

A DIMENSÃO SEMIÓTICA NA ALTA-COSTURA DE CHANEL

The semiotic dimension of Chanel's Haute couture.

Salgado, Kledir Henrique Lopes; Msc; FAAL, kledirsalgado@gmail.com Viana,¹

Ligia; Msc; Etec Carlos de Campos, liviana_moda@hotmail.com²

Resumo

Este artigo visa investigar os procedimentos que tecem as estratégias discursivas da casa de moda Chanel em busca de sua significação utilizando como metodologia a semiótica greimasiana. Será apresentado um re-coser dos princípios ordenadores do discurso vestimentar da casa de alta-costura buscando encontrar os modos de significar os efeitos de sentido da tradicional casa de alta-costura.

Palavras Chave: Moda; Chanel; Semiótica.

ABSTRACT

This article aims to investigate the procedures that weave the discursive strategies of the Chanel fashion house in search of its meaning using as methodology the greimasian semiotics. A re-stitching of authorizing principles dress speech to the couture house to find ways to mean the effects of sense of fashion house will be displayed.

Keywords: Fashion; Chanel; Semiotics.

Introdução

O produto resultante de uma casa de moda é dotado de recorrências discursivas geradoras de relação de identidade que são capazes de estabelecer e manter a coerência discursiva. Essas recorrências discursivas são denominadas por Greimas e Courtés (1979,p. 27) como anáforas, que são entendidas como a retomada de um termo, mas empregadas em contextos ou

¹ Kledir Salgado é bacharel e Mestre em Têxtil e Moda, ambos pela USP, leciona em ensino técnico, graduação e pós-graduação na área de Moda nas escolas: Etec Carlos de Campos, FAAL e SENAC. É coordenador curso de Design de Moda da FAAL.

² Ligia Viana é bacharel em Moda e Mestre em Têxtil e Moda pela USP, leciona em cursos técnicos e graduação na área de Moda e coordena o curso técnico de Modelagem do Vestuário da Etec Carlos de Campos.

configurações diferentes, tornando-as reconhecíveis e geradoras de uma leitura globalizante.

Diante disso, o presente trabalho se propõe a refletir sobre as estratégias discursivas que tecem a significação da alta-costura de uma casa de moda. Especificamente, o objetivo é fazer um resgate dos valores estéticos através da estruturação dos arranjos dos formantes plásticos utilizados na perpetuação da casa de moda.

O instrumento teórico metodológico que irá subvencionar as discussões é a semiótica discursiva francesa, a chamada *École de Paris*, notadamente nas postulações de Algirdas Julien Greimas e seus colaboradores. A linha da semiótica defendida por este autor visa explicar os processos de construção do sentido e fornecer condições teóricas e metodológicas necessárias a um fazer interpretativo, que recupere ou reconstrua a significação de objetos e práticas, por meio das quais as interações socioculturais tornam-se inteligíveis.

2. Semiótica, corpo e moda

O corpo é base para o semioticista que analisa moda, pois as articulações entre sujeito e objeto são articulados neste corpo e o efeito de sentido que este corpo vestido vai produzir é confirmado. Greimas (2002,p.45) chama esta prática de semiótica da corporeidade, dando maior relevância ao tratamento do corpo e de seu fazer na interação com o sujeito e com outros sujeitos, com o objeto e consigo mesmo.

Todo questionamento de princípio ordenado para Gabrielle Chanel deu-se no corpo da mulher e sua relação com o vestir. Vestir-se é coisa séria e toda inteligência sintagmática é empregada neste fato, pois há uma sucessão ininterrupta de escolhas que conduz pouco a pouco a construção.

A organização do sentido de um texto é manifesta por um plano da expressão o qual é articulado a partir de unidades mínimas denominadas formantes, que são organizados por feixes para construir as chamadas figuras de expressão. São eles: cromático, ligado às cores; eidéticos, relativo às

formas; matéricos, relacionados aos materiais, e topológicos, que diz respeito à distribuição dos demais nas figuras expressivas. (OLIVEIRA, 2004).³

Vicentini (2005, p.13) descreve como cada formante auxilia a perceber na relação corpo/moda:

Quadro 01. Formantes passíveis de Análise.

