



UNIVERSIDADE
ESTADUAL DE LONDRINA

FABIO HENRIQUE CIQUINI

**SUA VE REBELDIA:
COMO A VISUALIDADE NA MODA CONTEMPORÂNEA SE
APROPRIA DA ESTÉTICA DO MOVIMENTO PUNK**

Londrina

2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

FABIO HENRIQUE CIQUINI

SUAVE REBELDIA:
COMO A VISUALIDADE NA MODA CONTEMPORÂNEA SE
APROPRIA DA ESTÉTICA DO MOVIMENTO PUNK

Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado em Comunicação da Universidade
Estadual de Londrina, como requisito parcial à
obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Miguel Luiz Contani

Londrina

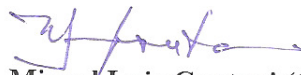
2010

FÁBIO HENRIQUE CIQUINI

**SUAVE REBELDIA: COMO A VISUALIDADE NA MODA
CONTEMPORÂNEA SE APROPRIA DA ESTÉTICA DO
MOVIMENTO PUNK**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em
Comunicação da Universidade Estadual de Londrina,
como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

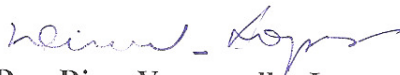
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Miguel Luiz Contani (Orientador)
Universidade Estadual de Londrina



Prof. Dr. Lauro Frederico Barbosa da Silveira
Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Marília – SP)



Profa. Dra. Dirce Vasconcellos Lopes
Universidade Estadual de Londrina

Londrina, 27 de julho de 2010.

Dedico este trabalho a meus pais, Jaime e Vilma pelo carinho, compreensão e incentivo de sempre, a minhas irmãs Cristiane, Josiane

*e Leyliane, e a meus sobrinhos Diego,
Nathalia, Bianca, Ana Luiza e Thiago.*

AGRADECIMENTOS

Ao amigo e orientador Miguel Luiz Contani, pela paciência, perseverança e crença na confecção deste trabalho.

A professora Dirce Vasconcellos Lopes, responsável pela minha iniciação científica e que colaborou diretamente para essa pesquisa.

Ao professor Alberto Carlos Augusto Klein pelos ensinamentos ao longo do curso e pelas preciosas sugestões no exame de qualificação.

A minha família, por compreender o meu silêncio em frente a uma tela de computador durante meses.

A minha namorada Dani, que em tão pouco tempo compreendeu o significado dessa etapa em minha vida e por me emprestar sua calma e silenciosa casa.

Aos amigos Cibié, Carol Avansini e Karla Matida. Os primeiros por acreditarem na seriedade de um trabalho que envolve os punks, (os litrões não foram em vão!) e a última, por prontamente me enviar imagens para a conclusão da pesquisa.



1

Vai-se o homem, fica o efeito do signo...

¹ Ícone referencial a Michael Jackson. <http://www.poucaspalavras.wordpress.com>, 15/06/2010

CIQUINI, Fabio Henrique. *Suave rebeldia*: como a visualidade na moda contemporânea se apropria da estética do movimento Punk. Dissertação de mestrado (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina 2010.

RESUMO

Este trabalho analisa a apropriação dos signos de rebeldia do movimento punk na visualidade da moda contemporânea. Por meio de um método em que se identifica o efeito do signo, sua capacidade de transmutar formas e ao mesmo tempo manter sentimentos evocados, demonstra-se que parte da rebeldia que marcava os punks na década de 1970 é evocada na visualidade de algumas coleções de moda atuais. Foram coletadas e analisadas imagens fotográficas do período entre 1974 e 1976 da cena punk de Londres e imagens de coleções de moda mais recentes, que têm por inspiração aquele movimento jovem inglês. Utilizou-se como fundamentação a teoria dos signos de Charles Sanders Peirce, os conceitos de similaridade e contiguidade, o de funções da linguagem de Roman Jakobson e fundamentos de estética, esta última também inspirada em Peirce. Com relação à moda, foram abordados os aspectos de transitividade entre épocas e a mutabilidade que lhe é característico provocar. Sobre o punk, foi consultada bibliografia de caráter histórico descritivo do movimento. O resultado permite afirmar que embora muito do que a moda expressa hoje sejam signos suavizados e transmutados, estes são fortes no sentido de preservar a mesma sensação de rebeldia e choque que outrora, no movimento punk, foram considerados ultrajantes. Uma contribuição pretendida é também a de enunciar um procedimento para leitura de imagens e enriquecer o debate sobre metodologias já existentes.

Palavras-chave: Estética punk, linguagem visual, signo, visualidade na moda, fotografia.

CIQUINI, Fabio Henrique. Mild rebellion: how visuality in contemporary fashion appropriates the aesthetics of punk.2010. Dissertation. (MD in Communication)-Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2010

ABSTRACT

This study examines the appropriation of signs of rebellion of punk movement in the visual aspects of contemporary fashion. By means of a method that identifies the effect of the sign, its ability to transmute ways while maintaining feelings evoked, it is demonstrated that part of the rebellion that marked the punks in the 1970s is evoked in some visual collections in current fashion. There have been collected and analyzed photographic images of the period between 1974 and 1979 of the London punk scene and images from the latest fashion collections, which inspiration comes from punk. A fundamental basis was drawn from the theory of signs of Charles Sanders Peirce, the concepts of similarity and contiguity, the functions of the language by Roman Jakobson and grounds of a Peirce inspired aesthetics. In fashion aspects, transitivity between seasons and the mutability characteristic of fashion were discussed. About punk, a historical bibliography depicting the movement was consulted. The result can state that although much of that fashion today expressed are signs transmuted, the sensation of shock and rebellion is preserved. It is the same sensation that once, in punk movement was considered outrageous. A contribution is also intended to lay down a procedure for image reading and enrich the debate about existing methodologies.

Key words: Punk's aesthetic, visual language, sign, fashion's visual, photography

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|---|----|
| Figura 1 – New York Dolls | 16 |
| Figura 2 – Ramones..... | 16 |
| Figura 3 – Johnny e sua gangue pela estrada | 17 |
| Figura 4 – Sex Pistols no lixo..... | 17 |
| Figura 5 – Reprodução Daily Mirror..... | 18 |
| Figura 6 – Punks na calçada | 18 |
| Figura 7 – Montagem Rainha Elizabeth II e bandeira inglesa | 19 |
| Figura 8 – Vivienne Westwood em sua loja SEX | 19 |
| Figura 9 – The Clash | 20 |
| Figura 10 – Thomaz procura o cadáver..... | 22 |
| Figura 11 – Au bord de la mer..... | 29 |
| Figura 12 – Manifestante perseguido | 29 |
| Figura 13 – À l’heure de l’observatoire, les amoureux..... | 30 |
| Figura 14 – Dali Atomicus | 30 |
| Figura 15 – Round the clock | 31 |
| Figura 16 – Mainbocher corset..... | 31 |
| Figura 17 – Lelong bathing suits | 31 |
| Figura 18 – mulheres fazem fila para votar..... | 31 |
| Figura 19 – Editorial de moda punk | 41 |
| Figura 20 – Editorial de moda punk | 42 |
| Figura 21 – Propaganda Campari | 48 |
| Figura 22 – Propaganda Campari | 48 |
| Figura 23 – Caricatura Carlos Drummond de Andrade..... | 49 |
| Figura 24 – Pintura de Modigliani..... | 49 |
| Figura 25 – Charge Dilma Rousseff..... | 50 |
| Figura 26 – Fotografia Dilma Rousseff..... | 50 |

| | |
|---|----|
| Figura 27 – Texto de Pedro Nava..... | 51 |
| Figura 28 – Texto de Marcel Proust..... | 51 |
| Figura 29 – Expressões utilizadas para fazer referência à morte | 52 |
| Figura 30 – Diagrama representativo da ação do signo | 56 |
| Figura 31 – Quadro esquemático interpretantes..... | 60 |
| Figura 32 – Diagrama Ciências Normativas | 62 |
| Figura 33 – Evento Fashion Rio..... | 64 |
| Figura 34 – Integrantes do contingente de Bromley | 64 |
| Figura 35 – Elementos icônicos e simbólicos nas figuras 33 e 34..... | 67 |
| Figura 36 – Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 33 e 34..... | 68 |
| Figura 37 – Vivienne Westwood..... | 70 |
| Figura 38 – Editorial de moda punk..... | 70 |
| Figura 39 – Elementos icônicos e simbólicos nas figuras 37 e 38..... | 71 |
| Figura 40 – Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 37 e 38 | 72 |
| Figura 41 – New York Dolls | 73 |
| Figura 42 – Fashion Rio | 73 |
| Figura 43 – Elementos icônicos e simbólicos nas figuras 41 e 42..... | 74 |
| Figura 44 – Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 41 e 42..... | 74 |
| Figura 45 – Punks..... | 76 |
| Figura 46 – Fashion Rio | 76 |
| Figura 47 – Elementos icônicos e simbólicos nas figuras 45 e 46..... | 77 |
| Figura 48 – Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 45 e 46..... | 78 |
| Figura 49 – Panfleto Sex Pistols..... | 79 |
| Figura 50 – Propaganda do perfume Madame | 79 |
| Figura 51 – Elementos icônicos e simbólicos nas figuras 49 e 50..... | 80 |
| Figura 52 – Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 49 e 50..... | 81 |

SUMÁRIO

| | página |
|---|--------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 01 |
| 1.1 Situação problema..... | 02 |
| 1.2 Objetivos..... | 03 |
| 1.2.1 Geral..... | 03 |
| 1.2.2 Específicos..... | 03 |
| 1.3 Metodologia..... | 03 |
| 1.4 Descrição de capítulos..... | 08 |
| 2. PUNK, BREVE HISTÓRICO | 10 |
| 2.1 Crise econômica..... | 14 |
| 2.2 Imagens da rebeldia..... | 16 |
| 3. FOTOGRAFIA E SUAS REPRESENTAÇÕES..... | 21 |
| 3.1 Fotografia de moda..... | 25 |
| 3.2 Entre o real e o imaginário..... | 29 |
| 4. MODA E SUA ICONICIDADE..... | 33 |
| 4.1 Breve histórico..... | 34 |
| 4.2 A operância da significação na moda..... | 36 |
| 5. LINGUAGENS E SUAS POSSIBILIDADES..... | 43 |
| 5.1 Alinhamentos por similaridade e contiguidade..... | 47 |
| 5.2 Tríades peirceanas e a proximidade com os fenômenos..... | 55 |
| 5.3 Especificidades do objeto e do interpretante..... | 57 |
| 5.4 A primeiridade no signo estético | 60 |
| 6. TRANSMUTAÇÃO DE FORMAS ENTRE O MOVIMENTO PUNK E A MODA CONTEMPORÂNEA..... | 64 |
| 6.1 Análise 1 Catwomen..... | 64 |
| 6.2 Análise 2 A estilista toda punk..... | 70 |
| 6.3 Análise 3 Selvagens..... | 73 |
| 6.4 Análise 4 Alfinetes de segurança..... | 76 |
| 6.5 Análise 5 Beijo..... | 79 |
| 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 83 |
| REFERÊNCIAS..... | 86 |

1 INTRODUÇÃO

O movimento contracultural das décadas de 1960 e 70 pode ser brevemente descrito como um conjunto de atitudes práticas e/ou políticas que visava a afrontar, polemizar e chocar os costumes sociais tradicionais até então vigentes. Dentre as manifestações de contracultura pode-se destacar o movimento hippie na década de 60 e, no seguinte decênio, o movimento punk, cujas manifestações de linguagem visual como vestimentas e acessórios eram diametralmente opostas a tudo a que a sociedade estava acostumada. Calças rasgadas, camisetas manchadas, peças de tecidos sintéticos que imitavam pele de animais e acessórios como alfinetes e *bottons* compunham o visual anticonvenção dos punks, que também expressavam seu descontentamento com uma música rápida e simples.

Mesmo com o passar da explosão punk de meados da década de 1970, na Inglaterra, o movimento continuava a se difundir nas principais metrópoles do globo. Jovens de Nova York, Berlim, Amsterdã, Tóquio e São Paulo expressavam sua rebeldia – cada qual à sua maneira, tendo em comum a demonstração de uma estética visual de choque – os cabelos espetados como índios moicanos, calças em couro e blusas rasgadas. O punk se mundializava incorporando elementos peculiares de cada cultura que visitava, mas preservando o cerne de sua filosofia: afrontamento permanente e choque pela visualidade. A partir da década de 90, *pipocam* butiques nos grandes centros urbanos vendendo acessórios e roupas características dos punks. O que antes era vil e de extremo mau gosto agora é vendido quase como item indispensável no guarda-roupa. É nesse aspecto que o assunto se transforma numa questão de linguagem a merecer estudo. Surgem perguntas: Qual (ou quais) os fatores responsáveis por essa mudança? A utilização de determinado vestuário faz com que indivíduos incorporem e façam emanar sensações evocadas pelas peças que o compõem? E ainda, em que medida a roupa, por si só, é potente o suficiente para veicular uma estética? Que sensações (revoltosas, no caso do punk) efetivamente vêm à tona? Existe, de fato, rebeldia nessas peças? Mesmo em épocas diferentes, é possível vivenciar sensações similares?

Um conjunto de pressupostos emerge, o primeiro dos quais apontando que é real o sentir-se participante de uma rebeldia pelo simples fato de adotar uma estética visual

de choque na vestimenta. Há a sensação de transgredir o que a sociedade estabelece, mesmo sem nunca ter saído às ruas e participado de protestos, ou sem que se esteja envolvido em ações políticas para se contrapor a ideias. A *sensação*, termo que será mais profundamente caracterizado ao longo deste trabalho, pode ser comprada, repassada e evocada. O sistema econômico contra o qual um determinado movimento se volta, absorve, como numa espécie de refluxo, o conteúdo das peças produzidas e o que delas se desprende. Quem traja atualmente a roupa de inspiração punk não a inventou e nem foi contemporâneo do movimento. No entanto, é como se o sistema lhe perguntasse: - *Quanto de rebeldia você quer sentir?* - *Então vai-lhe custar xis*. Isso acontece por que o ser humano pensa e sente por meio de signos – e signos se transmutam. As roupas dos protagonistas do movimento se desgastavam pelo tipo de uso que delas era feito. O processo era espontâneo e gerava uma forma de visualidade: algo roto, esfarrapado, rasgado, danificado, sujo. Hoje essa visualidade “vem-de-fábrica” preservando, em extensão variada, o teor emanado pela peça original.

1.1 SITUAÇÃO-PROBLEMA

Na contemporaneidade, espetacularizar é uma avidez, assim como levantar bandeiras e passar a ser aceito ou vincular-se a um grupo ou a um modo de vida. A facilidade de comunicação por meio do signo visual é marcante: o olhar identifica, e quase instantaneamente seu protagonista é acometido de uma impressão oriunda de comparação, seguida de um julgamento do que observa. “- Olha, ele parece um mendigo” ou “- Que pessoa diferente, parece um hippie”. Quando um evento de moda, promove um desfile em que essa condição aparece como tema, ocorre, provavelmente em decorrência, dentre outros fatores, da “glamourização” própria desse ambiente, uma *suavização*, nem sempre aparente, que se instala, interfere, altera e modifica – porém não expulsa o conjunto de sensações evocadas por aquela presença.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Geral

Analisar a influência da estética visual punk na moda dos dias de hoje, por meio de suporte fotográfico e enunciar o tipo de signo responsável pela evocação suavizada de uma rebeldia que se exerce pelo simples olhar uma imagem e pelo trajar uma peça de vestimenta.

1.2.2 Específicos

- Identificar e analisar fotografias que exemplificam a estética caótica e rebelde do punk, do período de 1974 até o início da década de 1980, época de maior amplitude do movimento em Londres.
- Descrever as principais características visuais das indumentárias e também dos acessórios da época, apontando similaridades com peças contemporâneas e o processo que as transforma em signos aptos a preservar a ideia de rebeldia e transgressão.
- Apresentar, por meio de uma tipologia semiótica, a composição dos elementos suavizadores presentes nesses signos que, ao mesmo tempo que lhes confere um diferencial, não lhes anula o efeito.

1.3 METODOLOGIA

Serão analisadas imagens (fotografias) do movimento punk e da moda contemporânea, entre elas um anúncio de perfume. As fotografias serão dispostas lado a lado de forma a possibilitar comparação entre os elementos similares, e realizar inferências a partir dessas imagens, com o auxílio de ferramenta analítica construída para identificar, no

universo dos interpretantes, os elementos responsáveis pela suavização e sensações evocadas.

No momento de identificar os aspectos de similaridade entre indumentárias, será ressaltado que as peças contemporâneas mantêm as mesmas sensações evocadas com a estética punk (segundo pressuposto). Estas últimas se pretendem veículos estéticos tanto quanto suas antecessoras, ainda que de forma atenuada, suavizada. Explica-se: Uma peça que traz uma estampa ou acessórios que sugerem a estética punk referencia o movimento, de um modo diverso, pois provavelmente o tecido é de melhor qualidade ou o corte é mais bem acabado, dentre outros aspectos. Não deixa, no entanto, de evocar a mesma rebeldia, jovialidade e desalinho que a peça originária do punk trazia consigo. O terceiro pressuposto emerge neste ponto: imagens semelhantes produzem evocações semelhantes. Antes, o fragor de uma rebelião juvenil e a estética do caos e do desalinho, hoje as mesmas sensações de desalinho e rebeldia, veiculadas em peças com o mesmo desenho ou ilustração de idêntico motivo.

As alterações que se observarão nas imagens analisadas, a transmutabilidade dos objetos e a permanência de um componente mental que evoca as mesmas sensações da estética do punk serão abordadas como trânsito de formas e permanência de sensações. Essa busca de identificar variações dos objetos e permanência do sentir, é tarefa analítica que se pode colocar a cargo da teoria dos signos do filósofo e matemático norte-americano Charles Sanders Peirce. Entre os muitos aspectos de sua arquitetura filosófica está a semiótica, ciência que estuda todos os tipos de signo e sua ocorrência nos fenômenos. Ele descreve também o processo de semiose, que é a ação permanente do signo em se desenvolver num outro –, importante aqui para compreender o que terá ocorrido com o signo de rebeldia no momento em que desponta numa passarela de desfile de moda. Fundamental também para esta investigação será sua teoria dos Interpretantes dividida de maneira triádica e que correlaciona elementos emocionais, energéticos e lógicos. Como quarto pressuposto, têm-se então que nos já mencionados suavizadores haverá preponderância do interpretante emocional. A fotografia opera como substrato e tem suas características sempre reavaliadas. Por ser capaz de trazer à tona a presentidade, aqui ajuda a tornar algo passado em algo presente e promover o recorte de um evento e de uma época, possibilitando sempre o componente imaginário.

O procedimento terá os seguintes passos:

- Observar o fenômeno;
- Explorar o poder do signo;
- Acompanhar o percurso dos interpretantes;
- Buscar a lógica interna das relações do signo;
- Os inevitáveis recortes arbitrários serão estabelecidos no diálogo com o objeto;
- Ter-se-á em conta que o signo nunca é exclusivamente de um tipo. Na verdade, possui predominância de um aspecto.
- Do mesmo modo, considera-se que não há um critério apriorístico que determine como uma dada semiose funciona;
- Em análise semiótica, está-se sempre na posição de interpretante e por isso mesmo, falível.

A essência da tradução reside no ícone como signo estético: ele é uma possibilidade, pode ser análogo a outra coisa, opera por similaridade. O que acontece num processo de Tradução Intersemiótica (TI) é que o signo (substituto do ‘original’) aponta para seu objeto, referenciando suas analogias e paralelismos. Deve-se buscar nas TI’s um processo inventivo cujo teor seja um produto estético novo, que mantém relações de analogia e similaridade com seu signo original. “Traduz-se sob o signo da invenção” (PLAZA, 2001 p. 33). Quando se pensa que em duas imagens fotográficas com similaridade, uma pode exercer tradução da outra, o que ocorre é uma invenção que desmonta e reconstrói:

A operação tradutora como trânsito criativo de linguagens nada tem a ver com a fidelidade, pois ela cria sua própria verdade e uma relação fortemente tramada entre seus diversos momentos, ou seja, entre passado-presente-futuro, lugar-tempo onde se processa o movimento de transformação de estruturas e eventos. (PLAZA, 2001. p 1)

Pela profusão de usos que tem recebido, a noção de símbolo tende a perder sua essência. A definição de Charles S. Peirce é precisa: o símbolo é um signo cuja essência reside em seu caráter de lei ou hábito adquirido. A fim de explicitar os componentes desse tipo específico de signo, Santaella (2007), percorre essa definição caracterizando os componentes do símbolo, sendo um dos conceitos principais o de que é lei; a lei não é fixa – ela funciona “como uma força que será atualizada” (SANTAELLA, 2007, p. 129), mantendo

uma regularidade definida, mas para que isso aconteça, ela precisa tornar-se concreta, existir, corporificar-se em fatos que são particulares. A lei, portanto, condição *sine qua non* para a representação simbólica, é geral e atualiza-se nos fatos (particulares) que governa.

O chamado signo de lei, ou legi-signo tem um poder inato de gerar interpretantes, estes se referindo a um dado objeto. A linguagem verbal é um exemplo recorrente de sistema de legi-signos e atualiza-se naquilo que Peirce chama de réplica, que é a sua manifestação. Uma palavra como “televisão” é símbolo, pois traz consigo toda uma lei geral que no seu interpretante se desvela. Toda vez que se pronuncia essa palavra, uma série de convenções e conceitos são trazidos à baila. Esses pronunciamentos são réplicas, atualizações da lei ou hábitos adquiridos, pois essa palavra dita há 20 anos ou daqui a 5 anos carrega as convenções e conceitos do que é a televisão, mas também conceituações novas e com algumas distinções podem ocorrer no futuro, é o que se chama de atualização da lei geral.

No que tange à moda punk contemporânea, diz-se que ela se expressa simbolicamente, pois a lei geral característica do símbolo é evocada. A mesma rebeldia e choque dos anos 1970 é trazida por esse caráter de lei do símbolo, e os fatores de suavização presentes em peças contemporâneas, que diferenciam em alguns aspectos essas roupas, são atualizações da lei geral, mas que continua expressando rebeldia e desalinho. A réplica atualiza e corporifica o legi-signo, mantendo certas convenções, inclusive sociais, pois sua utilização depende do uso que a comunidade faz dele. Como explica Santaella (2007 p.131) “por mais variações qualitativas que possam existir nas manifestações concretas, nas réplicas orais ou escritas de uma palavra ou de um padrão frasal, elas sempre se conformarão a uma invariância que é a da palavra ou do padrão como lei.” A essência da lei geral nos símbolos explica, pois, a ocorrência da significação mesmo em línguas mortas. Elas não mais existem, mas sua denotação é trazida pela lei, pela convencionalidade imputada e arbitrária. Como componentes do símbolo estão sua parte indicial e icônica, responsáveis por uma parcela da significação ao evocar conceitos e *iconicizar*, nesses casos, leis gerais que se corporificam numa ocorrência, num sin-signo, numa particularidade, num signo indicial.

Sendo o símbolo um signo que traz consigo uma lei geral ou hábito adquirido - pois há nele essa característica do ícone - para uma particularidade e ocorrência específica (réplica), há, nos interpretantes do símbolo, uma regularidade associativa,

internalização dos interpretantes devido ao caráter de lei imputado. “Esses hábitos ou regras que Peirce chamou de interpretante lógico” (SANTAELLA, 2001, p.266). Os legi-signos simbólicos dicentes possuem componente icônico e indicial. O penteado moicano dos punks, por exemplo, tornou-se, por meio das convencionalidades e hábitos adquiridos, um símbolo de rebeldia. A conexão real entre o penteado e a ideia de rebeldia tem caráter de lei. Como última categoria encontra-se o legi-signo simbólico, ou legi-signo argumental, o signo do discurso racional, da conexão de ideias e pensamentos.

