

[KLEDIR HENRIQUE LOPES SALGADO]

Mestre em Têxtil e Moda pela USP; professor no curso técnico de Modelagem do Vestuário da Etec Carlos de Campos, na graduação e na pós-graduação da Faal e na pós-graduação do Senac.

E-mail: kledirsalgado@gmail.com

[LIGIA VIANA]

Mestre em Têxtil e Moda pela USP; coordenadora e professora do curso técnico de Modelagem do Vestuário da Etec Carlos de Campos.

E-mail: liviana\_moda@hotmail.com

# A dimensão semiótica na alta-costura de Chanel

*The semiotic dimension of Chanel's Haute couture*

[ iii ]

**[resumo]** Neste artigo, são investigados os procedimentos que tecem as estratégias discursivas da casa de moda Chanel, com o objetivo de buscar seu processo de significação. Para tanto, será utilizado o aparato teórico e metodológico da semiótica greimasiana, a partir do qual serão apresentados um re-coser dos princípios ordenadores do discurso vestimentar da Chanel com vistas à apreensão dos efeitos de sentido advindos de sua produção de alta-costura. No estudo proposto, ganham destaque as análises referentes à plástica dos objetos, pois ela se apresenta como um importante constituinte da significação deles.

[ palavras-chave ]

moda; Chanel; semiótica.

**[abstract]** This article investigates the procedures that make the discursive strategies of Chanel fashion house, aiming to understand its signification process. Therefore, we will use the theoretical and methodological apparatus of greimasian semiotics, from which will be presented a re-coser about the ordering principles of Chanel's fashion discourse, seeking to understand the sense effects from its haute couture production. The proposed study highlights the analysis related to the objects form, because it presents itself as an important constituent of their significance.

**[keywords]** fashion; Chanel; semiotics.

O produto resultante de uma casa de moda<sup>1</sup> é dotado de recorrências discursivas geradoras de relações de identidade que são capazes de estabelecer e manter uma coerência discursiva interna e externa aos objetos que as portam. Esse procedimento que instaura uma recorrência é denominado, de acordo com Greimas e Courtés (1979), *anáforico*. As anáforas são entendidas como elementos que instauram a retomada de um termo – ou de um discurso –, sobretudo quando empregadas em contextos ou configurações diferentes, tornando-as reconhecíveis e geradoras de uma leitura globalizante.

Diante disso, o presente trabalho propõe a reflexão sobre as estratégias discursivas que tecem a significação da alta-costura de uma renomada casa de moda, a Chanel. Especificamente, o objetivo é fazer um resgate dos valores estéticos da marca por meio da estruturação dos arranjos dos formantes plásticos utilizados na perpetuação de seus produtos.

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

As investigações semióticas debruçam-se sobre os modos de significar os encontros entre sujeitos e objetos de valor, reintroduzindo aos estudos contemporâneos preocupações relativas às abordagens da dimensão do sensível da significação. O tempo exhibe-se, nesta investigação, como um procedimento de ocorrência estética da referida casa de moda, uma vez que constância é uma característica de objetos de alta-costura que tecem todas as estratégias discursivas de sua significação. Por outro lado, a moda vive ciclos do efêmero, destarte, o confronto entre as categorias constante e efêmero é capaz de produzir condições geradoras de sentido que entreabrem novas possibilidades para as roupas produzidas na alta-costura.

Quando o criador da Chanel tece suas estratégias discursivas a fim de construir seu discurso vestimentar para uma nova coleção, os conflitos apaziguantes<sup>2</sup> são visíveis nas referências estéticas associadas ao passado da casa e rearranjadas de modo a criar entusiasmos e um novo universo emocional e produtivo para a coleção.

Surge, então, um percurso criativo modelado por esse duplo ritmo direcionado para a ritualização, ou seja, para uma estetização da estratégia discursiva de Chanel. Pode-se observar esses conflitos apaziguantes quando, no discurso vestimentar, são apresentados elementos que não estão ligados à tradição de Chanel nos desfiles de alta-costura, como, por exemplo, o tênis esportivo, a pochete, a joelheira e a cotoveleira.

No entanto, esses elementos são conotados de efeito de sentido de originalidade ao apresentarem em sua superfície uma tatilidade tradicional de Chanel, o matelassê (Figura 1). Esses procedimentos de transmitir a herança e a tradição por meio de novos elementos permitem ao enunciador estabelecer e manter a isotopia discursiva da referida casa de moda.

Figura 1: Verão 2014 Chanel



Como dissemos, o argumento deste trabalho gira em torno do conceito de anáforas, que são recorrências discursivas empregadas em contexto ou configuração diferentes, tornando algo reconhecível e gerador de uma leitura globalizante (GREIMAS; COURTÉS, 1979). Na alta-costura de Chanel, essa relação de identidade por meio de retomadas de termos sob uma forma condensada tende a estruturar uma linguagem. Baudot (1999) salienta oito componentes claramente diferenciados e que podem ser analisados do ponto de vista aqui discutido: o escarpim bege com ponta preta (1957), a bolsa de couro matelassê com corrente a tiracolo dourada (1957), o pretinho (1924), o broche multicolorido em forma de cruz bizantina, o casaco com alamares do *tailleur* Chanel (1956), o *catogan*, a camélia (1939) e o botão dourado com duplo C.

Os elementos anafóricos da Chanel enumerados por Baudot (1999, p. 73) podem ser observados nas coleções<sup>3</sup> apresentadas abaixo (Quadro 1).

Quadro1: Anáforas Chanel nas coleções de alta-costura do período 2004-2014



Escarpim bege com ponta preta, verão 2005. Matelassê, verão 2014.



Pretinho básico, verão 2009.

Broche cruz bizantina, verão 2008.



Casaco com alamares, inverno 2004.



Catogan, verão 2007.



Camélia, verão 2009.

Fonte: Autoria própria. Acervo pessoal.



Botão duplo C, verão 2008.

[ 14 ]

Essas anáforas podem ser consideradas elementos de identificação instantânea da Chanel, pois elas servem como uma forma de regulação necessária para a organização e o desenvolvimento de seu discurso vestimentar, conforme pode ser observado nas coleções analisadas. Nesses conjuntos de significações, há um conflito entre o antigo e o contemporâneo: já se sabe o que esperar do enunciador de Chanel na apresentação das coleções, mas ele traz a originalidade da inserção de determinados elementos, reinventando-os e ressignificando-os, apaziguando-os, para manter a coesão com o discurso que tece este artigo.

A anaforização da Chanel também pode ser apreendida nas peças de vestuário e nos acessórios inventados ou que integraram seu universo de criação. São encontrados os seguintes elementos: a blusa marinheiro (1913), o jérsei (1916), o cardigã e os conjuntos de tricô (1918), a calça feminina (1920), o vestido preto (1924), o blazer

com botões dourados (1926), a boina de marinheiro (1926), o *tweed* (1928), as joias de fantasia (1930), o *tailleur* de *tweed* com alamares e cinto dourado (1956), o escaupim com ponta preta e bolsa matelassê pespontada com corrente dourada (1957) e o *catogan* (1958)<sup>4</sup>.

Cada um dos elementos apontados anteriormente provocou conflitos e inscreveu-se em uma rejeição do signo característico da moda feminina da época em que foi divulgado. É importante observar que tais modas faziam da mulher um objeto de decoração, encerrada em uma silhueta pomposa que obstruía seus movimentos, e Chanel lhe propôs um contradiscurso por meio de sua produção.

