

## **Por uma tipologia de estilos: Fronteiras da construção da aparência do corpo**

*For a typology of styles: Frontiers of building the body's appearance*

Ms. Geni Pereira dos Santos  
*Universidade Federal de Pernambuco. Doutoranda da Universidade de Aveiro  
genipereira2000@yahoo.com.br*

### Resumo

Este artigo apresenta um estudo que parte das definições de estilos tratado na literatura de moda para construir reflexões e elaboração de hipóteses da relação de retroalimentação das aparências. Indica-se a semiótica (Greimas) como fundamentação teórico-prática e a segmentação (Floch) para conduzir estudos no delineamento tipológico do comportamento da construção do projeto do corpo revestido.

Palavras-chave: tipologia; estilo; moda.

### Abstract

This paper presents a study of the definitions of styles treated in the fashion literature to build reflections and hypotheses of the relationship feedback of appearances. Indicates the semiotics (Greimas) as theoretical-practical and segmentation (Floch) to conduct studies in delimitation typological behavior of project construction Body coated.

Keywords: typology; style, fashion.

### **Introdução**

O sistema de moda se configurou numa complexidade de interferências de culturas que provocou uma “descentralização”, e simultaneamente uma “reestruturação”, da multiplicidade de fontes<sup>1</sup> de identificações de estilos do vestir. Esse efeito possibilitou uma “flexibilização” que o indivíduo apreendeu com a cultura de moda na criação e experimentação do projeto do próprio corpo. Cada vez mais existe uma formação dinâmica e progressiva de atores socioculturais que expressam diferentes tipologias no desempenho da

---

<sup>1</sup> No âmbito econômico e da indústria sistema de moda a grande transição foi a instituição do *prêt-à-porter* que fragmentou o mercado, os produtores e consumidores, ou seja, construiu uma nova lógica de indústria, de comunicação, de comportamento e de consumo.

construção da aparência do corpo. Os atores da cultura de moda experimentam a possibilidade de construir na combinação sintagmática de diversos elementos vestimentares – o projeto do próprio corpo revestido - gerando um potencial de expressão, várias produções de sentidos, de enunciados e discursos, de diversas figuras corpóreas e estilísticas que o indivíduo é capaz de gerir.

Neste artigo, num primeiro momento, proponho a reflexão de uma possível categorização dos estilos vestimentares que algumas fontes bibliográficas da área da moda definem.

- Podemos construir uma categorização ou uma tipologia base dos estilos do vestir das pessoas?

Provocarei a reflexão para o entendimento do que vem a ser um estilo *clássico* e um estilo *não clássico* ou *moderno* para construir hipóteses das relações entre essas definições (diferenças, semelhanças e interações). E num segundo momento, para conduzir melhor esse estudo, indicarei reflexões para elaboração de entendimentos da possível existência de fronteiras de construções tipológicas na diversidade de estilos, tanto no universo do indivíduo único quanto no universo coletivo, a fim de delinear a elaboração de uma tipologia semiótica do comportamento da aparência do corpo revestido. O resultado do estudo parte para segmentação futura de um cenário de moda específico – o universo das senhoras do livro “Advanced Style” (COHEN, 2012) - baseada no trabalho de Jean-Marie Floch (1990).

### **Uma noção preliminar da construção progressiva de estilos**

Fala-se em estilo musical, estilos de expressões visuais e artísticas, estilos de falar e de cantar, entre outros. Greimas (2011) diz-nos que Roland Barthes entende que o estilo seria o “*idioleto*”, ou seja, um universo semântico onde se processa o “*ideoleto*” - uma atividade semiótica produtora de significações próprias de um ator individual. Greimas alerta que o problema do idioleto deve ser aproximado a noção de *estilo*. Nessa perspectiva, o ideoleto é uma ação individual que o ator faz no seu próprio universo semântico e, não deixando de ser ainda, no universo coletivo.

