

A SEMIÓTICA NO MUNDO DA MODA: UMA VISÃO PSICANALÍTICA

Semiotics in the world of fashion: A psychoanalytic view

Maximo, Gabriela Cristina; Graduanda; Universidade do Vale do Itajaí-
UNIVALI, gabrielacristina.maximo@gmail.com ¹

Alves, Evandro Fernandes; Doutor; Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI,
alvespsy111@gmail.com ²

Resumo: A moda é uma forma de vestir-se e de comportar-se, mas é também uma forma de linguagem que atribui significados, sejam eles de uma cultura, da personalidade e que moldam identidade. Este artigo tem como objetivo investigar a moda, a partir da semiótica do psicanalista francês Jacques Lacan. Logo, cremos que a semiótica lacaniana poderá contribuir acerca da nossa compreensão do mundo da moda.

Palavras chave: Moda; Semiótica; Psicanálise.

Abstract: Fashion is a form to get dressed and to behave, but it is also a form of language that attributes meanings, being them from a culture, of a personality and that construct identity. This article has the objective of investigate fashion through semiotic by a psychoanalytic concepts, mostly lacanians concept. Then, lacanian semiotics has much to add to the understanding of the fashion world.

Keywords: Fashion; Semiotic; Psychoanalysis.

Introdução

A moda não é somente a escolha do vestuário, mas está ligada a formas culturais de expressão e principalmente de linguagem. É através dela que o sujeito pode demonstrar sua personalidade, seus costumes e representar uma dada forma de ser, atribuindo significados e valores para essa ação. Acredita-se

¹ Graduanda no curso de Psicologia na Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI

² Doutor pela UFSC e Université de Paris 8 e mestre pela UFSC e pela Université de Paris 8 (Paris/França)

que todos esses significados englobam a semiótica e moda - que dentro dessa perspectiva é vista como um produto cultural desses significados.

Alguns estudos (Teixeira e Victer, 2011) apontam que a semiótica é a ciência que tem por objetivo a investigação de todas as linguagens possíveis, ou seja, que propicia o exame dos modos de constituição de todo ou qualquer fenômeno, de produção de significados e de sentido.

Dentro deste conceito, Barthes (1999 apud Teixeira e Victer 2011) propõe que existem três formas de código vestuário: o vestuário imagem, que é semelhante ou igual a fotografia e é icônico; o vestuário linguagem, que são as palavras usando a forma verbal e o vestuário real, sendo a tecnologia e a costura.

A partir dessas formas, o vestuário atinge um significante unindo o objeto à mensagem atribuída e produzindo um significado. Sendo assim, a compreensão das mensagens atribuídas à peça do vestuário depende tanto dos aspectos psicológicos da percepção humana, quanto das significações culturais que certos elementos podem conter.

Segundo Zambrini (2016), o design e a moda envolvem comunicar certo olhar sobre o mundo. No entanto, esse olhar não é neutro nem abstrato, pois as roupas possuem cargas simbólicas e representações de gênero construídas historicamente e se referem a um conjunto de crenças sobre o feminino e o masculino. Assim, quando se projeta uma peça de vestuário, também se está projetando o gênero e uma identidade.

Dessa forma, este artigo visa entender a moda a partir da semiótica psicanalítica. Para compreender o mundo da moda a partir desses conceitos, pretende-se fazer o uso dos estudos do psicanalista Jacques Lacan.

Portanto, este trabalho justifica-se pelo fato da moda constituir-se como uma arte que contempla não só a produção de vestuário, acessórios, joias e sapatos, mas também a projeção da subjetividade que o criador coloca em cada uma de suas peças - sendo ela não só uma produção artística, mas a produção psíquica de sua personalidade, uma forma de expressão e de colocar-se no mundo, questões essas que são fundamentais para a psicanálise.

Metodologia



APOIO



REALIZAÇÃO



Este artigo faz parte de um Trabalho de Iniciação Científica, em andamento, do curso de psicologia, e que busca a interlocução interdisciplinar que visa entender a moda a partir de conceitos psicanalíticos. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica, feita a partir do método da análise de conteúdo é dividido entre: fronteira linguística tradicional e a interpretação do sentido das palavras (hermenêutica) (CAMPOS, 2004).