Figura 2: Chanel e Adrienne em Vichy, 1906

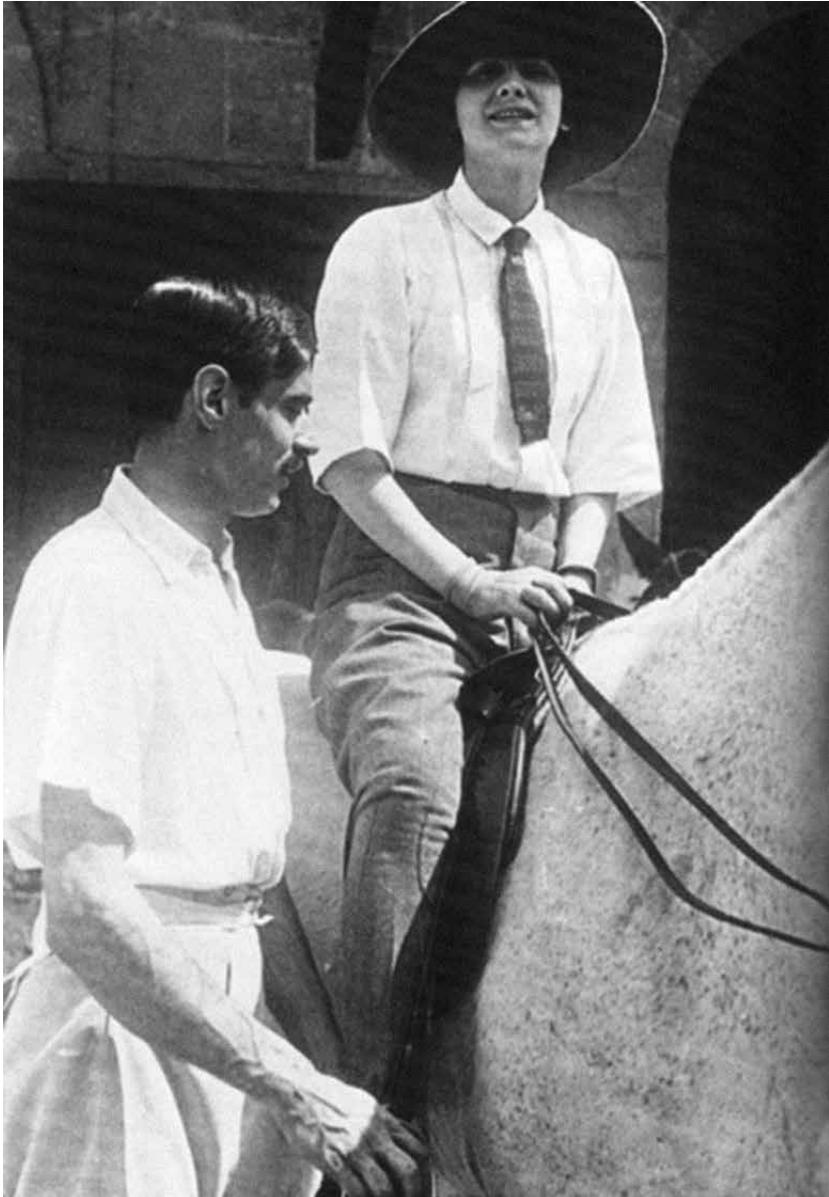


Fonte: Charles-Roux (2007, p. 37).

Na figura 2, Chanel e sua amiga Adrienne vestem roupas confeccionadas por elas mesmas, sendo essa imagem o mais antigo documento conhecido no qual aparece a primeira criação de Chanel ainda inserida nos padrões vestimentares embasados na moda da época (início do século XX), que favoreciam e facilitavam a movimentação dos homens enquanto as mulheres eram esmagadas por enormes chapéus e roupas estruturadas e cheias de ornamentos.

Chanel começa a propor seus novos padrões vestimentares por meio da recorrência de figuras tiradas do universo masculino, tais como o esporte e o trabalho. Ela cria, assim, uma inversão no ato gerador do seu discurso vestimentar, rejeitando a construção do feminino até então propagada e pautando suas anáforas em função da necessidade do vestuário para a realização de determinadas ações, como, por exemplo, caminhar, trabalhar, correr e praticar esportes (Figura 3).

Figura 3: Chanel e Boy Capel



Fonte: Charles-Roux (2007, p. 74).

Ao rejeitar os padrões vestimentares do traje feminino do início do século XX e pautar seu discurso na funcionalidade do vestuário da mulher, Chanel atribuiu novas significações a seu discurso vestimentar, tendo como conteúdo narrativo um tema que se tornou recorrente: a mulher moderna e sua busca por liberdade. Essa busca é pautada em um processo de rompimento da hierarquia dos códigos de feminilidade, tradição e costume que, em Chanel, assumiram a organização de um "outro" código. Sobre essa questão, Charles-Roux se pronuncia da seguinte maneira:

As saias longas, os chapéus frágeis, os sapatos estreitos de salto alto, tudo isso impedia a mulher de caminhar e lhes dava aspecto frágil. Por isso, precisava de ajuda, atribuindo grande importância aos maridos. Como as mulheres não conseguiam colocar um pé na frente do outro sem ajuda de alguém, a moda ao ar livre não colocava em perigo a autoridade masculina. (CHARLES-ROUX, 2007, pp. 52- 53)

Quando Karl Lagerfeld, na coleção de verão de 2014 da Chanel, utiliza o tênis esportivo como elemento figurativo submetido ao julgamento de ordem configurativa, tal artefato é dotado de significados de ordem conceitual: simplicidade, elegância e

refinamento. Lagerfeld conseguiu criar uma leitura reveladora de efeito de sentido de originalidade como estratégia discursiva. Todavia, a utilização do traje esportivo de notado de significação de refinamento foi umas das primeiras estratégias construídas por Gabrielle Chanel já no início de sua carreira.

Os materiais e as peças de vestuário usados para a construção do discurso vestimentar de Chanel não têm sentido no universo da época — senão em oposição ao da moda feminina, como o jérsei, a calça, o colete, o *tweed*, a boina, a gravata, o boné, o capote, a blusa marinheiro, todos provenientes do vestuário masculino em práticas esportivas ou do trabalho masculino. Há, portanto, uma inversão dos códigos de identidade sexual socialmente definida na época. Foi graças a essa inversão que Chanel dotou-se de uma identidade singular.

Retomando, Bakhtin (1987) propõe a abertura de um campo de observação de trabalho semiótico que se amplia quando há a inversão das hierarquias, a fim de construir uma semente criadora de uma linguagem. Pode-se considerar que a semente criadora da linguagem de Chanel sempre irá em busca de confrontos e rompimentos para a construção de sua significação. Há, portanto, um princípio de inversão da construção da linguagem de Chanel que pode ser percebida: a) na transgressão da utilização dos materiais que eram oriundos das classes operárias, b) nos códigos de luxo e elegância que foram rebaixados, c) na fusão dos elementos heterogêneos que torna evidente a passagem de uma dimensão à outra — feminino para o masculino e vice-versa —, movimento que denota certa ambivalência.

Entre as inversões de hierarquias promovidas pelo discurso vestimentar de Chanel, encontra-se a incorporação de elementos estéticos detentores que provocam efeitos de sentido de marginalização social para determinada época, como no caso da incorporação das listras em suas criações (Figura 4).

As listras nas roupas eram associadas ao não puro, não liso, não reto; aquilo que dividia e mudava. Pastoureu (1991, p. 34) ressalta que existiam leis para a utilização de tal superfície têxtil na Idade Média, que reservavam as listras para uso exclusivo de bastardos, prostitutas, palhaços, malabaristas, coxos, boêmios, hereges e enforcados, enfim, todos aqueles que não podiam ser considerados cristãos honestos, "gente de bem". Com o tempo, chegou-se até a ampliar o seu uso para identificar ocupações menos nobres, como ferreiros, moleiros, açougueiros e serviços menos qualificados.

Figura 4: Chanel usando calça de jérsei e blusa listrada



Fonte: Charles-Roux (2007, p. 288).

Na época da construção da linguagem de Chanel, no início do século XX, na França, a listra ainda continuava sendo um signo de marginalização e Chanel, ao incorporá-la às suas roupas, fez essa inversão de hierarquias para operar rebaixamentos de valores oficiais da cultura, incorporando as listras ao vestuário feminino.