A *estilística*, como domínio de pesquisa, procurou classificar os procedimentos estilísticos no sistema de meios de expressão da língua. Partiu da concepção de estilo como o “estilo do autor”. Nesse caso de estudo, Greimas (idem) diz-nos que essas duas abordagens da estilística enfrentam uma problemática que se trata do nível de reconhecimento estilístico e sua avaliação. Entende-se que o melhor caminho para se perceber na estrutura estilística - o estilo, seria na relação de semiose do texto:

Em semiótica, qualificar-se-ão de estilísticos os fatos estruturais pertencentes tanto à forma de conteúdo de um discurso quanto aqueles pertencentes à forma da expressão que se acham situados além do nível de pertinência escolhido para descrição (que não as toma, pois, em consideração).(GREIMAS, 2011, p. 181-182)

No universo da moda entende-se que o estilo se manifesta numa linguagem própria construída pelo indivíduo ou pelos *designers* e estilistas, que pode ser compartilhada no coletivo. O estilo pode ser percebido no processo de produção do sentido no conjunto comportamental e de maneiras de pensar que reúne o gosto; na relação da composição dos elementos estéticos do vestuário e nas formas de uso; no modo de pentear e de apresentar os cabelos; nos tipos de maquiagens; nos posicionamentos “gestuais” de *ser* e de *estar* (GREIMAS, 1979); e etc.

Geralmente confunde-se *Moda* com *Estilo*, pois possuem relações muito próximas. A Moda é um fenômeno que gera no processo a “imitação” (SIMMEL, 2008), enquanto o Estilo é o resultado semântico e individual que, mesmo sendo uma criação própria, faz parte e se relaciona no universo da Moda.

No livro “*Inventado moda*”, a autora Doris Treptow também entende o estilo como uma ação não só individual, mas numa relação com às produções do coletivo e diz-nos:

A capacidade de filtrar as tendências e transformá-las, produzindo novas propostas que manifestam características pessoais é o que Garcia descreve como ‘Estilo’. O estilo não rompe abruptamente com o passado, antes, busca ali,

referências que legitimem o novo como continuidade, como identidade. (TREPTOW, 2007, p. 31)

Glória Kalil (2004), em "*Chic. Um guia básico de moda e estilo*", constrói uma noção própria do que entende por estilo e adota uma espécie de subcategorização do estilo, em duas categorias: os estilos urbanos *clássicos* e os *modernos*. Os *clássicos* são definidos por Kalil como os seguidores dos padrões e tendências de moda ditados pelos criadores (designers); e os *modernos* são os que se vestem inspirados em referências do seu meio com identificações mais diversas.

Christiana Francini (2002, p. 26-27) no livro "*Segredos de estilo: um manual para você ficar sempre bem*" também sugere que existem duas categorias gerais que dividem os estilos - os estilos *clássicos* e os estilos *não - clássicos*. Os *clássicos* se subdividem em "esportivo, tradicional e elegante". Francini dá exemplos das características estéticas dos elementos vestimentares e exemplifica perfis de comportamento das pessoas de cada subcategoria dessas definições.

Segundo o dicionário da língua portuguesa, o termo *clássico* "corresponde a uma determinada época de perfeição artística; que é de estilo impecável; relativo à literatura grega e latina; inveterado no uso; antigo" (J. ALMEIRA COSTA., 1998, p. 200)

Apropriando-se da definição do termo *clássico* na literatura portuguesa, podemos sugerir que o "estilo *clássico*" referidos por (FRANCINI, 2002, KALIL, 2004) aproxima-se às aparências da composição dos formatos das roupas seguidos por alguns padrões do vestir, das cores e estampas aceites e usados ao longo do tempo. Alguns desses padrões de roupas tornaram-se intemporais e permanecem no mercado do sistema da moda desde o lançamento. Como exemplo - as roupas de confecção de alfaiataria (os formatos, modelagens, composições, cortes e costuras); o cardigã Chanel, a gabardine e a estampa xadrez da Burberry; a estampa "*pie de poule*"; o uso da cor preta sugerida por Coco Chanel em 1921, o uso dos tons castanhos, e etc.

Podemos observar que as definições e os exemplos sugeridos do que é o estilo *clássico* são referências para um entendimento mínimo, mas não definitiva. No

universo dinâmico da moda as definições e determinações podem ser frágeis, passivas de mudança de sentido, de possíveis novas construções.

No desdobramento da linha de pensamento de Francini, a categoria dos estilos “*não clássicos*” se subdividem em “sexy, feminino, criativo e dramático.” Ela descreve que são subcategorias que procuram aparentar a sensualidade; feminilidade; a criatividade na composição híbrida de estilos e culturas; e a dramaticidade na busca da modernidade pelo exagero, contrastes, cores e desproporção, respectivamente. É uma definição semelhante a Gloria Kalil (2004) que entende os estilos “*modernos*” como pessoas que se inspiram em referências da diversidade de moda.

