenta enunciados em circulação nas mídias, em especial de um coletivo brasileiro de moda experimental denominado Estileras, analisados sob a ótica da Semiótica Discursiva, dos desdobramentos da Sociosemiótica propostas por Eric Landowski e das noções de poder de Michel Foucault, para, a partir disso, refletir sobre outras possibilidades de construção de sistemas vestimentares que expressem narrativas autônomas em suas escolhas plásticas e materiais.

O coletivo Estileras, um trocadilho com estilista, surgiu em meados de 2015 idealizado por Ricardo Boni e Brendon Xavier com uma proposta de arranjos vestimentares em que não se define a roupa por gênero, mas também não se entendem como agêneros. Estes rearranjos e deslocamento de funções de um objeto, tanto roupa, quanto acessórios, são muito frequentes em sua página na mídia social Instagram. É por esse meio digital que se comunicam com seus seguidores e mostram seu trabalho, e sendo esta uma mídia social de grande alcance perguntamo-nos acerca dessa relação entre o que Lipovetsky (1989) fala sobre como a moda potencializa o prazer de ver e ser visto, de exibir um corpo ressignificado, editado, no Instagram.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA E METODOLOGIA DE PESQUISA

2.1 Moda e poder

Para Foucault, o poder deve ser entendido em um amplo espectro que inclui não apenas a repressão, mas também uma rede produtiva que atravessa o corpo social e os corpos individuais. O poder, visto sob este ângulo, produz coisas, saberes e discursos, e é assim que consegue legitimidade. (FOUCAULT, 1975). Diferente do entendimento comum seus mecanismos agem sobre os indivíduos regulando “aquilo que eles são, serão ou possam ser” (FOUCAULT, 1975, p.21) “As relações de poder tem alcance imediato sobre o corpo, o marcam, o dirigem, o sujeitam, o obrigam a cerimônias, exigem-lhe sinais” (FOUCAULT, 1975, p.22). Sua ação se dá por meio de processos mínimos de origens diferentes: “[...] pequenas astúcias dotadas de um grande poder de difusão, arranjos sutis, de aparência inocente, mas profundamente suspeitos [...] (FOUCAULT, 1975, p.24), que mesmo podendo distinguir-se de acordo com os campos de aplicação, apoiam-se uns sobre os outros e se convergem para esboçar aos poucos um método geral de controle.

A partir destas considerações podemos relacionar o sistema da moda como um tipo de mecanismo que contribui para a instituição de um método geral de controle de que fala Foucault (CÓ; VICENTINI, 2018), em que todos seguem uma determinada ordem que se impõe automaticamente. A socióloga e estudiosa da área da Moda, Yuniya Kawamura (2005), nos coloca que o sistema da moda é institucionalizado, e os indivíduos a ele relacionados compartilham as mesmas crenças, contribuindo para a permanência de uma cultura da moda dominante, reiterada

pela produção de moda, assim diz a autora: “O sistema consiste em vários subsistemas compostos por uma rede de designers, fabricantes, atacadistas, profissionais de relações públicas, jornalistas e agências de publicidade” (KAWAMURA, 2005, p.45) ou seja, todos precisam ser reconhecidos e legitimados pelos demais atores envolvidos nas atividades de cooperação, e na qual o consumidor também participa (KAWAMURA, 2005).

Corroborando essa ideia o fato de que, na Moda, há uma espécie de hierarquia em que o discurso de autoridade do estilista ocupa uma posição central, seguido de perto por todos aqueles que, de algum modo, participam deste circuito, notadamente os digital influencers ou influenciadores digitais contemporâneos.

Podemos entender a posição dos influenciadores digitais, como pessoas que mantêm páginas nas mídias sociais colocando-se como detentores de discursos de autoridade sobre comportamento e consumo. Muitas marcas de roupas, cosméticos, calçados, alimentos e uma série de outras utilizam-se da credibilidade destas pessoas para divulgarem seus produtos. Fica instaurado aqui o modo tradicional de fazer marketing, porém com uma nova “roupagem”, a da mídia social, ao reiterar o papel do criador de moda como alguém detentor de um saber e disseminador de regras, uma vez que como dizem VICENTINI e CASTILHO (2008) a roupa veicula valores estéticos e simbólicos de uma determinada época.

É, porém, necessário pensarmos no sistema da moda a partir do que diz BERGAMO (2007, p. 70-71), no qual este consiste na manifestação e renovação dos símbolos de autoridade e “natural” distância social. A escolha de quais indivíduos podem ou não ocupar os espaços hierarquizados da criação está submetida a conformidade que suas ações

demonstram ter a determinadas expectativas: “[...] de comportamento, de gostos, de juízos de valor, de espaços sociais a serem preenchidos [...]” (BERGAMO, 2007, p. 69-70).

A figura do estilista define um “direito de pertença”, de que fala Bergamo (2007), que nada mais é do que a permissão de entrada no campo da criação, a legitimação de um “direito” que o indivíduo, por meio de suas ações, comprova ter em ocupar o espaço de criador. Desta forma, o território da criação permanece inacessível aqueles indivíduos que não demonstram ter as qualidades definidas pela sociedade como as de um criador, assim apesar da aparente liberdade de acesso que se tem atualmente com o advento das mídias sociais, em que “as figuras de autoridade” dos discursos midiáticos e sancionadoras de estilo estariam mais próximas das pessoas comuns em uma interação digital, isso não se verifica na prática.