Bakhtin (1987) chama de "degradação do sublime" a prática de rebaixamento de um elemento, visto que, por meio dessa estratégia, pode-se compreender: a) o verdadeiro valor desses destroços ou dessas formas mais ou menos vivas na estruturação de uma linguagem visual, b) os fenômenos em permanente mudança, em metamorfose, reunindo a um só tempo os dois polos da transformação na geração dessa linguagem visual.

Percebe-se que a geração de linguagem visual construída por Chanel se contrapõe à "degradação do sublime", pois seu percurso criativo apoia-se na "sublimação do degradado". Ao trazer as listras para o universo da alta-costura, não se trata de uma simples troca da isotopia textual, mas de uma verdadeira passagem para o novo estado das coisas manifestadas, como uma ação da enunciação a fim de atingir o sujeito e reconstruir conceitos então vigentes.

Estratégia semelhante acontece na campanha do inverno 2013 da Chanel (Figura 5). Como vimos, a linguagem de Chanel é pautada no princípio da inversão das hierarquias, utilizando, por exemplo, signos de rompimento e transgressão da cultura oriundos da cultura punk, como: a) deterioração do suporte (meias e *tailleur*), b) cabelo com corte moicano ao estilo punk, c) meias arrastão, d) correntes.

Figura 5: Campanha de inverno 2013: Chanel Punk

[ 118 ]



Fonte: *Style* (2013).

### Os formantes passíveis de análise da casa de moda Chanel

O discurso vestimentar de Chanel pode ser analisado além do plano do figurativo e dos signos de identificação. Ele se abre a análises do plano plástico, da organização e da combinação de elementos que compõem a silhueta como sistema de conjunto. Quando se compara a silhueta Chanel às referências da época, como às de Poiret nos anos 1920 ou às de Dior nos anos 1950, ela se caracteriza por quatro elementos recorrentes (e portanto, anafóricos também): o efeito de delimitação, a predominância da linearidade, a localização das massas circunscritas ao acessório e o cromatismo.

## O privilégio é dado à linha

É pelas formas que é possível adentrar nas relações de sentido propostas pelas categorias eidéticas. Nesse formante, a linha age como um articulador fluido e incansável da forma, que delimita e age como moldura e organizadora do espaço.

É sabido que o problema das molduras adquire importância peculiar na pintura, como limites do interno e do externo. Entretanto, aqui serão analisadas as linhas do look Chanel, utilizando a linha como moldura, ou seja, o interno ou externo como caráter simbólico dos formantes eidéticos.

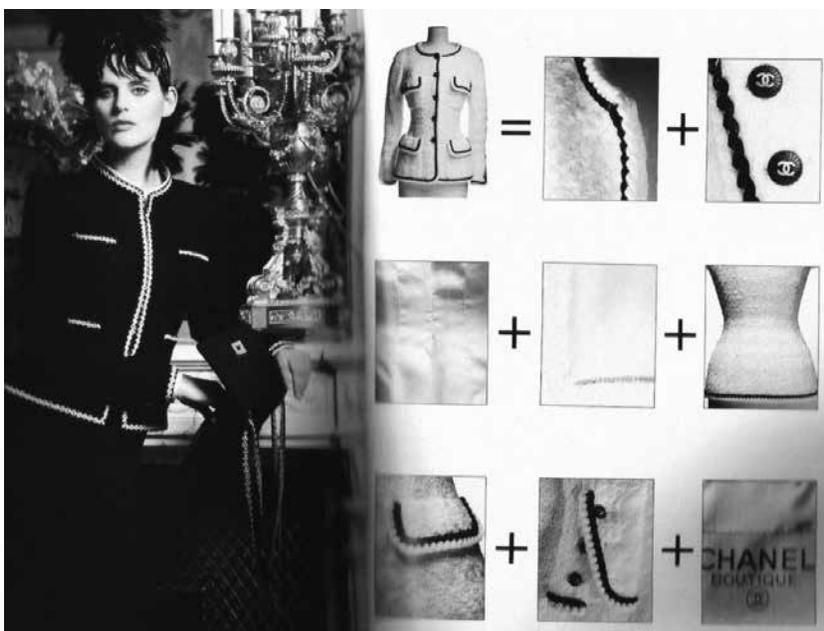
Conferindo um significado semiótico à linha, ela se traduz nos alamares do *tailleur*, no desenho da gola, na delimitação dos bolsos, no uso do cinto e no caimento do traje (garantido por uma "chumbagem" dos casacos, graças a uma corrente dourada costurada sobre o forro). Esse privilégio dado à linha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

O discurso vestimentar de Chanel provoca o efeito de delimitação da forma geral. A linha focaliza e destaca a silhueta e faz uma quebra de espaços entre a silhueta e o solo. Pode-se observar isso na ponta preta de seus escarpins, nos quais existe uma linha tênue. Se o bege do escarpim alonga a perna, a ponta preta sublinha a estrutura fechada do conjunto do look (Figura 6).

De acordo com Uspênski (1979), as molduras constituem um componente extremamente importante na representação pictórica. Elas adquirem importância especial quando a representação é criada empregando-se a posição "interna" do criador, que pode manifestar-se pelo sistema de perspectiva aplicado por ele ou por quaisquer outros aspectos, sendo, na arte, a função das molduras a de designar fronteiras de representação.

[ 110 ]

Figura 6: A linha como efeito de delimitação no *tailleur* Chanel



Fonte: Baudot (1999, p. 49).

Na alta-costura de Chanel, essa linha tem a função de moldura e designa fronteiras de representação (conforme Figura 6). Ela deixa de ser coadjuvante, 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 esse novo espaço pictórico no qual o tecido e a 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 teve uma conclusão da narração interna, apesar de ela ainda

se prolongar. Alguns elementos da categoria matéria, tais como o entrelaçamento do tecido, o trabalho de bordado e todo design de superfície, precisam dessa 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 (Figura 7).

Figura 7: A linha como formante topológico do discurso vestimentar de Chanel. (A) inverno 2004, (B) verão 2005, (C) verão 2005, (D) inverno 2006



Fonte: *Style* (2006).

Greimas (2004) salienta que os formantes topológicos, representados pela linha, delimitam as regiões do texto plástico entre si (conforme Figura 7). Para o semiótico, a identificação de unidades significantes se dá, antes de mais nada, pelo reconhecimento de seu caráter discreto: as reflexões sobre a continuidade e delimitações dos contornos nítidos e sobre os limites constituem o primeiro passo para a leitura da significação do texto plástico, postulando assim a linearidade da leitura. A linha serve como percurso efetuado pelo olhar no processo de percepção (Figura 8).

Figura 8: Verão 2014 Chanel. A linha como delimitação do espaço e tema constituinte do texto/objeto



Fonte: *Style* (2008).

Existe uma dupla modelização semiótica da linha em Chanel. Ela age na categoria eidética, mas também na categoria topológica, conforme apresentado abaixo:

Categoria eidética: a linha dá formato à roupa, detém os limites da estruturação geométrica do look, a qual pode ser vista simultaneamente tanto como delineamento quanto como um dos temas constituintes do texto/objeto (Figura 9).

[ 21 ]

Categoria topológica: a linha localiza todos os formantes na superfície estudada, apresenta oposições das dimensões eidéticas, cromáticas e matéricas na roupa em relação ao corpo, localiza e potencializa as massas do discurso vestimentar (Figura 10).

Figura 9: A linha como formante eidético, com efeito de delimitação. Inverno 2014 Chanel

Figura 10: A linha como formante topológico, com efeito periférico ao look. Inverno 2014 Chanel



Fonte: *Style* (2014).

### Disposição no espaço

O resultado de uma leitura que constrói o texto/objeto e sua disposição no espaço são as questões que serão tratadas a partir deste momento. Como já explanado, a linha tem papel na construção da estratégia discursiva de Chanel, entretanto, outros elementos foram encontrados com a mesma função na construção dos arranjos e traços organizadores do espaço que atuam como formante topológico no look Chanel.