Similar as definições anteriores, Gilda Chataignier (1996) diz-nos que os modernos “*Avant-garde*”<sup>2</sup> são pessoas de atitudes vanguardistas de identificação com a moda, que se vestem e se comportam de maneira a incomodar os “*tradicionais*”. Para ela é uma referência aos que alteraram os modelos “clássicos” do vestir:

Esses personagens lançaram estilos que viraram marcas e incomodaram os mais tradicionais, denotando um certo ar blasé e enfasiado. Agora, nesse fim de século, a vanguarda avança. É o toque irreverente e rebelde de quem já viu de tudo, já viveu tudo, já experimentou tudo, dando-se o luxo de permissões nada ortodoxas. (1996, p. 140)

Françoise Vicent-Ricard (1989) também percebe que os novos estilos que surgiram na moda, denominado por ela como “*multilooks*”, está em oposição ao estilo dos que adoptam os *looks* com referências aos valores convencionais. Vicent-Ricard, assim como outros autores, dá exemplos dos produtos de marcas tradicionais e antigas no mercado como a Hermès, a Lacoste, a Burberry, a Weston, a Sperry e a Louis Vuitton. A autora faz menção a uma ramificação de categorias de “*multilooks*” e o que não sai de moda. Ela percebe que houve uma diversificação da moda na atualidade transformando-a num caleidoscópio de *looks* que é impossível classificar, e que por contradição os

---

<sup>2</sup> Segundo o dicionário (AMBROSE - Dicionário ilustrado da moda, p. 27) o termo *avant-garde* significa “desempenhar um papel precursor ou de vanguarda, que é aplicado a moda mais avançada, progressiva e experimental, evitando que a indústria fique estagnada.”

“fora de moda” estão mais que nunca na moda. Vicent-Ricard faz um levantamento histórico da profusão de formação de novos estilos na década de 80, e diz-nos:

Evidentemente é impossível encontrar coerências entre os grupos. Trata-se de uma geração que assimila tudo, por meio de uma afinidade de imagens, sons, clips e slogans. Quanto mais o look adotado for difícil de classificar, quanto maior for o afastamento dos códigos consagrados, mais livre a pessoa se sente, e mais integrada a seu grupo. (VICENT-RICARD, 1989, p. 157)

Num primeiro momento pode-se considerar que a formação do estilo *clássico* tornou-se padrão de moda por uma certa permanência de uso das características estéticas, do prestígio das marcas e de um certo conservadorismo, que evidentemente construiu uma significação de uso. Entretanto, há um estilo intitulado de “*Vintage*” que desconstrói a noção de que toda a ação vestimentar com referência ao passado é uma prática tradicional. O *Vintage* é um estilo construído a partir de referências de elementos estéticos que rememoram o passado de cada época específica. Uma espécie de memória discursiva do passado numa “nova” linguagem. Esta tipologia estilística, que consideramos a princípio construir-se na relação entre o clássico e o não clássico, não é referido nas fontes consultadas sobre estilo de moda, mas apenas em referências bibliográficas específicas ao assunto (BAXTER-WRIGHT, 2009, BRYANT, 2010, KENNEDY, 2011).

Pode-se gerar uma primeira hipótese que a construção vestimentar no estilo *Vintage* está contida no limiar, ou na fronteira de elaboração entre o estilo clássico e o não clássico, ou seja, as características “clássicas” dos elementos do vestuário *Vintage* pode progressivamente, dependendo do contexto cultural, gerar uma significação de não clássico, atual e moderno.

Percebe-se que o estilo “*clássico*” é próximo e, ao mesmo tempo, está na fronteira e em oposição ao estilo “*não clássico*”. Pode-se observar que em alguns casos da aparência das roupas, há uma similaridade ténue ou evidente entre as duas categorias na construção do estilo do vestuário. As origens dessa proximidade podem ter sido geradas numa construção gradual, ao longo do tempo, da base vestimentar que chamamos de clássico.

Numa reflexão mas geral pode-se sugerir hipoteticamente que o estilo “não clássico” manifesta-se numa formatação da expressão material, e numa (re) significação em processo, na “desestruturação” e/ou “descontextualização” das caracterizadas por interferências estéticas: - na combinação ou substituição de elementos estéticos, no uso de outras referências culturais e de subculturas - atribuindo uma mudança da aparência das peças clássicas, e etc.