Dessa forma, percebe-se que a moda possui vastas possibilidades para pesquisas, entretanto, ao realizarmos uma primeira análise de artigos, livros e periódicos, que versam sobre o tema moda e psicanálise, percebe-se que há várias citações que tratam do assunto, mas sem aprofundá-lo. Já com relação à semiótica e a moda, percebe-se a quase inexistência da produção que falem propriamente da moda a partir da visão da semiótica psicanalítica, sendo somente citada essa perspectiva como base na visão semiótica de Saussure, Santanella e Castilho separadamente e de uma maneira superficial.

A Semiologia de Jacques Lacan

A moda está altamente ligada a significados e significantes, propiciando, dentro da escolha do vestuário, um excelente campo para estudar como as pessoas interpretam determinada cultura para seu próprio uso - forma essa que inclui normas rigorosas sobre a aparência que se considera apropriada num determinado período (CRANE, 1933).

A moda, portanto, é uma forma de linguagem, de se expressar, que ultrapassa séculos de história, onde as roupas ditam significados determinantes para cada época. A escolha da vestimenta não é tão simples como se imagina, por detrás dela, há um inconsciente, um significante e uma realidade que age perante a isso. Mota (2008), confirma relatando que o vestir envolve gestos, comportamentos, escolhas, fantasias, desejos, fabricação sobre o corpo (e de um corpo). Se vista e diga-me quem és.

A partir dessa escolha inconsciente pautada sob uma realidade, Barnard (1958) observa que, a maioria das pessoas contenta-se com a ideia de que as roupas que usam, e as combinações que com elas fazem, possuem um

significado qualquer. A maior parte das pessoas, também fazem escolhas quanto ao que comprar e vestir, baseada nos significados que elas percebem que a roupa tem, e muita gente fica feliz em permitir que o significado da roupa do outro influencia na maneira pelo qual se comportam em relação a eles, sem nunca ter pensado o porquê desses significados, o que são esses significados, de onde eles vêm e como interpretá-lo.

Esses significados foram primeiramente ditados por estilistas, que acreditavam que a sua criação possuía determinado sentido e que este seria soberano perante ao desejo da sociedade. Já para o usuário ou espectador, entende o significado como um produto que está na cabeça das pessoas, suas intenções. Depois disso, veio o desejo das autoridades em atribuir o significado para os trajes, por exemplo, uma escola pretendia que o seu vestuário demonstrasse os valores da instituição, bem como um vestuário militar deveria transmitir segurança e poder perante a sociedade.

Outro pensamento que surge, ao falar-se de significado, é que ele está inserido na imagem, na textura e na cor, que ele por si só já demanda uma determinada forma de agir e um significante, pois ele estará substancialmente na costura, nas linhas e na forma que fora desenhada. Entretanto, a explicação perante a um significado parte do que se chama de Semiologia, ciência dos signos no qual, a humanidade necessita para estabelecer uma comunicação, seja ela por palavras, escritos e até mesmo por imagens. (BARNARD, 1958).

Uma roupa, de forma simples, serviria apenas para a proteção do corpo, entretanto, com o uso de signos ela ganha sentido e torna-se uma forma de expressão de um corpo que também não é somente um aparelho orgânico, mas uma forma que ganha sentido e significados. Enfim, sentido só existe quando denominado, e o mundo dos significantes não é outro senão o da linguagem (BARTHES, 1971).

Jacques Lacan (1901-1981) foi um filósofo e psicanalista francês. Teve como influências as obras de Freud, estendeu-se além do campo da psicanálise e fez dele uma das figuras dominantes na vida cultural francesa na década de 1970. Dentre outros trabalhos, replantou conceitos psicanalíticos através do estruturalismo e a linguística, o que marca a influência de Saussure e da antropologia de Lévi-Strauss em sua obra (MURATA, 2010).

Lacan utiliza-se do algoritmo saussuriano e postula a diferença entre o significante para a Linguística e para a Psicanálise, sendo que, essa teoria ao ser lida com os elementos da psicanálise freudiana, produz uma nova articulação onde a posição dos termos se inverte. Sendo assim, para o autor a semiótica compõe-se da seguinte forma: (S/s), usa o significante (S) como representação global sendo composto por uma cadeia de diversos níveis de significantes e significados que estão em uma ligação flutuante só “coincidem” por certos pontos de ancoragem. A barra de separação entre S e s tem um sentido específico e caracteriza o recalque do significado (BARTHES, 1971).

Na perspectiva lacaniana, quem vem primeiro é o Significante representado por um S maiúsculo, tendo uma função primordial, e o significado por um s minúsculo, sendo que ambos estão separados por uma barra, ilustrando que eles não precisam se relacionar necessariamente. Ele sublinhava que toda significação remeteria a outra significação e, através disso, deduzia a ideia de que o significante deveria ser isolado do significado como uma letra desprovida de significação, mas determinante para o destino do inconsciente do sujeito (SANTOS, 2009).