Pode-se dizer que as funções da linguagem permeiam o tempo todo as comunicações. Independentemente da linguagem, seja ela visual, tátil, verbal, ou outra, sempre se opta, mesmo que inconscientemente, por uma das funções. Elas enaltecem um aspecto da mensagem, do código, do canal; a opção por uma delas destaca o que se quer transmitir, mas nem por isso há exclusão de outras funções. Ocorre que, na maioria das situações, trabalha-se um aspecto da linguagem, seja ela faticidade, conatividade, emotividade ou outro, e um (uns) ou outro(s) também estão presentes, mas com uma evidência menor. Transpondo as funções da linguagem exemplificadas, na maioria das vezes, com situações verbais, para as imagens, têm-se as mesmas operações de funcionalidade, só que atuando sobre um novo código. A fotografia, as artes visuais em geral, possuem alguns elementos no seu compósito que se destacam. Uma expressão da pessoa fotografada, um gesto, a escolha do preto e branco e não da cor, ou vice-versa, o enquadramento –, todos esses aspectos valorizam um ou outro referencial da linguagem na imagem, como emotividade, referencialidade ou as outras funções.

Os meandros da comunicação poética nesta pesquisa, no entanto, ganham especial atenção, pois são auxiliados nos procedimentos explicativos e possibilitam inúmeras combinações de linguagem, como a sobreposição visual/sonora e outras. Segundo Pignatari (2004) na linguagem de ideogramas, procura-se mostrar a coisa em si, sem dizer o que ela é, e a poesia também deve adotar essa perspectiva. As múltiplas conexões que a linguagem poética proporciona articulam variantes de significado distintas: na poesia, especificamente, pode oferecer, ao leitor, uma gama de possibilidades interpretativas, que também é encontrada nas artes visuais e plásticas. Para o autor, o (bom) poema deve criar modelos de sensibilidade; ele não se esgota em si, pois o poeta trabalha a linguagem como um ser vivo, criando e recriando o mundo, e essa deve ser também a proposta de um bom artista visual (PIGNATARI, 2004)

1.4 DESCRIÇÃO DOS CAPÍTULOS

O segundo capítulo traça um panorama histórico do movimento punk com a pretensão de oferecer uma abordagem referencial para nela localizar os elementos de rebeldia expressos por imagens. A estética do rasgão, os cabelos espetados e multicoloridos, as roupas mal acabadas, os alfinetes espetados no rosto, peças femininas em homens e vice-versa, o comportamento transgressor e de choque do movimento são componentes importantes para compreender essa pesquisa, pois são elementos que serão de certa forma transferidos para um outro cenário completamente diferente da cena punk.

O terceiro capítulo fornece uma visão a respeito da fotografia, suas características e evolução, de que maneira ela opera sua significação e permite a “criação” de novas realidades e possibilita a construção de um imaginário onde imagens nascem e se dissipam. Descreve-se sua configuração na área de moda, dando ênfase a sua capacidade de evocar elementos para além do que está expresso visualmente. Ela permite a “criação” de imagens entremeantes, é metonímica pois sua singularidade tem validade pelo todo, alça a mundos oníricos e traz consigo presentidade.

O quarto capítulo mostra um breve panorama histórico da moda e discutirá sua ciclicidade, no imaginário articulado pelo binômio fotografia e moda, a capacidade de comunicar da roupa assim como a de agregar valores. Este capítulo visa discutir as características da moda, a maneira como se projeta e permite ao imaginário diversas inferências. Sua natureza efêmera e de sedução é explanada, assim como sua intencionalidade comunicativa, ou em alguns casos, panfletária. As possibilidades de *links* e associações que a moda contemporânea realiza é reflexo da sociedade atual e de sua própria ciclicidade característica, o que permite que peças sejam revisitadas e dispostas de uma maneira diferente das que já foram utilizadas numa outra época.

O quinto capítulo oferece um direcionamento teórico-metodológico no que concerne à linguagem e suas funções, ao estudo do interpretante do signo, sua tradução e transmutação de formas e conseqüentemente a elaboração de uma equação relacional que permita a análise de imagens. Ao caracterizar os estudos da linguagem, este capítulo define os elementos pelos quais se torna possível correlacionar os fatores que levam à transmutação

de formas e possibilita visualizar o como estas também transportam qualidades de sentimento e articulam a função poética. A abordagem semiótica terá, dentre outras finalidades, a de situar a terminologia e os conceitos dentro dos quais se pretenderá responder, no sexto capítulo, à questão fundamental de como uma estética (a da moda atual) se apropria de outra (a do movimento punk) tendo como suporte a fotografia.

2 PUNK, BREVE HISTÓRICO

A efervescente década de 1960 viveu a plenitude do movimento contracultural. As mobilizações de jovens contra o Estado, como por exemplo os hippies que se opunham à guerra do Vietnã, o movimento pelos Direitos Civis e os jovens franceses participantes do maio de 68 são demonstrações de que a contracultura estava presente, principalmente nos Estados Unidos e Europa. Os protestos e manifestações eram realizados em conjunto, pois já existiam diretrizes estéticas responsáveis por aglutinar os participantes. Dentre essas manifestações pode-se destacar o punk na década de 1970, com origens nos Estados Unidos na década de 60 e inspirações cinquentistas.

A febre jovem americana lançou moda aos quatro cantos do globo. Desde o filme *O selvagem* de 1953, protagonizado por Marlon Brando – que interpretava um delinquente juvenil, rebelde, vestindo sua jaqueta de couro – jovens do mundo todo queriam ser como Brando e depois, James Dean e Elvis Presley. A rebeldia, desfaçatez e despojamento desses artistas encorajava, mostrava aos jovens que eles não precisavam ser o que os pais quisessem, que poderiam ter voz ativa e falar por eles e principalmente serem socialmente diferentes. Essas dissonâncias que fogem ao tradicionalismo social, segundo Pereira (1992, p.20), “reaparecem de tempos em tempos, em diferentes épocas e situações, e costumam ter um papel fortemente revigorador da crítica social”.

Já em meados da década de 60, com essa ânsia juvenil de se distanciar cada vez mais do burocrático mundo adulto, jovens de Nova York frequentam festas regadas a rock & roll e drogas sintéticas. Interessava a eles o escárnio de si próprios e um constante estado de brincadeira; não havia nenhum tipo de ideologia política, havia apenas a reunião em bandos, bebedeiras, drogas e música. Uma exacerbação da rebeldia e da conduta rock & roll, cerne aglutinador da massa juvenil integrante dessa cena, que procurava cada vez mais simplificar a música que produziam e ouviam. Já no ano de 1975, o adolescente novaiorquino Legs McNeil e seu amigo cartunista John Holmstron decidem lançar uma revista sobre as coisas de que gostavam, como bebedeiras, cheeseburgers, sexo, filmes B de terror e principalmente rock & roll. Em *Mate-me por favor* (2004), McCain e McNeil relatam que Holmstron os convencera a lançar a revista, pois assim poderiam beber de graça em festas e shows de rock.

Malcolm McLaren, empresário inglês de bandas punks, e que vivia na conexão entre Londres e Nova York, percebe à época, que os jovens nesta cidade são diferentes dos ingleses, e decide “importar” alguns elementos de rebeldia característicos dos novaiorquinos para os ingleses. As roupas pretas, jaquetas de couro e calças rasgadas foram imitadas pela esposa de McLaren, Vivienne Westwood e comercializadas na loja do casal. Jovens ingleses passam a comprar as peças e incrementá-las com novos adereços como alfinetes de segurança para compor seu visual de rebeldia, que foi amplamente difundido pelas peças da loja SEX de Westwood e McLaren e, num segundo momento potencializado pela música. A cena jovem rock americana foi levada para a Inglaterra, não acontecendo espontaneamente como do outro lado do atlântico. Os jovens ingleses, em sua maioria, não sabiam do cenário rock estadunidense e literalmente compravam a ideia do empresário inglês.

McLaren foi além: juntou alguns rapazes que ficavam sem fazer nada em sua loja, deu-lhes algumas peças de roupa e montou uma banda punk, expressão latente de rebeldia na época. O teste de seleção para o vocalista foi realizado numa jukebox; o vencedor atendia pelo nome de John Lyndon, posteriormente “rebatizado” de Jhonny Rotten (João Podre), jovem desempregado e com o nariz quebrado, o que permitia um efeito anasalado em sua voz quando cantava. Totalmente fora dos padrões, mesmo quando comparada a outros grupos ingleses de rock & roll da época, a banda de McLaren adota o nome de Sex Pistols. Somente a palavra “Sex” no nome da banda já era motivo de repúdio pela sociedade, que também execrava o visual grotesco, as músicas, letras e o comportamento do grupo, um dos mais enfáticos representantes do punk inglês. Esses jovens que vestiam símbolos punks da cabeça aos pés dirigiam à sociedade as piores provocações. Uma ironia única que beirava à violência e consubstanciava-se numa revolta niilista anti-social. “We’re into chaos, not into music²” (BOLLON, 1992, p.135).

A revolta contra tudo e contra todos se transformava em ações, que antes mesmo de serem realizadas, já assustavam, pois o visual punk incomodava, era totalmente oposto ao que a sociedade conhecia por indumentária. No final do ano de 1976, os Pistols foram a um programa de tevê, transmitido pela emissora local “Thames Television”, e apresentado por Bill Grundy. Entre arrotos, blasfêmias, bananas e caretas que os rapazes e o pessoal do Bromley Contingent - que os acompanhavam - faziam no palco, ouviram-se,

² Numa tradução livre, “nós queremos o caos, não a música”

provavelmente, os primeiros palavrões pronunciados na tevê britânica. Johnny Rotten diz “*shit*” e o anfitrião continua provocando os Pistols para que continuem dizendo “coisas ultrajantes”, algo que a banda faz tranquilamente chamando Grundy de velho idiota, sujo e perverso. A repercussão da entrevista³ foi quase imediata: jornais da capital estampavam manchetes como “The filth and the fury”⁴ e fotos do apresentador constrangido com a situação. A partir desse episódio, a nação inglesa conheceu os punks, que se tornaram “inimigos sociais”, dos bons costumes e da família.

A proliferação de bandas punk na Inglaterra só aumentava, pois com elas, os jovens manifestavam e se aglutinavam em torno de suas opções estéticas. Se o Sex Pistols manifestavam toda a virulência e desfaçatez social com xingamentos, provocações, visual perturbador e uma música rápida e cheia de distorções, a banda The Clash não caminhava exatamente pelo mesmo caminho da rebeldia. Esta também enveredava por uma estética punk, mas o que os tornava distintos era o conhecimento musical muito mais amplo que as outras bandas punks do período. Não ostentavam símbolos polêmicos como suásticas nazistas e alfinetes de segurança, sua rebeldia era sim esteticamente representada pelas roupas, mas também fortemente veiculada pelo conteúdo político das letras e pela musicalidade, muito mais abrangente e que se utilizava de ritmos como o dub, reggae de raiz e do jazz, algo que raríssimos grupos da época utilizavam como influência.

Havia algo em relação ao Clash, pelo menos em disco, que transcendia a linha traçada pelos Pistols. Sem abandonar a simplicidade e a agressividade do punk, o Clash exibia maior conhecimento musical. Sua formação de duas guitarras dava mais textura às canções, Simonon abandonou o bordão tônico na oitava nota para obter partes de baixo mais sincopadas, fortes e melódicas, e Chimes usava mais pratos para colorir seu som de bateria. Como instrumentistas eles eram melhores e suas escolhas musicais foram mais interessantes – pequenos detalhes como a harpa e os *fills* de guitarra-soul no estilo Cropper em *Garageland* e palmas paradas em *Remote Control* são indícios. (FRIENDELER, 2005,p.361)

Politicamente, a banda possuía uma visão de esquerda, sendo que várias de suas canções falavam de desemprego, questões raciais, alienação, funcionários mal pagos, e criticavam também a aristocracia e a monarquia, mas sem evocar luta armada ou guerrilha. No início dos anos 1980, esse posicionamento é evidente com o lançamento do disco *Sandinista!*, em que a banda trata da revolução Sandinista na Nicarágua e da queda do ditador Anastasio Somoza. O The Clash participou também de festivais como a Liga Anti-Nazista

³ Entrevista da banda Sex Pistols no programa do canal tevê Tamisa. Disponível em <http://www.youtube.com>. Acesso em 12/08/2009.

⁴ Numa tradução livre “A imoralidade, e a fúria”

para que todos entendessem que eles não estavam atrelados a esse tipo de sectarismo ideológico, já que parte da imprensa e população os acusava de uma banda de manobra de políticos direitistas. Combativos, mas não niilistas, o Clash não disseminava o “No future⁵” dos Sex Pistols. Estes não enxergavam opção alguma para os jovens e para a sociedade inglesa, que estava estática em sua monarquia aristocrática, enquanto aqueles criticavam esse cenário, mas ao menos tentavam apontar soluções para os problemas.

A maior influência para a formação das bandas punks inglesas, no entanto, nasceu no bairro de Forrest Hills, em Nova York. Os Ramones são autênticos representantes do punk rock norte-americano, muito menos preocupado com questões sociais e mais ligado à diversão dos jovens. “Um delinquente juvenil, outro filho de imigrantes húngaros, um terceiro filho de alcoólatras e o último, alto feio e desengonçado”, essa era a composição da banda inspiração e modelo para os ingleses. (BARCINSKI, 2005). “A vitória dos Losers; Ramones 30 anos”.*Revista Bizz*, 194, 44-51. Com letras sobre garotas, escolas, coisas simples de jovens e acontecimentos cotidianos, a música da banda tem caráter minimalista, extremamente simples e repetitiva, como para eles deveria ser o punk, uma oposição a todo tipo de sofisticação musical. A canção “Beat on the Brat” (bata no pirralho, tradução nossa) foi escrita por Joey Ramone, vocalista da banda, “quando ele viu uma mãe correndo atrás de um garoto com um bastão no prédio dele” (MCNEIL; MCCAIN, 1997, p.239). Outra canção 53rd&3rd (53 com a terceira, tradução nossa) é sobre um tradicional ponto de prostituição frequentado por homossexuais, e também por Dee Dee Ramone (baixista) que fizera ponto nesse local. A crueza das músicas pode ser definida como um ruído intenso e esparso, como uma serra elétrica ou uma broca dentária. As letras transportavam os fãs da banda para uma adolescência que parecia não ter fim, os temas juvenis incluía: garotas, drogas, crianças que apanhavam de taco de beisebol e garotos de programa que matam clientes a navalhadas. A adoção do sobrenome “Ramone” por cada membro da banda foi ideia do Dee Dee, uma inspiração no Beatle Paul McCartney, que no início dos garotos de Liverpool, adotava o nome fictício Paul Ramón, para se hospedar nos hotéis.

No ano de 1976, os Ramones excursionam pela Inglaterra, onde se deparam com um punk totalmente diferente ao que estavam acostumados. Para a banda de Nova York, pouco importava política ou estética visual de choque, queriam se divertir com uma música visceral que transmitisse simplicidade e fosse compreendida pela massa jovem. Os britânicos

⁵ Expressão comumente utilizada pela banda Sex Pistols e que, numa tradução livre, pode significar “sem futuro” ausência de esperança e niilismo.

idolatraram os Ramones, dizendo que “finalmente eles tem o público que sempre mereceram” (NBC, 2005), afirmação que a banda ironiza dizendo que pouco importava, pois eles eram ingleses. Os garotos de Forest Hills não tinham ideia da importância daqueles shows realizados na terra da Rainha Elizabeth. Gente como Paul Simonon e Mick Jones decidiram montar o The Clash quando viram os Ramones tocando rock & roll simples, cru, direto e visceral.

2.1 CRISE ECONÔMICA

A crise econômica na década de 1970 na Inglaterra fez com que milhares perdessem seus empregos, e, conseqüentemente, aumentassem o bolsão de pobreza ao redor dos grandes centros como Londres, por exemplo. Fábricas fechadas, greves deflagradas e lixo nas ruas contribuía para o clima de revolta entre operários e jovens desempregados, que não conseguiam vislumbrar melhorias numa sociedade monárquica e aristocrática. A figura decorativa da rainha Elizabeth II, num período de derrocada econômica, alavancou a insatisfação dos jovens ingleses, que não compreendiam o porquê da manutenção do reino numa época financeira e socialmente conturbada. Os jovens, nesse cenário, são pessimistas em relação à sociedade, o que rapidamente evoluiu para o niilismo e revolta que se caracteriza pelas manifestações contra o tradicionalismo nos costumes, contra a rainha e a descrença no futuro. “There is no future” (não há futuro), tradução nossa, proclamavam os punks em seus blusões.

Um cenário potencialmente revoltante aliado a uma musicalidade rápida e crua e uma estética visual de afrontamento a tudo que se prezava por bom gosto e bons costumes, eram os ingredientes necessários e complementares uns aos outros para a configuração de uma movimentação juvenil. “Pode-se ver muito bem como no calor de uma emoção comum se solda um bloco compacto e sólido, todo mundo se funde num conjunto que tem sua própria autonomia e sua dinâmica específica”. (MAFFESOLI, p.82, 2000). A estética visual de choque, nesse sentido, é a principal manifestação de revolta sentida pela sociedade inglesa, que identifica os punks como marginais e arruaceiros, apenas revoltosos que não preservavam os rituais e tradições na terra da rainha, mesmo num período de crise econômica e social.

A composição visual de choque dos adeptos do movimento punk foi o principal fator reacionário contra a sociedade. Para eles, na maioria das vezes, era mais importante a política de afronta em si como vestir-se totalmente diferente fora dos padrões aceitos, exibir uma imagem que espelhasse o grau deplorativo da sociedade, um reflexo da feiúra existencial de ser inglês naquela época. As roupas pretas de tecidos sintéticos apertados e com correntes evocavam perversidades sexuais, tecidos propositalmente rasgados e esburacados, peças que imitavam peles de animais, ou possuíam cores berrantes, verdadeiros farrapos que objetivavam acentuar o grau de mendicância e degenerescência. Algumas calças punks continham uma faixa lateral de tecido nas pernas, para que estas ficassem atadas à cama, ou mesmo presas quando andassem nas ruas. As maquiagens eram carregadas e de cores escuras, o que sobressaía na pele clara das moças ou rapazes. O cabelo era tingido por cores pouco convencionais, verdes e roxos, por exemplo, e penteados para cima no estilo índio moicano. Os adereços corporais eram amplamente utilizados, como tatuagens toscas com o número de desempregados na cidade, alfinetes enfiados no rosto, correntes penduradas nas calças, pulseiras de espinhos de ferro e até suásticas nazistas em seus blusões.

A estética punk é hiperbólica por excelência, supera-se gradativamente a intenção de chocar e potencializar a ideia de caos e negação sistemática de valores constituídos. O mal torna-se o bem, o horrendo, belo, a podridão e a negação tem seus lugares cativos na instituição da catástrofe. O punk é a espetacularização da confusão, do choque e do feio. Os adeptos andavam em bandos acentuando o caráter de gangue e contribuindo para a consolidação da imagem de revoltosos e marginais. Não há estabilidade dos indivíduos dentro dos grupos, pois, segundo Maffesoli, (2000, p.08) “Com as massas em permanente agitação, as tribos, que nelas se cristalizam, tampouco são estáveis. As pessoas que compõem essas tribos podem evoluir de uma para a outra.” há apologia ao caos, à confusão, ao escárnio de si mesmo e dos outros e ao non-sense, quase sempre de forma espetacularizada e numa embriaguez infinita.

A promiscuidade simbólica do movimento, que não fazia distinção entre uma suástica e roupas de mulheres vestindo homens, é autenticamente punk e parece evocar todos os medos e fantasmas da sociedade, forçando-a a constatar que os punks são um retrato degenerado da época. Esse entrecruzamento simbólico é essencialmente aparência *versus* aparência e apesar de uma constituição anarquista do movimento, a manifestação de plurissignificados é quase uma constante dentro da estética visual punk. Se, de acordo com

Maffesoli, (2000, p.09) “A constituição em rede dos microgrupos contemporâneos é a expressão mais acabada da criatividade das massas”, pode-se dizer que o punk na Inglaterra é parte do produto da criatividade do empresário Malcolm McLaren e sua esposa Vivienne Westwood, grandes responsáveis pela estética promíscua e espetacularizada de símbolos utilizados na visualidade do movimento, aliados à tensão social natural à época.

2.2 IMAGENS DA REBELDIA



Visualidade no punk, que foi influenciada diretamente pela banda norte americana New York Dolls, precursora do movimento como mostra a Figura 1. Vestidos de mulheres, eles procuravam fazer um rock & roll simplificado e objetivo, aliado a uma estética visual de provocação.

Figura 1: New York Dolls, autor desconhecido
Disponível em: <http://www.creativeloafing.com>
Acesso em fevereiro de 2010



Uma estética complementar a do New York Dolls é a dos Ramones (figura 2), que iniciaram sua carreira em Nova York. Com músicas rápidas e fáceis de tocar, eles seguem uma estética urbana, quase como uma gangue, jeans apertados e blusas de couro. Peças referenciais na evocação da ideia de rebeldia,

Figura 2: Ramones, autor desconhecido
Disponível em: <http://www.3startpulse.com>
Acesso em fevereiro de 2010

que já foram utilizadas como exemplificação da rebeldia no filme *The Wild One* (O Selvagem).



Johnny Strabler, interpretado por Marlon Brando é líder de uma gangue de motociclistas, a Black Rebels Motorcycle Club que invade a pequena cidade de Wrightsville. Durante uma corrida de motocicletas, depois de

Figura 3: Johnny e sua gangue pela estrada (reproduzido do filme)
Disponível em: <http://www.foxcreekleather.com>
Acesso em dezembro de 2009

atrapalhar o evento, um membro da gangue apanha o troféu de segundo lugar e o dá para Johnny, Saindo da cidade por pressão da polícia, Johnny e sua gangue vão a outro local e invadem uma cafeteria onde trabalha Kathie Bleeker, filha do chefe de polícia local, Johnny quer ir embora, mas se detém quando chega uma gangue de motociclistas rivais . As duas gangues eram uma só, até que se separaram. Chino, líder da outra gangue, provoca Johnny e quer lhe tomar seu troféu, o que faz com que os dois briguem e se instale o cenário de confusão na cidade da costa oeste americana.



Figura 4: Sex Pistols no lixo (autor desconhecido)
Disponível em: <http://www.morrisonhotelgallery.com>
Acesso em janeiro de 2010

Seguindo seu curso degenerescente e deplorativo a estética do caos encontra na banda inglesa Sex Pistols elementos de rebeldia que se potencializariam com os jovens. Sid Vicious e Johnny Rotten ainda hoje considerados ícones da cultura punk. As auto flagelações no palco, promovidas principalmente por Vicious, e

mensagens pessimistas eram recorrentes e tinham como objetivo chocar. Orgulhavam-se dos rótulos pejorativos e escarneciam de si próprios, pois não havia regras ou limites para provocar



A apelação a uma estética de choque contra a sociedade gerava reações diversas. Num programa da TV Tamisa apresentado por Bill Grundy, os Pistols e punks do contingente de Bromley retrucaram perguntas, e, quando provocados pelo apresentador não hesitaram em xingá-lo. Numa tradução livre o título do tablóide Daily Mirror diz “O lixo e a fúria”, chama a atenção dos leitores a convidar para uma matéria na página 9 que explica “quem são os punks?”

Figura 5: Reprodução Daily Mirror

Disponível em: <http://www.filthandfuryeditdesk.files.wordpress.com>
Acesso em janeiro de 2010



Figura 6: Punks na calçada

Disponível em <http://www.punks.guardian.co.uk>
Acesso em fevereiro de 2010

Posteriormente à repercussão do programa de Bill Grundy, os punks mostram-se ainda mais com suas vestes de choque, ostentando uma promiscuidade de símbolos própria do movimento. Peças rasgadas propositalmente, alfinetes na pele, suástica nas roupas e cabelos multicoloridos eram comumente observados nas ruas londrinas.