A colecção de Alexandre McQueen inspirada em M.C. Escher, em Paris (2009), pode ser exemplo de uma “desconstrução”, e ao mesmo tempo, uma “reconstrução” da proporção, da composição e da cor da estampa clássica *pie de poule* (Cf. <http://www.style.com/fashionshows/complete/F2009RTW-AMCQUEEN>).

Poderei delinear uma segunda hipótese de que numa relação de interação - o “clássico” está contido no “não clássico”, assim como o “não clássico” ou “modernos” tem como base de construção no “clássico” (Cf. Figura 2). O que distingue e aproxima as duas categorias é que o “não clássico” parece ser a quebra de paradigmas (do clássico) e a desestabilização dos ditames da moda em busca da diferenciação, de algo “novo”, de um estilo próprio e de uma “nova” identidade.



**Figura 2:** Hipótese da relação entre estilos de moda.  
**Fonte:** arquivo próprio

## **A relação de construção entre os estilos como um lugar semiótico**

O sistema da moda é um cenário dinâmico da construção da aparência, um “lugar” semiótico (Greimas) de uma diversidade e multiplicidade caleidoscópica de estilos, que conseqüentemente desencadeia no processo da significação. Por ser um lugar dinâmico onde as produções culturais são múltiplas, não se pode dizer ao certo de onde partem as referências de identificações de estilo que os indivíduos adotam. Esse “lugar” é visto como um panorama estético de imagens e de produção do sentido no qual os atores socioculturais se valem da relação entre os estilos para construir a identidade do vestir.

Fred Davis (1993) percebe que os estilos das roupas e modas ao longo do tempo constituem códigos de linguagens visuais e táteis de uma determinada cultura, algo que ele considera de código ou quase código, pois possui regras diferentes da palavra e da escrita. Os códigos dos vestuários estão sujeitos a uma diversidade de características particulares e às tendências de moda. A preocupação maior de Davis é que não se pode obter uma só leitura, e por consequência, uma só significação quanto às narrativas de expressão de uso de quem declara a partir da roupa. Davis (1993, p. 6) diz-nos que “[...] *i significati evocati dalle combinazioni e dalle permutazioni dei termini fondamentali del codice (stoffa, tessitura, colore, disegno, volume, silhouette e occasione) sono in continuo cambiamento o “in corso”*”<sup>3</sup>. É por isso que ele afirma que as particularidades dos estilos dos vestuários das culturas de moda estruturam-se numa “*Sottocategorizzazione*”<sup>4</sup> que representam os diferentes estilos de grupos sociais. Davis adverte cautela para os estudos semióticos da roupa por seu aspecto ambíguo, alusivo e rudimentar e recomenda que “*nell'abbigliamento, come nelle arti in generale, la sottocategorizzazione è importante soprattutto per il modo in cui i messaggi vengono comunicati\**”<sup>5</sup> (DAVIS, 1993, p. 11)

---

<sup>3</sup> Tradução: Os significados evocados pelas combinações e das permutações dos termos fundamentais do código (tecido, textura, cor, design, volume, silhueta e tempo) estão constantemente a mudar ou "em andamento".

<sup>4</sup> Tradução: Subcategorização.

<sup>5</sup> Tradução: No vestuário, como nas artes em geral, a subcategorização é especialmente importante para a modo na qual as mensagens são comunicadas.

Identifica-se uma outra razão do cenário da moda como um lugar semiótico da aparência dos estilos, é na retroalimentação da subcategorização (Davis) entre as culturas e subculturas na relação de “construção”, “desestruturação” e “reconstrução” da plasticidade dos estilos no tempo e espaço. Isso provoca simultaneamente “manutenções”, “fragmentações” e “conciliações” que supõem um comportamento do estabelecimento criativo da formação e de disseminação dos estilos. E finalmente abordar o cenário da moda como um lugar semiótico é considerar a sua significação.

### **Considerações e indicações de desenvolvimento do estudo**

Para se obter uma tipologia inteligível dos estilos é necessário primeiro focar o estudo num recorte de um cenário<sup>6</sup> de moda onde as relações entre os estilos se processam. No entanto é válido afirmar que a construção tipológica de estilos para algum cenário cultura de moda não significa ser determinante para outros cenários, mesmo que seja observado aspectos comuns da linguagem visual ou no processo de significação.