2.2 O ferramental teórico da Semiótica Discursiva e da Sociosemiótica

A semiótica discursiva ou de linha francesa como também é conhecida foi desenvolvida por Algirdas Julien Greimas e seus colaboradores, ao entenderem que os fenômenos comunicacionais são textos que podem “ser lidos” ou, ainda, como discursos. Na semiótica entendemos que o texto-objeto se articula em dois planos: o plano do conteúdo e o da expressão. O plano do conteúdo é o plano das ideias, dos elementos semânticos, no qual são veiculados os valores de uma época ou grupo social, e o plano da expressão é a maneira como estas ideias são concretizadas. Uma mesma ideia, ou valores de uma sociedade podem ser concretizados de maneiras diferentes.

O sentido deste texto é estudado não só pela descrição detalhada de tudo que o compõe, mas tendo o conceito de “relação” como fundamental do detalhamento da descrição, que é trabalhado pelo modo como essas unidades se articulam. Mostram-se nessa construção os traços que se repetem. Sua ação sobre o enunciatário (sujeito) é decorrente das estratégias de manipulação feitas pelo enunciador (confeccionista, estilista, marca, etc.) ao articular as relações de sentido de uma determinada maneira.

A fim de dar conta dos efeitos de sentido de um determinado texto a semiótica pressupõe que há um percurso gerativo de sentido subjacente a ele e que pode ser dividido em três níveis, como explicaremos a seguir.

O nível fundamental e mais abstrato em que se estruturam os eixos semânticos do discurso e no qual se dão as categorias opostas de significação, exemplo: natureza x cultura; liberdade x opressão, etc.

O nível narrativo intermediário é aquele em que os elementos do nível fundamental são transformados em objetos e valores e neste nível são analisadas as transformações do sujeito e os objetos-valor que são importantes nesta construção.

E, por fim, o nível discursivo, mais concreto, em que a narratividade é recoberta por temas e figuras. A escolha destes mostra as marcas do sujeito da enunciação. Neste nível é possível perceber, conforme diz José Luiz Fiorin (1998) como os temas não presentes no mundo natural são tratados em uma determinada sociedade e em uma dada época, como por exemplo: liberdade, em que figuras de linguagem são utilizadas para recobrir o tema liberdade, como por exemplo: férias na praia. É importante ressaltar que as relações entre temas-figuras revelam um universo ideológico em que são

mostradas a visão de mundo de uma determinada classe social em que está inserido o destinador do discurso.

Na internet, televisão, cinema, por exemplo, os textos são sincréticos pois são compostos por mais de um tipo de linguagem, que são articuladas entre si. Para dar conta deste tipo de texto, além do Plano do Conteúdo é necessário analisar o Plano da Expressão em que as marcas do nível discursivo são então reiteradas por elementos chamados formantes: os formantes matéricos (relativos a materialidade expressa no discurso), eidéticos (dizem respeito às formas), cromáticos e por fim, topológicos (categoria que diz respeito a organização espacial dos formantes). O plano da expressão e seus formantes foram estudados por Jean-Marie Floch, discípulo de Greimas, e pesquisador da área de publicidade.

2.2.1 As contribuições da sociosemiótica

A complexidade tecnológica dos meios de comunicação disponíveis atualmente, desdobra-se na multiplicidade de textos sincréticos que são desenvolvidos *por* e *para* estes meios, resultando em modos de interação os mais diversos ao oferecer um grande número de possibilidades de construção do sentido para o enunciatário de seus textos, em que o inteligível se mistura ao sensível.

Como reflexo do zeitgeist marcado pela "imagem e pelo sensível" (SODRÉ, CAPARELLI, SQUIRRA, 2005. p.10) a semiótica orientou seus estudos para o que Greimas chamou de uma "Semiótica do Sensível" e em seu último livro *De l'Imperfection* (1987) ou *Da Imperfeição* traduzido e lançado no Brasil em 2004, em que tratou do sentido "vivido", em sua construção "em ato", desprendendo-se do texto em si, e buscando compreender o sentido que se dá nas relações

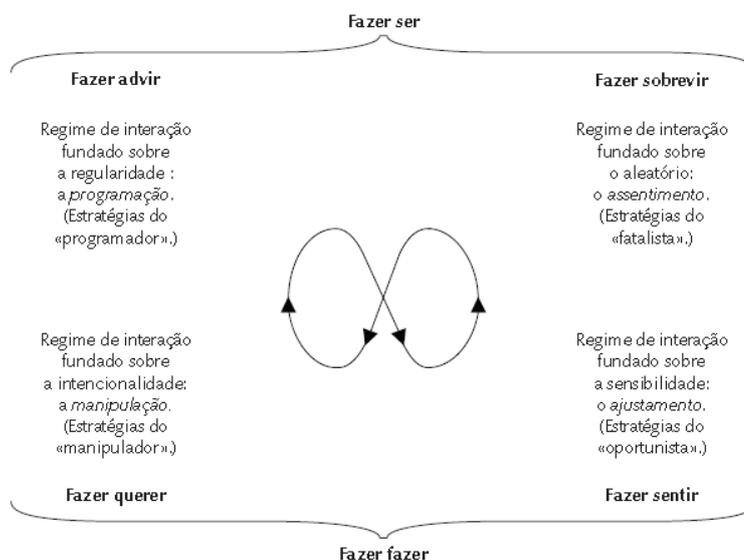
cotidianas, nas “práticas individuais” e nos aspectos sensoriais (FECHINE, 2006, p.3)

O refinamento dos meios e das formas de comunicação propiciaram um prolongamento da teoria, em que o Professor Eric Landowski, colaborador de Greimas, aprofundou, então, seus estudos. O sentido em que a apreensão se dá no ato mesmo de sentir, norteou estas pesquisas, mostrando que é possível trabalhar com objetos que se constituem e se desfazem, ou seja, não são estáticos, ou, ainda, como diz o autor a sociossemiótica não pretende descrever objetos e nisso correlacionar significados das produções e manifestações significantes, mas sim a análise dos processos em que ocorrem as interações entre sujeitos, e sujeitos e o mundo que os cercam. (LANDOWSKI, 2014. p. 3).