Lacan grafa, o significante com letra maiúscula, porque sua presença na fala prevalece. O falante desliza de significante em significante sem conseguir entender o que fala, ou seja, está alienado do sentido daquilo que diz. Por isso mesmo, Lacan torna a barra que separa significante de significado mais grossa, mais resistente ao significado. O falante só consegue “atravessar a barra”, isto é, atingir o sentido do que fala em raros momentos. Por isso mesmo é grafado com “s” minúsculo. O significado é atingido por ação imprevisível das formações do inconsciente, como: sonhos, chistes, sintoma e atos falhos (SANTOS, 2009).

A partir da perspectiva de Lacan, consegue-se observar que a formação da semiótica perpassa por um inconsciente que possui milhares de significantes e que estes serão atribuídos à indumentária de diversas formas, dependendo da constituição de cada sujeito. Sendo que, dentro do mundo da moda, podem ser atribuídos valores de ideais de beleza, pode-se ver a formação de uma pessoa extremamente narcisista, entender qual a atribuição da roupa em fetiches investigando as formas de gozo desse sujeito e até mesmo seus desejos, sendo

que, a partir da roupa que a pessoa veste é possível entender um pouco de sua identidade.

Desta forma, percebe-se que Lacan atua de forma diferenciada na perspectiva da semiótica, trazendo o significante como ator principal. O significante trabalha no inconsciente regido por uma rede de representações que geram movimento nesse sujeito. Por exemplo, as representações sociais que são trazidas para a constituição do sujeito, estes podem ser chamados de signos, pois são convenções globais produzidas pela sociedade. Já o significante, tem uma marca específica para cada sujeito, no qual representa e simboliza dada forma de ser e demonstra sua singularidade.

Segundo Mota (2008), a roupa ajuda a compor as diversas identidades que a realidade nos faz viver. Não apenas por força da mídia e dos mecanismos da indústria cultural, mas porque os contextos e relações sociais mudam rapidamente nos colando o desafio de acompanhar o tempo alterando atitudes, crenças, valores, desejos.

Navarri (2010) afirma que a mudança regular das tendências e a forma de comunicação das marcas provoca no sujeito o desejo da imitação, seja da celebridade que representa a marca, dos seus valores, estilo e status, fazendo com que essa mudança de padrões ajude na elaboração do psiquismo ao fazer com que o consumidor faça em um pequeno espaço de tempo, tentativas de ser a cada nova coleção, permitindo uma elaboração progressiva da identidade.

Assim, essa nova identidade temporária permite a elaboração de um imaginário e contribui para a elaboração da realidade psíquica, pois através dessas mudanças é consolidado um estilo manifestando a afirmação da personalidade e daquilo que pretende mostrar a partir de todas as etapas passadas, consolidando não só uma identidade de si, que permite a identificação na sociedade, como uma identidade de moda (NAVARRI, 2010).

Lacan (1964), em seu seminário 11, conceitua significante como aquilo que representa um sujeito, não para o outro e sim para outros significantes. Pois acredita que o significante só fará sentido na cadeia de outros significantes. Deste modo, sua semiótica é estrutural e perpassa pela constituição principalmente do sujeito, mas também de outros fenômenos, como a moda. A moda materializa os significantes no real o que ficaria somente no simbólico.

Dessa forma, cada sujeito possui as suas verdades. A palavra do outro é internalizada a partir da estrutura psíquica, fazendo como um significante de constituição que dá estrutura para o sujeito, sociedade, um fenômeno e até mesmo uma roupa. Por exemplo: Um decote é internalizado como um elemento sensual da roupa (LACAN, 1975).

O corpo, a constituição do sujeito é escrita no simbólico, e este dá origem a significantes singulares para cada sujeito. Pensando na moda, esse corpo coberto de significantes e significados singulares, fazendo escolhas para recobrir o real desse corpo (a anatomia em si, o orgânico) e constrói uma relação com essas roupas as significando especificamente, chegando a um estilo próprio, atribuindo e simbolizando essas roupas de acordo com a sua personalidade.

Portanto, Lacan (1958) explica que antes mesmo que a aprendizagem da linguagem seja elaborada no plano motor e no plano auditivo já existe a simbolização. Pois o objeto, neste caso a roupa, já está introduzido como tal no processo de simbolização e desempenha um papel que introduz no mundo a existência do significante (LACAN, 1975).