No caso do presente estudo objetiva-se obter uma tipologia base do comportamento na construção da aparência de senhoras do universo do livro “*Advanced Style*”, Ari Seth Cohen (2012). O trabalho, em curso, baseia-se em Jena-Marie Floch (1990) na elaboração tipológica comportamental dos viajantes do metro de Paris, intitulado de “*Êtes vous arpenteur ou somnambule? L'élaboration d'une typologie comportemental des voyageurs du métro*”. O primeiro passo constitui numa observação detalhada do cenário proposto dos elementos plásticos da aparência dos estilos nos aspectos estéticos (cores, formas, estrutura, dimensões, design, etc.) para realizar uma segmentação das unidades em comum e similares da estrutura visual e comportamental.

Perspectiva-se elaborar uma tipologia comportamental do processo de criação da aparência entre os estilos que permitam a percepção inteligível da diferenciação ou semelhanças entre os “tipos”. Não se pretende com isso revelar as intenções ou os porquês que levaram o indivíduo à construção do

---

<sup>6</sup> É de extrema importância definir o cenário ou universo de moda que se quer estudar, pois devemos considerar as culturais nas suas especificidades e fragmentações.

projeto do corpo, pois sabe-se que a aparência do corpo é ambígua (Davis) e insuficiente para revelar tais questões. As hipóteses e os resultados tratados nesse estudo servirão na contribuição da investigação do trabalho de doutoramento em design e para novos conhecimentos, articulações e aplicações de estudos futuros.

Este trabalho é fruto dos resultados do trabalho de doutorado em Design na Universidade de Aveiro (Portugal), com bolsa de estudos da CAPES processo nº 0705/12-8, e apoio da colaboração científica do e-GEO - Universidade Nova de Lisboa.

## **Referências**

AMBROSE, G.; HARRIS, P. **Dicionário ilustrado da moda**. Tradução por Márcia Longarço. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL, 2012.

BAXTER-WRIGHT, EMMA.; CLARKSON, KAREN et al. **Vintage fashion: collecting and wearing designer classics, 1900-1990**. New York: Collins Design, 2009.

BRYANT, JANIE .; HAREL, MONICA CORCORAN. **The fashion file. Advice, tips and inspiration from the costume designer or mad men**. 1ª ed. London: Apple, 2010.

CHATAIGNIER, GILDA. **Todos os caminhos da moda: guia prático de estilismo e tecnologia**. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

COHEN, ARI SETH. **Advanced Style**. New York: powerHouse Books, 2012.

DAVIS, FRED. **Moda, identità, linguaggio**. Tradução por Fabrizia Macchia. Bologna: Baskerville, 1993.

FLOCH, JEAN-MARIE - Êtes vous arpenteur ou somnambule? L'élaboration d'une typologie comportemental des voyageurs du métro. In: **Sémiotique marketing et communication, sous les signes, les stratégies**. Paris: PUF, 1990. p. 19-47.

FRANCINI, CHRISTIANA. **Segredos de estilo: um manual para você ficar sempre bem**. São Paulo: Alegro, 2002.

GREIMAS, A. J.; J. COURTÉS. **Dicionário de semiótica**. 2ª ed. Tradução por Alceu Dias Lima. São Paulo Contexto, 2011.

\_\_\_\_.; KRISTEVA, J. et tal. **Práticas e linguagens gestuais**. Tradução por Manuela Torres. Coleção Vega Universidade. Lisboa: Vega, 1979.

J. ALMEIRA COSTA., A. SAMPAIO E MELO. **Dicionário da língua portuguesa**. 8ª ed. Porto: Porto editora, 1998.

KALIL, GLORIA. **Chic. Um guia básico de moda e estilo**. São Paulo: Senac editora, 2004.

KENNEDY, SARAH. **Vintage style. Iconic fashion looks and how to get them**. Londres: Carlton books, 2011.

SIMMEL, GEORGE. **Filosofia da Moda**. Tradução Artur Mourão. Lisboa: Edições texto & grafia, 2008.

TREPTOW, DORIS. **Inventando moda: planejamento de coleção**. 4ª ed. Brusque: D. Treptow, 2007.

VICENT-RICARD, FRANÇOISE. **As espirais da moda**. Tradução Maria Inês Rolim. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.