FORMANTE	CATEGORIA
TOPOLÓGICO	é mais abrangente, pois localiza todos os outros formantes na superfície estudada. Apresenta oposições como alto vs. baixo, direito vs. esquerdo, periférico vs. central, englobado vs. englobante, posicionando-nos quanto à disposição das dimensões eidéticas, cromáticas e matéricas na roupa em relação ao corpo;
EIDÉTICO	relaciona-se às linhas e às formas que estruturam a roupa, e podem ser: reta vs. curva, longo vs. curto, côncavo vs. convexo, vertical vs. horizontal e outros;
CROMÁTICO	diz respeito às cores, sua intensidade, luminosidade e combinação. Como estas se relacionam na peça e com o corpo e suas categorias, podem ser: escuras vs. claras, primárias vs. complementares, opaco vs. brilhantes.
MATÉRICO	refere-se às qualidades materiais empregadas na produção e confecção. Determinam importantes aspectos e vão gerar sentido de maciez ou aspereza, flexibilidade ou rigidez, lisura ou rugosidade e ainda transparência ou opacidade.

Fonte: Adaptado de VICENTINI(2005) .

3. Os formantes passíveis de análise no discurso vestimentar de Chanel

O discurso vestimentar de Chanel não é passível de análise somente no plano do figurativo, por signos de identificação, mas principalmente no plano plástico, na organização e na combinação de elementos que compõe a silhueta como sistema de conjunto. A estratégia discursiva do discurso vestimentar de Chanel no que tange a teoria dos formantes se caracteriza por quatro elementos: Efeito de delimitação; a predominância da linearidade; a localização das massas circunscritas ao acessório; o cromatismo.

3.1 O privilégio é dado à linha

Neste formante, a linha age como um articulador fluído e incansável da forma, que delimita e age como moldura e organizadora do espaço.

³ Para maiores aprofundamentos, consultar da autora: “As semioses pictóricas” in *Semiótica Plástica*. A.C. de Oliveira (org.). São Paulo: Hacker Editores, 2004.

Conferindo um significado semiótico, a linha traduz pelos alamares do *tailleur* o desenho da gola, a delimitação dos bolsos, o uso do cinto e do caimento do traje (garantido por uma “chumbagem” dos casacos, graças a uma corrente dourada costurada sobre o forro). Esse privilégio dado à linha assegura o recorte da silhueta e sua situação no espaço.

Figura 1. A linha como efeito de delimitação no *tailleur* Chanel



Fonte: Baudot (1999, p 49).

A linha tem a função de moldura e designa fronteiras de representação. (Figura 01). Ela deixa de ser codjuvante, propondo que o *look* Chanel não se sustenta mais em seus suportes tradicionais. A linha tem o efeito de sentido de delimitação, mas também de originalidade, pois foi preciso inovar e trazer este novo espaço pictórico onde o tecido e linha se encontram e depois se separam para organizar todo o espaço.

A linha no discurso vestimentar de Chanel enuncia-se ao efeito característico de final falso, ou seja, que se teve uma conclusão da narração interna, apesar dela ainda se prolongar. Alguns elementos da categoria matéria, tais como o entrelaçamento do tecido, o trabalho de bordado, todo design de superfície precisam desta narração para demarcar suas fronteiras e finitudes. A linha, portanto, age como potencializador de uma narrativa isolada, ou de microdescrições relativamente fechadas; cada uma das quais organiza-se separadamente em função do mesmo princípio pelo qual se organiza o todo

de sentido do look Chanel, em composições gerais e particulares. A linha serve como percurso efetuado pelo olhar no processo de percepção.

Figura 2. A linha como delimitação do espaço e como tema constituinte do texto/objeto