A partir disso há uma mudança na forma como são tratados estes objetos no nível narrativo que até então dava conta de uma manipulação em que havia a transformação de estado do sujeito modalizado por um querer/dever/poder, entrar em conjunção com um determinado objeto-valor, especialmente pelas características que se impõem nas relações sujeito-objeto. Segundo Landowski há a necessidade de se pensar a sociossemiótica como uma instância de estudo das “(...) produções de sentido não devem ser tomadas como representações do social”, ao contrário, são como diz o autor “processos” (LANDOWSKI, 2014, p.13).

O modelo descrito por Landowski, propõe novos regimes de sentido, com foco nos regimes de interação, conforme a Figura 1.

Figura 1. Modelo proposto por Landowski



Fonte: Landowski, 2014, p. 72.

Assim, segundo o modelo acima temos que o regime de interação fundado sobre a programação, é aquele do risco mínimo, pautado na regularidade, traduzido por coerções sociais, regras, etc. sem mudança do papel do sujeito já que está baseado em um saber-fazer.

O assentimento fundado no aleatório, segundo o autor, é também o regime do acidente, ou seja, a incerteza aceita pelo sujeito. Já no ajustamento, que não deve ser confundido com adaptação como nos lembra Landowski (LANDOWSKI, 2014, p.17) não existe a necessidade de um sujeito dobrar-se a vontade do outro, como na manipulação. Neste ponto surge a ideia de *contágio* em que os sujeitos entram em contato direto, baseadas em suas qualidades sensíveis, remetendo à lógica da união. Segundo o autor:

(...) Seu exercício supõe, da parte do sujeito, a superação do modo de leitura do mundo definido pelo reconhecimento de unidades figurativas pontuais, e uma disposição para capturar efeitos de sentido oriundos das

qualidades plásticas próprias aos objetos apreendidos em sua presença imediata qualquer que seja seu estatuto actorial (parceiros humanos, obras ou objetos do mundo natural). (LANDOWSKI, 2014, p.17)

Deste modo o autor nos explica que são necessárias as competências estésicas para que se dê o ajustamento, e que são tomadas, neste caso, as acepções descritas por A. J. Greimas em *Da Imperfeição* (2002) sobre os acidentes estéticos, em que a estesia está diretamente ligada, porém, neste regime de interação não estão ligadas ao *acidente*, mas sim, aos efeitos de sentido emergentes das qualidades estésicas (LANDOWSKI, 2014, p.18).

Já o regime de manipulação se baseia no fato de um dos sujeitos exercer um papel persuasivo intencional sobre o outro, baseado na aquisição de competências modais, como dito anteriormente.

Assim, Landowski nos apresenta uma “gramática do sensível” em que as noções de contato, reciprocidade e ajustamento são basilares para a configuração do contágio. Tomando por base estas premissas, Fachine, ao propor o estudo de mídias, nos alerta sobre a problemática aí estabelecida em que a descrição e análise do objeto dê conta da significação que emerge da situação que se constrói em ato. E deste modo, entender como nestas instâncias enunciativas se constroem estes enunciados.

2.2.2 Por uma Semiótica da Moda

Como é possível depreender do que foi dito acima, a moda pode ser considerada como um texto em que Planos do Conteúdo e da Expressão se articulam para formarem sentido e assim, veicularem valores de uma dada sociedade em uma determinada época. Assim, Vicentini (2010) diz que a roupa

pode reconstruir o corpo por meio da modelagem, acrescentado formas e tecidos, criando contrastes. Estes recursos foram utilizados ao longo da história por diversas civilizações entre “um jogo entre o ser e o parecer que se renova a cada época” (VICENTINI, 2010, p. 63).

Além disso a moda pode trazer em si posições ideológicas. Esse caráter social tem sido muito evidente, ao mostrar sinais claros de mudanças sociais, políticas e culturais (VICENTINI e CASTILHO, 2008; VICENTINI, 2010).

Assim, a moda em seu texto-objeto roupa traz em si figurativizados discursos sociais que são percebidos no arranjo de seu plano da expressão, em que neste texto visual são colocados elementos materiais, cromáticos, eidéticos que em seu arranjo plástico reiteram ou negam valores sociais. De modo que a semiótica traz uma inegável contribuição para essa leitura ao explorar as possibilidades de comunicação, quer sejam óbvias ou não, o corpo-vestido assume, então, modos de presença, culturais, ressignificado, em consonância com seu tempo, veiculando valores do ambiente social em que circula.

3. O INSTAGRAM COMO TERRITÓRIO DE CRIAÇÃO E VISIBILIDADE

Criado em 2010 para ser uma mídia social online de compartilhamento de fotos, hoje, o Instagram está entre as mídias sociais mais utilizadas entre jovens e adultos, e atualmente conta com mais de 600 milhões de usuários, sendo que há pesquisas que mostram que mais de 400 milhões destes ficam ativos diariamente. Essa plataforma digital configura-se por uma conta em que o usuário tem direito a montar uma página com um resumo de suas informações pessoais e contato. A partir disso fica disponível

a possibilidade de inserção de fotos com textos para que sejam vistos pelos seguidores da página. Desde sua criação essa mídia tem incorporado recursos a fim de manter-se atrativa e conta hoje com a possibilidade de inserção de pequenos vídeos, vários tipos de filtros¹e possibilidades de interação rápida com aqueles que seguem a página.