O escárnio de autoridades também era prática comum entre os adeptos do movimento. Nessa colagem, que promovia o single “God Save the Queen”, ou “Deus salve a Rainha” os Pistols desrespeitam no

Figura 7: Montagem Rainha Elizabeth II e bandeira inglesa, (autor desconhecido)
Disponível em: <http://www.timeonline.com.uk>
Acesso em fevereiro de 2010

mínimo três importantes símbolos nacionais: A rainha, que está com olhos e boca cobertos, o hino inglês cujo título também é “God save the queen” e a bandeira inglesa, que aparece distorcida e desproporcional. Posterior esse fato, eles ainda fariam um show a bordo de um barco no rio Tamisa, exibindo-se em frente ao palácio de Buckingham até que a polícia os detivesse. A opinião pública posicionou-se quase em sua totalidade contrária a essas atitudes, contribuindo para que o punk mantivesse o status de movimento marginal e degenerado



A indumentária de choque e mendicante dos punks era facilmente encontrada na loja SEX da estilista, e esposa de McLaren, Vivienne Westwood. Acessórios fetichistas, peças rasgadas, calças com as pernas amarradas e produtos inclusive eróticos eram vendas comuns da loja do bairro de King’s Road.

Figura 8: Vivienne Westwood em sua loja SEX
Disponível em: <http://www.3bp.blogspot.com>
Acesso em março de 2010



Figura 9: The Clash,(autor desconhecido)
Disponível em: <http://www.roadie.com>
Acesso em janeiro de 2010

Outro expoente do punk inglês foi a banda The Clash acima que continha a essência da rebeldia da época. As letras mais politizadas, música mais sofisticada do e atitudes não tão chocantes do grupo foram alvos de críticas dos mais radicais, que os consideravam “pouco punks”

A representação da rebeldia por si só encarnada nos punks não bastava. Sempre que podiam, gostavam de aparecer em programas televisivos, matérias de revistas e jornais, exemplificando a rebeldia, o caos, a raiva, o choque e tudo que fosse contrário à aceitação social comum. As imagens eram a solidificação de uma estética da contrariedade e negação de valores instituídos. Quando se veicula uma fotografia na primeira página do jornal de um punk cuja legenda promete explicar “quem são esses punks”, de certa forma valoriza-se aquilo que lá está. Os punks exacerbam-se no vestir, nos trejeitos e comportamentos perante as câmeras e, com o auxílio da fotografia ou outra forma de captura de imagens, potencializam-se as atitudes.

Este capítulo forneceu um panorama histórico do movimento punk, com destaque para os elementos de rebeldia expressos por imagens. Essa visão, embora resumida, é vital para a correlação que se busca entre signos. O capítulo a seguir trata do outro suporte envolvido - a fotografia. Ênfase será dada na capacidade desse meio de promover significação e converter tudo à presentidade. É concluído com a abordagem de fotografia de moda.

3 FOTOGRAFIA E SUAS REPRESENTAÇÕES

Representar algo, estar no lugar de uma outra coisa. De uma forma breve, pode-se dizer que essa é, basicamente, uma das características da fotografia. Ela teve seu desenvolvimento em meados do século XIX quando das experiências do francês Nicéphore Niépce com uma espécie de câmara escura, utilizada desde o renascimento. Não cabe aqui aprofundar a historiografia desse invento óptico, visto que, outras pesquisas o fizeram e ainda o fazem a contento.

Mais do que espelho da realidade, a imagem fotográfica traz em si um fragmento de algo, recriando-o, construindo uma outra imagem, uma nova realidade. No pensamento de Flusser, a fotografia é metonímica, pois apenas com uma parte sensibilizada quimicamente no papel (hoje gravada digitalmente) traz todo o evento em si. Uma imagem de dois jogadores de futebol disputando a bola vai além desse fato, ela é fração de um jogo de futebol, significa o jogo, traz consigo uma série de interpretações. Um político discursando na tribuna da conferência dos países mais ricos do planeta, não é o evento, é apenas parte dele. Mesmo sendo parte de um todo, a fotografia tem a magia em si de convocar e evocar uma série de sensações e fatos que extrapolam os elementos que nela estão. O tempo todo, a imagem busca analogia, é senso comum dizer que a fotografia é a fiel representação da vida como ela é. A homologia instaurada pelo binômio objeto X fotografia diz respeito mais aos aspectos de qualidade similares entre os dois do que propriamente similitude física exata.

O espelhamento do real que a fotografia possibilita, na verdade transcende o que conhecemos comumente por espelho. Uma imagem fotográfica para o pensador norte americano Charles Sanders Peirce, por exemplo, possui referencialidade física com o evento fenômeno fotografado; há índices deste na fotografia, correspondentes diretos da realidade capturados pela câmera fotográfica e inscritos no papel. Atrelar a coisa fotografada como sendo exatamente aquilo inscrito no papel é propor um reducionismo da fotografia. Permeando a correspondência física, há uma série de imagens, conceitos, referências e interpretações que se interpõem e se refletem na imagem fotográfica. A fotografia, pois, acaba sendo uma entidade autônoma, com caracteres próprios e se diferenciando daquilo que intenta representar: possui simbologia própria e qualidades que talvez não estivessem no

objeto fotografado. A fotografia, além de um espelhamento da realidade, cria novos mundos, qualidades e símbolos. Apesar de inicialmente corresponder a coisa em si fotografada, é simulacro, uma outra coisa diferente do objeto, uma nova forma de enxergá-lo, entidade diferente do objeto.

No filme *Blow up* do cineasta italiano Michelangelo Antonioni, produzido em 1966, o fotógrafo Thomaz, interpretado por David Hemmings está acostumado e até entediado de fotografar modelos famosas. Sua vida transcorre normalmente quando na ampliação de um negativo, depara-se com um cadáver na foto. A cada vez que ampliava a imagem, uma outra realidade emergia, o invisível a olho nu se tornava visível, uma outra dimensão do real imperceptível ao olho nu fora gravado pelo aparato óptico.

A fotografia, assunto desse filme de Antonioni, possibilita o desvelamento de uma nova realidade e não apenas o retrato fiel de algo que aconteceu: o negativo de Thomaz *nega* (grifo nosso) a homologia automática teoricamente pertencente à foto; há entre os arbustos um cadáver que a olho nu não fora identificado. A fotografia para o protagonista – antes simplória, mecanicamente produzida e quase sem valor estético – torna-se altamente simbólica, pois o leva a uma série de situações e interpretações que ele não imaginaria possível anteriormente. O diretor italiano antecipa em Thomaz a hipervalorização que a sociedade contemporânea concede à fotografia, de que podem ser mais críveis que a própria realidade, propondo uma autonomia das imagens, a criação de um outro mundo, de novas realidades. Na figura abaixo, o protagonista do filme Thomaz procura incessantemente pelo corpo da vítima, que vira em um de seus fotogramas.



Figura 10: Thomaz procura o cadáver, reprodução
Disponível em :<http://passodotempo.files.wordpress.com/2009/09/blow-up.jpg>
Acesso em março de 2010

A fotografia apropriou-se do status de realidade indicial, entre outros fatores, utilizando de inventos da Idade Média. A perspectiva artificialis⁶ sistematizada por Leo Batista Alberti, arranjaria os elementos que a câmera escura fixava no papel. A utilização da perspectiva organizaria os elementos na imagem, de modo que denotaria tridimensionalidade num objeto bidimensional. Nas palavras de Machado (1984) faltava um princípio organizador, um código de base que “arranjasse” a imagem de modo a torná-la inteligível. Essa função de código de base não demorou a ser ocupada pela *perspectiva artificialis*. Outra criação do Renascimento que a fotografia se apropriou e que foi determinante na perspectiva, foi a utilização de objetivas, que consistiam num aparato óptico que dispunha lentes côncavas e convexas, que refratavam a informação luminosa e produziam a imagem. O nome dado ao conjunto de lentes, “objetiva”, aliás, mostra-se como um dos fatores responsáveis para a crença comum de que a fotografia é mero espelhamento do real, pois é simplesmente objetiva, registra da maneira como o olho humano vê.

De acordo com as leis da óptica quando as ondas luminosas adentram uma lente ocorre refração, que é a alteração da velocidade da onda luminosa quando passa por densidades de meio diferentes, por isso há modificação e transfiguração na imagem quando olhamos um rosto frontalmente só com o ar nos interpondo e olhamos o mesmo rosto atrás de um copo de água (meios diferentes). Segundo Machado (1984), pelo mesmo motivo é

⁶ Numa tradução livre, perspectiva artificial

difícil pegar peixes dentro do aquário. Por mais lógico e cientificamente comprovado que o fenômeno seja ele proporciona ampla subjetividade quando o transpomos para a seara interpretativa. A informação luminosa ao entrar na objetiva, sofre refração e tem sua perspectiva alterada, pois há diferença de meios de densidade, o que significa que temos uma recriação do objeto fotografado, mesmo existindo indícios exatos entre a imagem e a coisa fotografada. Ao se recriar, podem-se obter novas interpretações e novas leituras para a realidade que foi transfigurada, opera-se uma “modificação nos fenômenos” (Valochinov *apud* Machado, 1984, p.21). A fotografia sofre ação do signo, pois esses signos são enunciados pelos sujeitos, e, no caso da fotografia, materializados por instrumentos.

A fotografia do casal dançando em meio as árvores no filme de Antonioni, revela algo para além disso: ela contém uma realidade subjacente, esperando ser desvelada e potencializando uma outra dimensão sêmica para a imagem, articulando novos significados e simbologia. Martins (2008) afirma que o congelamento da realidade proposto pela fotografia é fator que nutre a interpretação por uma contínua remessa ao real, que não interrompe o seu fluxo. Esse *continuum* interpretativo ocorre pela dinamicidade da realidade que não foi interrompida e é geradora de signos *ad infinitum*.

A possibilidade de se ter uma nova simbologia e “novos mundos” além daquele que se deixou fotografar cria um fenômeno de adoração, hipervalorização das imagens. As pessoas idolatram a imagem em si, guardam-na e colocam-na em porta-retratos, salvam em mídias graváveis e acabam se esquecendo da referência real. Com a utilização de softwares de tratamento de imagens, fotografias têm cores e dimensões alteradas, pessoas tem os dentes clareados, pele do rosto constituída. A idolatria vai para a imagem que é autônoma, entidade à parte daquilo que foi fotografado. É comum hoje as pessoas andarem com câmeras fotográficas para registrar fatos cotidianos. Tudo o que é possível de se fotografar merece registro, como se a sociedade necessitasse de uma duplicação da realidade e adoração de um mundo virtual. Pessoas que trabalham ou simplesmente aparecem na tevê sofrem assédio quase o tempo todo; se antes um autógrafo bastava num pedaço qualquer de papel, hoje o que vale para registro de que tal pessoa foi vista é a fotografia, seja ela produzida em um celular ou em uma câmera de melhor qualidade. A imagem fotográfica é documental, ilusão especular, atesta veracidade e concomitantemente cria imagens entremeantes de novas realidades e está aberta a distintas interpretações.

Quando se fala em possibilidades interpretativas que a fotografia suscita, coloca-se, num primeiro momento, os indícios que a imagem traz consigo. São vários os índices da realidade que a fotografia carrega em si, justifica-se por isso, sua utilização como documento verídico. Os traços de realidade se forçam sobre o registro fotográfico, são existentes e tem em si marcas, indícios inextricáveis de realidade, como por exemplo, a marca de um pneu de caminhão no barro que indica que o veículo passou por aquele local. Anterior a percepção do índice, mas extremamente fugaz – o que o leva a não ser notado muitas vezes – estão os sentimentos e sensações que a imagem fotográfica provoca ainda num estágio mental.

Se percebermos a marca de pneu de caminhão no barro, é um indício de que o veículo por lá passou, mas mentalmente posso me lembrar de um tio que era caminhoneiro e que sempre me trazia presente quando voltava de viagem, ou me evocar também a fumaça expelida pelo escapamento que me causa irritação nos olhos, ou seja, essas evocações, esses sentimentos que a imagem fotográfica desperta são chamados, semioticamente, de ícone, são trazidos o tempo todo, e não precisam, necessariamente, causar a mesma sensação naqueles que analisam a imagem, pois cada sujeito será despertado de acordo com o ícone que lhe aparece à mente. Essa configuração é uma das magias da fotografia, ela é suscetível a distintas análises e simbologias, traz consigo traços de realidade facilmente perceptíveis e diferentes possibilidades icônicas.

A fotografia abastece a sociedade com imagens referenciais de uma época, servindo como documento de um período e expressão estética e artística. As pessoas acostumam-se a ver imagens que retratam um período. No início do desenvolvimento do processo fotográfico, por exemplo, qualquer paisagem ou objeto fotografado era motivo de contemplação, já nos dias atuais imagens hiper-reais, com intervenções artísticas e cores supersaturadas são facilmente produzidas. A expressão fotográfica contemporânea é interdisciplinar, agrega distintas áreas do conhecimento e diferentes modos de produção de imagens, sejam elas mecânicas ou não. Apesar da ampla gama de possibilidades, a fotografia segue seu curso operante de criação e recriação da realidade, produção de simbologias e autonomia, mesmo com relação ao referente. Novos períodos chegam, novas linguagens se interpõem e se entrecruzam, mas a fotografia mantém seus preceitos-chaves desde sua criação.

Na situação contemporânea das imagens, diremos que a fotografia, por documental que seja, não representa o real e não tem de fazê-lo; que ela não ocupa o lugar de uma coisa exterior; que ela não descreve. Ao contrário, a fotografia, como o discurso e as outras imagens, e segundo meios próprios, faz existir: ela fabrica o mundo, ela o faz acontecer. Enquanto a ontologia e o empirismo de Barthes vão da coisa à imagem, o procedimento antirrepresentativo (que vai da linguagem à coisa) tenta não sacrificar as imagens em função dos referentes, e de reconhecer a capacidade das fotografias de inventar mundos (ROUILLÉ, 2009, p.72)

3.1 FOTOGRAFIA DE MODA

As imagens entremeantes entre o objeto fotografado e a imagem fotográfica em si, são ícones oriundos de possibilidades interpretativas, são derivações a partir das imagens fotográficas. O desprendimento icônico é um estágio mental anterior ao referenciamento indicial, essa última característica essencial à fotografia. Para a ensaísta norte americana Susan Sontag em seu clássico *Sobre Fotografia* (2006) o que torna uma coisa interessante é que ela pode ser vista como parecida, ou análoga, a outra coisa, ou seja, a fotografia, como uma “ilusão especular” da realidade, com sua autonomia garantida e simbologia própria distinta da realidade, é o tempo todo colocada em analogia por similaridade e contiguidade com outra coisa, o que desperta uma profusão de novas interpretações e emanações.

Pode-se, por exemplo, ao se ver uma fotografia de ossada de baleia na Antártica, interpretar-se que um mundo de recursos naturais estão sendo exauridos e haverá alterações climáticas, o que conseqüentemente alterará o modo de produção agrícola na terra. Já numa hipotética imagem de uma cidade litorânea com navios estacionados em uma marina, pode-se, por analogia, lembrar-se do principado de Mônaco e conseqüentemente trazer à mente toda sofisticação, luxo, e ostentação que o local evoca. A imagem fotográfica desperta em nossa mente, como numa queda sucessiva de dominós, hiperlinks mentais intermitentes, não havendo como controlar o processo que chama à mente sensações, imagens, interpretações ou qualquer coisa que seja análoga à imagem.

A fotografia de moda provoca o tempo todo essas sensações. Ora ela traz o universo sofisticado da década de 20 para as coleções atuais, despertando glamour e sedução, ora intenta transmitir o conceito da marca, como por exemplo, jovialidade. Mas nem sempre houve essa necessidade de emanar algo nas pessoas, no princípio esperava-se apenas mostrar as peças, ou mesmo descrevê-las, sem atrelar qualidades estéticas ou conceito de marca como nos dias atuais. O semioticista francês Roland Barthes em seu *Sistema da Moda* (1970), exclui a utilização de imagens para a fundação de uma semiótica da moda, tanto a chamada “moda fotografada” quanto a “moda real”, aquela das ruas e não de desfile de modelos. Para o autor, a censura de imagens justificava-se, pois, no caso da moda fotografada, havia toda a “totalidade do ato que a fotografia registrava, ao conjunto da performance realizada pela modelo” (MARRA, 2008, p.21) e no que diz respeito à moda real, mesmo não existindo performance, havia a foto, o que era uma réplica da moda, e não ela em si. A fotografia para o autor francês à época era uma mensagem sem código, opaca, e, assim sendo, a moda descrita linguisticamente era a forma mais denotativa para a construção de uma semiótica da moda.

A ciclicidade dos costumes sociais de uma época, as mudanças de hábito de uma sociedade, o fenômeno social das escolhas e do gosto são matrizes do conceito de moda. À partir desses componentes, a fotografia de moda intenta mostrar e descrever o que há de novo, sempre interpondo outras imagens entre a realidade e a fotografia dela. Essas interposições, e a própria fotografia da realidade, não surgem aleatoriamente, elas são fruto de analogias e comparações mentais que naturalmente vem à mente. Desde os primeiros ensaios de moda, como o do teórico da moda Georg Simmel, publicado em 1905, aos de fotógrafos da contemporaneidade, tem-se como intenção mostrar as mudanças sociais e consequentemente as novas possibilidades de se vestir. A moda preexiste à imagem fotográfica, mas esta a consolida, certifica, e, com sua difusão em massa, torna-se instrumento ideal de acesso à esfera da ilusão, torna concreto o sonho coletivo, esse é o conceito de imaginário, segundo Marra (2004) ele é amplo, difuso e com infinitas possibilidades de analogias, é amplificador do conceito *imagem*,(grifo nosso), teoricamente uma fotografia de moda voltada à apresentação descritiva e formal do objeto.

Revistas francesas de moda, como a parisiense *Le Mode Pratique* utilizando da técnica da fotogravura, que possibilitava a difusão das imagens em massa, intensificavam a produção de fotografia de moda em suas páginas. Nesse período, final do

século XIX, há um desgarramento de conceitos ligados à arte, em voga até o momento na fotografia, e conseqüentemente o que passa a importar é a quantidade de imagens e não a ideia de um trabalho complexo para a produção da fotografia, que não estava ao alcance de todos. O importante é o registro, a fotografia de moda ainda é incipiente e “apenas” parece obrigada a documentar e o conceito de imaginário ainda é pouco explorado para a constituição e difusão da moda. Já nas primeiras décadas do século XX, com o aprimoramento de técnicas na fotografia e intervenção direta no processo, há essa ampliação imagem para imaginário, pois se utiliza mais amplamente também a ideia de pessoas na moda, que até hoje prevalece.

Personalidades da época e manequins (posteriormente modelos) que vestiam as peças eram os principais chamarizes para a difusão da roupa. Essas pessoas, mais do que apresentar o produto, encarnavam o conceito da marca ou o nome do estilista, possibilitavam maior visibilidade, davam a peça um modo de ser. Muito mais que o registro descritivo documental da roupa, a imagem com essa prospecção é ampliada. Por analogia ou aparência, esse tipo de fotografia despertava nas pessoas distintos sentimentos. Queriam, por exemplo, ser parecidas com as mulheres fotografadas pelo ateliê *Reutlinger* de Paris, ou ter o mesmo despojamento de uma *Condessa de Castiglione*⁷. Com o conceito de “gente na moda” a roupa veste atitude, personalidade, bom gosto, tradição, ou seja, conceitos nobres de uma época. O imaginário permite uma ampla vazão conceitual das roupas, um mundo onírico idealizado ou o “ser” da nobreza está próximo, são evocados pela fotografia.

Nas décadas subsequentes ainda observa-se uma dependência artístico-estética da fotografia para com as artes e a arquitetura, por exemplo. Conseqüentemente utiliza-se de preceitos das escolas artísticas em voga no período como o surrealismo e modernismo. O frasco do mítico perfume Chanel nº 5 lançado em 1921 é quadrado, possui linhas retas, e, em nada lembra o rebuscamento dos frascos de perfume de outrora. A influência do modernismo de Mondrian também é notória na fotografia de George Hoyningen-Huene, quando dispõe 2 modelos homens e 2 mulheres à beira de uma piscina. Um desses modelos homens é Horst P. Horst, um dos seus assistentes de fotografia, e, que posteriormente seria um dos maiores fotógrafos de moda de todos os tempos.

⁷ De acordo com o autor Cláudio Marra, a Condessa de Castiglioni, cujo nome era Virginia Oldoini antecipou a personalidade exagerada e transbordante da top model de hoje. Foi enviada a corte de Napoleão III para seduzi-lo a fim de que o monarca francês apoiasse a independência italiana.

O trabalho de Horst envolve principalmente o imaginário, trabalha com elementos de sedução e erotismo, sem deixar de lado inspirações artísticas herdadas de Hoyningen – Huene. De acordo com o próprio fotógrafo alemão, ele não possuía técnica fotográfica tão exímia quanto outros fotógrafos de moda da época, por isso utilizava apenas de alguns *spots* de iluminação, tornando-a mais dramática e teatralizando mais suas imagens, característica principal de sua fotografia. Horst, morto em um acidente automobilístico em 1999, é responsável por um dos maiores ícones da fotografia de moda. Em 1939, pouco antes do início da Segunda Guerra Mundial, foi incumbido de fotografar um corpete desenhado pelo estilista Mainbocher. Colocou a modelo numa espécie de bancada, virada de costas, vestindo a peça. Sua luz realçava a roupa, ao mesmo tempo que valorizava o corpo da modelo. Um quê de erotismo é transmitido com parte da fita que amarra a peça ao corpo deixado displicentemente na bancada. Sem um rigor formal, a imagem é comparada a uma escultura clássica grega, tal a delicadeza da modelo na imagem e a dramática iluminação sobre ela e a peça. Horst é ícone da fotografia de moda, pois alia imagem e imaginário como poucos, sua fotografia transcende a trivialidade descritiva, mas não cai numa conceituação hiperbólica surreal.

A fotografia de moda, surgida pouco depois do advento da fotografia, é bastante influenciada pelas escolas artísticas do século XX. Com uma intencionalidade muito mais voltada para o despertar do imaginário e evocação de sensações do que simplesmente descrição das peças, os fotógrafos de moda, incluindo os contemporâneos seguem nessa linha, cada vez mais linkando conceitos como pop e erudito, simples e rebuscado, cores e sobriedade, realidade e surrealidade, permitindo que distintas influências cada vez mais se multipliquem e ocorram concomitantemente.

3.2 ENTRE O REAL E O IMAGINÁRIO



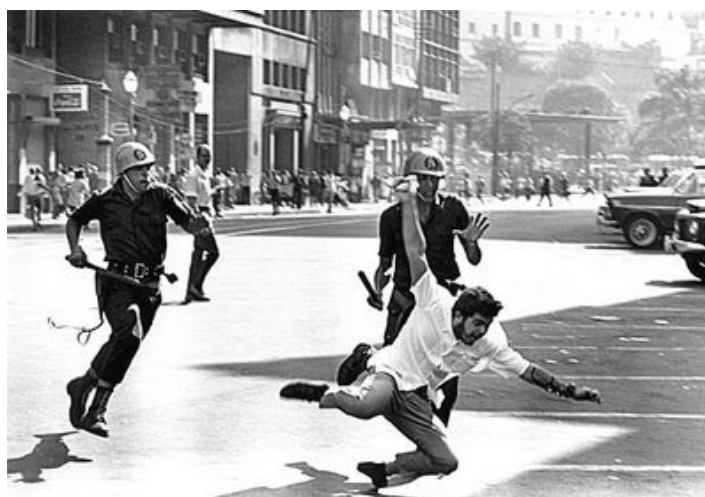
Ao lado, família realiza pic nic na beira do mar. O registro aparentemente documental de Bresson, é capaz de suscitar “novas imagens”, interpretações e evocar sensações que não estão diretamente inscritas na imagem

Figura 11: *Au bord de la merne- 1938, Henri Cartier-Bresson*
Disponível em

<http://spphotofest.com/blog/wp-content/uploads/2009/08/Au-Bord-de-la-Marne-1938-Henri-Cartier-Bresson.jpg>

Acesso em janeiro de 2010

O flagrante do brasileiro Evandro Teixeira nos remete ao período de regime militar no Brasil e reforça a ideia de barbárie e repressão sofridos principalmente pelos estudantes na década de 1970 no país.