Para Greimas (2004), a exploração do significante plástico começa pela constituição de um campo de problemas relativo às condições topológicas tanto da produção como da leitura do objeto planar. O problema é bastante conhecido do quadro formado ou, em termos semióticos, do fechamento do objeto, colocando-se ele próprio no espaço de enunciação "fora do quadro", instaurando um espaço enunciado do qual será o único comandante, capaz de criar um universo utópico, garantindo ao objeto circunscrito o estatuto de um "todo de significação".

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 *versus* central, circunscrevente *versus* circunscrito.

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

Quadro 2: Efeito central *versus* periférico no look Chanel construído com acessórios

[ 22 ]



Inverno 2006 Chanel. Efeito periférico de bordado com pérolas nos ombros.

Inverno 2006 Chanel. Broche protuberante, efeito central.

Fonte: Autoria própria. Acervo pessoal.

A localização das massas em Chanel tem a característica de fazer 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. Essa oposição é citada com frequência nos trabalhos de Floch (2002) e Wölfflin (2000), autores que estabelecem procedimentos fundamentais dos tratamentos plásticos que organizam a conjunção dos estilos clássico e barroco. Floch, por exemplo, caracteriza estética de Chanel como dual, isto é, "clássica no vestuário" e "barroca" nos

acessórios, enquanto Wölfflin, por sua vez, diferencia duas visões coerentes opostas do que são clássicas e barrocas. Para tanto, o autor trabalha com cinco critérios:

1. A maneira de tratar o tema linear em planos distintos no clássico, por oposição à primazia dada às massas e ao encadeamento do barroco.
2. O tratamento em planos separados típicos do clássico, enquanto o barroco privilegia a profundidade e a impossibilidade de recortes em planos distintos.
3. O recurso às formas fechadas no clássico, enquanto o barroco valoriza a abertura.
4. A pluralidade que se pode compor em elementos autônomos na visão clássica, ao contrário da totalidade indivisível na visão barroca.
5. A maneira de tratar a luz.

A narrativização do comportamento dos formantes eidéticos, por sua construção gestual, privilegia a estética clássica por meio 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 trajés.

No formante topológico, central e periférico ditam a construção da significação. A estética é dada por elementos barrocos nos quais as massas são marcadas com elementos orgânicos e com toda significação que tal estética apresenta. O quadro 3 estrutura as diferenças entre as estéticas clássica e barroca em diversos elementos:

[23]

Quadro 3: Diferenças estéticas entre clássico e barroco

	DESENHOS	CONTORNOS	DISPOSIÇÃO	TOTALIDADE	CLAREZA
CLÁSSICO	Linhas	Fechados	Planos	Multiplicidade	Absoluta
BARROCO	Manchas	Abertos	Profundidade	Unidade	Relativa

Fonte: Adaptado de Pietroforte (2010, p. 30).

Nos discursos vestimentares apresentados na figura 11, a categoria topológica enuncia-se pelo contraste entre esses dois estilos, contrários entre si. Forma a rede de relações plásticas que compõe o plano da expressão em um quadro semiótico, podendo estabelecer como ele dá forma ao que é figurativo no look Chanel.

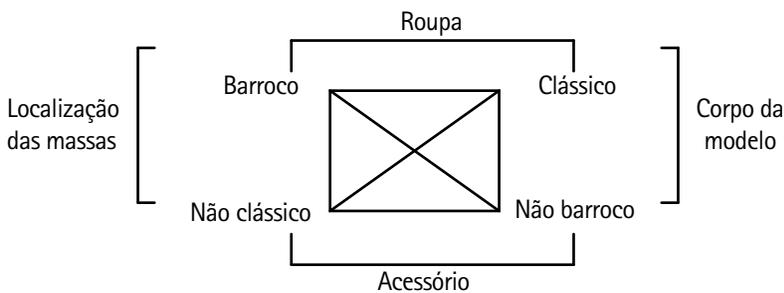
Figura 11: Inverno 2006 Chanel



Fonte: Style (2006).

Assim, no look Chanel, o estilo clássico delimita o corpo da modelo 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. Toda relação entre sujeito e objeto é articulada pelo corpo. Em razão desse papel articulador, dá-se maior relevância ao tratamento do corpo e do seu fazer na interação do sujeito com outros sujeitos, com os objetos e consigo mesmo, denotando uma semiótica da corporeidade.

Esquema 1: Quadrado Semiótico clássico/barroco Chanel



Fonte: Autoria própria.

O fato de parecer afastado do corpo no estilo clássico não significa que o enunciatador não tenha fácil leitura do discurso, contudo, é pelo distanciamento que o toque pode ser motivado e o interesse pode ser criado. A categoria aproximação *versus* distanciamento, por sua vez, é aplicada na instância da enunciação, que regula as relações entre enunciação e enunciado, sendo assim criado o processo gerador de sentido do discurso vestimentar.

### A tatilidade exclusiva

A exclusividade como estratégia discursiva para produtos de luxo foi utilizada na alta-costura desde a sua criação, no século XIX. Segundo Pezollo (2010), a ideia de criar modelos exclusivos para serem confeccionados com materiais luxuosos partiu do inglês Charles Frédéric Worth, que deu início, em 1857, ao que viria ser a alta-costura. Segundo a autora, a alta-costura serve como um “laboratório da elegância”, no qual o formante matérico pode ser manipulado e experimentado a fim de conseguir novas significações e criar seu discurso de poder sobre a engrenagem da moda.

No episódio *Rituais*, do documentário *Signe Chanel* (2005)<sup>5</sup>, Madame Pouzieux, uma tecelã responsável pela confecção das passamanarias e alamares exclusivos da casa de moda desde 1947, mostra toda a ritualidade que existe na criação desses aviamentos. A tecelã, que mora em uma fazenda no interior da França, desenvolveu uma técnica única que passa pelos seguintes processos: receber o *tweed* da coleção; retirar o fio do tecido pronto; tecer em um tear manual a passamanaria, o bordado na passamanaria; construir fios fantasias com pérolas e pedras; acabamento; e arremate. São feitos aproximadamente 100 metros dessa passamanaria por coleção. Madame Pouzieux tem mais de 70 anos e faz tudo sozinha, não tem ajudante nem aprendiz. Esse processo de construção é uma das estratégias discursivas de significação de exclusividade e tradição da casa de moda.

Os formantes de uma vestimenta fazem sentido em situação ao interagir com o corpo do sujeito, no qual propõe uma convocação das ordens sensoriais para o seu sentido se manifestar. E essa realidade vai ao encontro daquilo que Brandão (2003) afirma sobre a materialidade do grafite no desenho, isto é, quando diz que a fisicalidade dos materiais é significativa no ato das relações entre material e gestualidade. Assim, a passamanaria e os alamares produzidos por Madame Pouzieux são significantes no ato das relações entre material e gestualidade da casa de moda e provocam efeitos de sentido de raridade e exclusividade.

### A inversão dos significantes e dos significados na categoria matéria

A cada construção de um discurso vestimentar é possível apreender o que está "por trás" das opções, pois o próprio "recorte do mundo" revela o universo em que se insere o produtor do texto, seu ponto de vista sobre os sujeitos, suas ações e suas paixões (CASTILHO; MARTINS, 2005, p. 64). O método para entender o percurso gerador de sentido é o reconhecimento das oposições com as quais se constroem os próprios textos/objetos, sendo a materialidade deles formada por uma série de oposições que, no conjunto em que aparecerem, contribuem para a constituição de sentido.

Na figura 12, é possível reconhecer a inversão dos significantes de trabalho e masculinidade. A camisa branca Chanel do guarda-roupa masculino associada ao trabalho é ressignificada em tecido nobre de seda, um material que carrega uma estratégia discursiva de feminilidade e luxo. Já o tênis, que também está ligado à significação do esporte e ao masculino, é ressignificado ao ser utilizado nele o tecido de renda bordada. Em ambos os casos, acontece a inversão dos significantes e dos significados da identidade sexual e social da época da criadora e eles são trazidos ao discurso vestimentar do look Chanel nos desfiles atuais (Figura13).