Semioticamente falando estas plataformas digitais se estruturam em uma pluralidade de linguagens, em que as estratégias enunciativas se constituem como um todo de significação, e são reiteradas no Plano da Expressão. (FIORIN, 2009). Este todo de significação, ou em suma, este texto sincrético, coloca as várias páginas do Instagram como enunciadores falando para um sujeito (enunciatório) que supomos estar em busca de um objeto-valor, ou seja o sujeito busca algo com o qual ele está em situação de disjunção, algo que ele de alguma maneira deseja. A estratégia enunciativa da mídia social modaliza esse sujeito a um querer, a fim de entrar em conjunção com seu pretense objeto-valor.

O Instagram se constitui então por um grande número de páginas de pessoas comuns e outras famosas, celebridades da área de entretenimento, política, páginas comerciais de grandes e pequenas empresas dos mais variados segmentos, etc. formando uma grande rede de seguidores e seguidos. A construção dos modos de presença se dá pelos efeitos de veridicção destes enunciadores, ou seja, a credibilidade que possuem e assim o poder de influenciar os enunciatórios. Uma pesquisa conduzida no Reino Unido apontou que 82% das entrevistadas acreditam que as redes sociais definem padrões de beleza. (SILVEIRA, 2014), corroborando o fato de que existem celebridades cuja página do Instagram tem milhões de seguidores. Além disso, convém ressaltar o interessante fenômeno em que pessoas comuns ganharam fama a partir de uma "projeção imagética" nesta mídia, ao se colocarem

como detentores de saberes valorizados na sociedade contemporânea.

Nesta mídia a imagem é o texto, assim podem ser construídos simulacros estéticos e comportamentais que reforçam padrões legitimados socialmente. Isso pode ser avaliado pelo número de seguidores de uma página pertencente a uma destas celebridades legitimadoras destes padrões.

Entre as personalidades famosas no Instagram no Brasil por veicularem conteúdo de moda, a Vogue Brasil em reportagem de 2018 destacou as chamadas *fashionistas* Thassia Naves, Camila Coelho, Camila Coutinho, Luisa Accorci, Vitória Ceridono como referências de moda a serem seguidas na mídia social.

Nestes perfis podemos encontrar um padrão estético de corpos longilíneos e referência de beleza eurocêntricos: todas são brancas, magras, corpo e rosto proporcionais, extremamente fotogênicas. Esses perfis atendem ao padrão de beleza, juventude e vigor, celebrados pela cultura ocidental. Apenas para deixar mais clara nossa linha de pensamento colocamos abaixo duas imagens do perfil do Instagram destas influenciadoras digitais, escolhidas ao acaso; Thassia Naves, com 3,5 milhões de seguidores e Camila Coelho com 8,4 milhões. Ao analisarmos as imagens é possível perceber o uso de recursos fotográficos de tratamento de imagens, tais como: luz, sombra, saturação, etc. O cenário é cuidadosamente organizado a fim de não causar "ruído" na mensagem. As roupas apresentadas nas imagens são sempre as últimas tendências da indústria da moda para a época, como é possível verificar na imagem a seguir:

seguidor de seu perfil, fato este reiterado pelo pequeno texto que acompanha a imagem que é percebido como uma sugestão, ou aconselhamento do que pode ser usado. Deste modo é pertinente dizer que esse sujeito “procurando fazer-se ver, organizará o dispositivo requerido para a captação do olhar de um observador potencial” (LANDOWSKI, 2002, p.89.) Assim, os recursos discursivos são colocados a serviço dessa relação que se estabelece de pretensa cumplicidade na qual o enunciador cumpre seu papel de manipular o enunciatário a crer em seu discurso deixando as marcas dessa enunciação. Como diz Fiorin (1998) a manipulação (pertencente ao nível narrativo) será recoberta por temas e figuras no nível discursivo, com os quais o enunciatário se identifique. No caso destes exemplos acima, há uma espécie de ligação com o seguidor da página, estabelecida e reiterada pelo plano da expressão quando Thassia Naves é colocada olhando para a câmera, como que interpelando o enunciatário. Os dizeres ao lado da imagem reforçam esta ideia quando diz: “E as costas deste vestido?! Amei que vocês gostaram da minha escolha de ontem (...)”, assim o discurso instaura um “eu” que interage diretamente com um “você”, reiterando o efeito de sentido de proximidade.

Na Figura 2, extraída do perfil de Thassia Naves, o ambiente em que foi tirada a foto, é aparentemente, o de uma casa, em que se vê ao fundo sofá, janelas, abajures, elementos que figurativizam uma habitação. Talvez dela mesma, mas isso não fica explícito em nenhum momento. Ao analisarmos os formantes cromáticos temos que há um ponto de cor próximo a ela, rosa, referente às flores, que contrasta com o tom nude, próximo ao bege, uma cor considerada neutra, do vestido. Esse contraste estabelece como ponto focal estas flores conduzindo o olhar do enunciatário para o vestido. Interessante notar ainda no plano da expressão os

formantes eidéticos do sofá (retangular), janelas (retangulares e quadradas) e a mesa (redonda) sobre a qual está apoiado o vaso de flores. Thassia Naves está colocada próxima a mesa, e é possível perceber o contraste entre sua figura longilínea (vertical), e as demais figuras da cena, em que se sobressai a figura dela.