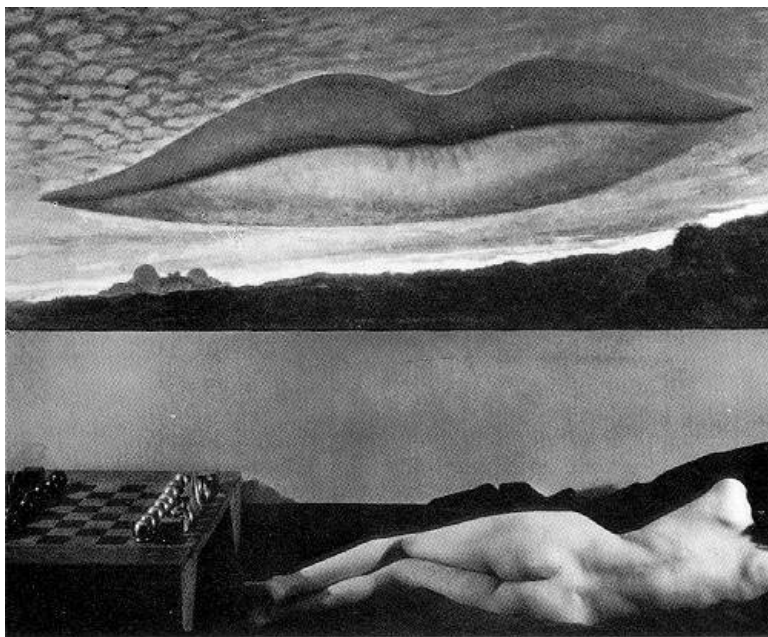


FFigura 12: Manifestante perseguido, foto de Evandro Teixeira, 1968

Disponível em

<http://fotogr.wordpress.com/2009/09/09/documentario-evandro-teixeira-instantaneos-da-realidade/>

Acesso em janeiro de 2010



indicial.

Figura 13: à l'heure de l' observatoire, les amoureux
Fotografia: Man Ray
Fonte: Ecotais, (2008 p.46)

O famoso retrato do artista surrealista Salvador Dali idealizado pelo fotógrafo russo Philippe Halsman tem pouca ligação com a realidade convencional. À maneira da escola artística a que Dali pertencia, prevalece um mundo de simbologia e sonho. A possibilidade de construção interpretativa é ampliada com os elementos fora do seu eixo “normal” de índices.



Figura 14: Dali Atomicus, de Philippe Halsman,1949
Disponível em:
http://upsetornot.blogspot.com/2007_09_01_archive.html
Acesso em fevereiro de 2010

A dimensão onírica e surreal na fotografia de Man Ray é característica intrínseca ao autor. A referencialidade com índices aqui existe: boca, corpo feminino, montanha, rio, tabuleiro de xadrez, mas é subvertida pois está fora da ordem conhecida. A dimensão estética e icônica e simbólica é mais valorizada do que a



Figura 15: Round the clock, Horst P. Horst, 1987
Disponível em: <http://www.horst.com>
Acesso em janeiro de 2010

A imagem de um corpete desenhado pelo estilista Mainbocher é ícone na fotografia de moda. A sensualidade leve aliada à dramaticidade da luz do fotógrafo alemão dão especial relevância à peça, sem deixar de valorizar o corpo da modelo.



Figura 16: Mainbocher corset, de Horst.P Horst, 1939
Disponível em;
<http://www.horstphorst.com/>
Acesso em janeiro de 2010

Erotizada e quase sempre brincando com o imaginário, a fotografia de Horst ainda hoje é grande influência para fotógrafos de moda. Na maioria das vezes há mais valorização das formas femininas do que a indumentária, mas esta, quase sempre é apresentada de uma forma pouco convencional



Figura 17: Lelong Bathing Suits, Hoyningen-Huene 1929
Disponível em: [http://www.staleywise.com/collection/luene.html](http://www.staleywise.com/collection/huene/luene.html)
Acesso em janeiro de 2010

O formalismo composicional do barão Hoyningen – Huene traz à mente os quadros de Piet Mondrian. Estrategicamente colocados em pontos áureos da fotografia, os modelos transmitem (para e época) despojamento e uma certa sensualidade contida. Mais uma vez o imaginário é provocado.

A figura ao lado, mostra o momento em que, segurando colares usados para orações e cartões eleitorais, iranianas fazem fila para votar nas últimas eleições presidenciais do país. A imagem se torna significativa para mostrar a relação entre indumentária e gênero e os efeitos e influências de cenário que são capazes de produzir.



Figura 18. Mulheres fazem fila para votar na cidade de Qom.

Fonte: Folha de S. Paulo, (junho, 2009)

A finalidade deste capítulo foi tratar a fotografia em sua capacidade de evocar elementos para além do que está expresso visualmente, e também seu caráter metonímico pelo qual se torna possível generalizar independentemente de distância espacial ou temporal. O capítulo a seguir discutirá a moda, com destaque para sua iconicidade, sua tendência a mexer com o imaginário e nele ampliar valores simbólicos.

4 MODA E SUA ICONICIDADE

Opiniões reducionistas tendem a considerar peças de roupa apenas como artefatos para cobrir o corpo, uma necessidade física contra o frio, por exemplo. Sabe-se, no entanto, que muitos povos até um passado próximo não utilizavam peças de roupa e nem por isso foram dizimados pelas intempéries da natureza. Outro argumento é o de que roupas são utilizadas no intuito de chamar atenção do sexo oposto. Barnard (2003) mostra que muito além das práticas contra as adversidades da natureza ou o interesse no sexo oposto, a roupa *comunica* (grifo nosso), independente se a mensagem é panfletária, discreta, velada, ou mesmo ausente, a indumentária tem indiscutivelmente seu caráter comunicativo. Tecidos caros, por exemplo, são, na maioria das vezes, utilizados por pessoas com alto poder de compra, assim como, geralmente, o uniforme do mecânico é um macacão de cor mais escura para disfarçar as manchas de óleo e graxa que o trabalho impõe.

A constituição da moda como fenômeno cíclico, efêmero e de ampla abrangência social é composta por duas principais tendências. Segundo Lipovetsky (1999), elas são essenciais para o estabelecimento da moda, e caso uma delas não esteja presente, esta não existirá. A necessidade de o indivíduo unir-se a um determinado grupo social, fazer parte de comunidades e/ou tribos é uma primeira condição; a segunda, paradoxalmente, é a necessidade que o homem tem de se destacar, ou seja, mesmo integrando um grupo social, precisa ter sua identidade preservada, sua essência. A moda é o indivíduo imerso em grupo, ao mesmo tempo em que preserva sua individualidade. Desta forma, ela é um instrumento possível para que o indivíduo “negocie” um complexo de desejos e exigências permutáveis.

Em grande parte da sociedade contemporânea, onde é latente e notória a expressão dessas duas condições, a moda torna-se bastante variável, devido a essa troca constante de desejos e exigências. Várias são as tribos, cada qual com seus itens peculiares de moda, que lhes conferem identidade distinta. Muitas vezes, um acessório diferente ou um cabelo mais comprido já distingue os grupos sociais. O desejo de mobilidade social também é um fator indispensável para que haja moda variável. A possibilidade de ascender ou participar de um grupo social distinto, tem como requisito obrigatório utilizar roupas e acessórios daquele grupo que se pretende participar. Emergentes sociais demonstram sua

ascensão, entre diferentes formas, vestindo-se com peças caras e de grife, numa notável expressão comunicativa de seus desejos.

Por outro lado, entretanto, em grupos onde prevalece coletividade em detrimento à individualização, a moda é mais estável e pouco sofre mudança. Em algumas tribos orientais que utilizam as mesmas vestimentas há séculos, fica clara essa inércia: os indivíduos se adaptam à sociedade, e pouco são encorajados a exibir suas individualidades. Não há pressão social para denota-las,, mas sim para manter a ordem coletiva, como por exemplo nos presídios onde há uniformes para os internos, os quais muitas vezes devem também cortar os cabelo da mesma forma. Na China maoísta ou na União Soviética, por exemplo, os próprios ditadores mostravam-se em sisudos uniformes monocromáticos sem qualquer adorno, e a população comprava ou ganhava roupas do Estado, o que as diferenciava era apenas o gênero, homem ou mulher.

4.1 BREVE HISTÓRICO

Essa necessidade de individualização perante uma coletividade existe desde o início do fenômeno moda. De acordo com Lipovetsky (1999) o fazer-se notar, o não ser como os outros, foi propulsor da caracterização da moda como a conhecemos ainda hoje. Esse movimento levou a uma constante busca de reinvenção que, com o tempo, foi acontecendo mais e mais rapidamente, imperando a troca constante de peças, acessórios e sedução nesse processo. Sedução com a indumentária, que teve início também no fim da Idade Média, com o preciosismo do amor cortês, o bem falar e o cavalheirismo sendo denotados por roupas elegantes. No caso das mulheres, cortes que valorizavam as formas femininas, criaram um dispositivo de sedução física que muito atuou no processo de estetização das aparências.

Como forma de segregação de consumo, e consequentemente social, a moda moderna, a partir do século XIX , tem na Alta Costura a forma pela qual a alta sociedade consumia indumentárias. Nesse período, a moda é considerada essencialmente feminina e as peças são encomendadas sob medida aos estilistas. As classes menos abastadas, por sua vez, consumiam moda industrial, feita em larga escala e com medidas

mais ou menos padronizadas, que se inspirava o tempo todo na Alta Costura, mas muito inferior e quase sem nenhuma preocupação estética. Esse tipo de consumo individualizado como na Alta Costura tem um efeito psicologizante sobre o consumidor, pois para ele existe a exclusividade, cada peça sob medida é reflexo de sua personalidade, é singular. Na França da década de 50, de acordo com Lipovetsky (1999), 60% da população feminina encomendava suas indumentárias às costureiras. Entre esses nichos, Alta Costura e costura industrial, havia ainda eixos intermediários como a pequena e a média costura.

No século XX, há uma guinada nos padrões de consumo de moda. Antes “barroca” com babados, rendas, ornamentos detalhados e tecidos pesados, a moda, principalmente sob influência da estilista francesa Coco Chanel, sofre uma “dessofisticação”. Agora a ordem é aliar elegância e discrição, utilizando tecidos mais leves, cortes angulosos e geométricos, com linhas verticais e horizontais, que valorizam a silhueta feminina, tornando-a mais sóbria e transmitindo uma ideia de dinamismo e leveza. Nesse cenário, pode-se dizer que há uma consonância com o espaço pictórico cubista, em voga na segunda década do século XX. Os estilistas da Alta Costura são tratados como grandes pintores, estetas que tem suas obras “expostas” nas mulheres da alta sociedade.

Essas “obras de arte” continuam a ter o objetivo principal dentro do universo moda, que é a sedução capaz de engendrar também a diferenciação entre os indivíduos, comunicar ideais e alavancar a efemeridade intrínseca da moda que logo clamará por outras peças, perfazendo a ciclicidade recorrente nesse universo. Operando tanto neste nível (tecidos caros, pessoas importantes e influentes que consomem) quanto na estratégia publicitária adotada, “manequins vivos”, mulheres bonitas e esguias vestem as peças e desfilam para um seleto grupo de clientes, inicia-se assim, o processo de teatralização da mercadoria, na qual arma-se um espetáculo para apresentar as peças dos grandes estilistas, atendendo uma solicitação da alta sociedade em consumir, e ao mesmo tempo, desculpabiliza-se o consumo ao superexpor os produtos.

Uma produção em escala industrial de indumentária associada a uma estética conceitual personificada, preferencialmente associada a um estilista, era a tarefa a ser desenvolvida por um modo de produção que ocuparia grande espaço na sociedade do século XX, o *prêt-à-porte*⁸. Uma nova maneira de consumir se uniria à moda dos estilistas

⁸ Expressão francesa oriunda do “ready to wear” americano, ou seja, peças com acabamento e produzidas em quantidade prontas para serem usadas.

e todos os seus conceitos com a produção em massa da indústria produzindo-se peças prontas para o consumo, sem a necessidade de demoradas encomendas para estilistas, mas também com um acabamento muito superior ao das peças produzidas em série anteriormente.

Com o *prêt-à-porter*, transcende-se a perfeição de um corte ou a qualidade de um tecido. A partir dos anos 1950 as peças intentam transmitir juventude e audácia, como nos filmes de Hollywood que retratam gangues de motocicleta. Procuram encarnar o espírito jovem também na década subsequente, já em sintonia com o momento histórico social pelo qual o mundo está diante como a Revolução sexual e Guerra do Vietnã, em que a participação dos jovens foi ativa e determinante.

Na contemporaneidade percebe-se ainda a influência e assimilação do comportamento de choque, de contestação social da demonstração de rebeldia iniciada com a moda dos anos 1950 como no já citado filme *O selvagem* de 1953 em que Marlon Brando (um dos rebeldes do enredo), veste calça jeans, camiseta branca e jaqueta de couro, estereótipo reforçado pelo eterno mito jovem James Dean no filme *Juventude Transviada*. Outro importante articulador de moda nos dias de hoje foi a consolidação da estética punk, movimento jovem inicialmente ligado à música, mas que teve em sua visualidade degenerescente e mendicante como roupas rasgadas, acessórios de sex shop, peças em couro e tecidos pesados e sujos, signos de uma época de contestação e frescor juvenil. Estilistas importantes como Jean-Paul Gaultier e Versace já retomaram a estética visceral do movimento em suas coleções na década de 90, assim como as marcas brasileiras C&A e Colcci, que, com frequência considerável, exibem peças com referência ao movimento.

4.2 A OPERÂNCIA DA SIGNIFICAÇÃO NA MODA

Deve-se situar a moda como comunicação, como expressão ao mesmo tempo individual e coletiva, integrando uma cultura contemporânea que é permeada de links e possibilidades associativas e tem consequências num sistema amplo e complexo de significados. O caráter panfletário no punk por exemplo, existe desde os primórdios do movimento. Inicialmente, nos Estados Unidos a moda Glam multicolorida e *kitsch* exibindo

estampas falsas de animais denotava a provocação e feminilização dos participantes da cena, posteriormente na Inglaterra os tecidos pesados como o couro e jeans, os alfinetes de segurança e rebites os cabelos multicoloridos e os acessórios como camisas de força simbolizam a prisão social a que grande parte da população estava submetida. Em especial os jovens, faziam questão de posicionar-se contrariamente à sociedade manifestamente aristocrática daquele país, utilizando camisetas de caráter panfletário com mensagens políticas como o “no future” ou “punk”, a suástica nazista ou outros símbolos e frases que afrontassem. Já no punk, percebe-se uma promiscuidade de símbolos e combinações variadas que intentam panfletar, comunicar, que na contemporaneidade se mantém e de certa forma se expande, pois, hoje é ainda mais simplificado o acesso a comunicação, permitindo que se utilize uma camiseta com mensagem punk e uma bermuda esportiva, ou seja, a possibilidade de associações e links é exponencial. Sobre esse cenário, tem-se um modelo comunicativo que opera como um negociador entre significados permitindo que não exista o colapso de comunicação ou o mal entendido, focado mais na prática comunicacional em si do que na emissão ou na recepção, permitindo negociação entre as partes.

No modelo semiótico, os significados resultam da negociação entre esses papéis. Não pode ser uma negociação no sentido literal, naturalmente, com os diversos leitores sentados à volta de uma mesa. Também não se devem esquecer os efeitos resultantes de os diferentes leitores, na negociação, estarem em posições de domínio ou de subserviência na relação que estabelecem entre si. Porém, é com efeito, o que acontece na medida em que cada leitor (que pode, na verdade, ser ou o estilista, ou o usuário, ou o espectador) traz a sua própria experiência cultural e suas expectativas para fazer pressão sobre o traje na produção e troca de significados. Significados são então gerados, e posições de poder relativo estabelecidas dentro e através do processo de comunicação. (BARNARD, 2003 p.56)

A moda está inserida numa cultura também complexa e repleta de teias de signos relativos entre si, cada qual com características e padrões que lhes são específicos, sem, no entanto, poderem ser isolados para a compreensão de um único sentido. Os signos estão de tal forma amalgamados e intrincados, perfazendo uma imensidão de hibridismos. Nesse amplo contexto, a moda não é diferente, ela é formada por misturas culturais, que se refletem nos indivíduos que dela fazem uso. Bastante variável, possibilita identificação coletiva ou individual, alocando o sujeito numa posição social. A utilização de roupas características de um grupo social ou tribo traz consigo grande parte de ideais e atitudes defendidas por aquela constituição social.

A moda, nesse sentido, é prova física e identificadora do compartilhamento de determinadas posições, mas devido a grande imensidão de associações

culturais e de novos valores interpretativos que surgem com o tempo, podem sim, sofrer alterações, mesmo que já afixadas em estereótipos. O punk, por exemplo, era facilmente identificado pela população, pois seus integrantes utilizavam roupas afrontadoras, bastante diferentes para a época. Calças de couro, alfinetes pendurados em jaquetas, cores berrantes e estampas imitando peles de animais evocavam animalidade e selvageria, chocava. Tem-se aqui uma forma pela qual o movimento encontrou uma maneira de chamar atenção, eles significavam o que vestiam. Não eram primeiramente declarados punk, atingiam um certo nível de hierarquia no grupo e depois passavam a utilizar as roupas, eram punks pois se vestiam como tais.

Num caldeirão cultural contemporâneo, onde valores como o prazer imediato e a satisfação própria são cada vez mais prioritários, a moda é reflexo e vai ao encontro desses pressupostos. O conceito no vestuário, a necessidade de se expressar torna-se uma exigência da massa, e não só mais a ânsia exclusiva de uma classe. Sacraliza-se o novo e a mudança, a originalidade e espontaneidade criativa, menos a perfeição. Com os jovens tendo cada vez mais voz ativa, o *Prêt-a-Porter* engendra um processo de “rejuvenescimento democrático dos processos da moda” (Lipovetsky, 1999, p115)

Imperativamente, os conceitos (e não conceitos) oriundos da mídia e refletidos e propagandeados diretamente pela juventude orquestram esse período da moda. Liberdade é a tônica, seja no vestuário ou na maneira de se viver, a emoção a ironia o desalinho, a emancipação, tudo o que não era permitido agora é liberado. O *Prêt-a-Porter* engendra uma liberdade total nesse processo de rejuvenescimento. A ironia, o tosco e o esgarçado são tão belos quanto efêmeros. O que outrora fora ridicularizado, agora está na moda das ruas. Assim é o efeito do signo na moda: ele se recicla, se perpetua e continua sua ação e seu devir.

No momento em que se eclipsa o imperativo do vestuário dispendioso, todas as formas, todos os estilos, todos os materiais ganham uma legitimidade de moda: o descuidado, o tosco, o rasgado, o descosturado, o desmazelado, o gasto, o desfiado, o esgarçado, até então rigorosamente excluídos, vêm-se incorporados no campo da moda. Reciclando os signos ‘inferiores’, a moda prossegue sua dinâmica democrática, como o fizeram, depois da metade do século XIX, a arte moderna e as vanguardas. À integração modernista de todos os assuntos e materiais no campo nobre da arte corresponde, agora, a dignificação democrática dos jeans *délavés*, dos pulls *puídos*, dos tênis gastos, dos trastes retrós, dos grafismos comics nas t-shirts, dos andrajos, do ‘look clochard’ das derivações high tech. (LIPOVETSKY, 1999, p.121)

Nessa onda plural de linguagens e intenções comunicativas, a moda já não é em si uma forma apenas. Há diversas modas, cada qual com suas características, algumas opostas, outras com pequenas nuances, mas ainda sim distintas. Elas possibilitam uma multidirecionalidade de estéticas ou ausência delas, tornando-as singulares. Esse leque é consequência do surgimento de modas jovens marginais quando da ruptura com a moda profissional. Pequenos grupos pós Segunda Guerra Mundial como os beatniks e zazous já vislumbravam antagonismos com a forma moda dominante, mas também expressavam um mundo jovem totalmente irrelacionável com o mundo adulto - e também de outras tribos jovens - além do desejo de emancipação, individualismo e do desenvolvimento dos valores hedonistas. Esses grupos foram os primeiros “antimodas”.

A importância da imagem para cada um desses grupos é suprema. Não é apenas a estética do parecer que é vestida, mas há toda uma simbologia da jovialidade, individualismo, valores existenciais e rupturas sendo comunicadas por essas peças. Não se pretende apenas utilizar do tosco, do esgarçado e do mal acabado para chocar. Veste-se isso, pois há a necessidade de se aumentar a distância da massa comum, rompendo até o fim com os códigos dominantes e cultivar também originalidade estilística. Importante ressaltar, que a incorporação de modas minoritárias como as exemplificadas acima nos cânones da moda profissional podem ocorrer. Vendem-se os conceitos de contestação e choque colocando-os sob a égide dessas modas minoritárias contestadoras com algumas nuances, fatores suavizadores. De forma abrupta, essas combinações de indumentária denotam valores culturais primordiais dentro da sociedade contemporânea, o prazer e a liberdade individuais.

As tendências de moda, antes seguidas à risca, não necessariamente precisam ser atendidas nesse momento de pluralidade. A autonomização do público, que agora segue suas vontades próprias, possibilita uma não desqualificação automática dos trajes antigos, que podem agora ser reutilizados e ressignificados. A pluralidade e a tolerância no vestir são palavras em voga em meados da década de 1960, reflexos principalmente de uma sociedade que se via num processo de apaziguamento dos conflitos sociais e de escuta do outro. Na moda contemporânea não há imperatividade nem imposição, a sugestão e a indicação são mais valorizadas. Sendo assim, o tosco, e antes considerado “feito” na moda, não mais choca ou causa controvérsias.

As políticas individuais, de prazer imediato e sedução possibilitam uma proliferação de modos de se vestir, incluindo o que antes era considerado agressivo ou chocante. Para Lipovetsky (1999), a moda contemporânea é cíclica e plural, nada choca ou agride, é apenas consequência da valorização do indivíduo, orientação cultural, estilo de vida ou opção estética, a sociedade quer mais transmitir esses valores do que justificar ou corroborar uma posição na hierarquia social, “vestuário é instrumento de sedução, de juventude, de modernidade emblemática” (Lipovetsky, 1999,152).

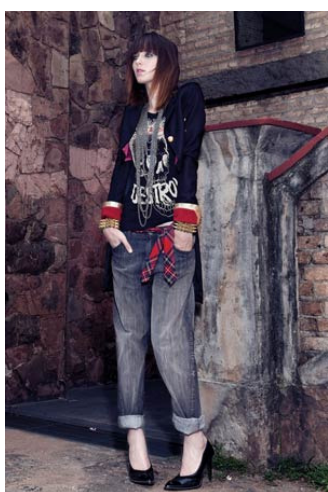
Para as indústrias de consumo, a moda aberta é um oásis. Substitui-se a unicidade pela diversidade, trajes sofrem pequenas alterações para atender a uma crescente variação, diversificação e individualização dos gostos. Variações rápidas dos trajes, o novo é o imperativo categórico do consumo, a sociedade está sedenta por originalidade, pois não se consome apenas para demonstrar um status social, mas também para adquirir a carga simbólica agregada ao produto, como o prestígio, a vivacidade típica da juventude ou a ironia, e também por uma busca desenfreada pela satisfação privada, cada vez mais indiferente aos julgamentos alheios. Com uma imensa possibilidade de consumo, e a necessidade de satisfação individual, difícil é não encontrar um traje ou produto cujo valor simbólico não vá ao encontro do que o consumidor deseja. As indústrias de consumo buscam atender às muitas solicitações e cada vez mais recorrentes pelo novo. Solicitações estas amplamente atendidas..

O ato de consumo está intrinsecamente atrelado à publicidade, que o tem desculpabilizado. Na moda, a publicidade encontrou simbiose, pois, assim como ela é de certa forma espetacular, a publicidade também o é, além do que ambas precisam teatralizar, e de minitransgressões. A legitimação do efêmero e da renovação permanente foi consolidada pela publicidade para com a moda, o consumo é típico do signo de moda, busca-se sempre o novo pela sedução e, de certa forma, o papel da publicidade é justamente esse: seduzir, utilizar estratégias espetaculares ou teatralizadas de incentivo ao consumo. A moda cai como uma luva à publicidade, ambas utilizam de estratégias de marketing para vender, são efêmeras, são produtos culturais que visam satisfazer a autonomia do indivíduo.