Figura 12: Inverno 2004 Chanel



Camisa branca

Fonte: *Style* (2004).

Figura 13: Verão 2014 Chanel



Tênis com renda e bordados

Fonte: *Style* (2004).

Voltando às postulações de Greimas em *Da imperfeição* (2002), a isotopia da visualidade é dada pela tatilidade, pois o tato é algo a mais do que a estética clássica propõe, se nele puder ser reconhecida a sua capacidade para explorar o espaço e levar em conta os volumes, uma vez que o tato se situa entre as ordens sensoriais mais profundas. A categoria matéria de Chanel enuncia e provoca o sujeito ao tato e utiliza dessa estratégia discursiva para estruturar sua enunciação.

A categoria matéria, comumente, é menos considerada em alguns estudos semióticos, por exemplo, no plano fotográfico, ela não é reconhecida de imediato, diferentemente do que corre com as demais categorias (cor, forma e espaço). Na moda, porém, ela não pode passar despercebida, pois produz efeitos de sentido e até corrobora a significação das outras categorias.

As diferentes texturas, com as quais se costuraram os modelos apresentados, produzem efeito de sentido de distanciamento *versus* aproximação e redesenham

os corpos em sua múltipla disposição pelo espaço que os abriga. A sensação advinda de cada material pode ser a negação ou a afirmação do sentir matérico no corpo, homologado pelas oposições aproximação *versus* distanciamento. Nas figuras 14 e 15, encontra-se a homologação matérica na qual o couro e a lã provocam efeito de sentido de aproximação, enquanto o tafetá e a pluma causam efeito de sentido de distanciamento.

Figura 14: Inverno 2005 Chanel  
Look: couro e lã: aproximação.



Fonte: *Style* (2005).

Figura 15: Inverno 2005 Chanel  
Tafetá e plumas: distanciamento.



Fonte: *Style* (2005).

Tais análises vão ao encontro do que Castilho e Martins (2005) defendem com relação à categoria do matérico nos discursos vestimentares da moda: "Diferentes tramas de fios e formas de entrelaçamento, espessura e efeito de tatlidade contribuem para a elaboração de peças de vestuário que reclamam a análise de sua materialidade. Juntamente com as formas propostas pelo corte, pelas cores da peça, a textura contribui para o processo de re-criação do corpo em movimento" (CASTILHO; MARTINS, 2005, p. 66).

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)

Há uma relação entre a significação matérica e a textura ótica. Cunningham (1994), em seus estudos sobre construção de figurino, estrutura algumas relações entre a tatlidade e a significação física e psicológica de algumas superfícies, conforme discretizações presentes no quadro seguinte:

Quadro 4: Textura e efeitos físicos e psicológicos dos tecidos

TATILIDADE	EFEITO FÍSICO	EFEITO PSICOLÓGICO
Suave, fresco	Silhueta afiada, reflexos da luz	Refinado, leveza, alegre
Liso, macio	Silhueta afiada, reflexos da luz	Relaxado, sensual, luxuoso
Veludo macio	Ampliação, menos definição, denso, menos reflexão de luz	Riqueza e luxuoso
Felpudo	Ampliação, menos definição, denso, menos reflexão de luz	Carinho, infantil, primitivo, selvagem
Áspero	Pouca leveza, menos reflexão de luz	Desportivo, natural, rude, grosseiro, primitivo, casual
Grosseiro	Ampliação, menos definição	Rude, grosseiro, não civilizado

Fonte: Adaptado de Cunningham (1994).

Para cada tatilidade, Cunningham (1994) propõe efeitos físicos e psicológicos que são organizados e significados por meio da estruturação dos formantes matéricos. A autora trabalha com o reconhecimento de semelhanças e diferenças que produzem os sentidos do discurso do texto/objeto em sua manifestação.

É nessa perspectiva que se pode concordar com Vicentini (2005), quando ela afirma que os fios com os quais são feitos os tecidos sintéticos ou naturais, em seu contato com o corpo, vão produzir efeitos de sentido de maciez ou aspereza, leveza ou peso. Esses são, então, capazes de produzir sentido a partir de suas qualidades m-tericas, relacionando-se com os demais formantes eidéticos, cromáticos e topológicos do plano da expressão.

A textura óptica do formante matérico relaciona-se com um elemento que será apresentado mais adiante no formante cromático, a luz, a qual também pode cons-truir significação em sua conjunção com a materialidade do texto/objeto. No quadro 5, Cunningham (1994) mostra a questão materialidade *versus* luz de alguns tipos de tecido em relação à luz.

Quadro 5: Efeito da luz sobre os tecidos

ALTA REFLEXÃO	REFLEXÃO MÉDIA	ALTA ABSORÇÃO	TRANSMISSÃO
Espelho, lantejoulas, lamê, vinil, cetim, poliéster, lurex, tecido com glitter ou <i>foil</i> .	Seda crua, brocado, tafetá, crepe, chintz, <i>tweed</i> .	Veludos, lã, algodão, malhas, jérsei.	Organza, <i>chiffon</i> , musselinas, organdi, telão, rede, tules, rendas.

Fonte: Adaptado de Cunningham (1994).

A análise das tabulações de Cunningham (1994) dá retorno à materialidade da moda criada por Chanel que, segundo Pezollo (2010), passou a ser vista como símbolo de roupa feminina adaptada à vida moderna, pois a estilista-criadora propunha um guarda-roupa simplificado, com base em materiais até então inexplorados em costura refinada feminina: o jérsei e o *tweed*. As criações de Chanel também foram marcadas pelo uso do crepe de seda ou de lã, o veludo, a renda e o tule, tecidos que não são apenas suportes, mas, com qualidades próprias, são constituintes de sentido.

Segundo Vicentini (2005), para a semiótica, o formante matérico expresso nos próprios materiais que constituem os textos/objetos abordados no trabalho foi considerado, por diversos teóricos desse campo do conhecimento, como constituinte do formante cromático. Disso decorre a problemática que visa estabelecer a materialidade como significante por si mesma: como no presente estudo do cromatismo e dos materiais eles se individualizam, cada um com seu papel, em alguns casos o do cromático é dependente da materialidade e não vice-versa.

Barthes (2005), 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 em um sentimento violento de tempo<sup>6</sup>; 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, como ele afirma:

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)

Barthes (2005) continua explanando acerca da materialidade e sua significação. Para o autor, na estética do vestuário há um valor muito particular, paradoxal até, que reúne sedução e duração: é o chique. Segundo ele, o chique exige a durabilidade e a aparência do não novo, sendo esta condição também inserida na problematização do tempo.

Os materiais escolhidos por Chanel têm alto poder de duração para que seja construída essa “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, que proporcionem certo esquecimento do corpo.

Ao pesquisar os principais tecidos utilizados na alta-costura de Chanel e observar os efeitos de sentido proposto por Barthes e os efeitos físicos e psicológicos dos tecidos propostos por Cunningham, pode-se propor a síntese deles, conforme apresentada no quadro 6.

A busca constante de efeitos de sentido já conhecidos, utilizando a categoria matérica para essa tal enunciação, cria um design de tradição, pois há uma retomada constante dos arranjos matéricos da casa de moda. Entretanto, com a inovação tecnológica de seu tempo abrindo espaços para dois campos, vem, de um lado, a tradição reafirmada e, de outro, a inovação, ou seja, de um lado o classicismo (ainda que sensível) e, do outro, o modernismo (ainda que familiar).

Quadro 6: Principais tecidos utilizados na casa de moda Chanel e seus efeitos de sentido

TECIDO	CARACTERÍSTICA <sup>7</sup>	EFEITO DE SENTIDO DO TECIDO
TWEED	Tecido de lã <b>grosso e rústico</b> . Os fios da trama são fantasia, do tipo <i>boutonné</i> , com efeito multicor. Reflexão média da luz.	Tecido áspero com pouca leveza e menos reflexão de luz. Natural, rude, primitivo, casual. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de austeridade, trabalho, proteção e duração.

