

A COMUNICAÇÃO NO PRODUTO CONCEITUAL DE MODA – UM CASO DE ESTUDO

Communication in Conceptual Fashion Product – Case study

Sotoriva, Márcia; Ma; Universidade do Minho, marciasotoriva@ibest.com.br

Broega, Ana Cristina; PhD; Universidade do Minho, cbroega@det.uminho.pt

De Carli, Ana Mery; PhD; Universidade de Caxias do Sul,
sdecarli@terra.com.br

Resumo

Partindo do princípio que a moda é uma manifestação social e, portanto capaz de usar de seu alto poder comunicacional para passar mensagens, este trabalho que tem como tema a comunicação do calçado conceitual, foi desenvolvido com o objetivo de analisar semioticamente as criações de uma *designer*, compreendendo assim o quê e como o calçado conceitual comunica.

Palavras Chave: Moda; Comunicação; Calçado Conceitual; Semiótica.

Abstract

Assuming that fashion is a social manifestation, and therefore able to use its power to pass along messages, this work that has as its theme the communication of conceptual shoes, it was developed with the aim to analyze semiotically the creations of a designer, comprising what and how the conceptual shoes communicate.

Keywords: Fashion; Communication; Conceptual Shoes; Semiotics.

Introdução

A moda relaciona-se com as pessoas, constrói sonhos, identifica, e é na procura da sua auto identidade que os consumidores cada vez mais, procuram marcas que se ajustem às suas necessidades, além de peças bonitas, procuram um conceito que as tornem únicas, mas ao mesmo tempo que os faça sentirem-se incluídos na sociedade. A caracterização social ou o culto pela imagem já são conceitos considerados passados, o que a moda representa hoje para a sociedade é uma expressão de individualidade e um exercício de liberdade de escolha. A moda torna-se interessante não somente pelo que cria, mas sim como cria, como experimenta e transforma o novo. Para Avelar (2009, p.109) “a experimentação é um dado fundamental para a criação da moda inovadora”.

A criação de produtos conceituais dentro de uma coleção de moda se caracteriza como uma forma de experimentação, pois são produtos criados com as mais diferentes formas e materiais que têm o intuito de causar algum tipo de impacto, inquietude, irreverência ou emoção, distinguindo o nome do *Designer*, a marca, ou uma dada coleção. No atual contexto de mercado, a busca pela individualização é eminente, e o uso de produtos conceituais dentro ou fora das coleções de moda tornam-se fundamentais, pois são estes que comunicam o que a marca/*designer* quer passar ao consumidor. Neste contexto, a comunicação através de produtos diferenciados é crucial para que tanto as marcas de moda como *designers* individuais mostrem o seu perfil ao consumidor.

Este trabalho de pesquisa pretende estudar, (sob e a forma de caso de estudo), como um *designer* de calçado (neste caso a *designer* Marloes Ten Bhomer), trabalha e comunica com os seus produtos conceituais. Para tal, procurou-se analisar as suas criações através da recolha de informações e imagens. Esta análise é composta por uma primeira apreciação estética das suas criações a fim de dividir os produtos por categorias passando-se seguidamente a fazer uma análise semiótica dos mesmos, com o objetivo de responder as questões propostas no trabalho: “o quê” e “como”, os produtos conceituais desenvolvidos por esta *designer*, passam mensagens aos consumidores. Para tais interpretações, o presente trabalho se apoia na Ciência dos Signos proposta por Pierce e interpretadas por Santaella (2004).

***Design* Conceitual**

Vive-se num período pós-industrial, onde há uma crescente necessidade de se comunicar, promover conhecimentos e transmitir ideias, podendo, este período ser denominado como era da informação. Nesta era, não cabe mais fabricar produtos somente para a venda, os consumidores cada vez mais exigentes, esperam dialogar com os produtos e serem conquistados por estes. Neste contexto, a atividade do *designer* de produtos tem grande importância, pois será ele o condutor para a inovação.