Também intimamente ligada à moda, está a ampla cultura de massa que busca incessantemente o prazer imediato, a satisfação momentânea e recreação do espírito. Adapta-se o passado à cultura de massa sem medo de anacronismos ou mal fadadas interpretações, o que importa é a satisfação pessoal, o preenchimento prazeroso do

individualismo presentificado. Tudo é passível de encaixe, desde que com um verniz de modernidade e, em alguns casos, fatores de suavização. A moda caminha ao lado da cultura de massa e midiática. As sondagens de audiência, as pesquisas de verificação do que se assiste *naquele momento* (grifo nosso), a recreação, divertimento e satisfação momentâneas são objetivos de ambas. A sedução pelo novo, mesmo que com pequenas nuances deve acontecer, pois assim será maior o êxito. A moda encontra-se na superficialidade e sedução de listas de discos mais vendidos e filmes mais vistos do ano, seu caráter é a efemeridade e a sedução o tempo todo, sempre com caráter de modernidade e com muitas opções de escolhas.

A sacralização do Novo, a valorização do prazer imediato, do individualismo e a consagração do presente são a tônica essencial da moda contemporânea.. Ela encontra paralelo nas artes, na cultura de massa e cultura midiática. A sociedade atual valoriza a sedução pelo novo e não está preocupada com seu caráter de efemeridade, o prazer momentâneo é mais importante. Nas palavras de Lipovetsky (1999), “nem anjo, nem fera” é a moda. Por um lado ela viabiliza a constituição de vários grupos - atualmente redes sociais virtuais são meios onde indivíduos com prazeres em comum se encontram - o que potencialmente diminui conflitos, também autoriza e desculpabiliza o prazer momentâneo, o consumo, tornando o indivíduo, de certa forma, mais satisfeito com sua autonomia privada e por outro lado também, cada vez mais individuais e individualistas, as pessoas aprofundam seus conflitos subjetivos engendrando maior dificuldade de se viver em sociedade e potencializando perturbações existenciais, pois, apenas o presente é atendido.



Sob o título “Tendência punk rock, Acompanhado por xadrezes tradicionais e pitadas estratégicas de brilho, o punk pisa firme no inverno com seus coturnos e tachas, o editorial de moda publicado na revista ELLE brasileira em março de 2009, deixa claro suas referências ao punk, utilizando peças similares ao movimento e evocando rebeldia. Na mesma página da foto, há a relação de preços: Casaca de lã, Ausländer, R\$ 1,2 mil, Camiseta de malha, Ed Hardy, R\$ 320 Calça jeans, Ellus, R\$ 485,

Figura 19: Editorial moda punk, foto de Rogério Cavalcanti, 2009

Disponível em:

<http://elle.abril.com.br/moda/melhor-da-estacao/tendencia-punk-rock-431937.shtml?page=page3&grpp01#comeco> Acesso em: março de 2010

Gravata de lã usada na cintura, D&G, R\$ 490, Colar de metal, Lucy in the Sky, R\$ 180, Escarpins de veludo e couro, Tao Galeria, R\$ 736,



Segundo Lipovetsky (1999), a moda segue seu curso de efemeridade e recorrência, se recicla, é o que se percebe no editorial quando das referências as peças e a postura similar degenerescente do punk. A moda é a residência do imaginário.

Figura 20: Editorial de moda punk, foto de Rogério Cavalcanti, 2009
Disponível em: <http://elle.abril.com.br/moda/melhor-da-estacao/tendencia-punk-rock-431937.shtml?page=page3&grpp01#comeco>
Acesso em: março de 2010

Este capítulo teve a finalidade de discutir as características da moda, a maneira como se projeta e permite ao imaginário diversas inferências. Foram ressaltadas suas características de elemento sedutor, de intencionalidade comunicacional, e sua ciclicidade que torna possível ver de maneira diferente o modo como existiu numa outra época. O capítulo a seguir promove as conexões de linguagem necessárias às inferências que se pretende realizar para responder à questão central do estudo envolvendo a apropriação de um signo por outro. O primeiro grande direcionador é o conceito de funções da linguagem.

5 LINGUAGENS E SUAS POSSIBILIDADES

Transmitir ideias, pensamentos, comunicar por meio de signos convencionados, sejam eles sonoros, táteis, visuais, ou de outra natureza, esse é um dos universos dos estudos da linguagem. Os signos, que são peças constitutivas da linguagem, carregam em si referencialidade a um objeto, sendo que ela pode comunicar o que há nele de várias maneiras. Cada mensagem traz consigo intenções explícitas e também recônditas de enfatizar algo. Qualquer que seja a manifestação de linguagem, costuma trazer signos que carregam emotividade, e esta, pelo emprego da poética, instala a conatividade. Atinge-se o quadro mais amplo das funções da linguagem que inclui referencialidade, emotividade, conatividade, poética e faticidade, num conjunto enunciado por Jakobson (2005) em *Linguística e Comunicação*.

A função referencial tem como objetivo comunicativo a clareza, fazer-se comunicar diretamente, sem rodeios, referenciando aquilo ou aquele que se comunica. Textos científicos, resenhas de filmes e livros, receitas, a conversa descontraída com o vizinho, o narrador de futebol na tevê, uma infinidade de situações comunicativas que compõe a função referencial da linguagem. Quando, por exemplo, o narrador de futebol explica que o jogador A não estará em campo pois se machucou, e que, no lugar dele, um jogador B jogará, ele comunica e referencia um fato, de forma bastante sintética e objetiva. Poderia esse narrador, por exemplo, referenciar: “o jogador A se machucou ontem no treino e por isso está fora da partida. No lugar dele o meio-campo B, que vem de uma boa temporada no futebol europeu” Cumpre-se aí uma das funções da linguagem, que é a referencial, cuja marca lingüística é a 3ª pessoa do verbo, ou seja, de quem ou do que se fala. Nota-se também que essa função dirige-se de forma clara e sem ambiguidades ao seu objeto, referencia de forma denotativa.

A função emotiva, por sua vez, tem como prioridade comunicacional outro aspecto do signo. O narrador esportivo, agora, durante o jogo de futebol, continua referenciando quase a totalidade dos acontecimentos da partida de forma objetiva e clara, entretanto, ele narra os perigos de gol de forma diferente da troca de bola no meio campo. Mostra-se mais empolgado. Não raro, surpreende com uma expressão que clama emotividade como “haja coração” e se assume nervoso com o time, alterando o tom de voz

quando o time ataca ou se defende. Por mais que se articule a função referencial da linguagem, há aqui neste exemplo, presença de emoção, utilizando-se expressões em primeira pessoa, adjetivos, interjeições, enfim, a mensagem é organizada na posição do emissor, perfazendo uma outra função da linguagem, a emotiva. No cancionário popular nacional há inúmeros exemplos que poderiam ser citados, como a música “*Não enche*” de Caetano Veloso

*Vagaba, vampira
O velho esquema desmorona desta vez pra valer
Tarada, mesquinha
Pensa que é a dona e eu lhe pergunto: quem lhe deu tanto axé?
À-toa, vadia
Começa uma outra história aqui na luz deste dia D:
Na boa, na minha
Eu vou viver dez
Eu vou viver cem
Eu vou viver mil
Eu vou viver sem você*

Particularidades linguísticas como adjetivos - e nesse caso específico, até xingamentos - o forte traço indicial do emissor (1ª pessoa) e a subjetividade são indícios da função emotiva na linguagem. É importante ressaltar, como dito no exemplo do narrador, que não há exclusividade de uma única função na mensagem. Pode-se ter uma característica mais acentuada e outras se entrecruzando. No intervalo do jogo de futebol, suponha-se que seja exibido um daqueles longos comerciais de produtos, chamados de “infomercial”. Exalta-se aqui a função conativa ou apelativa, que tem como objetivo convencer. Trata-se, por exemplo, de um espremedor de frutas, com múltiplas funções e capaz de espremer qualquer fruta. O vendedor na tevê mostra que desde melancia até frutos menores podem ser utilizados no preparo de sucos. A linguagem apelativa, ou conativa dos comerciais intenta mostrar ao consumidor o que o produto tem de melhor, as vantagens que ele oferece e assim por diante. O exemplo mencionado exhibe características evidentes da função apelativa ou conotativa da linguagem. Verbos no imperativo como “compre já” e “ligue para o número tal”, tem como intenção *apelar* ao consumidor, tal como a demonstração do produto feita por uma atriz ou ator famosos dizendo que já “compraram e garantem a qualidade”. Conativa vem da palavra em latim *conatum* que significa influenciar alguém através do esforço.

Ainda nos comerciais, há aqueles que surpreendem, quebram a expectativa e propõe um novo modelo de sensibilidade, pois são peças bem acabadas, cuja compreensão depende de uma sintonia fina. Há carga poética, o que praticamente não viabiliza pura e simplesmente o discurso automatizado como no exemplo anterior de “compre isso, pois é ótimo, você vai gostar”. Aqui, no exemplo do comercial, a intenção também é influenciar o consumidor para que ele adquira o produto, mas há um componente na mensagem denominado função poética. Linguisticamente pode-se dizer que ocorre essa função quando o eixo do paradigma se projeta sobre o eixo do sintagma, ou, em termos semióticos, o ícone se projeta sobre o símbolo (como será explanado adiante). A sensibilização do consumidor é realizada de uma forma mais elegante, a informatividade do discurso não é óbvia nem complexa, é intermediária. “Dizemos que, na função poética, a mensagem está voltada para si mesma: as características físicas do signo, no seu estatuto sonoro, visual, são privilegiadas, decorrendo um sentido não previsto numa mensagem de teor puramente convencional.” (CHALHUB, 2002 P.38)

Nos anos 1990 ficou famosa a série de comerciais televisivos das esponjas de aço Bombril. Tratava-se de comerciais aparentemente simples, de curta duração, nos quais o humor era a marca registrada. O cenário simples continha apenas uma bancada com um grande logotipo da marca ao fundo, e seu garoto propaganda era o ator Carlos Moreno. Aparentemente ele apenas falava sobre as vantagens de usar o Bombril, mas, na maioria das vezes, esse discurso conativo era permeado pela poética. Num dos comerciais o protagonista aparece fazendo dois personagens, uma mulher e um homem negro.

Ela diz: “Tem muita, muita sujeira”
Ele: “Mas tem Pinho Bril, que acaba com a sujeira”
Ela: “Tem germes, muitos germes”
Ele: “Mas tem Pinho Bril, que acaba com os germes”

A mensagem de conteúdo direto tem como intenção apelar ao consumidor que compre o produto Pinho Bril. A poética está na referência visual utilizada pelos publicitários para compor os personagens da peça. A mulher de óculos e o homem negro de ternos evocam, por similaridade, Nicéia e Celso Pitta, este acusado de desvio de verba pública da prefeitura de São Paulo, aquela, à época, esposa do político. Nicéia o delatou para as autoridades, relatando algumas “sujeiras” que o marido fazia quando prefeito da capital paulista. Aproveitando a temática de produto de limpeza, a peça produzida é elaborada, pois não explicita quem são os personagens que aparecem “vendendo” o Pinho Bril, alinha-os

comparando por similaridade ao político e sua esposa, e essa informação não é óbvia na peça, depende de conhecimento prévio do telespectador. Poeticamente, o telespectador foi surpreendido, pois o texto faz referência a um dos maiores escândalos políticos do país para vender um produto que limpa “muita sujeira e germes”.

Os possíveis significados das palavras em questão foram responsáveis pela articulação não somente do significado denotativo simbólico do contexto do produto de limpeza, que é de imundície e agentes bacterianos, respectivamente. A construção foi articulada utilizando um outro sentido de sujeira, mais abrangente e que aqui referencia também por similaridade os atos ilícitos e fraudulentos cometidos pelo político. Ou seja, houve uma sobreposição, um cruzamento, uma projeção do ícone sobre o símbolo. Há a similaridade visual entre os personagens, Celso Pitta e Nicéia Pitta, e também a alteração de sentido entre as palavras, designando simultaneamente sujeira no sentido literal e também atos políticos ilícitos. Ressalta-se que a situação exemplificada não é a única em que a função poética da linguagem ocorre: pode estar presente na literatura, artes visuais, artes plásticas e fotografia, sofisticando a informação, fazendo com ela não seja óbvia .

Outra possibilidade de função na linguagem é a chamada metalingüística, que combina os elementos retornando ao próprio código. É a literatura (que é um código) falando de si própria, o cinema tratando de si e a fotografia se autorretratando. Inúmeros são os exemplos de obras metalingüísticas, como no cinema, por exemplo, a obra *A rosa púrpura do Cairo* (1985) do diretor americano Woody Allen. O filme possui dois núcleos, duas narrativas diferentes colocando o filme dentro do próprio filme e interligando acontecimentos entre elas. Na literatura, entre os autores que retornam ao código está Manuel Bandeira, como no poema “*Desencanto*”.

*Eu faço versos como quem chora
De desalento... de desencanto...
Fecha o meu livro, se por agora
Não tens motivo nenhum de pranto... (BANDEIRA, 1971)*

Como afirma Charles Peirce, todo signo se traduz num outro signo. No caso da função metalinguística esse outro signo é o próprio código. Com notória ênfase no canal, à função fática da linguagem cabe testar o canal “interromper ou prolongar a comunicação” (Chalhub, 2002 p. 28).. Tiques como *certo? Entende? não é?, tipo assim* etc,

são expressões que não visam à comunicação de fato, são repetições ritualizadas, como no exemplo da canção “*Sinal fechado*” de Paulinho da Viola. Em um dos versos, “Quanto tempo...pois é, quanto tempo” é fático, é uma repetição, assim como quando alguém pergunta “Tudo bem?” a resposta fática é “tudo bem e você?”. Se a resposta for “olha não estou bem, estou com problemas pessoais.” então não houve faticidade. Segundo Chalhub (2002), essa função tem por característica ser tautológica, ou seja, dizer que o que é, é. “Puxa, como está frio hoje, não”? O objetivo, como já mencionado, é testar, interromper ou prolongar a comunicação. Conversas de sala de espera, essencialmente tautológicas, são fáticas, assim como o comportamento ritualizado de cada pessoa que chega para aguardar o elevador e aperta o botão para chamá-lo.

5.1 ALINHAMENTOS POR SIMILARIDADE E CONTIGUIDADE

Dois são os eixos de associação ou organização em linguagem: o eixo da similaridade (ou paradigma) e o sintagma - eixo da combinação. As locadoras de filmes costumam separar os DVD's por gênero, na seção de filmes policiais há vários títulos que estão agrupados por semelhança, assim ocorre com os filmes de aventura, western e comédia, cada gênero é agrupado de acordo com a semelhança temática. Uma pessoa que vai a locadora e escolhe, por exemplo, um filme (paradigma) de cada seção está compondo um sintagma, que é o conjunto de filmes; está combinando. Em um menu de restaurante; como lembra Pignatari (2004), os pratos estão agrupados por semelhança: há as entradas, os pratos principais, sobremesas, sucos. Quando o cliente escolhe uma certa entrada, um prato principal e uma sobremesa, ele está compondo um sintagma gastronômico a partir de vários paradigmas. Para Barthes (1979), cada peça de roupa pode ser chamada de paradigma: calça, blusa, jaqueta, vestido, chapéu são exemplos de paradigmas, que compõe um sintagma, reunião das peças escolhidas, combinação de uma camisa X com uma calça Y, e assim por diante. Quando esse sintagma está no canal de veiculação da mensagem, que é o corpo do usuário, ele comunica, informa, é a expressão de algo.

Na linguagem verbal associam-se as palavras escritas e faladas aos seus respectivos objetos. Quando dizemos cadeira, associa-se por contiguidade ao objeto cadeira. Esta palavra é formada pela combinação de vários fonemas que são paradigmas. Consequentemente, a combinação de vários paradigmas resulta em um sintagma, ou seja,

um conjunto. Mentalmente, as associações desse tipo são constantes. Pode-se ver uma fotografia de uma famosa atriz no outdoor e lembrar-se da vizinha (associação por semelhança) A publicidade, não raro, alinha por similaridade a aparência curvilínea da garrafa ao corpo feminino, pois ambas possuem uma curviliniaridade, uma característica comum, analogia, parença. Observe-se a ilustração a seguir:



Figura 21: Propaganda Campari, divulgação
Disponível em:
<http://portaldapropaganda.com>
Acesso em junho de 2010

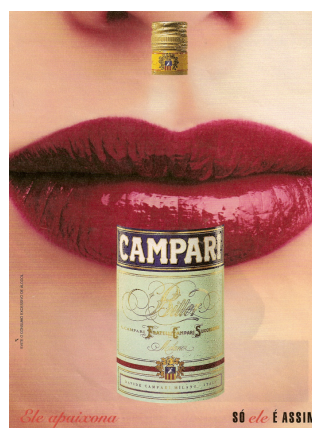


Figura 22: Propaganda Campari, divulgação
Disponível em:
<http://portaldapropaganda.com>
Acesso em junho de 2010

Nas figuras alinhadas, há uma propaganda do mesmo produto: a bebida Campari. Como a maior parte das peças do gênero, contém texto verbal e visual em complementaridade. Há diversos elementos que podem ser mencionados tendo como fundo o eixo da similaridade: uma mulher com vestido em posição semelhante à clássica imagem da atriz norte-americana Marilyn Monroe (filme *O pecado mora ao lado*). A maneira dos elementos estarem dispostos em cada cartaz é parecida. Um espaço de cor vermelha na horizontal tornando semelhante a abertura do vestido com a distribuição dos lábios na outra figura. A cor original do vestido no filme mencionado era branca e aqui se coloca na cor vermelha, também a exemplo dos lábios da outra modelo. A semelhança também ocorre pela motivação de dar realce à cor da bebida. É como se essa cor tivesse sido retirada diretamente da bebida. Na imagem não aparecem os contornos da garrafa e nem seu conteúdo. Isso pode ter sido assim organizado pelo fato de que se a cor vermelha estivesse dentro da própria garrafa (local de onde se esperaria que viesse), não produziria o sentido de sedução que a mensagem intenta produzir.

Vestido e lábios se colocam em posição semelhante, tanto visualmente, como na capacidade de expressar sensualidade, sedução, paixão. Os idealizadores da mensagem pretendem que essa sensação se transfira para o produto. A proximidade das imagens com a garrafa consiste num fator predisponente a essa transferência. A transmutação de formas se encontra na alteração da posição da cor vermelha. Tendo em vista que o símbolo, na concepção peirceana se conecta com seu objeto, dentre outros modos, por meio de um instinto ou ato intelectual, sem necessariamente uma conexão factual, a mensagem tem condição de cumprir a finalidade metafórica a que se destina e promover o convencimento de quem a recebe. O êxito de uma iniciativa publicitária é diretamente proporcional à capacidade de produzir um convencimento que não dependa primordialmente da argumentação aparecer em primeiro lugar.

Panichi e Contani (2007) também utilizam o alinhamento de imagens para analisar a transmutação de formas. Com isso conseguem mostrar os elementos de similaridade em que uma imagem exerce o papel de símbolo e outra de ícone. Analisam elementos extraídos dos arquivos do memorialista Pedro Nava ao construir seus textos. Esse procedimento é trazido para este estudo no sentido de dar suporte às análises previstas. Os textos do memorialista referem-se aos mais variados assuntos e fazem também descrição de pessoas em suas características físicas. Assim, ao mencionar sobre Carlos Drummond de Andrade, Nava utiliza a expressão *pescoço modigliani*. Os autores analisam a composição poética dessa construção pelo modelo ícone/símbolo. A pista é obtida nos arquivos do memorialista.

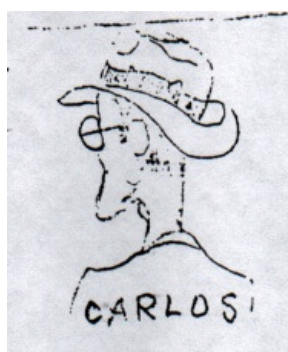


Figura 23: Caricatura Carlos Drummond de Andrade, de Pedro Nava
Disponível em: Panichi, Contani (2003)



Figura 24: Pintura de Modigliani
Disponível em:
http://www.ecoledeparis.org/artists/view/amedeo_modigliani
Acesso em junho de 2010

Ao se alinharem as imagens (figuras 23 e 24) torna-se possível ver, neste caso, que o pintor Modigliani pintava figuras pescoçadas. Encontra-se então o eixo da similaridade. Com o subtítulo *expressão bem-acabada*, os autores se referem ao fato de que essa escolha requer comparação e a expressão se torna mais enriquecida (PANICHI; CONTANI, 2007). O mesmo se pode verificar num conjunto de imagens como as que são perfiladas a seguir.



Figura 25: Charge Dilma Rousseff
Folha de S.Paulo, junho de 2008



Figura 26: Foto Dilma Rousseff
Folha de S. Paulo, junho de 2008

Pelo mesmo princípio do símbolo em Peirce, a charge à esquerda recebe simbolização proveniente da fotografia à esquerda. O eixo da similaridade, por outro lado, está presente, e as duas imagens estabelecem uma relação icônica. As formas são transmutadas (de uma fotografia para um desenho) e a carga de sentido e sensação é transferida da fotografia para a charge, e isso é o que torna esta última particularmente expressiva. O que se pretende é mostrar a relação entre os eixos da linguagem e a função poética. Esta última é obtida pelo encontro entre ícone e símbolo numa relação que se estabelece entre as equivalências metáfora/metonímia; paradigma/sintagma; similaridade/contiguidade. A fotografia, no caso acima, é metonímica em relação à charge; a charge metaforiza o sentido evocado pela fotografia. Ainda a charge, por outro lado, também se torna apta a incorporar outros elementos de sentido.

Retornando ao trabalho de Panichi e Contani (2007), os autores encontraram outras evidências da presença dos eixos da similaridade e contiguidade na pesquisa junto aos arquivos do memorialista Pedro Nava. O material agora é uma semelhança no interior de texto escrito. Na seguinte passagem, o memorialista fala de uma cena de visita a uma casa em que moravam pessoas ligadas a seu passado. Nota-se no texto, a repetição de palavras, conferindo à frase uma respiração diferenciada, com a presença de ritmo. O memorialista revelou influência recebida de Marcel Proust, autor que lia com frequência e admirava. Observe-se a semelhança, a partir do alinhamento também apresentado nesse caso (figuras 25 e 26)

“(...) só estava viva minha tia Alice. Minha avó, *morta*. Marout, *morta*. Tia Dinorá, *morta*. Maria, *morta*. Joaquim Antonio, *morto*. Tia Candoca, *morta*. Tio Salles, *morto*. Não entrei na casa *morta* também, *morta* e fechada...

Figura 27: Texto de Pedro Nava em *Baú de Ossos*.

“Hannibal de Bréauté, mort! Antoine de Mouchy, mort! Carlos Swann, mort!, Adalbert de Montmorency, mort! Boson de Talleyrand, mort! Sosteheme de Doudeauvill, mort!”.

Figura 28: Texto de Marcel Proust em *Le Temps Retrouvé*

A similaridade, neste caso, está no estilo da construção e no emprego desse procedimento para uma finalidade parecida: descrever algo. O texto de Proust funciona como símbolo para o texto do memorialista brasileiro. Este último repete o procedimento quando faz referência à intensa presença da carne de porco na culinária mineira: “Do arroz nadando em banha *de porco*, de orelha *de porco*, de focinho *de porco*, de pistola *de porco*, de rabo *de porco*, de pé *de porco*. Do tutu com carne *de porco*.” (NAVA, 1974 p. 19-20) Neste caso, a expressão “de porco” é repetida no mesmo processo rítmico dos textos acima.