Sendo assim, pensando no movimento de criação artística da peça de roupa, esta almeja não só a realização de um desejo pessoal como também, atingir seu público alvo de forma com que, estas pessoas desejem a produção e busquem a marca como um estilo de vida, ou um patamar a ser seguido. Marcas famosas e internacionais como Chanel, Dior, Gucci, Prada, Alexander McQueen e dentre outras, surgiram de uma necessidade, seja de conforto, feminilidade, funcionalidade, atualização, busca de igualdade de gênero, sexualidade e principalmente de um ideal construído a partir de uma determinada época (LOVINSKI, 2010).

Essas marcas tinham o propósito de vender não só o estilo das roupas, mas tinham um propósito que faziam com que este nome tivesse um valor. Estas, como muitas outras que se inspiraram nesses grandes criadores e ícones, tem o propósito de emocionar a pessoa e despertar o desejo, não só de compra, mas de pertencimento ao mundo, aos valores, ao ambiente e o foco que a marca sugere (CARVALHAL, 2015).

Esse sentimento de pertencimento, vem ao encontro do sentimento de identificação, onde a marca cria uma identidade específica para o público ideal

e consegue usar o seu imaginário a partir daí. A identificação com a marca faz com que significantes e significados sejam estabelecidos, sendo de forma inconsciente ou consciente, atribuídos tanto pelo estilista quanto pelo público alvo. Como Lacan (1981) relata, os significantes organizam de modo inaugural as relações humanas, lhes dão estrutura e as modelam. Partindo disso, percebe-se que os significantes modelam e estabelecem relações, estruturas...

A moda também não seria uma forma de relação com o mundo? Não modela um estilo? Da uma estrutura? A moda modela um estilo, estabelece uma relação com o mundo e possui uma estrutura social que serve de referência para o sujeito. Essa estrutura social é referenciada como uma concessão à moda, possuindo termos com um sentido bem definido exercendo repentinamente uma atração especial durante uma década (Lévi-Strauss, 1958 apud Kroeber, 1948).

Dentro dessa perspectiva, observa-se que a moda está imersa no campo simbólico. Esses significantes que são inicialmente dados pelo outro, servem de referência para a apropriação destes ou a recusa, dando ao sujeito a subjetividade, singularidade e a criação do seu estilo próprio.

Observando a história da moda durante os séculos, a antropologia e suas diversas culturas, percebe-se que a vestimenta sempre esteve presente, seja para simplesmente cobrir o corpo e protegê-lo (nos primórdios), seja para estabelecer uma relação de diferença entre classes, demarcar uma mudança de era e comportamentos, mudanças políticas, movimentos sociais e até mesmo pessoais.

Dessa forma, percebe-se que a moda é recoberta por significantes, sendo eles de gênero com relação a feminilidade, masculinidade e até mesmo abolição desses significantes com a teoria sem gênero; significantes de poder com relação as marcas que se usa e o reconhecimento que se obtém a partir desse consumo; significantes estereotipados dependendo do estilo de roupa que se usa, pois a moda vem para recobrir uma realidade, sendo usada para passar imagens diversas de acordo com a situação, sendo para recobrir, mas também para acrescentar nessa realidade a fantasia da possibilidade de ser através de uma vestimenta.

Ser visto, ser autêntico, básico, formal, informal, vulgar, recatado e todas as outras ambiguidades nas questões estereotipadas de estilo. Portanto, a moda consegue materializar visualmente significantes que são estruturais na vida do sujeito, sendo uma forma não só de expressão como de comunicação com a sociedade.

Considerações Finais

A semiótica lacaniana trabalha muito com o emprego das palavras e sua atribuição de sentido. Pensando nisso, juntamente com o mundo da moda, percebe-se que essa junção de palavras se transformam em significantes importantes, como o significante do feminino, do masculino, do poder, do desejo, dos valores das marcas, da forma de comunicação, do espaço criado para ser a casa dessa marca e que receberá constantes visitantes, o próprio nome da marca, traz um peso importante para o significado do seu trabalho.

Essas palavras são construções históricas que perpassam por séculos, mas também construções psíquicas e constituições do sujeito que constroem uma forma de ser, de enxergar o mundo e de atribuir significados a ele. Por exemplo: por que uma bolsa preta da esquina de casa, não tem o mesmo valor de uma bolsa da Gucci, se ambas possuem a mesma função?