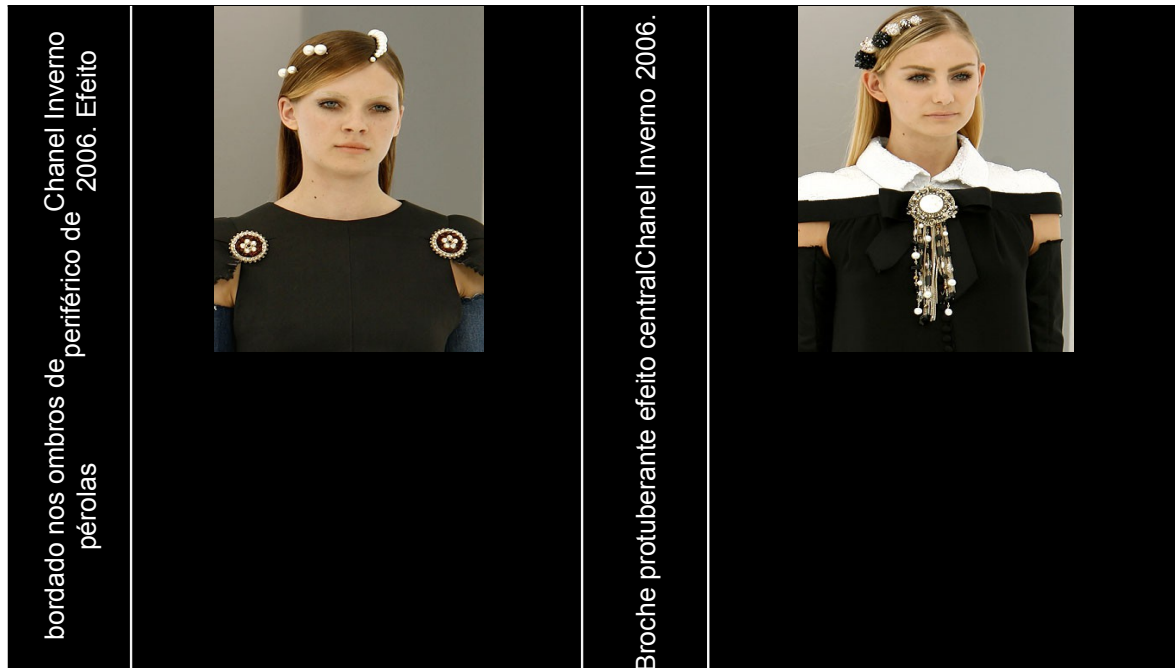
Fonte: Style Chanel Verão (2014.).

3.2 Disposição no espaço

É necessário o encontro da localização das massas para assim saber o ponto de partida das operações de deciframento da superfície enquadrada. No look Chanel, a categoria eidética é retilínea, por conta da geometrização, da enunciação da categoria topológica, que é curvilínea, pois as localizações das massas fazem o jogo periférico vs. central, circunscrevente vs. circunscrito.

Esta localização das massas encontra-se em acessórios, como camélias, pulseiras, colares, ágrafes, broches, cascatas de pérolas, correntes, e outros elementos perfeitamente delimitados, mas sempre abundantes na topologia periférica vs. central. (Quadro 2).

Quadro 2. Efeito central vs. periférico no Look Chanel construídos com acessórios



Fonte: Autoria Própria.

A localização das massas em Chanel tem a característica de fazer a oposição do formante eidético construído de maneira clássica, enquanto a abundância estética do formante topológico traz um “peso” estético ao discurso vestimentar caracterizado por uma estética barroca. Esta oposição é citada com frequência nos trabalhos de J.M. Floch (2002) e H. Wölfflin (2000), os quais estabelecem procedimentos fundamentais de tratamento plásticos que organizam a conjunção dos estilos clássico e barroco. J.M. Floch caracteriza estética Chanel como dual “clássica no vestuário” e “barroco” nos acessórios.

A narrativização do comportamento dos formantes eidéticos por sua construção gestual privilegia a estética clássica através de elementos como: o recorte para a cabeça; o papel do pescoço e seu caimento sempre geométrico; a geometrização dos ombros; a cintura distante do corpo; o caimento e a chumbagem dos trajes. Assim, no look Chanel, o estilo clássico delimita o corpo e o estilo barroco dá atenção e “peso” ao acessório. A partir disso, pode-se afirmar que o estilo clássico promove o afastamento do enunciado e o estilo barroco a aproximação.

3.3 A inversão dos significantes e dos significados na categoria matéria

A estratégia discursiva utilizada no formante matérico em Chanel da-se através da inversão dos significantes como de trabalho e masculinidade atribuídos em determinados suportes e reempregá-los com diferentes significações. A camisa branca até então utilizada no guarda-roupa masculino e associada ao trabalho é re-significada em tecido nobre de seda, que é um material que carrega uma estratégia discursiva de feminilidade. Já o tênis, que também está ligado à significação do esporte e do masculino, é re-significado utilizando tecido de renda bordada. Em ambas acontece a inversão dos significantes e dos significados da identidade sexual e social da época da criadora e pode-se ver no discurso vestimentar do look Chanel nos desfiles atuais. (Figura 3 e 4).