Na outra imagem (figura 3) mais uma vez são utilizados como recursos a linguagem visual de contrastes dos formantes cromáticos dispostos estrategicamente na cena. Camila Coelho, está em um lugar que se assemelha a um parque, ao ar livre, tendo ao fundo pilastras coloridas, em vermelho, azul, verde, branco que direcionam o olhar para sua figura. Neste caso os formantes eidéticos da cena, reiteram a forma vertical principal proposta pelo enunciador Camila.

Nas duas imagens são utilizados contrastes dos formantes cromáticos como linguagens visuais predominantes no plano da expressão, este tipo de linguagem é utilizado para enfatizar determinados elementos de uma composição, porém o que é interessante notar é que estes planos da expressão, apesar dos contrastes utilizados, são marcadamente harmônicos. Há equilíbrio na disposição dos elementos, não causando desconfortos visuais. Estes traços reiteram no plano do conteúdo valores relativos ao que é belo, ou socialmente aceito. Um determinado papel feminino, é também reiterado, na delicadeza do vestuário escolhido em que são enfatizadas as formas femininas, mas de forma em que se nota harmonia. O vestido utilizado se molda completamente ao corpo, no caso de Thassia Naves, que por sua materialidade e brilho nos evoca um vestir objetual, que se dá pelo encontro com o outro. (GARCIA, 2005)

Mas, a partir dessa pequena leitura o que podemos inferir destes papéis? Ao jogarmos luz sobre este objeto o que se

pode depreender é que o papel feminino construído pelo enunciador-Thassia Naves e Camila Coelho condizem com aquele em que a mulher tem um apelo decorativo e dócil, com vestes que delineiam as particularidades do corpo feminino, reafirmando o gênero, mas sem excesso, ao gosto da sociedade patriarcal.

Deste modo as ideias propostas por Foucault se concretizam nas relações de poder, disciplinares, que se estabelecem nestas relações, em que são colocados simulacros de beleza e bom gosto a serem seguidos. São, como podemos verificar, corpos docilizados, disciplinados, em consonância ao o gênero que lhes é atribuído biologicamente, sendo a disciplina segundo o autor, um meio de controle da produção de discurso. Ao levarmos em consideração os números expressivos de seguidores que tem os dois exemplos que trouxemos para esta discussão, esses dispositivos disciplinares estão encontrando espaço de reverberação. (FOUCAULT, 1987)

Mas, por outro lado, há no Instagram espaço para um outro tipo de discurso que se contrapõe ao explicitado acima e deixa entrever outras possibilidades de modos de presença, em que são criticados os padrões estéticos vigentes.

Michel de Certeau (1998) mostra em seu livro, *A Invenção do Cotidiano*, uma reflexão sobre a microfísica do poder de Foucault, em que discorre sobre os mecanismos disciplinares embutidos no cotidiano. As “maneiras de fazer” por meio das quais os indivíduos se reapropriam do espaço organizado pelas técnicas de controle, para formar uma rede antidisciplinar. A estas “maneiras de fazer” que se opõem as estratégias do poder, Certeau dá o nome de táticas: “formas sub-reptícias que são assumidas pela criatividade dispersa, tática e bricoladora dos grupos ou dos indivíduos presos agora nas redes da “vigilância” (CERTEAU, 1998, p.41). E ainda,

estas estratégias, por assim dizer, “[...] escondem sob cálculos objetivos a sua relação com o poder que os sustenta, guardado pelo próprio ou pela instituição” (CERTEAU, 1998, p.47). As táticas escapatórias, por sua vez, são vitórias pontuais daqueles que possuem um não-lugar em um território que não os pertencem, mas do qual não podem escapar totalmente. São: “[...] pequenos sucessos, artes de dar golpes, astúcias de “caçadores”, mobilidades da mão-de-obra, simulações polimorfos, achados que provocam euforia, tanto poéticos quanto bélicos” (CERTEAU, 1998, p. 47).

Nesta concepção, aquilo que é imposto pela ordem dominante serve de suporte para uma outra produção, de caráter antidisciplinar. Com o emprego de táticas, os sujeitos, a partir de objetos, informações, espaços e símbolos, constroem o seu próprio território, ainda que itinerante, no espaço do outro (CÓ; VICENTINI, 2018, p. 151), é importante salientar que entendemos estes sujeitos como algo fluido, intercambiável, e não estáticos no tempo. (MENEZES, JAYO e VICENTINI, 2019).

4. O COLETIVO ESTILERAS: ESCAPATÓRIAS

Em seu livro, *Da imperfeição*, Greimas (GREIMAS, 2002) nos mostra as possibilidades de romper com o cotidiano do qual também fala Certeau. O livro é dividido em duas partes: *Fraturas e Escapatórias*, no qual o autor nos coloca frente a frente com pequenos acidentes estéticos da cotidianidade que mudam os mecanismos de produção de sentido dos sujeitos neles envolvidos. Estas fraturas no cotidiano do sujeito produzem um redimensionamento da significação estética, e para que isso ocorra é necessário que aconteça uma perturbação da narrativa deste sujeito, ou seja, uma alteração em sua rotina diária.

Assim é, que a exemplo do que acontece no conto de Junichiro Tanizaki, Elogio da sombra (TANIZAKI, 2008) – analisado por Greimas (2002) –, a fratura se dá no momento em que o autor descreve a sensação de ser surpreendido pelo reflexo da luz de uma vela em um quarto escuro, e de tão súbito, faz com que bata repetidamente as pálpebras pela incidência aumentada da luz em contraste com a escuridão (TANIZAKI, 2008).