Por haver exercido a profissão de médico, um conjunto de expressões da linguagem médica aparece nos textos do autor. Certa ocasião ao viajar num trem, Nava presenciou um estrago provocado num banco e o descreveu como se fosse um ferimento (eixo da similaridade): “ O banco de palhinha suja, fronteiro ao meu, no vagão, ostentava um rasgo feito a canivete, por onde *herniava* o forro claro do acolchoado.” (C. F., p. 149). A imagem que se constrói mentalmente é de um estufamento do forro, análogo a uma hérnia – exemplar de visualidade na palavra. Em outras oportunidades o mesmo ocorreu: “Finalmente morou ali o Ismael Faria, cujo riso *contagioso* e alegria *epidêmica* – faziam

dele o vizinho mais simpático daquele canto do bairro.” (G. T. p. 343) – a respeito de um colega de faculdade, com linguagem de médico. Sobre outro colega, assim a informação foi também construída: “Era estudante *crônico* de Engenharia e não se rematriculava há anos.” (B.M. p. 208).

O quadro a seguir dá uma ideia bem-humorada de como o memorialista fazia referências à morte. O quadro foi estruturado numa tipologia em que prevalece a alegoria, elemento que faz uso da metonímia e da metáfora, símbolo sobre ícone.

| Referência | Recurso | Expressão |
|-------------------------------|----------------------|---|
| Morte como definição | Iniciais maiúsculas | Sua Majestade a Morte Rubracunda Morte-Megera Dama Esfaimada Intrusa |
| | Em minúscula | magra esganada a magra a esganada |
| | Diálogo intertextual | Indesejada das gentes (João Cabral de Melo Neto) Dama Branca (Manuel Bandeira) Cachorra (Prudente de Moraes Neto) |
| Morte como partida | Alegoria | se foi saiu de casa para sempre passou desta para melhor foi para o outro (mundo) saindo da vida sem dizer adeus ir-se embora foi ao encontro dos deuses seus irmãos |
| A ação de morrer | Alegoria | rolou no tempo que não conta foi mergulhando em águas mais fundas que as do Paraíba estava mergulhada no passado já era com Deus entregou sua alma alforriou-se da vida esticou a canela |
| A situação ou estado do morto | Alegoria | bocas há muito abafadas por um punhado de terra já não era mais dos seus nem com eles. Cadáver está agora sentado à direita desaparecida no grande sono agora ele é apenas uma inscrição numa lápide |
| | Diálogo intertextual | está dormindo profundamente (Manuel Bandeira) |
| A iminência da morte | Alegoria | o velho jequitibá estava para cair anjo que já estava tirando os pés da terra o marido estava por pouco |

Figura 29: Expressões utilizadas para fazer referência à morte

Fonte: Panichi, Contani 2007

Uma associação por contiguidade, por exemplo, ocorre quando se sente o cheiro de bolo assado na padaria e há a lembrança de um familiar, como a avó ou mãe. Aqui não existe a relação de parença entre o bolo e a mãe, mas o cheiro do bolo é um signo que desperta, evoca na mente, por contiguidade, uma lembrança. O restaurante no qual alguém passa em frente para ir trabalhar e que lembra os colegas de faculdade (uma vez que, após as aulas, era onde havia a reunião da turma) também é uma associação por contiguidade. Em termos peirceanos, tem-se que a similaridade ocorre por analogia e são *ícones* (grifo nosso), enquanto a contiguidade é representada pelos *símbolos* (grifo nosso). Quando o motorista avista uma placa de sinalização de trânsito triangular, esta tem caráter simbólico, é uma generalidade expressa simbolicamente, ele sabe que deve dar a preferência a um outro veículo, ou seja, por contiguidade, ele compreende aquele símbolo.

As figuras de retórica que predominam nos eixos da contiguidade e similaridade são respectivamente a metonímia e a metáfora. A primeira que é a parte pelo todo, prevalece no sintagma. As palavras são compostas por fonemas, pedaços de sons, enquanto que a frase é constituída por várias palavras (pedaços) do léxico do idioma. Ou seja, há uma representação metonímica, pois se agrupam vários pedaços para designar algo. Carlitos, famoso personagem de Charles Chaplin no cinema, em uma estampa de camiseta, é representado apenas pela cartola e pelo pequeno bigode. Ora, há aqui uma linguagem visual, essencialmente metonímica, visto que o personagem é evocado, por similaridade, apenas com alguns pedaços constituintes de sua caracterização. Aliás, mais ainda que o personagem, o próprio Chaplin é notoriamente lembrado pelo seu personagem símbolo. É a parte (Carlitos) pelo todo (Charles Chaplin).

A metáfora, por sua vez, prevalece no paradigma, é uma relação de semelhança. Em um comercial televisivo, certa atriz diz: “Tudo que eu faço na minha vida, eu procuro me cercar de feras”. Obviamente que ela não está se referindo aos animais grandes e perigosos, que é uma possível referência para feras. Há aqui, a linguagem figurada, a metáfora por semelhança entre objetos, “pessoas” (o que está implícito) de um lado e “feras” de outro. Pretende-se, naquela fala, demonstrar que ela se cerca de pessoas competentes, excepcionais naquilo que fazem, de grande conhecimento em tal área. Há no texto do comercial, a linguagem conotativa, metafórica, que é, como também lembra Santaella (2008), um signo icônico.

Fazendo referência à questão do combate à fome, o articulista Roberto Pompeu de Toledo colocou lado a lado, na edição da Revista Veja de 12/02/2003 dois personagens de mesma iconicidade: o mendigo de rua que anda todo andrajoso nas esquinas para pedir esmolas aos transeuntes e o calouro recém-aprovado no vestibular, quando toma conhecimento do resultado e é forçado por meio do trote a fazer o mesmo que o mendigo nos cruzamentos. A esse fenômeno, ele dá o nome de “mendicância chique”, uma vez que são jovens de famílias com poder aquisitivo, inclusive veículo (estacionados a certa distância) e que vão competir com os verdadeiros pedintes. É a mesma analogia com o título deste trabalho: suave rebeldia. Perfilam-se em ambos os casos aspectos contraditórios que o signo, em sua modalidade simbólica, é capaz de comportar.

Muitas vezes, essas analogias não ocorrem somente entre as partes ou objetos em questão, mas são “trazidas para as letras, os sons, as figuras dos próprios signos” (Pignatari 2006, p.17). Ou seja, além de semelhança visual, por exemplo, entre os objetos, há a similaridade de sons, letras ou ritmo entre as partes, que é chamada de paronomásia. Essa figura de linguagem possibilita o trocadilho e caracteriza o eixo da similaridade.

Neste poema de LEMINSKI, 2004

*as coisas
não começam
com um conto
nem acabam
com um •*

Observa-se a similaridade sonora (conto/ •). O poeta enriquece seu poema ao não escrever simplesmente “ponto”, mas sim, representa-lo visualmente, invertendo a relação da palavra significar a coisa em si. O próprio ponto (coisa em si) representa a palavra, surpreendendo o leitor. A paronomásia, como já dito, caracteriza o eixo da similaridade, e nesse caso ressalta a iconicidade do paradigma, projetando o ícone sobre o símbolo, ou o paradigma sobre o sintagma, enfim, exerce a função poética, enriquecendo a linguagem e criando modelos de sensibilidade.

Muitas vezes, a linguagem poética não necessariamente deve ser compreendida ou analisada linguisticamente. Por essa sobressalência icônica do poema, ou sobreposição paradigma/sintagma, ele acaba por transmitir qualidades de sentimento. “Ideia

para ser sentida e não apenas entendida, explicada, descascada” (PIGNATARI, 2006, p18). A lógica interna de um poema, filme, peça publicitária ou fotografia transcende a lógica tradicional, ela cria modos próprios, tem sua dinâmica, não obedece à gramática tradicional, cria a sua. A percepção do ícone, como nos explica Peirce (2008), pode depender da experiência colateral, e, o que será percebido são as qualidades de sentimento, fugidias e efêmeras, que podem ou não evoluir para outras instâncias de interpretação.

5.2 TRÍADES PEIRCEANAS E A PROXIMIDADE COM OS FENÔMENOS

Criador da teoria geral dos signos, o filósofo americano Charles Sanders oferece distintas definições de signo e, no que até o momento foi organizado e publicado, o autor erigiu uma teoria no sentido de compreender como funcionam as coisas, de que forma a mente age, os meandros e nuances da ação do signo, seus componentes e derivados, e além disso criou uma sistemática para elucidar qualquer fenômeno. Tão vasta e oceânica obra do pensamento ocidental já mereceu estudos importantes em todo o mundo.

Representar algo para alguém (sem que esse alguém seja necessariamente uma pessoa), estar no lugar de algo, criar mentalmente em um ente um signo equivalente ou mais desenvolvido, o signo está para uma outra coisa, ele pode ser análogo ao seu objeto, indicá-lo ou representá-lo simbolicamente. Com menos abstrações, pode-se dizer, exemplificando, que uma maçã pode ser um signo de Nova York, ou remeter, biblicamente ao pecado original. A funcionalidade do signo reside em representar seu objeto, sendo que não necessariamente deve representá-lo em sua totalidade, pode ser uma representação parcial. O signo não é uma entidade autônoma, ele se mantém numa relação triádica, com seu objeto e o interpretante. O objeto determina o signo que aponta para um interpretante.

Sendo o signo definido como “qualquer coisa que” ou “alguma coisa que”, a palavra “coisa” não deve ser tomada como uma entidade necessariamente existente, visto que conforme Ransdell (s.d.,pp. 5-6) enfatiza, entidades ficcionais, imaginárias, sonhadas, míticas, meramente concebidas, e assim por diante, são tão capazes de ser signos quanto o são entidades que identificamos como sendo, digamos, de caráter físico ou histórico. (SANTAELLA, 2000 P. 15)

Sendo o signo uma representação, manifestação, revelação, há nele características do objeto, que numa via de mão dupla também possui características do signo. O signo age como procurador do objeto. O termo objeto aqui, não deve ser compreendido como um ser existente e concreto pode ser de natureza imaginária, uma abstração ou ideia. O signo continua a ação do objeto, é mediador, tem relação imprescindível e é vicário do objeto na mente, ou seja, é seu delegado. O interpretante segundo Santaella (2000), terceiro ente na relação, é aquilo que é determinado pelo signo, ou pelo próprio objeto através da mediação do signo. Pode-se dizer, a fim de explicitar os papéis na trama triádica, que o signo ou *representamen* é o primeiro correlato na tríade, o objeto é o segundo, e o interpretante, o terceiro. Esse posicionamento teórico – tendo em vista que a ação do signo é ininterrupta – não é fixo. O interpretante que é o terceiro correlato pode ocupar, numa posterior cadeia sígnica, o papel de primeiro, sendo o objeto de um signo que caminha para um outro interpretante.

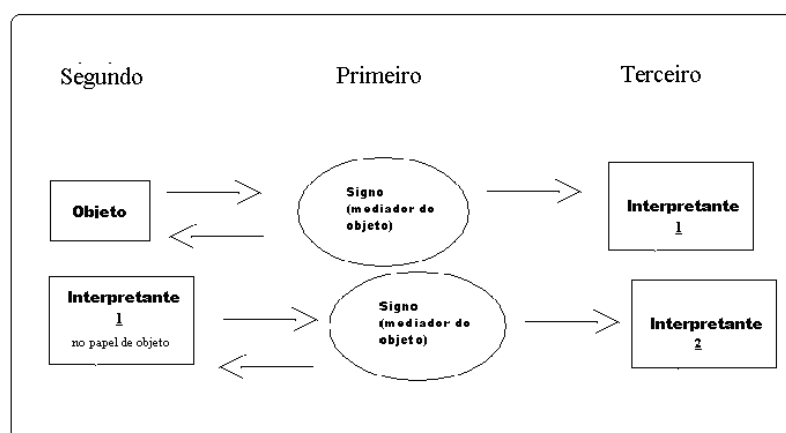


Figura 30: Diagrama representativo da ação do signo, ou semiose
Elaborado pelo autor

Esse processo de mediação do objeto realizado pelo signo e sua chegada a um interpretante, é denominado de semiose ou ação do signo. Ressalta-se que, o signo representa seu objeto e gera um interpretante e, esse interpretante, pode ser o objeto de uma outra ação sígnica, pois herda do signo o vínculo de representação (Santaella, 2000). Ou seja, a semiose é intermitente, um processo *ad infinitum*, um signo sempre se desenvolve num outro signo, o que mostra o caráter de incompletude e insuficiência com relação ao

objeto, pois, se possuísse todas as qualidades do seu objeto, o signo não seria ele mesmo, mas o próprio objeto. O desenrolar dos interpretantes é causado, pois, pela incompletude do signo, que sempre necessita de uma ampliação, desenvolvimento e continuidade num outro signo.

O longo curso do tempo (the long run, diria Peirce) sempre demonstrará que aquilo que foi tomado como completo não passava de apenas um dos aspectos parciais do objeto, visto que este, na sua inteireza ou totalidade, não pode ser capturado nas malhas dos signos. Por mais que a cadeia sígnica cresça, o objeto é aquilo que nela sempre volta a insistir porque reside na sua diversidade. (SANTAELLA, 2000,p..31)

5.3 ESPECIFICIDADES DO OBJETO E DO INTERPRETANTE

Não se deve entender por objeto aqui, o conceito massificado de *coisa*. Apesar de Peirce algumas vezes o ter tratado como coisa a fim de diminuir a complexidade do termo para que fosse compreendido por seus contemporâneos. O Objeto peirceano pode ser um existente concreto, algo imaginável ou qualquer coisa que é mencionada ou sobre a qual se pensa. “Objeto” é aquilo que provoca o signo; este tem algum tipo de correspondência com o objeto, e vice versa. Este objeto em questão é chamado de Dinâmico. Pela classificação peirceana, dois são os tipos de objeto: o Objeto Imediato, e o Objeto Dinâmico. No caso do imediato, ele é conhecido no próprio signo, está inserido, é apenas sugestão, e indica o objeto dinâmico. É como se o pensador americano dissesse que não há porta de entrada direta para acesso ao objeto dinâmico, externo ao signo. O Objeto Imediato é um elo entre o signo e o objeto em si (dinâmico) é o objeto na sua forma imediatamente disponível, um conector. A representação do objeto dinâmico pelo signo é externa, entremeada pelo Objeto Imediato e podem ocorrer três manifestações, três modos de apresentação do signo para com o Objeto Dinâmico. A primeira é a forma sensível, exprimindo apenas qualidades, extremamente fugaz, a segunda indica conexão física do signo com o objeto e a terceira é intelectual.

O signo representa o objeto e cria algo na mente do intérprete. Esse algo, como já mencionado é o interpretante, signo equivalente, que pode servir de objeto para outro signo, é o terceiro correlato na tríade peirceana, sendo o primeiro o fundamento do signo ou *representamen* e o segundo, o objeto. O interpretante é um signo que foi

desenvolvido por meio de outro signo. A única maneira de compreender o signo (primeiro) é através do interpretante (terceiro) que também é outro signo. Objeto-signo-interpretante, num processo de semiose, são todos de natureza *sígnica*, pois tudo aquilo que pode ser representado, também apresenta natureza representativa, logo, justifica-se classificar o interpretante como signo e compreender a infinitude e o devir da semiose.

Existem segundo Santaella (2000), algumas fases da divisão do interpretante que foram apontadas por Peirce. A divisão mais conhecida, e a mais capaz de dar conta das morfologias categoriais do interpretante, é a que data de 1904 e tem como pressuposto a fenomenologia “ou teoria das categorias”, que divide os interpretantes em imediato (primeiridade), dinâmico (secundidade) e final (terceiridade), são assim separados, pois essas seriam as fases por que passam até se converterem em outro signo, mas não correspondem a três interpretantes, são apenas níveis, outros aspectos do interpretante principais estudos sobre a divisão do interpretante. Ao interpretante imediato corresponderiam as ideias de imediaticidade, fugacidade, qualidade, possibilidade, potencial não realizado, enfim, propriedades internas do signo ainda não realizadas, em abstração total, é o interpretante com essas propriedades encapsuladas, esperando por uma mente interpretadora, são informações que esse signo coletou de semioses já ocorridas, de signos anteriores que ele interpretou.

Análogo ao objeto dinâmico, o interpretante dinâmico é externo ao signo, é o efeito real e direto propriamente produzido pelo signo, “o Interpretante Dinâmico é qualquer interpretação que qualquer mente realmente faz do Signo, Este interpretante deriva seu caráter da categoria diádica, a categoria da ação” (CP 8.315 *apud* Santaella, 2000), é o efeito produzido pelo signo, num ato de interpretação singular e concreto. É a ação empírica de apreensão do signo, que caminha para o interpretante final. Este estágio de terceiridade do interpretante é o efeito, de fato, que se produz numa mente, representação de relação sua (interpretante) com o objeto, é a tendência do resultado interpretativo final. A denominação de “final” aqui explicitada, não deve ser compreendida como estática, ao pé da letra; ela é um limite ideal, desejável, mas inatingível, pois os interpretantes dinâmicos tendem a evoluir ininterruptamente, caracterizando o processo de semiose, crescimento contínuo e infinito do signo.

Peirce ainda propõe mais duas classificações, formando a tricotomia dos interpretantes extraídas das categorias fenomenológicas de primeiridade, secundidade e

terceiridade. Na segunda tricotomia dos interpretantes divide-os, respectivamente em *emocional, energético e lógico*. O interpretante emocional carrega em qualidade de sentimento inalisável e intraduzível, é despertado por um sentimento, único despertar no interpretante. Não há sentimento de reconhecimento, o único efeito que o signo produz é uma qualidade fugidia, só há o aspecto qualitativo provocado pelo signo. Não se deve confundir o interpretante emocional, que desperta apenas sentimentos de qualidade fugazes, com o significado emotivo, pois, segundo Savan *apud* Santaella (2000), este se caracteriza pela carga emocional que acompanha uma atitude valorativa, positiva ou negativa, proporcionada por um signo, ou seja, o significado emotivo é posterior ao interpretante emocional, ele possui também, dentro dessa segunda tricotomia, os interpretantes energético e lógico.

Quando se assiste a uma peça teatral ou se ouve um concerto, por exemplo, há algumas impressões e qualidades sentidas, bastante fugazes e fugidias, são interpretações de uma peça de um compositor que “intenta transmitir suas ideias musicais, mas elas consistem usualmente somente de uma série de sentimentos” (SILVEIRA, 2007 p. 51). O signo, no caso de ser um interpretante emocional, só pode ter a natureza de um sentimento, mas a condição mínima para indicar os outros dois, energético e lógico é, obrigatoriamente conter o interpretante emocional. Em outras palavras, a secundidade e terceiridade não existem sem a primeiridade. Ao escrever sobre um filme, o crítico de cinema elabora argumentos, seu texto carrega interpretantes finais, e no caso, energético e lógico, mas suas impressões de qualidade de sentimento (interpretante emocional) lá estão também, muitas vezes mascaradas, foram vetores, no entanto, para a continuidade do interpretante em energético e lógico.

O interpretante energético por sua vez, deve corresponder a um ato no qual alguma energia é despendida. Uma lágrima que é reflexo de sentimentos, já é uma reação à primeiridade do interpretante emocional, é uma ação física, concreta, que indica uma secundidade, assim como o é uma reação muscular, o levantar de um braço quando encosta numa panela quente ou o tapar dos olhos ante uma cena indesejável. Não só fisicamente é caracterizado esse dispêndio de energia: pode ser uma luta imaginária para esquecer uma lembrança, alguma resistência psicológica, atos de imaginação. O interpretante lógico é o entendimento geral, intelecção do signo, a ação de pensar, fazer inferências, links entre pensamentos, segundo Santaella (2000) um interpretante lógico é uma regra geral, um hábito de ação.

| | Interpretante Imediato | Interpretante Dinâmico | Interpretante Final |
|--------------------------|------------------------|------------------------|---------------------|
| Interpretante Emocional | | | |
| Interpretante Energético | | | |
| Interpretante Lógico | | | |

Figura 31: Quadro esquemático interpretantes
Fonte: Silveira (2007, p55)

A figura acima mostra, por outro lado, as tríades agora cruzadas para se conhecer o percurso dos interpretantes. Chama-se atenção, neste caso, para uma característica marcante: em ambas, há a presença decisiva das categorias de primeiridade, secundidade e terceiridade. (SILVEIRA, 2007) Ao interpretante imediato associa-se a potência interpretativa do signo – na realidade, ele a determina. A presença da noção de primeiridade é predominante. O interpretante imediato tem a característica da secundidade e o interpretante final – que também pode ser chamado de interpretante normal (SILVEIRA, 2007) recebe a tendência interpretativa do signo para o futuro. A mesma associação é esperada para a segunda tríade: interpretante emocional – primeiridade; interpretante energético – secundidade; interpretante lógico – terceiridade.

O interpretante emocional tem a natureza de um sentimento. O interpretante energético somente se instaurará se já tiver determinado um interpretante emocional. (SILVEIRA, 2007). Já o interpretante lógico tem a natureza de um conceito. A conduta projeta-se para o futuro e volta-se para a obtenção de seus propósitos via interpretante lógico. Este último pressupõe a existência dos demais como mostra a figura 31. Nota-se que a coluna do interpretante imediato e a linha do interpretante emocional se estabelecem em relações de primeiridade. Qualidades de sentimento vagas e imprecisas e que não se conectam a um outro ente, impressões fugazes, apenas sentimentos inalisáveis. As características de primeiridade, principalmente no primeiro correlato da segunda tricotomia do interpretante (emocional) abrem espaço para uma infinidade de possibilidades

sígnicas devido ao caráter vago e vasto da qualidade de sentimento, presentes abundantemente em obras de arte de um sem número de manifestações.

5.4 A PRIMEIRIDADE NO SIGNO ESTÉTICO

As ciências normativas possuem caráter altamente teórico, abstrato. Seu objetivo é o estudo da conduta, das normas e ideais que regem o sentimento, a conduta e o pensamento humanos, enfim, os signos. Cada uma das ciências, estética, ética e lógica, é responsável por uma área específica dentro desse objetivo maior, que é a análise da conduta. Reiterando que esses fenômenos não são estudados tal como aparecem (tarefa designada para a fenomenologia), mas, sim, de que forma agem sobre nós e vice versa, como agimos sobre eles. Apesar da divisão entre fenomenologia e ciências normativas, aquela incide diretamente sobre esta. Toda a caracterização dos fenômenos em primeiridade, secundidade e terceiridade são paralelas à estética, ética e lógica, respectivamente. Ou seja, é necessária a compreensão das categorias fenomenológicas para o entendimento das ciências normativas, que residem na secundidade.

Peirce afirma que o raciocínio é “o controle consciente do processo inferencial que se desenvolve através da interpretação do conhecimento perceptivo” (SANTAELLA, 2000 p.120 e121). Apesar da deliberação e da autocrítica de nosso raciocínio, há situações, no entanto, que não podemos controlar. São momentos de nebulosidade pensamental em que, por ora, somos levados a condições não previstas de navegação mental. Nos momentos de deliberação e autocontrole do raciocínio, pode-se escolher um ou mais caminhos em detrimento de outros, pois, nossa percepção apreende possíveis opções e, num estágio de “escolha”, somos levados a optar. Mas, o que leva nosso raciocínio a fazer essa escolha? Justamente a condição de ciência normativa do raciocínio. Há um filtro que julga se aquele pensamento é bom ou mau, anterior à lógica (terceiridade). Essa instância é a ética, um segundo correlato.

A ética é a ciência que define a meta, e a lógica age no sentido de estudar os meios para se atingi-la. Ambas trabalham de forma conjunta, deliberada e autocríticamente. A lógica é imprescindível da ética. Quando se diz que há um julgamento de bom ou mau, não se concebe aqui a ética como a ciência do bem e do mau. Peirce nos

elucida que não se trata de posições morais, mas sim de aceitar o que se está preparando para afirmação daquilo que quero fazer, de forma deliberada, ciente das escolhas, até mesmo daquelas que já foram previamente condenadas por alguma instância sîgnica. Ao recorrer à ética, a lógica assume seu caráter de insuficiência, pois não dá conta da esfera que lida com os ideais e normas que guiam nossa conduta. Vê-se com os fatos, que as duas ciências estão intimamente atreladas. Ainda inquieto, o estudioso buscava de onde realmente vinha a busca pelo ideal supremo, já que a lógica e a ética apontavam direções, mas não satisfaziam por completo a ideia de fim último, ideal supremo. O fim último, a meta suprema, diria, está na ciência estética. A força de sedução que esse ideal (ideal supremo) contém, e sua natureza passou a ser o objetivo maior da estética.