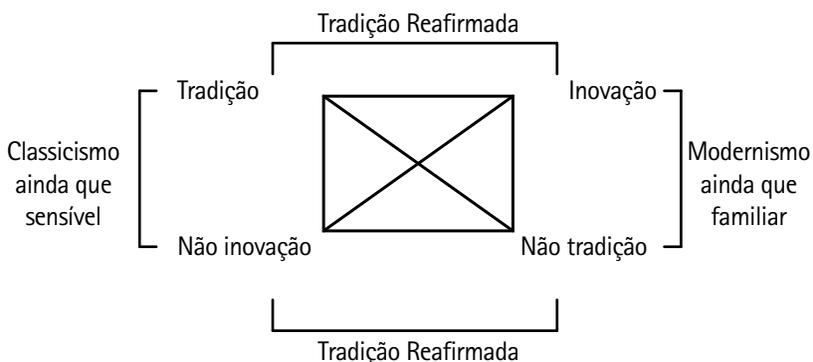
LÃ	Fibra natural de origem animal, <b>macia e ondulada</b> . Tecido com grande <b>durabilidade</b> . Mantém as características por muito tempo. Alta absorção de luz.	Tecido macio que tem o efeito de ampliação com pouca definição e reflexão de luz. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de riqueza, luxo, proteção e duração.
JÉRSEI	Malha <b>leve</b> e de ligamento simples. Muito utilizada em lingerie. Inicialmente de lã, hoje é feito de algodão, seda ou fibra sintética ou da combinação de várias fibras. Alta absorção de luz.	Tecido suave e fresco. Torna a silhueta delineada. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de simplicidade e praticidade.
CREPE DE SEDA E DE LÃ	Crepe de seda: tecido muito <b>fino e leve</b> , com aspecto um pouco rugoso em sua tecelagem. O urdume mostra fios com pouca torção. A trama é constituída por tecidos retorcidos (torção crepe), dispostos alternadamente. Dois fios no sentido S e dois fios no sentido Z.  Crepe de lã: tecido <b>leve</b> em lã penteada. Sua tecelagem é feita com fio sobretecido em torção crepe, tanto no urdume quanto na trama, disposto alternadamente. Reflexão média da luz.	Tecido macio que tem o efeito de ampliação com pouca definição e reflexão de luz. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de riqueza, luxo, sofisticação e descontinuidade tátil.
VELUDO	Tecido que apresenta em seu lado direito um aspecto <b>felpudo, macio e brilhante</b> . Esses pelos são curtos, densos, em pé e fazem parte da estrutura do tecido. O veludo pode ser de seda, poliéster ou algodão. Alta absorção de luz.	O veludo é macio. Tem o efeito de ampliação, com pouca definição e reflexão de luz. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de riqueza, luxo, maturidade e ostentação.
RENDA	Tecido vazado, leve, cujos fios trabalhados manualmente ou com máquinas se entrelaçam, formando desenhos. Transmissão de luz.	Tecido suave e fresco. Torna a silhueta delineada e possibilita reflexos da luz. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de sensualidade, riqueza, feminilidade e romantismo.
TULE	Tecido sintético (poliéster) ou natural (seda), <b>armado, fino e transparente</b> , tipo rede, semelhante ao filó de algodão, com malha redonda e poligonal. Transmissão de luz.	Tecido suave e fresco. Torna a silhueta ampla e volumosa e possibilita reflexos da luz. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de sensualidade, feminilidade, romantismo, sofisticação e descontinuidade tátil.
CREPE MADAME OU CHANEL	Tecido <b>grosso</b> acetinado. Tem avesso fosco e pode ser utilizado dos dois lados.	Tecido macio que tem o efeito de ampliação com pouca definição e reflexão de luz. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de riqueza, luxo, sofisticação e descontinuidade tátil.

MUSSELINA	Tecido leve e transparente, com toque macio, produzido em seda ou algodão. Alguns são conhecidos como crepe <i>chiffon</i> .	Tecido suave e fresco. Torna a silhueta ampla e volumosa e possibilita reflexos da luz. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de sensualidade, feminilidade, romantismo, descontinuidade tátil e luxo.
MATELASSÉ	Tecido com <b>maciez</b> e motivos em alto-relevo obtidos com tecido duplo e enchimento de manta especial que flutua no meio de dois tecidos.	Tecido macio que tem o efeito de ampliação. Forte sensação tátil. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de leveza, maturidade e sofisticação.
PIED-DE-COO, PIED-DE-POULE	Na tradução do francês, pé de galo. Tecido resistente e estruturado com quadriculado geométrico, cujo desenho lembra pegadas de galo em sua arquitetura. Geralmente utilizado no guarda-roupa masculino. Na tradução do francês, pé de galinha, parecido com o pied-de-coq, porém com motivos menores, traz padrões geométricos que fazem parte dos desenhos ópticos, criados com base no efeito desenho-cor.	Tecido áspero com pouca leveza e menos reflexão de luz. Natural, rude e casual. Sua estratégia discursiva constrói o efeito de sentido de austeridade, trabalho, proteção e duração. O pied-de-poule carrega as mesmas características, entretanto, o efeito de sentido ainda é acrescido da feminilidade, elegância e sofisticação.

Fonte: Autoria própria.

Na coleção de inverno 2004 da casa de moda, o tweed clássico — *tradição reafirmada* — foi feito de mohair vaporizado — *inovação implícita*. Esse processo térmico foi inovador na época, pois o tecido era oriundo de fibras artificiais e foi especialmente adaptado para o *tweed* Chanel. Na coleção de verão 2014, a renda bordada à mão — *tradição reafirmada* — foi feita sobre uma malha esportiva de alta tecnologia — *inovação implícita*. Essas relações podem ser apreendidas no quadrado semiótico abaixo:

Esquema 2: Quadrado Semiótico: tradição versus inovação



Fonte: Autoria própria.

### Categoria eidética e matéria

Na casa de moda de Chanel, outra estratégia discursiva recorrente é percebida nos arranjos dos formantes: a) eidético: é linear, simples, geométrico e delimitado; b) matérico: é complexo, pictórico, com uma arquitetura têxtil desencadeada de sentidos.

Existem oposições nas quais Greimas (2002) vai apontar uma ruptura da dimensão cotidiana, como a quebra que instaura o acontecimento estético. Isso se dá pela observação de um corpo sensível, de um corpo que é tocado por tweeds, matelassês, crepes e outros tecidos que desencadeiem sensações táteis que estimulam o toque.

Greimas apresenta o conceito de ruptura em *Da imperfeição* (2002), avançando assim a semiótica na busca da gradação e da intensidade, mostrando novas formas de produção do sentido. Assim acontece com a acentuação da tatilidade no discurso vestimentar de Chanel, no qual os tecidos são dotados de intensidade tátil, a fim de criar novas significações.

Na figura 16, encontram-se oposições, já que o formante eidético da peça é desenhado com formas simples, de modo a se adequar ao corpo, englobando-o. Já o formante matérico estabelece o efeito de sentido de contraste quando percebidos pelo corpo, assim como a rugosidade da arquitetura têxtil do tweed e a lisura da musselina.

Figura 16: Inverno 2012



Fonte: Style (2012).

Assim, se o formante eidético é linear e atende à estética clássica, as categorias matériaicas são fortes e tangíveis e caminham para uma sensação tátil forte e se aproximam da estética barroca. Desse modo, nascem as seguintes relações:

DISTANCIAMENTO	→	OBJETIVIDADE
APROXIMAÇÃO	→	SUBJETIVIDADE

Se o formante matérico é dotado de uma tatilidade sutil, lisura, simplicidade e atende à estética clássica, as categorias eidéticas são volumosas e sugerem a estética

barroca, que traça estratégias discursivas que instigam a aproximação para criar efeito de sentido de subjetividade.

DISTANCIAMENTO	←	OBJETIVIDADE
APROXIMAÇÃO	←	SUBJETIVIDADE

Figura 17: Inverno 2007 Chanel, efeito de distanciamento ou aproximação da silhueta proporcionado pela categoria matéria



Fonte: *Style* (2007).