Figura 3. Chanel Inverno 2004



Fonte: Style (2004).

Figura 4. Chanel Verão 2014



Fonte: Style (2004).

A categoria matéria comumente é menos considerada, porque, por exemplo, no plano fotográfico ela não é reconhecida de imediato, diferentemente do que corre com as demais categorias (cor, forma e espaço). Em moda, porém, ela não pode passar despercebida, pois produz efeito de sentido e até corrobora a significação das outras categorias. Na relação com o corpo, o formante matérico do tecido empregado é definido por suas qualidades estéticas, ou seja, por aquelas que fazem o corpo senti-lo.

É o corpo que percebe a materialidade das coisas, aquela que se fazem visíveis, afirmando: o que faz peso, a espessura, a textura tátil do presente e do mundo. É aquele que apreende, sente-se emergir por uma espécie de enrolamento ou redobramento, profundamente homogêneo em relação a eles, sendo o próprio sensível vindo a si e, em compreensão, o sensível está perante seus olhos como seu duplo ou extensão de sua carne. (MERLEAU-PONTY, 1992, p. 113).

Barthes (2005,p.98), em seu ensaio “*O duelo Chanel-Courrèges*”, discorre sobre a materialidade do discurso vestimentar de Chanel. Para o autor, as criações de Chanel contestam a própria ideia de moda. A moda como é concebida hoje baseia-se num sentimento violento de tempo⁴; a cada ano a moda destrói o que acaba de adorar, adora o que adora destruir. Segundo o autor, a obra de Chanel não participa — ou participa pouco — dessa *vendetta* anual.

Chanel trabalha sempre o mesmo modelo, que ela “varia” de ano para ano, como se “varia” um tema em música; sua obra diz (e ela mesmo confirma), que há uma beleza “eterna” da mulher, cuja imagem única nos seria transmitida pela história da arte. Chanel rejeita com indignação matérias perecíveis, como papel e plástico, com que às vezes se tenta fazer vestidos nos Estados Unidos. Da própria coisa que nega a moda, ou seja, a duração, Chanel faz uma qualidade preciosa. (BARTHES, 2005, p. 367)

Para Barthes (2005, p.368) na estética do vestuário há um valor muito particular, paradoxal até, que reúne sedução e duração: é o chique. Para o autor, o chique exige a durabilidade e aparência do não-novo, sendo esta condição também inserida na problematização do tempo.

Os materiais escolhidos por Chanel tem alto poder de duração para que seja construída esta “significação do chique”. O chique inalterável de Chanel diz que a mulher viveu e soube viver. A gramática de Chanel discorre acerca de uma mulher que enfrenta o trabalho discreto, mulher que precisa de seu *tailleur* versátil com materiais duráveis e que proporcionem certo esquecimento do corpo entretanto “significação do chique” é sempre estruturado neste formante.

⁴ O autor escreve este texto em 1967 quando a ideia de futurismos e os matérias sintéticos estavam em voga nas estratégias discursivas da moda e Courrèges era referencia máxima que expressava tais ideais.

3.4 Formante Cromático

A isotopia cromática de uma casa de moda origina-se da paridade de duas variáveis: a palheta de cores da temporada — que tem um efeito gerador de sentido de originalidade; / a anaforiação dos formantes cromáticos — através da retomada de cores que sempre aparecerão no discurso da casa de moda com um efeito gerador de sentido de tradição.

Durante a apresentação de uma nova coleção, deve haver o equilíbrio entre a nova cartela de cores proposta para aquela estação e para as cores que caracterizam a casa de moda, homologado pelas oposições de originalidade vs. tradição.

Opondo-se à cartela de tons estáticos, seguida pela maioria das casas de moda, o enunciador inverte o procedimento habituais de moda, pela quais a indústria química define as cores da estação e a têxtil ordena sua produção sincronicamente, reprimindo a criação livre. Assim, estabelece ele próprio a palheta da temporada, causando uma ruptura da continuidade e instalando a isotopia temática da busca da liberdade no vestir. (GERALDINE, 2002, p. 87).