Pelos significantes e valores que são atribuídos a cada uma delas, seja uma de valor trivial e cotidiano e outra de luxo e poder. Desta forma, compreende-se que a psicanálise e a semiótica lacaniana têm muito o que acrescentar diante da compreensão do mundo da moda, pensando em seus significados, significantes, o sentido e como a partir disso cria-se uma estrutura fundamentada em palavras que formam pilares da construção desse universo.

Referências

BARNARD, Malcom. Moda, Indumentária e Significado. In: BARNARD, Malcom. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco Ltda, 1958. Cap. 4. p. 109-145. Tradução Lúcia Olinto.

BARTHES, Roland. **Elementos de Semiologia**. 19. ed. São Paulo: Cultrix, 1971. 120 p.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. **Rev. bras. enferm.**, Brasília, v. 57, n. 5, p. 611-614, Oct. 2004. Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-71672004000500019&lng=en&nrm=iso>. access on 30 June 2016. <http://dx.doi.org/10.1590/S0034-71672004000500019>

CARVALHAL, André. **A Moda Imita A Vida: Como Construir Uma Marca De Moda**. Rio de Janeiro: Senac, 2015. 352 p.

CRANE, Diana. Moda, Identidade e Mudança Social. In: CRANE, Diana. **Moda e seu papel social: Classe, gênero e identidade das roupas**. São Paulo: Senac, 1933. Cap. 1, p. 20. Tradução Cristiana Coimbra.

Lacan, J. (1972-1973/1985). Letra de uma carta de amor. In O seminário, livro 20: mais, ainda. (pp. 105-120). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985. (Publicado originalmente em 1972-1973).

LACAN, Jacques. **O seminário 11: Os quatro conceitos fundamentais da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1964. 280 p. Tradução: Vera Ribeiro.

LACAN, Jacques. **O seminário 22: R.S.I.** Rio de Janeiro: Zahar, 1975. 77 p. Tradução: Vera Ribeiro.

LACAN, Jacques. O Valor de Significação do Falo: O Significante, a barra e o falo. In: LACAN, Jacques. **O seminário: Livro 5: As Formações do Inconsciente**. Rio de Janeiro: Zahar, 1958. Cap. 19. p. 347-364. Tradução: Vera Ribeiro

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia Estrutural**. São Paulo: Cosacnaify, 1958. Tradução: Beatriz Perrone-Moisés.

LOVINSKI, Noel Palomo. **Os Estilistas de Moda Mais Influentes do Mundo**. São Paulo: Girassol, 2011. 192 p.

MOTA, Maria Dolores de Brito. MODA E SUBJETIVIDADE: CORPO, ROUPA E APARÊNCIA EM TEMPOS LIGEIOS. **Modapalavra: e-periódico**, Ceará, v. 2,

n. 1, p.21-30, dez. 2008. Semestral. Disponível em:
<http://www.ceart.udesc.br/modapalavra/edicao2/files/moda_e_subjetividade-maria_dolores.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2016.

MURATA, Vitor. **Biografia**: Jacques Lacan. 2010. Disponível em:
<<http://lacan.orgfree.com/lacan/biografia.htm>>. Acesso em: 18 set. 2016.

NAVARRI, Pascale. **Moda & Inconsciente**: Olhar de uma Psicanalista. São Paulo: Senac, 2010. 212 p

SANTOS, Waldelange Silva dos. PSICANÁLISE E SEMIÓTICA: UMA POSSÍVEL INTERLOCUÇÃO? **Acta Semiotica Et Lingvistica**, Pernambuco, v. 14, n. 2, p.117-141, dez. 2009. Disponível em:
<<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/actas/article/view/14639>>. Acesso em: 02 jun. 2016.

TEIXEIRA, Cintia; VÍCTER, Cristiane. UM ESTUDO SEMIOLÓGICO SOBRE OS CÓDIGOS DO VESTIR. In: VII COLÓQUIO DE MODA, 4., 2011, Paraná. **UM ESTUDO SEMIOLÓGICO SOBRE OS CÓDIGOS DO VESTIR..** Maringá: Sebrae, 2011. v. 1, p. 01 - 07. Disponível em:
<<http://www.coloquiomoda.com.br/7-coloquio-de-moda.php>>. Acesso em: 02 jun. 2016.

ZAMBRINI, Laura. Olhares sobre moda e design a partir de uma perspectiva de gênero. **Dobra[s]**, São Paulo, v. 8, n. 19, p.54-61, 2016. Disponível em:
<<https://dobras.emnuvens.com.br/dobras/article/view/452/409>>. Acesso em: 21 maio 2017.