[ 132 ]

Floch (1985) chama essas relações de pequenas mitologias, já que elas buscam organizar, miticamente, uma desorganização de sentido. Essas pequenas mitologias constroem relações semissimbólicas em que, por relacionar categorias entre dois planos de linguagem, promovem efeitos de sentido de motivação e desejo de uso durante a leitura do texto/objeto.

### Cromatismo

A sensação colorida é produzida pelos matizes da luz refratada ou refletida pela substância. Usualmente, emprega-se a palavra cor para designar esses matizes, que funcionam como estímulos na sensação cromática. Sob essa perspectiva de cor como sensação, pode-se analisá-la como traço estruturante de um efeito de sentido do texto/objeto (PEDROSA, 2013).

O formante cromático refere-se, em um discurso vestimentar, às cores dos tecidos e dos adornos e como elas se relacionam na peça e no corpo: se são monocromáticos ou policromáticos, suas nuances e seus matizes e quais as relações que estabelecem com o corpo.

Segundo Vicentini (2005), o cromatismo também pode ser resultante do tipo de fio utilizado na construção do tecido. Os fios sintéticos, com suas características específicas de absorção de corante e brilho próprio, originam tecidos de cores intensas e vistosas, muito ao contrário dos tecidos fabricados com fio de origem vegetal, que apresentam específica afinidade tintorial, possuem um tom menos intenso e sem brilho. Com exceção do jérsei, a maioria dos tecidos utilizados na casa de moda Chanel provém de fibras naturais, tendo uma tingibilidade que produz cores com menor intensidade e brilho.

A isotopia cromática de uma casa de moda origina-se da paridade de duas variáveis. A primeira refere-se à paleta de cores da temporada — que tem um efeito

gerador de sentido de originalidade, enquanto a segunda diz respeito à anaforização dos formantes cromáticos — por meio 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 as cores que caracterizam a casa de moda, homologado pelas oposições de originalidade *versus* tradição. Sobre tal questão, Geraldine afirma que

opondo-se à cartela de tons estáticos, seguida pela maioria das casas de moda, o enunciador inverte os procedimentos habituais de moda, pelos 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 homogeneidade das variantes cromáticas de uma casa de moda pode ser vista, por exemplo, na casa de moda Dior e sua relação com o vermelho. A fixação pelo tom começou pelo batom Rouge Dior, lançado em 1953, depois passou a ser marca dos vestidos de alta-costura da casa de moda. O vermelho tem muitos nomes na casa de moda Dior como: *scream, satan, 7, 9 e 999*. O enunciador do discurso nomeia tais vermelhos buscando um efeito de sentido de fetiche e superstição. Hoje, são mais 1500 nuances que povoam o universo da marca, e Raf Simons continua apostando no poder do *rouge* como estratégia discursiva do discurso vestimentar de seus desfiles de alta-costura e como estratégia para despertar desejo.

A casa de moda Valentino utiliza uma estratégia discursiva semelhante para enunciar a isotopia temática da busca da feminilidade e do romantismo, na qual, o vermelho Valentino é uma anáfora da construção do discurso vestimentar da casa de moda.

Para Udale (2009), é crucial entender a linguagem da cor no design, pois são dados às cores significados subjetivos e simbólicos, os quais se associam às características individuais de cada um. Certos designers são conhecidos pela forma como usam as cores. As casas de alta-moda japonesas que se instalaram em Paris, como a Comme des Garçons e Yohji Yamamoto, costumam utilizar cores escuras diluídas em cartelas, os chamados “quase pretos”. Ao mesmo tempo tem-se o caminho contrário dos tons pastel, que são cores suavizadas com brancos. A estratégia discursiva das casas de alta moda japonesas utiliza do efeito de sentido de subversão cromática por meio da construção inversa do tom pastel. A cor é acrescida de preto, criando uma cartela singular dotada de significação também singular.

A dimensão cromática de Chanel articula-se no uso do preto e do branco, das tonalidades e subtonalidades e dos graus de saturação da cor e de suas nuances. Para Lipovetsky e Roux (2005), o cromatismo de Chanel é particular e tira partido da luz por meio das cores das roupas e dos acessórios. As roupas são apresentadas nos tons bege, azul-marinho, branco ou preto. Os acessórios contam com o ouro dos cintos e dos broches, o cinza das pérolas, o brilho dos diamantes montados na platina e a cor cambiante da pedraria.

O documentário *Signe Chanel* (2005) mostra o processo criativo da casa de moda antes da coleção de alta-costura verão 2004. No episódio 2, a estratégia discursiva no que tange aos formantes cromáticos é exposta durante a confecção de um vestido que foi feito em dourado. Esse vestido foi confeccionado em 12 dias de trabalho manual por uma costureira, mas, quando pronto, o criador da casa de moda, Karl Lagerfeld, rejeita o vestido ao analisar sua cor em relação à da coleção e opta por um caminho mais seguro, pedindo para a costureira refazer o vestido na cor branca. O criador escreve um bilhete para a costureira, dizendo: “Em Chanel, o branco

está sempre em alta". Essa afirmação mostra que a estratégia discursiva cromática de Chanel está sempre focada na continuidade de uma cartela de cores que serve como elemento de identificação instantânea da casa de moda.

Para Udale (2009), as cores bege, azul-marinho, branco e preto são tão básicas que nunca saem de moda e são muito utilizadas no mercado por serem cores que transitam em ambientes e ocasiões diferentes, como trabalho, festas e esportes, entre outras. São cores oriundas do guarda-roupa masculino, e são seguras e sofisticadas.

Assim, a estratégia discursiva é construída na escolha dessas cores, refutando a premissa de que a linguagem da Chanel é construída por meio das oposições de cores que produzem um efeito de sentido de feminilidade. Assim, os formantes cromáticos significantes de trabalho e de masculinidade (bege, azul-marinho, branco e preto) foram escolhidos por estarem associados aos significados contrários, como o luxo e a sofisticação. Essa inversão de plano de construção da estratégia discursiva das cores que sempre aparecerá no discurso vestimentar de Chanel vai dar à casa de moda uma identidade distintiva e singular.

Outra estratégia discursiva da casa de moda Chanel nas coleções analisadas foi o *contraste cromático*, que, para Greimas e Courtés (1979), é uma expressão 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. Nas coleções analisadas, há uma predominância da cartela de cores em tons sóbrios e, em dois ou três looks, existe uma cor intensa e energética, que quebra a estratégia discursiva e reafirma a ruptura da continuidade que Geraldine (2002) salienta sobre a instalação da isotopia temática da busca da liberdade no vestir.

Na coleção de verão 2004 da casa de moda Chanel, entre todos os looks apresentados, o arranjo dos formantes cromáticos segue a anaforização da casa de moda, ou seja, a preponderância do uso das cores preto, branco, bege e azul-marinho, e o contraste aparece em um look em amarelo, com toda a energia que essa cor primária tem. O enunciador engendra um efeito de sentido de evolução e juventude à coleção com essa ruptura por meio do contraste cromático.

Em outra coleção analisada, a do inverno de 2005, também é utilizada a mesma estratégia discursiva: dos 51 looks apresentados, todos tinham o cromatismo do branco e do preto, e apenas três looks tinham o contraste em cores fortes. O enunciador vincula a plasticidade do look ao movimento corporal por meio do contraste cromático e assim faz com que esse look possa articular certa vivacidade à coleção, transformando-se em sujeito do fazer.

A estratégia contrária ao contraste cromático em cores fortes também é muito utilizada nas coleções analisadas. Existem muitos looks apresentados em tons pastel que, apesar de serem tons com ar de inacabamento, como se lhes faltasse a energia das cores primárias, permitem a percepção do modo de vida do sujeito que os veste – denominamos essa estratégia discursiva de "empastelamento". Nesse caso, ele remete ao modo de vida do sujeito que o veste, pois, à medida que essa dimensão é exposta à luz e reage com a pele do sujeito que a veste, funde-se a ele em uma 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 o qual se funde em total conjunção.