A dimensão cromática de Chanel articula-se no uso do preto e do branco e das tonalidades e subtonalidades e os graus de saturação da cor e suas nuances. Outra estratégia discursiva da casa de moda Chanel nas coleções analisadas foi o contraste cromático, que para Greimas e Courtés (1989) é um termo que serve para designar a relação no eixo sintagmático pelas unidades da mesma ordem, comparáveis entre si, ou seja, eixo de combinações ou das seleções. Para Dondis, (2003), o contraste é um instrumento essencial na estratégia de controle dos efeitos visuais e, conseqüentemente, do significado.

O empastelamento também é outra estratégia discursiva referente ao formante cromático, que, apesar de serem tons com ar inacabado, como se lhe faltasse a energia das cores primárias, permite a percepção ao modo de vida do sujeito que a veste à medida que essa dimensão é exposta a luz e reage com a pele do sujeito que a veste, fundi-se a ele numa mesma conjunção evidenciada pragmaticamente. O enunciador engendra assim o efeito de sentido de descrição, de um look que traz uma construção comedida, séria,

simples e sóbria, tangibilizando junto ao corpo que reveste, pois faz notar a vivência do próprio corpo que embala e com que se funde em total conjunção.

A partir das observações feitas, as estratégias discursivas podem ser numeradas, no que tange os formantes cromáticos da casa de moda Chanel: a) Cromatismo com o efeito de sentido de descrição, sobriedade e elegância; b) Anáforas (Preto; Branco; Bege; Azul-marinho) com o efeito de sentido de liberdade sexual, masculinidade, trabalho e sofisticação; c) Contraste com o Efeito de sentido contemporaneidade, evolução e juventude e ruptura; d) Empastelamento — Efeito de sentido sofisticação, delicadeza e descrição.

A partir destas classificações, pode-se depreender que o universo semântico no que tange a categoria cromática tem estratégias discursivas consolidadas na confirmação de suas anáforas e na reestruturação dos arranjos cromáticos associados ao cromatismo, ao empastelamento e no contraste.

Conclusão

A semiótica enquanto teoria da significação fornece uma metodologia para interpretar componentes para recoser o discurso vestimentar, identificá-los e analisá-los no conjunto de manifestação textual. Tanto o sensível quanto passível de ser conhecido são ativados na mesma missão, pois eles estão previstos na tarefa de articulação das partes constituintes a fim de se reoperar a significação. Nessa perspectiva, o trabalho do semiótico é tanto o de um desvendador das semioses que se entrecruzam na estruturação textual, quanto o de um articulador de áreas de conhecimento com as quais os seus objetos de estudo o levam a se defrontar em decorrência da especificidade de cada discurso vestimentar.

Referências

BARTHES, Roland. O duelo Chanel-Courrèges. In: **Sistema da moda**. Vol.3. Imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

DONDIS, D. A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

FLOCH, Jean-Marie. **Identità visive: costruire l'identità a partire dai segni. Introduzione di Giulia Ceriani.** [traduzione di Lisa Ranelletti]. 3º Ed. Milano: FrancoAngeli, 2002.

GERALDINE, Maria Carolina Garcia. **Moda e identidade no cenário contemporâneo brasileiro, uma análise semiótica das coleções de Ronaldo Fraga.** Dissertação de mestrado. PUC-SP, 2002.

GREIMAS Algirdas Julien. **Da Imperfeição.** Trad. de Ana Cláudia de Oliveira. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

GREIMAS, A.J; COURTÉS, J. **Dicionário de semiótica.** São Paulo: Cultrix, 1979.

GREIMAS, Algirdas Julien. Semiótica figurativa e semiótica plástica. In: OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Semiótica Plástica.** São Paulo: Hacker, 2004.

OLIVEIRA, Anna Claudia. As semeioses pictóricas. In: OLIVEIRA, Ana Claudia de. **Semiótica plástica.** São Paulo: Hacker, 2004.

WÖLFFLIN, Heinrich. **Conceitos fundamentais da História da Arte.** São Paulo: Martins Fontes, 2000. M. MERLEAU-PONTY. **O visível e o invisível.** Trad. J. A. Gianotti e A. M. d'Oliveira. São Paulo: Perspectiva, 1992, p.113.