A estética para Peirce é o fim em si mesmo; ela contém as características mais profundas das ciências normativas e a ética está alicerçada na estética. Em um diagrama, observar-se-ia, que a estética é o fim supremo que contém a ética, que contém a lógica, todas, porém estão numa relação simbiótica de dependência constante e imprescindível. A estética determina para onde o empenho ético, e por consequência o lógico, deve erigir-se

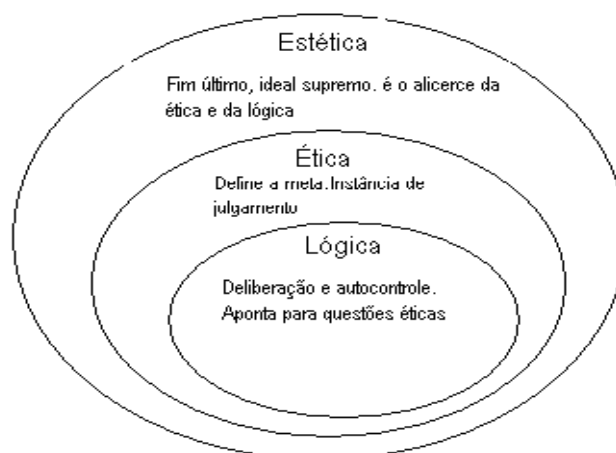


Figura 32: Diagrama Ciências Normativas
Fonte: Elaborado pelo autor

Muito além da ideia reducionista de estética como ciência do belo, a estética proposta possibilita a apreensão do admirável em si, no seu mais puro frescor e talidade qualitativa, o puro sentir sem dualidade, sem conexões: A estética, contém em sua

essência primeiridade, mas uma primeiridade que pode avançar em direção a uma secundidade e terceiridade. O ideal estético não é meramente uma concepção imaginativa, mas se materializa, e as obras de arte são aparatos perfeitos para que a estética se corporifique e continue no seu devir sýnico. As qualidades de sentimento, que estão incorporadas no signo estético, atualizam-se nas obras de arte.

O ideal estético é nutrido pelo cultivo de hábitos de sentimento. Sendo as obras de arte aquelas coisas que encarnam qualidades de sentimento, os hábitos de sentimento só podem ser cultivados através da exposição de nossa sensibilidade às obras de arte. Em vista disso, por mais que se possam criticar os museus e suas extensões, no tempo histórico em que estamos atravessando, eles cumprem essa imprescindível tarefa de nos colocar na presença de obras de arte que fisgam nossa sensibilidade com vistas à mudança de hábitos estereotipados e deteriorados de sentir. (SANTAELLA, 2000. p.150).

As obras de arte encarnam qualidades de sentimento, não sendo, porém, formas puramente ambíguas de puro sentir, mas também convites ao exercício da razão deliberada, ou seja, além de um interpretante emocional, as obras de arte podem despertar outros, como o energético e o lógico. Elas corporificam a estética, que está impregnada de meras impressões fugidias, ativam interpretantes emocionais, são ícones, modelos de sensibilidade que trazem a poética consigo, signos estéticos.

O ícone é o signo estético por excelência, pois ele enfatiza os objetos simplesmente na sua apresentação, traz a proeminência da primeiridade, traz em si frescor, originalidade, uma talidade essencial, espontaneidade livre, enfim, natureza monádica também presente na estética. A possibilidade do devir sýnico, já explicitado pelo processo de semiose, aliado a característica porosa e monádica do ícone, promovem, muitas vezes, a geração do interpretante emocional, que também é um primeiro correlato. O signo estético, ou ícone, não tem compromisso direto com o contexto. Ele está mais atado a suas próprias determinações internas do que externas, sendo mais revelador “porque na sua ambiguidade é capaz de flagrar o cerne da realidade, lá onde o ambíguo e o indeterminado fazem sua morada” (SANTAELLA, 2000 185).

Para Peirce, o ícone é uma representação qualitativa um “existente individual ou uma lei” (PEIRCE, 2003, p.52) e está situado na primeiridade. Eles operam “pela semelhança de fato entre suas qualidades, seu objeto e seu significado” (PLAZA, 2001, p.21). São sentimentos inalisáveis, porém, que aspiram ser inteligidos, é puro sentir, mera possibilidade lógica. O ícone possui com seu objeto apenas relação de similaridade e pode

produzir na mente sentimentos de analogia com algo. Uma peça musical ou uma obra de arte são icônicos, pois há uma profusão de sentimentos e pode haver uma relação de similaridade com algo já experienciado anteriormente.

O capítulo a seguir executa os procedimentos de análise, integrando a discussão e as descrições realizadas até este ponto: movimento punk, fotografia, moda, estudos da linguagem.

6. TRANSMUTAÇÃO DE FORMAS ENTRE O MOVIMENTO PUNK E A MODA CONTEMPORÂNEA

A abordagem aqui apresentada se assemelha ao procedimento que exemplificado no capítulo anterior. Os passos serão os seguintes:

1. Alinhar as imagens
2. Identificar o eixo da similaridade
3. Identificar o eixo da contigüidade
4. Enumerar os elementos de ícone/similaridade/metáfora
5. Enumerar os elementos de símbolo/contigüidade/metonímia
6. Aplicar os fatores de suavização
7. Proceder à leitura das imagens

6.1 ANÁLISE 1 - CATWOMEN



Figura 33 - Evento Fashion Rio 2006, divulgação Disponível em: <http://erikapalomino.com.br> Acesso em janeiro de 2007



Figura 34 - Integrantes do Contingente de Bromley, autor desconhecido Disponível em: <http://thinkcreateblog.files.wordpress.com/2009/02/bromleyphilip.jpg> Acesso em julho de 2009

Nas imagens alinhadas acima, percebe-se similaridade entre duas peças de vestuário. Na imagem fotográfica da direita, as catwomen londrinas deram visibilidade a um repertório paradigmático e utilizou o microvestido listrado com a provável finalidade de chocar costumes da época. Uma das possíveis referências à presença de listras nos motivos das roupas, diz respeito a algo como prisão, privação de liberdade, a campos de

concentração de trabalho forçado – contém portanto um teor de algo execrável. O eixo sintagmático (combinação) visual das catwomen londrinas gerou uma linguagem rústica e de choque do movimento.

Na imagem fotográfica da esquerda - de um desfile de moda realizado no Rio de Janeiro - a estilista, muito provavelmente, utilizou como paradigma as mulheres punks londrinas e confeccionou uma de suas peças com bastante similaridade à roupa punk vista na imagem do lado. O eixo sintagmático da fotografia da esquerda contém um núcleo de semelhança e ao mesmo tempo motivos periféricos com paradoxos: diferenças e convergências – estas últimas marcadas pelo fato de uma se referir a algo atual e a outra a um movimento distanciado no tempo, a década de gênese do movimento punk. Por mais que se tenham utilizado vários paradigmas desta cultura, foram empregados também outros distintos, como por exemplo os paradigmas de moda. A combinação desses diferentes paradigmas direciona de modo peculiar o eixo sintagmático. É interessante notar que, por mais que se fale em construção de sentido no eixo sintagmático, o eixo paradigmático ocorre na mesma proporção: ambos são elementos cooperantes entre si.

Com a seguinte equação relacional (ressalvando que não se pretende um tratamento puramente matemático), busca-se chegar a um meio de colocar, numa sentença, correlações indispensáveis, dentre as discutidas na da teoria da linguagem, objeto do capítulo anterior, para funcionar como ferramenta analítica. Ressalte-se ainda mais, que não se trata de um artifício mecânico que simplesmente meça ou quantifique o “quão poético” ou o “quão suavizado” está o motivo presente numa determinada imagem, mas identificar e correlacionar os elementos de poética, suavidade, imaginário e presentidade manifestos nas imagens em análise.

$$Fc-Fe \rightarrow Fp \cdot \frac{1}{S}$$

Onde: *Fc* é Função Conativa

Fe é Função Emotiva

Fp é Função Poética, $\frac{1}{S}$ é o objeto dividido pela *suavidade*

Fp por sua vez, pode ser representado pela seguinte equação:

$$\therefore Fp \equiv \frac{i}{s} \equiv \frac{Simi(par)}{Con(sint)} \equiv \frac{Metáfora}{Metonímia} \cdot \frac{1}{S} .img.pres$$

Onde:

i significa *ícone*

s significa *símbolo*

Simi é *similaridade*, e (*par*) *paradigma*

Con é *Contiguidade*, e (*sin*) *sintagma*,

Img é o *imaginário possível pela fotografia*

Pres é a *presentidade*, *capacidade de deslocamento temporal da imagem que nos coloca em interação mesmo sendo ela produzida num passado não tão próximo.*

A função poética ocorre quando há sobreposição do ícone sobre o símbolo, similaridade sobre contiguidade ou metáfora sobre metonímia. Na imagens analisadas, o seguinte quadro se compõe:

| | |
|--------------------------------|---|
| Ícone/Similaridade/Metáfora | <p>Formato da roupa (espécie de túnica) Comprimento da peça (ambas curtas) Listras horizontais pretas Postura não ereta Maquiagem forte na região dos olhos Batom de cor forte Penteados capilar⁹ Olhar direto para a câmera Ausência de sorriso</p> |
| Símbolo/Contiguidade/Metonímia | <p>Despreocupação com peças tradicionais femininas (vestidos etc...) Enfrentamento de padrões do bom comportamento Ausência de descrição, evoca uniformes de campos de concentração Rebeldia, displicência, relaxo, degenerescência, contrariedade, postura desafiadora Choque visual, desalinho, anticonvencionalismo Preto evoca luto, anticonvencional, choca, sensação de rebeldia Pouco usual, evoca masculinidade, rude, grosseiro Questionamento, desafio, traz à mente virulência, radicalidade, expressão de insatisfação</p> |

Figura 35. Elementos icônicos e simbólicos das figuras 33 e 34
 Fonte: Dados da pesquisa

Os elementos de suavização, quando considerados, produzem o quadro da figura 35 (lembrando a sentença que lhe dá origem: observar a posição de S maiúsculo que se refere aos fatores de suavização). O elemento *n* significa um número ilimitado. Aqui foram levantados cinco.

⁹ Apesar de distintos, os cabelos das moças referidas nas fotos 28 e 29 são icônicos dentro da estética do movimento. Tanto um (o topete) quanto outro (cabeça raspada ao centro e cabelos espetados nas laterais) são modelos utilizados pelas punks, referenciais estéticos de anti-convencionalismo.

$$F_p \equiv \frac{i}{s} \cdot \frac{1}{S_n} \cdot img .pres$$

| Fatores de Suavização (S_n) | Figura 33 | Figura 34 |
|---|---|--|
| S ₁ . Ímpeto inicial do movimento (fator distância geracional) | Baixo. Punk neste caso serve como inspiração: apenas doses de sensação de rebeldia | Alto. Movimento viveu seu auge em Londres (onde a foto foi produzida) |
| S ₂ . Background (plano de fundo da fotografia) | Clean ¹⁰ . Preto, estrutura em metal, passarela de moda sem elementos que “poluem” o fundo da imagem | Sujo. Espécie de sala, letras pichadas na parede, elementos humanos pouco convencionais que desviam a atenção da moça abaixada em primeiro plano |
| S ₃ . Fator de sofisticação/preço/ | Presente. Elevação do preço e “shoppingcenterização” do produto configura um produto desejável, glamourização | Ausente. Peças produzidas artesanalmente sem nenhuma ligação à marca específica |
| S ₄ . Tipo de mediatização veiculada da estética | Positiva. confere transgressão valorizada, necessária para o indivíduo | Negativa. Indivíduos considerados desajustados, aberrações, fora dos padrões aceitáveis de convivência social |
| S ₅ . Valor simbólico da indumentária na questão de hedonização do indivíduo | Positivo. A modelo é uma exemplificação do bem vestir-se, de como a roupa pode satisfazer o ego | Negativo. Interessa mais disseminar a estética de caos e rebeldia do movimento, panfletar o punk e não sentir-se bem com a indumentária |

Figura 36: Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 33 e 34
Fonte: Dados da pesquisa

Uma fotografia pode apresentar elementos que suavizam o que nela está presente, quando comparada com uma outra imagem. No caso acima analisado, a figura 28 apresenta fatores de suavização que atingem diretamente o interpretante emocional, ela apresenta características diversas quando comparada com a figura 29, a despeito de transmitir sensações similares a esta. A hedonização do indivíduo contemporâneo, muito mais ampla do que em outras épocas, aliada a uma mediatização das atitudes valorativas de

¹⁰ Palavra inglesa que significa limpo, trata-se de uma expressão já consagrada na l

não conformismo, “minitransgressões” que a sociedade impõe e passa a valorizar no homem atual, a sofisticação da estética do punk como a elevação dos preços de produtos, tudo isso e outros fatores citados na tabela acima são componentes que perenizam, elevam a noção de suavização de ideais e componentes estéticos outrora considerados ultrajantes e se instalam como interpretantes emocionais, trazem à tona sensações similares a estética punk. A imagem da direita fornece os elementos simbólicos e metonímicos que oferecem as condições para construir metáforas na imagem da esquerda.

Esse processo de sofisticação ocorrido com o punk está impregnado em ações interpretativas na forma de qualidades de sentimentos, vagas e inanalizáveis e alinham-se com uma estética de primeiridade. Em termos peirceanos a estética e o interpretante emocional são qualidades de primeiro, assim como o ícone e a noção de poética, pois ela é a sobreposição do ícone sobre o símbolo, primeiridade sobrepondo-se à terceiridade. Considerando esses elementos como de primeiridade, frisa-se que as características qualitativas são potenciais, não há situações estancadas, mas sim ampla gama de possibilidades e potencialidades. As túnicas nas imagens são parecidas; a da imagem 33 evoca toda a rebeldia e caos presentes na estética punk, mas contém elementos de suavização como o detalhe marrom do lado esquerdo da blusa e a própria passarela, simbolicamente um lugar de pessoas bem vestidas e bonitas.

A suavização nas peças contemporâneas com referências ao punk, por exemplo, busca alcançar o interpretante emocional daqueles que interpretam, primeiro deve-se se convencer de que aquele produto está imbuído de qualidades, depois argumenta-se quais são essas características. É como um produto que ganha o cliente pelo design e só depois o consumidor busca saber quais são as benesses que ele pode oferecer. No caso das peças punks compra-se a rebeldia, e esta não pode ser condicionada a poucos conceitos, ela é ampla, uma roupa distinta, uma maquiagem excessiva ou um grito é signo de rebeldia, eles atingem o interpretante emocional por meio de uma estética de primeiridade, instalando-se numa poética cujo elemento sobreposto é o ícone, perfazendo uma confluência de fatores todos eles de estados mentais, de primeiro, amplos abertos e passíveis de mudança, inclusive suavização.

Nota-se, na configuração das colunas na figura acima, que na coluna referente à imagem do movimento punk, as expressões que aparecem para mostrar os teores presentes são: alto, sujo, ausente, negativo, ao passo que a referente à imagem de moda atual

contém expressões opostas: baixo, clean, presente, positivo. A explicação que se depreende é que uma condição de alto tornar-se baixo, ou algo sujo se transformar em *clean* é resultado de um fator de suavização. Essa tipologia é particularmente importante para que se compreenda que não há alteração nos elementos semelhantes (icônicos) e sua respectiva evocação. Ou seja, a agressividade continua a ser evocada, porém de modo diferenciado.

6.2. ANÁLISE 2 – A ESTILISTA TODA PUNK



Figura 37: Vivienne Westwood, autor desconhecido
Disponível em: http://www.vam.ac.uk/vastatic/microsites/1231_vivienne_westwood/images/cs_images/cs_photo03.jpg
Acesso em março de 2010



Figura 38: Editorial de moda de Rogério Cavalcanti
Disponível em:
<http://elle.abril.com.br/moda/melhor-da-estacao/tendencia-punk-rock-431937.shtml?page=page3&grpp01#comeco>
Acesso em: março de 2010

Aplica-se, a fim de análise comparativa entre as imagens, a fim de se obterem os quadros analíticos:

$$F_p \equiv \frac{i}{s} \cdot \frac{1}{S_n} \cdot \text{img} . \text{pres}$$

| | |
|--------------------------------|--|
| Ícone/Similaridade/ Metáfora | <p>Camisetas com a palavra “Destroy”</p> <p>Penteado capilar desalinhado</p> <p>Ausência de sorriso</p> <p>Atmosfera urbana</p> <p>Acessórios no pulso</p> <p>Silhueta corporal magra</p> <p>Áreas de sombra excessiva</p> |
| Símbolo/Contiguidade/Metonímia | <p>Despreocupação com peças tradicionais. Indumentária masculinizada O signo de destruição é explicitado pela palavra em inglês nas camisetas, sugere rebeldia, choque, virulência, radicalidade, insatisfação, rudez</p> <p>Enfrentamento de padrões do bom comportamento</p> <p>Contrariedade às convenções sociais que geralmente pede o sorriso em fotos, postura blasé.</p> <p>Rebeldia, displicência, relaxo, contrariedade, postura desafiadora, traz à mente cenário de gangues, lugar de desocupados, pedintes, mendigos</p> <p>Desalinho, materiais em couro o metais pesados, nenhum material que traga leveza, mas sim peso, desconforto</p> <p>Doença, desnutrição, postura desajeitada, desconforto visual</p> <p>Preto evoca luto, choca, sensação de rebeldia, sensação noturna que oferece perigo, possibilita ações “às escuras”</p> |

| | | |
|---------------------------------|-----------|-----------|
| Fatores de Suavização (S_n) | Figura 37 | Figura 38 |
|---------------------------------|-----------|-----------|

Figura 39: Elementos icônicos e simbólicos nas figuras 37 e 38
Fonte: Dados da pesquisa

| | | |
|---|---|--|
| S ₁ . Ímpeto inicial do movimento (fator distância geracional) | Alto. A personagem na foto é Vivienne Westwood, à época dona de uma loja que misturava acessórios sexuais e roupas de punks | Baixo. A imagem foi produzida em 2009 para um catálogo de moda que tinha o movimento punk como inspiração para “ser chique” |
| S ₂ . Background (plano de fundo da fotografia) | Sujo. Parede inteiramente negra | Clean. Provavelmente uma parede de construção civil mostrando tijolos a vista e falta de pintura na parte inferior direita, mas |
| S ₃ . Fator de sofisticação/preço/ | Ausente. A indumentária é estritamente panfletária e demonstra a raiva e o caos presentes nos punks | Presente. A veiculação em uma revista especializada em moda demonstra o caráter potencial para o consumo. A “shoppingcenterização” do produto configura um produto desejável, glamourização. Isso é reforçado pela lista de preços ¹¹ apresentados após as imagens |
| S ₄ . Tipo de mediatização veiculada da estética | Negativa. O registro fotográfico tem caráter panfletário entre os integrantes do movimento. A divulgação de imagens de punks vestindo peças com a suástica nazista só aumentava a contrariedade da opinião pública com o movimento que os considerava desajustados, aberrações, fora dos padrões aceitáveis de convivência social | Positiva. Com o título “Tendência punk rock: acompanhado por xadrezes tradicionais e pitadas estratégicas de brilho, o punk pisa firme no inverno com seus coturnos e tachas” a fotografia demonstra a possibilidade de o indivíduo estar totalmente dentro da moda vestindo indumentárias que lembram o movimento e apresenta uma modelo com pele alva e maquiagem idem |
| S ₅ . Valor simbólico da indumentária na questão de hedonização do indivíduo | Negativo. Interessa mais disseminar a estética de caos e rebeldia do movimento, panfletar o punk e não sentir-se bem com a indumentária | Positivo. A roupa traz satisfação ao ego e insere o indivíduo na moda ao mesmo tempo que o distingue como um sujeito de personalidade, “rebelde” |

Figura 40: Fatores de Suavização emanados da relação entre as figuras 37 e 38
 Fonte: Dados da pesquisa

A alusão ao punk entremeia elementos como a sensação de presentidade e interação com o imaginário que a fotografia é capaz de articular. A primeira diz respeito as

¹¹ Os preços das peças apresentadas na imagem são: Casaca de lã, Ausländer, R\$ 1,2 mil, Camiseta de malha Ed Hardy, R\$ 320, Calça Jeans, Ellus, R\$ 485, Gravata de lã usada na cintura, D&G, R\$ 490, Colar de metal, Lucy in the Sky, R\$ 180, Escarpins de veludo e couro, Tao Galeria, R\$ 736. preço total para ser um rebelde: R\$ 3411

possibilidades de evocações e sugestões, não interessando o tempo cronológico a que ela é submetida. Uma imagem produzida na década de 50 sugere e evoca uma série de interpretações. Com relação ao imaginário, as imagens fotográficas articulam mundos próprios e, cada ente interpretante, pode vislumbrar outros que não necessariamente estejam contidos propriamente nelas. Um editorial de moda que faz alusão ao punk pode sugerir uma moda urbana para um indivíduo e concomitantemente ser referência de mau gosto para outro. A “compra” de sensações é possível, e como se observou na figura 30, tem preço, a rebeldia, a degenerescência, o choque, a virulência, a contrariedade, o caos, a insatisfação, o não conformismo, o anticonvencionalismo, a jovialidade etc, saem por R\$ 3411. Muda-se o cenário, os personagens, suaviza-se com algumas particularidades, mas preservam-se as sensações. O “ataque” direto e frontal à mente provocando qualidades de sentimento e instalando sensações que se perenizam é articulado pelo interpretante emocional em conjunto com a poética que retoma padrões anteriores suavizando alguns conceitos, com uma estética que clama ao ícone e alinha-os por aparência.

6.3 – ANÁLISE 3 - SELVAGENS



Figura 41: Banda New York Dolls, autor desconhecido
Disponível em:
<http://www.barrystickets.com/images/concert/NewYorkDolls.jpg>
Acesso em fevereiro de 2010



Figura 42: Fashion Rio 2006
Disponível em:
<http://www.erikapalomino.com>
Acesso em março de 2010

| | |
|--------------------------------|---|
| Ícone/Similaridade/Metáfora | <p>Peças de roupa justas</p> <p>Cabelos pouco convencionais</p> <p>Sapatos altos, saltos e plataformas</p> <p>Olhar direto para a câmera</p> <p>Acessórios femininos como braceletes e bolsas</p> <p>Estampas animais</p> <p>Maquiagem excessiva</p> <p>Postura irônica/ impassível</p> |
| Símbolo/Contiguidade/Metonímia | <p>Exacerbação e desculpabilização da sexualidade, vulgarização travestismo, choque, desalinho, radicalidade rebeldia, despreocupação com padrões sociais vigentes, sensualidade, luxúria</p> <p>Enfrentamento de padrões do bom comportamento, choque pelo não usual, afronta</p> <p>Sensualidade, desculpabilização sexual e desejo, poder, superioridade, sugere controle feminilidade</p> <p>Rebeldia, displicência, ironia, poder sobre o observador postura desafiadora.</p> <p>Feminilidade, acessórios em couro sugerem fetiches sexuais, devassidão</p> <p>Animalização, sugere rebeldia, selvageria, perversão, instintos à flor da pele, promove sexualização</p> <p>Choque visual, desalinho, anticonvencionalismo, exagero, comportamento fora das convenções sociais</p> <p>Ironia, brincadeira, choque pela visualidade, quebra de expectativa, ambiguidade sexual</p> |

Figura 43: Elementos icônicos e simbólicos nas figuras 41 e 42
 Fonte: Dados da pesquisa

| Fatores de Suavização (S_n) | Figura 41 | Figura 42 |
|---|---|---|
| S ₁ . Ímpeto inicial do movimento (fator distância geracional) | Alto. Integrantes da banda representam o primeiro momento do movimento punk | Baixo. A imagem foi produzida em 2006 em um dos desfiles da semana de moda do Rio de Janeiro |
| S ₂ . Background (plano de fundo da fotografia) | Sujo. Promiscuidade de elementos como piscina, árvores e cadeiras | Clean. Fundo preto com o logotipo da semana de moda, passarela e pessoas assistindo aos desfiles |
| S ₃ . Fator de sofisticação/preço/ | Ausente. A indumentária é estritamente panfletária e demonstra, ambiguidade sexual, perversão e provoca | Presente. A imagem é de uma evento de moda que discute as principais tendências do movimento |
| S ₄ . Tipo de mediatização veiculada da estética | Negativa. O registro fotográfico tem caráter panfletário para shows da banda. Interessa a estética da ironia, perversão, desalinho e provocação | Positiva. Ser rebelde significa não ser acomodado e ter personalidade própria, fazer da moda uma colagem constante de elementos de distintas épocas |
| S ₅ . Valor simbólico da indumentária na questão de hedonização do indivíduo | Negativo. Interessa mais disseminar a estética da ironia sexual e do caos e rebeldia do movimento, A roupa tem caráter de comunicar esses preceitos | Positivo. A roupa traz satisfação ao ego e insere o indivíduo na moda ao mesmo tempo que o distingue como um sujeito de personalidade, “rebelde” |

Figura 44: Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 41 e 42

Fonte: Dados da Pesquisa

A ambiguidade sexual aparece com força no início do movimento com homens vestindo-se de mulheres e estas vestindo-se de homens. Se ainda hoje o travestismo provoca reações distintas, na década de 70 era execrado, considerado vil, e, muitos dos que o praticavam eram considerados portadores de alguma perversidade. O travestismo era uma das formas mais afrontadoras de contrariar-se à sociedade, era (ainda é) rebeldia em estado bruto.