A partir das observações feitas, as estratégias discursivas podem ser enumeradas, no que se refere aos formantes cromáticos da casa de moda Chanel:

- Cromatismo: efeito de sentido de descrição, sobriedade e elegância.
- Anáforas (preto, branco, bege e azul-marinho): efeito de sentido de liberdade sexual, masculinidade, trabalho e sofisticação.
- Contraste: efeito de sentido de contemporaneidade, evolução, juventude e ruptura.
- Empastelamento: efeito de sentido de sofisticação, delicadeza e descrição.

O reconhecimento dessas estratégias discursivas das categorias cromáticas foi observado na coleção de verão de 2014 da casa de moda, que apresentou um total de 64 looks e a categoria matéria estava disposta qualitativamente da seguinte maneira: cromatismo (seis looks); anáforas cromáticas: preto, branco, bege e azul-marinho (29 looks); contraste cromático (três looks); empastelamento das cores (29 looks).

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

### Considerações finais

A semiótica, como teoria da significação, fornece uma metodologia a fim de interpretar componentes para re-coser o discurso vestimentar, identificá-lo e analisá-lo no conjunto da manifestação textual. 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 do conhecimento com as quais os seus objetos de estudo o levam a se defrontar em decorrência da especificidade de cada discurso vestimentar.

Regras existiram e sempre vão existir, incluindo a do bem vestir. Entretanto, na contemporaneidade, tais regras são cada vez mais dotadas de fragilidade, por conta de fronteiras nacionais, étnicas, religiosas e sociais, se (con)fundindo incessantemente. É fato que a indústria da moda ainda persiste em seu encaixo e promove a sua exaltação. Entretanto, quando são analisados os princípios ordenadores da casa de moda Chanel e como ela organiza seus modos de visibilidade, é percebida a desregulamentação das relações estabelecidas, enveredando pelo caminho da inversão da hierarquia a fim de construir seu discurso vestimentar singular.

Para a casa de moda Chanel, o questionamento é o processo ordenador que primeiro desestrutura para depois rearranjar e assim edificar o discurso vestimentar da casa de moda. A cada coleção de alta-costura apresentada, a Chanel promove o refinamento do sentido por meio da percepção delicada das fraturas das hierarquias do mundo, utilizadas como ponto de partida para a criação de novas coleções, e apresentando, assim, novas significações no seu discurso vestimentar já conhecido.

[Recebido em: 11/01/2016]

[Aprovado em: 20/02/2016]

### NOTAS

<sup>[1]</sup> Casa de moda: foi escolhido o termo em português para substituir o termo "maison" que, em francês, significa casa. Na alta-costura, a palavra maison é um substantivo utilizado para determinar o local/ateliê onde é produzida e comercializada a alta-costura de determinado criador. Exemplos: Maison Chanel, Maison Dior, Maison Martin Margiela.

<sup>[2]</sup> Conflitos e apaziguantes: termos utilizados por Salles (2009) para indicar situações subjetivas que servem como gestos construtores e gestos destruidores. Tais gestos partem da construção a partir da destruição através de um itinerário recursivo de tentativas envolto em um jogo permanente de estabilidade e instabilidade, em um caminho altamente tenso. O criador desenvolve uma linguagem própria adotando o jogo de conflito *versus* paz em seu processo criativo.

<sup>[3]</sup> Os exemplos apresentados neste trabalho foram retirados das coleções de alta-costura da Chanel apresentadas no período de 2004 a 2014.

<sup>[4]</sup> Estes elementos foram identificados por Floch (2002, p. 86) em seus estudos sobre elementos de identificação instantânea do look Chanel.

<sup>[5]</sup> *Signe Chanel*. Direção: LoicPrigent. Documentário mostrado pela BBC, 2005. Um DVD, quatro episódios (80 min), NTSC, color. Título original: *Signè Chanel*. Em francês, legendado em inglês.

<sup>[6]</sup> O autor escreve esse texto em 1967, quando a ideia de futurismos e os materiais sintéticos estavam em voga nas estratégias discursivas da moda, e Courrèges era referência máxima que expressava tais ideais.

<sup>[7]</sup> Essas características dos tecidos foram construídas com as tabulações de Cunningham (1994) e a descrição técnica se baseou em Pezollo (2007).

## REFERÊNCIAS

- BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento*. São Paulo/Brasília: Ed. Hucitec/Ed. Universidade de Brasília, 1987.
- BARTHES, Roland. O duelo Chanel–Courrèges. In: *Sistema da moda*. Vol.3. Imagem e moda. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- BAUDOT, François. *A moda do século*. São Paulo: Cosac EtNaify, 2002.
- BRANDÃO, Joyce Maria Silveira. Desenho: a materialidade significativa. In: *Caderno de discussão do Centro de Pesquisa Sociosemióticas*. São Paulo, 2003.
- CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo. *Discursos de moda: semiótica, design e corpo*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2005.
- CHARLES-ROUX, Edmonde. *A era Chanel*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.
- CUNNINGHAM, Rebecca. *The Magic Garment: principles of costume design, prospect heights, Illinois*. Waveland Press, 1994([1989]).
- DONDIS, Donis. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- FLOCH. Jean-Marie. *Identitavivise: construirel'identità a partire dai segni*. Introduzione di Giulia Ceriani. [traduzione di Lisa Ranelletti]. 3ª Ed. Milano: Franco Angeli, 2002.
- GERALDINE, Maria Carolina Garcia. *Moda e identidade no cenário contemporâneo brasileiro, uma análise semiótica das coleções de Ronaldo Fraga*. São Paulo, 2002. Dissertação (Mestrado). PUC-SP.
- GREIMAS Algirdas Julien. *Da imperfeição*. Trad. Ana Cláudia de Oliveira. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- GREIMAS, Algirdas Julien; COURTÉS, Joseph. *Dicionário de semiótica*. São Paulo: Cultrix, 1979.
- GREIMAS, Algirdas Julien. *Semiótica figurativa e semiótica plástica*. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de. *Semiótica Plástica*. São Paulo: Hacker, 2004.
- LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. *O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- MERLEAU-PONTY, M. *O visível e o invisível*. Trad. J. A. Gianotti e A. M. d'Oliveira. São Paulo: Perspectiva, 1992, p.113.
- Pastoureu, Michel. *O pano do diabo: uma história das listras e dos tecidos listrados*. São Paulo: Editora Jorge Zahar, 1991.
- PEDROSA, Israel. *Da cor à cor inexistente*. 10ª. ed., 2ª.reimp. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.
- PEZOLLO, Dinah Bueno. *Tecidos: histórias, tramas, tipos e usos*. São Paulo: Senac, 2007.
- PIETROFORTE, Antonio Vicente. *Semiótica visual: o percurso do olhar*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2010.
- SALLES, CECÍLIA. ALMEIDA. *Gesto inacabado: processo de criação artística*. 4ª ed. São Paulo: Fapesp/Anablumme, 2009.
- SIGNE CHANEL. Direção: Loic Prigent. Documentário mostrado pela BBC, 2005. 1 DVD, 4 episódios (80min), NTSC, color. Título original: *Signè Chanel*, francês legendado em inglês.
- UDALE, Jenny. *Fundamentos do design de moda: tecidos e a moda*. Trad. Edson Fumankiewick. Porto Alegre: Bokman, 2009.
- USPENSKII, Boris Andreyevich. Elementos estruturais comuns às diferentes formas de arte. Princípios gerais de organização da obra em pintura e literatura. In: SCHNAIDERMAN, B. *Semiótica russa*. São Paulo: Perspectiva, 1979.
- VICENTINI, Claudia Regina Garcia. *Estudos semiótico das lingerie na construção dos regimes de visibilidade da mulher brasileira*. São Paulo, 2005. Dissertação (Mestrado). PUC-SP.
- WÖLFFLIN, Heinrich. *Conceitos fundamentais da História da Arte*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.