Nas Escapatórias, Greimas nos mostra (...) “a estética exaurida” que “(...) seguindo Lévi-Strauss, é uma das dimensões fundamentais da cultura – a cultura vestimentar – e interroga-nos sobre estas práticas cotidianas mediante as quais a estética se manifesta.” (2002, pag. 75). Nesta prática parâmetros como conforto, adequação, conveniência, desejo de agradar são figurativizados em linhas, cores, atitudes, (...) dotados de significados de ordem conceitual: simplicidade, elegância, refinamento. (2002, pag. 77) que podem ser entendidos como “julgamentos classificatórios”, ou seja, pertencentes a um código estético já estabelecido.

Ao escolhermos o coletivo Estileras como objeto de estudo nós o colocamos no status de uma fratura, como diz Greimas, pois o encontro do sujeito com a página do coletivo na mídia social pode ser comparada a esse acidente estético que rompe com a produção de sentido instituída ao resignificar seu cotidiano, fazendo emergir um outro sujeito, transformado em seu estatuto: de sujeito de estado em sujeito de fazer, condição essencial para que a partir da fratura se dê a escapatória.

Expliquemo-nos. Entendemos que o coletivo nos faz indagar sobre o deslocamento da lógica vestimentar e seu discurso. Na rápida observação da página na mídia social *Instagram* disponibilizada pelo coletivo é possível notar que estamos diante de uma página com uma proposta voltada ao

conteúdo de moda, já que as imagens são muito similares às publicidades de moda veiculadas pelas grandes mídias. Com mais de 5.000 seguidores, a página do coletivo traz escrita, logo abaixo de seu nome, a frase: "a moda quem faz são vocês". Esta pequena frase modaliza o sujeito, no caso o enunciatário, em um "poder-ser" delegando a este sujeito o "poder" de se construir como um agente do próprio estilo de vestir.

Deste modo é possível perceber que há a construção de uma espécie de "marca" Estileras. Ao aprofundarmos a análise, notamos que a similaridade com as grandes mídias com conteúdo de moda, se restringe apenas as poses adotadas pelos modelos e pela produção, criando um efeito de sentido que ao mesmo tempo que nos provoca também nos distancia pelo estranhamento que causam. Esse movimento instigante é conseguido pelo recorrente uso de contrastes na linguagem visual.

O coletivo, quando se coloca como enunciador, enseja uma linguagem cheia de ruídos, de contrastes dos formantes plásticos em que cores, tecidos, formas constituem um discurso que ao mesmo tempo que aproxima o enunciatário, também o afasta.

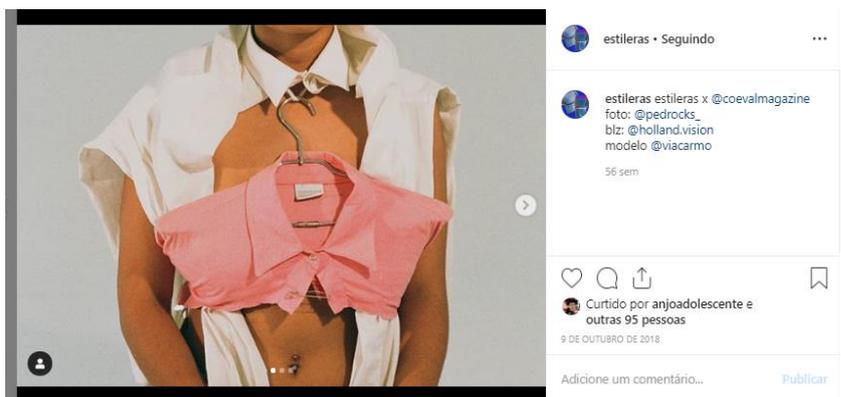
No rearranjo de formas que remetem a sapatos, alguns até ainda com a logomarca que os caracteriza, os coloca como possíveis de serem utilizados neste novo desenho, ou não? E é a partir desta indagação, que se diga de passagem, permanece premente para o enunciatário, se estabelece o contrato de veridicção entre enunciador/enunciatário.

As imagens abaixo mostram possibilidades de arranjos estéticos que a princípio poderiam ser tomadas como algo aleatório, totalmente desprovido da lógica vestimentar socialmente aceita. A narrativa empreendida pelos sujeitos das imagens nos remete às imagens publicitárias das revistas

de moda, no qual o enunciador Estileras se apropria do discurso da moda, mas o ressignifica em outras possibilidades estéticas ao subverter usos e funções de peças do vestuário.

Como exemplo disso analisamos a figura 4 que mostra uma camisa branca de colarinho, masculina, de uso para atividades sociais em que são definidos códigos vestimentares de maior rigidez. A camisa está sem mangas e com a parte frontal recortada, ou seja, onde seriam os botões para fechamento. Neste espaço na altura do peito está colocada uma outra camisa, de cor rosa, cortada na altura do busto, e que está presa na camisa branca por um cabide pendurado no colarinho da camisa branca. Há uma disjunção entre corpo e roupa em que se pode observar pelo contraste do cabide, objeto rígido, de metal, em que a camisa rosa está pendurada e posta na frente do corpo sem o ajustamento que seria conseguido pela modelagem da roupa, em uma clara tentativa de subverter a função do objeto, uma vez que o cabide tem como função ser pendurado em um local adequado para guardar roupas. A camisa branca deixa entrever o peito do modelo, revelando parte de seu corpo e pele. Não há contrastes significativos de cores, já que o rosa da outra camisa, é uma cor com pouca saturação. O contraste mais evidente fica por conta dos formantes matéricos: tecido x metal x pele, em que mesmo em uma relação mediada, se pode intuir sobre os contrastes existentes entre estes materiais. O conforto, então, é aparentemente abandonado, pois o metal não está moldado ao corpo.