Atrair o sexo oposto através da indumentária ainda hoje é uma das utilizações da moda, e, como representado na figura 42, a maneira hiperbólica de vestir-se com roupas bastante curtas, maquiagem excessiva e um sem número de tatuagens é atrativo que se instala em nossa mente, despertando desejos e provocando reações biológicas. É a ativação do interpretante energético através do interpretante emocional. Sugere-se, evoca-se, coloca-se em evidência uma postura de personagem distinta ao dos tipos convencionais de

uma sociedade. Importa mais a incorporação (e por que não compra-la?) de elementos que sugerem rebeldia, caos e uma sexualidade ambígua, como o fazem os fenômenos pop atuais Amy Winehouse e Lady Gaga, do que é ser rebelde ou transexual.

6.4 ANÁLISE 4 – ALFINETES DE SEGURANÇA



Figura 45 Punks, autor desconhecido
Disponível em <http://www.howtobepunk.com/punks/hot-topic-punk>
Acesso em março de 2010



Figura 46: Fashion Rio 2006
Disponível em:
<http://www.erikapalomino.com>
Acesso em março de 2010

Para fins de análise entre a imagem 45 e 46, aplica-se a equação propositiva.

$$F_p \equiv \frac{i}{s} \cdot \frac{1}{S_n} \cdot \text{img} . \text{pres}$$

| | |
|--------------------------------|--|
| Ícone/Similaridade/Metáfora | <p>Cor das peças pretas</p> <p>Alfinetes de segurança, rebites metálicos nas indumentárias</p> <p>Estampas chamativas nas camisetas</p> <p>Cabelos fora dos padrões convencionais</p> <p>Mão no bolso</p> |
| Símbolo/Contiguidade/Metonímia | <p>Preto evoca luto, choca, sensação de rebeldia, A “noite” que oferece perigo, possibilita ações “as escuras”, negritude</p> <p>Desconforto, choque visual, combate, excessos , rebeldia, ironia, degenerescência</p> <p>Ironia, choque, enfrentamento, desalinho, anticonvencionalismo</p> <p>Choque visual, desalinho, anticonvencionalismo, exagero, rebeldia</p> <p>Preocupar-se apenas consigo mesmo, egoísmo, despojamento, jovialidade, rebeldia</p> |

Figura 47: elementos icônicos e simbólicos nas figuras 45 e 46
 Fonte: Dados da pesquisa

| Fatores de Suavização (S_n) | Figura 34 | Figura 35 |
|---|---|---|
| S ₁ . Ímpeto inicial do movimento (fator distância geracional) | Alto. Punks reunidos, um segura um cigarro, indumentária característica | Baixo. Modelo exhibe indumentária completa que faz referência ao movimento |
| S ₂ . Background (plano de fundo da fotografia) | Sujo. Paredes pichadas de um banheiro, pois, pode-se ver um vaso sanitário e uma pia logo atrás dos punks | Clean. Platéia acompanhando o desfile, modelo seguinte ao fundo, logo da semana de moda |
| S ₃ . Fator de sofisticação/preço/ | Ausente. A indumentária é estritamente panfletária demonstra o caos e a profusão de símbolos como alfinetes de segurança, rebites nas peças, estampas com caveira | Presente. Modelo é referencial de beleza, exhibe peças que entrarão em voga na estação e serão vendidas |
| S ₄ . Tipo de mediatização veiculada da estética | Negativa. Apenas panfletagem da estética caótica do movimento que exhibe, descuido, relaxo, degenerescência, rebeldia... | Positiva. As peças vestirão indivíduos autênticos, que não se furtam de ter opiniões e personalidade próprias |
| S ₅ . Valor simbólico da indumentária na questão de hedonização do indivíduo | Negativo. Interessa mais disseminar a estética do caos, ironia e rebeldia do movimento, a roupa tem caráter de comunicar esses preceitos | Positivo. A roupa confere despojamento, conforto personalidade, autenticidade e um quê de rebeldia |

Figura 48; Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 45 e 46
Fonte: Dados da Pesquisa

Distingue-se de forma nítida, a estética do caos, do rasgão e profusão de símbolos do punk de uma estética sofisticada, que arranja os elementos de melhor forma, a fim de compor uma personalidade rebelde e autêntica. A inspiração no punk é recorrente e corrobora a necessidade contemporânea – e do ideal da moda- de pertencer a um grupo e ao mesmo tempo destacar-se individualmente. Acessórios como alfinetes de segurança e rebites conferem radicalidade, pois são feitos de metal, comumente utilizados na indústria pesada, entre outros segmentos.

O escárnio se contrapondo e se alinhando ao mesmo tempo com a nulidade comportamental como observado na figura 34, onde se tem ao mesmo tempo a ausência de

expressão de um componente e o riso de um outro ao seu lado, peças aleatórias denotando rebeldia e sexualidade, como os acessórios em couro e metal e a meia da modelo O paradoxismo no punk é completo e intenta expressar o antagonismo e angústia dos jovens, ao passo que, na moda contemporânea as peças com claras referências ao movimento demonstram tudo isso ao mesmo tempo, só que de forma suavizada, vide a modelo na figura 35 que incorpora as sensações do punk mas é uma simples peça no jogo da moda. Houve transitividade de formas, portanto, mas as sensações estão na mente, bastam emergir do lago pensamental à partir de uma isca que conecte-se a elas.

6.5 ANÁLISE 5 - BEIJO

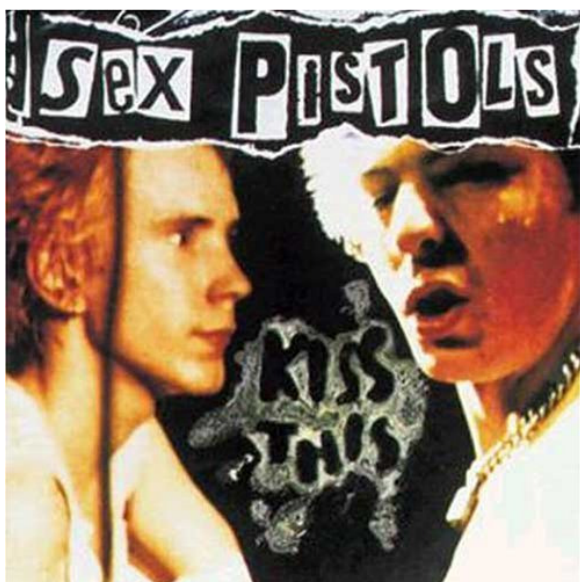


Figura 49: Panfleto Sex Pistols
Disponível em:
<http://www.howtobepunk.com/punks/hot-topic-punk>
Acesso em março de 2010



Figura 50: Propaganda do perfume Madame, de Jean Paul Gaultier, divulgação
Disponível em:
<http://www.mimifroufrou.com/scentedsalamander/2008/06/.htm>
Acesso em junho de 2008

Para fins de análise entre a imagem 49 e 50, aplica-se a equação propositiva.

$$F_p \equiv \frac{i}{s} \cdot \frac{1}{S_n} \cdot img . pres$$

| | |
|--------------------------------|--|
| Ícone/Similaridade/Metáfora | <p>Signos verbais na parte superior da imagem, tipografia feita com colagens</p> <p>Dois personagens centrais na foto; Na figura 49, Johnny Rotten e Sid Vicious, na figura 50, modelo e Jean Paul Gaultier</p> <p>Alusão ao beijo; Figura 49 é verbal, figura 50 é visual</p> <p>Cor preta em ambas</p> |
| Símbolo/Contiguidade/Metonímia | <p>Descuido, ironia, desfaçatez, trabalho manual, em consonância com o <i>Do it yourself</i> da estética punk. Na figura 49 as cores são berrantes e conferem indiscrição e clamam atenção do leitor</p> <p>Coalizão, continuidade. Na figura 49 os personagens são dois dos maiores ícones do movimento punk em todos os tempos. Na imagem 50a figura da modelo representa a beleza feminina, o glamour das passarelas e especificamente nessa imagem rebeldia, ironia, atrevimento</p> <p>Ironia, sensualidade, sexualidade, feminilidade espontaneidade na figura 50. Na imagem 49 o beijo tem um sentido de ironia, desafio, impudor e cinismo</p> <p>Na figura 49: luto, caos, rebeldia choque e agressividade. Na figura 50 é um componente estético pois assegura contraste à fotografia preto e branco</p> |

Figura 51 Elementos icônicos e simbólicos nas figuras 49 e 50

Fonte: Dados da pesquisa

| Fatores de Suavização (S _n) | Figura 49 | Figura 50 |
|---|--|---|
| S ₁ . Ímpeto inicial do movimento (fator distância geracional) | Alto. Sid Vicious e Johnny Rotten são ícones punk. Em alguns de seus shows protagonizavam cenas de autoflagelações e brigas com o público. | Baixo. A alusão ao punk fica por conta da fonte em forma de colagem com o nome do perfume e o cabelo da modelo, cujo penteado é semelhante à estética de rebeldia e desalinho do punk |
| S ₂ . Background (plano de fundo da fotografia) | Sujo. Nome da banda, fotos mal iluminadas, parcialmente desfocadas e fundo em preto | Clean. Pano de fundo do estúdio em que a imagem foi produzida |
| S ₃ . Fator de sofisticação/preço/ | Ausente. Uma camiseta branca de Johnny Rotten e acessórios como um cadeado e corrente utilizados por Sid Vicious | Presente. A marca Jean Paul Gaultier é uma das mais caras do mundo da moda |
| S ₄ . Tipo de mediatização veiculada da estética | Negativa. O “mito” Sid Vicious e Johnny Rotten trazem consigo toda a virulência e caos propagandeado pelos punks | Positivo. Um perfume de grife é um item cujo acesso não é massivo, traz frescor, sensualidade, originalidade, classe |
| S ₅ . Valor simbólico da indumentária na questão de hedonização do indivíduo | Negativo. Interessa mais disseminar a estética do caos, ironia e rebeldia do movimento os acessórios intentam disseminar esses preceitos | Positivo. Um perfume é um distintivo individual e, nesse caso, transmite a jovialidade, despojamento e uma certa rebeldia contida |

Figura 52: Fatores de suavização emanados da relação entre as figuras 49 e 50

Fonte: Dados da Pesquisa

Um dos maiores ícones da moda se sobrepondo a expressivos ícones do punk. O perfume Madame de Jean Paul Gaultier, visualmente, traz consigo uma essência rebelde e displicente, a modelo evoca ironia, desfaçatez e sensualidade. Sid Vicious e Johnny Rotten encarnam raiva, caos, displicência, afronta, desafio, degeneração, contrariedade, choque, desalinho, degenerescência, aberração, exagero, tudo o que o perfume convoca potencializado inúmeras vezes. Alinhar rebeldia comportamental à elegância, e sofisticação não seria uma tarefa das mais fáceis, portanto, mas o objetivo marqueteiro é alcançado, preserva-se a sensação de rebeldia em um produto sofisticado que

tem como público alvo indivíduos que provavelmente nunca pretenderam a estética punk, mais uma vez comprova-se a existência de um componente emocional no interpretante, capaz de se antecipar a formulações lógicas.

Aparentemente a mesma mensagem não teria significados diferentes. Não é o que acontece com a questão “do beijo” verificada nas figuras acima. Na primeira prevalece uma ironia provocativa, verbal, imperativa, que no idioma inglês torna-se ainda mais forte. Na figura 37 existe a suavidade, a espontaneidade e a docilidade visual, pois é uma bela mulher beijando, agradecendo o criador de sua “criatura” favorita, o perfume, que confere personalidade própria e despojamento a ela,. Preservam-se sensações com, literalmente exemplificado, roupagens diferentes.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As imagens punks produzidas no calor do movimento, na década de 1970, são registros indiciais – e também simbólicos – do punk, que pregou uma antiestética, uma abnegação de valores sociais e políticos e criou uma visualidade própria, fomentando paradigmas. A moda, cíclica por essência, utilizando-se dos paradigmas punks da década de 1970, construiu e ainda constrói um discurso similar àquele já adotado na época dos punks. O sentido, porém, é outro: em vez da radicalidade, personalidade forte, e em vez de a sociedade tradicional negá-los sistematicamente – como fora outrora – aprova-os e ainda a mídia os difunde. Essa inversão de sentidos foi concretizada principalmente pela capacidade do signo de transformar a função emotiva em função conativa por meio da mensagem com função poética, em que se verificam a sobreposição entre ícone e símbolo, paradigma e sintagma, metáfora e metonímia e principalmente o processo de contiguidade sendo subordinado a um componente fundamental: a similaridade.

Este trabalho teve como ponto de partida, quatro pressupostos que se vinculam à questão principal do estudo, no sentido de encontrar a maneira pela qual a moda nos dias de hoje se apodera da estética do movimento punk:

1. É real o sentir-se participante de uma rebeldia pelo simples fato de adotar uma estética visual de choque na vestimenta.

As imagens em sua semelhança (aspecto icônico) são metáforas de rebeldia. Portanto o contato com elas torna inevitável a transferência de sensações que vêm por intermédio de evocação. Aqui o contato se dá pela intensidade do interpretante emocional que se conserva independentemente do espaço e do tempo.

2. As peças contemporâneas mantêm as mesmas sensações evocadas com a estética punk.

Pelo componente icônico, corrobora-se este pressuposto. Os elementos que foram identificados a partir da relação ícone/símbolo podem ser combinados e produzir modos de leitura da imagem de moda atual. Estampas chamativas nas camisetas, pelo lado icônico, projeta-se na noção de choque visual, desalinho, anticonvencionalismo, exagero,

rebeldia. Com essa tipificação em mente, ao retornar-se às fotografias, depreende-se, na imagem, pelas formas que a constituem, como evidenciam a conservada presença da estética punk. O método para o levantamento foi a observação direta e a associação proveniente do conhecimento histórico de como se iniciou e evoluiu o movimento. A imagem torna, por outro lado, também evidente, que não se pode afirmar que tal estética tenha atingido declínio. Ou seja, as bandas ou outras manifestações podem não mais experimentar o mesmo ímpeto de outrora, mas as imagens tornaram perenes as formas com que se expressaram.

3. Imagens semelhantes produzem evocações semelhantes.

Aqui se pode associar à característica de legi-signo presente no símbolo pela visão de C. S. Peirce. O símbolo é conectado ao objeto por uma mente que dele faz uso por uma regularidade associativa e/ou hábitos adquiridos. A rebeldia do Punk tornou-se simbólica – e todo símbolo é social – e é “utilizada” numa coleção de moda e no desfile que a apresenta. Mão no bolso, forma presente numa das imagens analisadas, quando associada à ideia de anticonvencionalismo é a mesma presença em ambas as imagens colocadas lado a lado. Cabelo fora dos padrões convencionais é uma forma presente como ícone nas duas imagens. Uma associação possível é com preocupar-se apenas consigo mesmo, egoísmo, despojamento, jovialidade, rebeldia. Este pressuposto se transforma numa inferência também nos demais itens levantados: a semelhança nas imagens afirma o lado icônico podendo ser associado ao mesmo elemento no lado simbólico. Note-se, por exemplo, o procedimento de leitura que se pode efetuar com as imagens mostrando alfinetes de segurança, rebites metálicos nas indumentárias, quando ligados a choque visual, desalinho, anticonvencionalismo, exagero, rebeldia.

4. No que se chamou de suavizadores, há preponderância do interpretante emocional.

O interpretante emocional tem a natureza da primeiridade e é a ela vinculado. Quando algo tem relação com a dominância de um ícone, esse interpretante se faz presente. É o que se verifica quando a moda contemporânea, ao apropriar-se de ícones que não foram por ela criados, tempera-os com elementos tais como sofisticação, mediatização e hedonismo. Para a análise aqui empreendida, foram levantados cinco suavizadores, sendo o primeiro deles o ímpeto inicial do movimento influenciado pelo fator

de distância geracional. Aqui se afirma que a geração que vivenciou o movimento teve um sentido mais forte do que aquela que apenas o conheceu por imagens ou produções posteriores à época de maior auge. O segundo suavizador, o plano de fundo da fotografia, numa imagem típica do punk, normalmente é uma parede suja ou toda grafitada. Na fotografia atual é o reflexo escurecido de um corredor de passarela. Os demais suavizadores englobaram fator de sofisticação, preço, mediatização da estética, valor simbólico da indumentária e hedonização. Na presença dos suavizadores, o que é semelhança dá lugar ao contraste e à oposição. Surgem as alternâncias alto/baixo, sujo/clean, ausente/presente, positivo/negativo. Ser capaz de visualizá-las é o que permite identificar com nitidez o interpretante emocional e ganhar consciência de seu percurso.

A fotografia é um suporte particularmente relevante para o propósito de observar a transmutação de signos, e é por meio dela que um significativo montante de registro se estabelece. Há uma diversidade de métodos que podem ser utilizados para construir e recepcionar o sentido de uma imagem por ela expresso. Uma busca permanente, tanto para fotografia quanto para qualquer outra modalidade de registro, é sempre no sentido de encontrar um método que aperfeiçoe a competência de leitura. No caso do estudo contido neste trabalho, considerou-se igualmente importante, além da indicação de conteúdo dos materiais examinados, a possibilidade de enunciar uma metodologia para leitura de imagens. O exercício caminhou na direção de encontrar os constituintes de linguagem que não deixassem de identificar sentimentos e emoções.

Ademais, a construção de sentido através da recepção do texto visual está atrelada às concepções de fenômeno. Trazer à lembrança ou à imaginação: o ato de evocar está presente de forma constante na fotografia. As associações acontecem e deixam efeitos. Ao ser produzido, qualquer material terá possibilidade de entrar em correlação com esses efeitos, ampliando-os, modificando-os, reforçando-os. É pelo signo que se pode transportar uma época e um modo de pensar para o tempo presente, e é pelo interpretante emocional a esse signo vinculado, que sensações agradáveis, desagradáveis, motivadoras, animadoras ou não, se instalam e perduram, e são capazes de exercer influência mesmo sem serem visíveis. De modo que, rebeldia tanto pode ser percebida e vivenciada de modo avassalador como também de modo suavizado – a vitória é do signo e isso ele consegue por uma indestrutível característica que lhe é própria: a semiose.

REFERÊNCIAS

BANDEIRA, Manuel. **Meus poemas preferidos**. São Paulo: Ouro, 1970

BARCINSKI, André. **A vitória dos losers**, Ramones 30 anos. Revista Bizz. São Paulo: 194. p.44-51.Out 2005

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Nacional, 1979.

BIVAR, Antônio. **O que é punk**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BOLLON, Patrice. **A moral da máscara - Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks,etc.** Rio de Janeiro: Rocco 1993..

CHALHUB, Samira. **Funções da linguagem**. São Paulo: Ática, 2002

CIQUINI, Fabio Henrique. **Da rebeldia ao consumo: uma análise estética e comportamental da moda e música no movimento punk**. Trabalho de conclusão de curso 2006. Universidade Estadual de Londrina

ECOTAIS, Emanuelle de l' **Man Ray Icons**. Londres: Taschen, 2008

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta – ensaios para uma futura filosofia da caixa preta**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FRIENDELER, Paul. **A história Social do Rock**. São Paulo: Record, 2004.

HOBSBAWN, Eric. **Era dos extremos - breve século XX 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

JAKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1995.

KOETZLE, Hans-Michael. **Photo icons – the story behind the pictures**. Londres: Taschen, 2008

LEMINSKY, Paulo. **La vie en close c'est une autre chose**. São Paulo: Brasiliense, 2004

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero – a moda e seus destinos nas sociedades modernas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

LOURENÇO, Juliana Aparecida. Análise da Indumentária punk In_____ **Expressões artísticas na indumentária punk**. 2004. p.40-53. Monografia (Especialização em História e Teorias da Arte: Modernidade e Pós – Modernidade) Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2003

LURIE, Alison. **Linguagem da moda**. Rio de Janeiro: Rocco. 1997.

MACHADO, Arlindo. **A ilusão especular- Introdução à fotografia**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2000.

MARRA, Cláudio. **Nas sombras de um sonho – História e linguagem da fotografia de moda**. São Paulo: Senac, 2004.

MARTINS, José de Souza. **Sociologia da fotografia e da imagem**. São Paulo: Contexto, 2008.

MCNEIL, Legs. MCCAIN, Gillian. **Mate-me por favor - Uma história sem censura do Punk Vol I**. Porto Alegre: L&PM. 2004.

_____. **Mate-me por favor Uma história sem censura do Punk Vol II**. Porto Alegre: L&PM. 2004.

MIBELBECK, Reinhold. **A fotografia do século XX – Museu Ludwig de Colônia**. Colônia: Taschen, 2002

NAVA, Pedro. **Baú de ossos**. São Paulo. Círculo do livro, 1983

NBC Documentário em DVD. **Punk attitude**, 4 de julho de 2005. Produzido por Don Letts.

O'HARA, Craig. **A filosofia do punk mais do que barulho**. São Paulo: Radical, 2005.

PANICHI, Edina Regina Pugas; CONTANI, Miguel Luiz. A visualidade produzida na palavra e os fatores que conferem relevância e destaque na construção do texto em Pedro Nava. **Íkala, revista de lenguaje y cultura**, Vol. 12, N.º 18 (ene.-dic., 2007)

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

PEREIRA, Messeder Carlos Alberto. **O que é contracultura**. São Paulo: Brasiliense, 1992.

PIGNATARI, Décio. **Informação, linguagem e comunicação**. São Paulo: Ateliê editorial, 2005.

_____. **O que é comunicação poética**. Cotia, SP: Ateliê editorial, 2004

PLAZA, Julio. **Tradução Intersemiótica**. São Paulo. Perspectiva, 2001

ROUILLÉ, André. **A fotografia entre documento e arte contemporânea**. São Paulo: Senac, 2009.

SANTAELLA, Lucia. **A percepção – uma teoria semiótica**. São Paulo: Experimento, 1998

_____. **Estética de Platão a Peirce**. São Paulo: Experimento, 2000.

_____. **A teoria geral dos signos – como as linguagens significam as coisas**. São Paulo: Cengage Learning. 2008

_____. O que é o símbolo. IN QUEIROZ. João; ÂNGELO, Loula; GUDWIN. (Org.). **Computação, cognição, semiótica**. 1.ed. Salvador. Edufba.2007. p.29-44.

SILVEIRA, Lauro Frederico Barbosa da. **Curso de semiótica geral**. São Paulo: Quartier Latin, 2007.

SONTAG, Susan. **Sobre fotografia**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006

SOUZA, Rafael Lopes de. **Punk, cultura e protesto as mutações ideológicas de uma comunidade juvenil subversiva de São Paulo**. São Paulo: Pulsar, 2002.

STEELE, Valerie. **Moda, sexo & poder**. Rio de Janeiro: Rocco. 1997.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)