Figura 4. Coletivo Estileras



Fonte: Instagram, 2019.

Na análise da figura 4 podemos considerar as oposições rígido (metal) x flexível (tecido), o contraste do formante cromático e as oposições das linhas diagonais dos colarinhos que direcionam o percurso do olhar, em um ir e vir entre as duas camisas. Assim, ao nos determos na observação da imagem, percebemos que nestas relações, o sensível, o ambíguo, convoca o inteligível do enunciatário na apreensão dos sentidos, provocando-o, ao mostrar um inusitado modo de vestir-se.

Também na figura 5, há esse deslocamento da função inicial do objeto criando um efeito de sentido de “disjunção” do sujeito com o objeto-valor “moda”.

O enunciador persuade o enunciatário redirecionando sua interpretação por meio do recurso da intertextualidade em que nos dois exemplos retira os objetos de seus territórios conhecidos e os coloca em um outro patamar de interpretação, como na figura 5 em que o calçado projetado para atividades de lazer, em que se prioriza o conforto, e no qual o material e o design são subvertidos a um outro uso, diverso da proposta inicial da marca.

O formante matérico é mais uma vez convocado na produção de sentido, em que o cabedal (parte superior do

calçado) é montado com uma superposição de materiais arranjados aleatoriamente de maneira a manterem-se firmes no pé. A sola também é feita com sobreposição de materiais plásticos e outros que aparentemente são resíduos de outros calçados formando uma espécie de plataforma, utilizando-se dos recursos de linguagem visual de contrastes.

Mais uma vez o arranjo estético destes formantes nos interroga acerca do conforto que deveria ser propiciado por um calçado, porém, dadas as características observáveis, isso não ocorre. Esse plano da expressão em sua materialidade dissonante e aparentemente desconexa reitera no plano do conteúdo os valores de subversão, crítica e distanciamento da indústria da moda.

Figura 5. Coletivo Estileras



Fonte: Instagram, 2019.

O formante eidético mostra um artefato que calça os pés, mas com recortes irregulares, que também deixam dúvidas sobre sua praticidade e conforto. Assim, temos que esse calçado não se presta a sua função primordial de descanso dos pés, propiciando um caminhar seguro. O cromatismo de

cor preto dos plásticos utilizados propicia um contraste com os detalhes em branco e o tom da pele de quem o usa.

Como no exemplo anterior, há uma descontinuidade tátil da ordem do desconfortável entre os artefatos que deveriam vestir o corpo. A gramática que se descortina é, com certeza, da ordem do sensível, entre o destinador-estileras e o destinatário-seguidor porque só acontece por meio das qualidades estésicas evidenciadas no plano da expressão; assim, de repente, se descortina a possibilidade de rearranjar a própria aparência.

Acostumados que estamos aos discursos publicitários em que há um equilíbrio de linguagens, essas colocações dissonantes causam estranhamento e nos convidam a repensar não apenas seus usos, mas a maneira como os regimes de visibilidade estabelecidos pela moda, de um “eu socializado e político” pode ser discutido em várias situações de comunicação, em diferentes tipos de discurso.

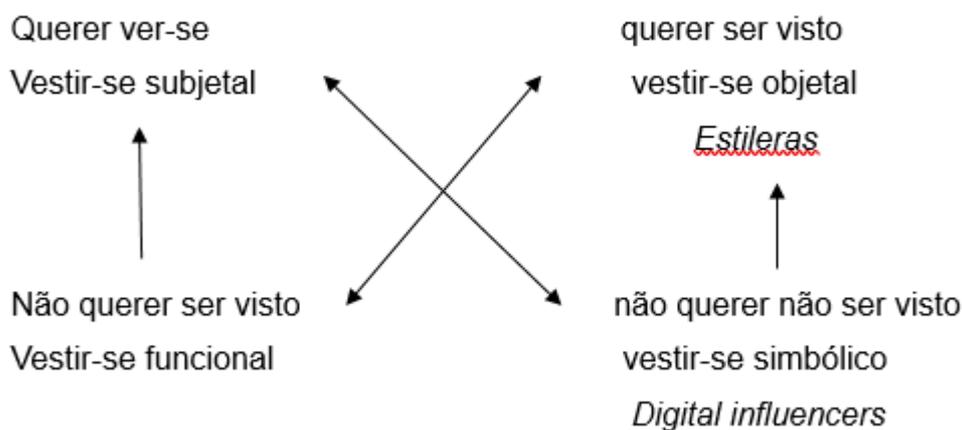
Outro ponto a ser destacado nas análises é que o corpo-modelo apresentado, está fracionado. Não se mostra por inteiro, não é colocado em um determinado cenário, especialmente arranjado para isso. Os efeitos de sentido decorrentes são de aleatoriedade, como se as fotos fossem tiradas sem muita preocupação com uma formatação de linguagem fotográfica.

Neste ponto retomamos Foucault a fim de embasar nossas reflexões pois, já na subversão do uso funcional e ideal para os quais foram projetadas as peças, o coletivo Estileras tenta tomar para si, o controle do próprio corpo, ao não se submeter à lógica disciplinar do sistema da moda.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O sistema da moda pode ser pensado como um dispositivo disciplinador que procura docilizar os corpos a ele submetidos, mas sempre que há poder, pressupõe-se que também existe resistência, e neste ponto cabe a proposta do coletivo Estileras.

Buscando entender os regimes de sentido que regem estes enunciadores, nos deparamos com uma questão interessante, pois é possível depreender destas análises que tanto o enunciador-Thassia Naves como Camila Coelho vestem-se para o outro, em um vestir simbólico, mas no caso de Estileras, a relação com a roupa é um pouco diferente, pode-se dizer que seria um vestir objetal, como explicaremos a seguir. Nos regimes de visibilidade de Landowski podemos colocar dessa maneira:



Este quadrado semiótico proposto a partir do que Garcia (2005) estudou sobre os regimes de visibilidade no uso de lingerie nos parece bastante apropriado para a problemática que colocamos aqui, já que no vestir-se objetal, o coletivo Estileras, propõe o encontro com o Outro, e no vestir-se

simbólico a *digital influencer* propõe, pelo vestir-se, ser alguém no social.

Retomando nossas colocações iniciais sobre o aspecto de escapatória que representa a página do coletivo na mídia social, é possível inferir, diante destas análises, que o enunciador Estileras se coloca de maneira antagônica aos ditames estabelecidos pela indústria da moda nos propondo uma crítica ao que é definido como esteticamente aceito na sociedade contemporânea.

Sendo assim, ao se deparar com a página do coletivo o enunciatário entra em contato com o sentido vivido, a apreensão estética imediata, pois o que é apresentado escapa, mesmo que momentaneamente, do inteligível. Não há enunciados verbais escritos propondo algum tipo de aproximação. A imagem é apresentada sem muitas explicações, deixando que o enunciatário navegue sem direcionamento. Propõe ainda nos termos da sociosemiótica de Landowski um regime de interação da ordem do ajustamento, em que o fazer-sentir, é um regime entre iguais, em que as dinâmicas são coordenadas em função das sensibilidades de cada um.

Ao não aderir aos valores socialmente aceitos, enunciador/enunciatário criam uma ruptura em que o sujeito político se reposiciona em um novo espaço-tempo da mídia social.

REFERÊNCIAS

BERGAMO, Alexandre. **A experiência do status: roupa e moda na trama social**. São Paulo: Editora Unesp, 2007. 226 p.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 1998. 351 p. Tradução de Ephraim Ferreira Alves.

CÓ, Yasmin Alexandre; VICENTINI, Cláudia Regina Garcia. A subversão na moda: o pastiche como território de criação. In: **DESIGNA 2018 - INTERNATIONAL CONFERENCE ON DESIGN**

RESEARCH, 7., 2018, Covilhã, Portugal. DESIGNA 2018 - TERRITORY PROCEEDINGS. Covilhã, Portugal: Labcom.ifp/ Ars, 2018. p. 145 - 152. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/book/319>. Acesso em: 14 ago. 2019.

FECHINE, Yvana. **Uma proposta de abordagem sensível na TV. XV COMPÓS**. Bauru, 2006.

FIORIN, José Luiz. **Linguagem e ideologia**. 6. ed. São Paulo: Editora Ática, 1998.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 23. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2007. 295 p. Original publicado em 1975.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1987. 288 p. Tradução de Raquel Ramalhte.

GARCIA, Cláudia Regina. **Estudo semiótico das lingerie na construção dos regimes de visibilidade da mulher brasileira: conceituações do formante matérico**. Pontifícia Universidade Católica. São Paulo, 2005.

GREIMAS, Algirdas.Julien. **Da imperfeição**. 1.ed. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

KAWAMURA, Yuniya. **Fashion-ology: an introduction to fashion studies**. Nova York: Berg, 2005. 124 p.

KAWAMURA, Yuniya. **The Japanese revolution in Paris fashion**. New York: Berg, 2004. 198 p.

LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

LANDOWSKI, ERIC. **Presenças do outro**. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo, Perspectiva, 2002.

LANDOWSKI, ERIC. **Sociosemiótica: uma teoria geral do sentido**. Rev. Galáxia. São Paulo, 2014.

MENESES, E. JAYO, M. VICENTINI, C.R.G. Entre demonstrar e dissimular: notas sobre o papel do vestuário na expressão de homossexualidades masculinas na história do Brasil. *In: Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 2019.

OLIVEIRA, Ana. Cláudia. (org.) **Semiótica Plástica**. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: estética e política**. 2. ed. São Paulo: Exo, 2009. 69 p. Tradução de Mônica Costa Netto.

SILVEIRA, Vanessa.Rozan. **Corpos e belezas no Instagram: em busca de likes**. Dissertação de Mestrado. PUC-SP, 2017.

SODRÉ, Muniz. Logos e pathos: a razão e a paixão no espaço conceitual da comunicação e novas tecnologias. Em CAPARELLI, Sérgio, SODRÉ, Muniz e SQUIRRA, Sebastião (orgs.) **Livro da XIII Compós: Comunicação Revisitada**. Porto Alegre, Sulina, 2005.

TANIZAKI, Junichiro. **Elogio da sombra**. 1. ed. São Paulo: Relógio d' Água, 2008. Original publicado em 1933.

VICENTINI, Cláudia Regina Garcia.; CASTILHO, Kathia. Design do corpo, design da moda: uma análise semiótica *In Design de Moda:*

olhares diversos. Dorotéia Barduy Pires (org.) São Paulo: Ed. Letras e Cores, 2008.

VICENTINI, Cláudia Regina Garcia. **Ferramentas e metodologia de projeto aplicados na criação de produtos para indústria têxtil-confecção**. Tese de Doutorado. UNICAMP, 2010.