Para Maldonado (2009) o *design* é uma atividade que faz o intermédio entre “coordenar”, “integrar” e “articular” todos os fatores que envolvem o “projetar” da forma de um novo produto. Mais precisamente refere-se aos fatores funcionais, técnicos e simbólicos. Hoje, o indivíduo que trabalha com *design*, não leva em conta somente a criação de objetos que sejam úteis, *design* hoje significa interpretar o cotidiano, criar o sentido nos produtos, simular, organizar, esboçar e conceber, tentando antecipar as necessidades e os desejos latentes dos seus destinatários. Com um único objetivo, o de encantar o consumidor, também se inclui neste contexto os produtos de *design* conceitual.

Com uma crescente influência da cultura de consumo, onde o público é cativado pela estética dos produtos, o *designer* ganha uma certa motivação e liberdade para usar de sua criatividade. Conforme Ferreira (2010, p. 63) “um conceito é, portanto, significante de uma configuração mental passível de ser transmitido”. O *design* conceitual surge como o estudo de uma nova abordagem para o processo de concepção de produtos, aqui o projeto pode ser entendido como um processo experimental, aonde o conceito é o objetivo da obra, materializado visualmente.

No *design* conceitual, a realização, e o resultado final do produto não tem tanta importância como as ideias pelas quais este, foi gerado. Aqui, o observador é compelido a refletir sobre a obra, a fim de compreender o seu significado. Com o intuito de gerar emoções, criar estímulos e passar mensagens, os produtos conceituais servem também para representar uma

linguagem, provocar debates sobre o design e conceituar uma referida marca ou coleção. Os produtos conceito, normalmente não são destinados ao uso diário ou para serem funcionais, mas sim para serem exibidos em concursos, desfiles ou exposições, direcionando um produto ou uma coleção a um status diferenciado. Este se relaciona diretamente com a cultura e a produção de linguagem, explorando novas formas de interação entre o objeto e o destinatário tendo o conceito como o meio. De acordo com Ferreira (2010, p. 70) "...é por vezes, ao atribuírem funções imprevistas aos seus objetos, que os *designers* conceituais potenciam a sua interpretação pelo utilizador, estimulando a sua capacidade de o integrar na sua experiência pessoal".

Para concluir, Franzato (2011) resume as principais características dos processos de desenvolvimento do *design* conceitual, como: interpretação do projeto e do conceito projetual como um sistema experimental reflexivo com uma proposição dialética, apresentação de ideia consistente para que possa configurar fortemente o conceito, discussão das ideias com os diversos níveis envolvidos no projeto e por fim, explorar a capacidade mediática do conceito.

Conforme exposto acima os objetos ou uma coleção de *design* conceitual não cabem numa lógica comercial, estão num status diferenciado. Nestas condições provocam reações e transpõem os limites disciplinares. A seguir, explana-se o trabalho de uma *designer* que explora somente produtos conceituais.

A *designer* Marloes Ten Bhömer

A holandesa Marloes Ten Bhömer começou a sua trajetória como *designer* de calçados ao graduar-se em Design 3D pela Escola de Artes de Arnhem – Holanda. O seu objetivo, é fazer com que o produto se torne diferenciado em relação aos já existentes no mercado. Huey e Proctor (2011) descrevem que, no seu trabalho a *designer* descreve o lógico e o mistério, o esconder e o revelar, com uma linguagem específica e eficiente, aonde se encontra uma infinidade de oportunidades para a interpretação.

O trabalho de Bhömer, além de desafiar os limites do *design* convencional, questiona a percepção de funcionalidade, explorando territórios

desconhecidos, como uma maneira de variar as formas até então limitadas pelos aspectos práticos do calçado. Conforme Huey e Proctor (2011) até o presente momento, Bhömer somente produziu projetos extraordinários para serem vendidos à colecionadores ou exibidos como objetos de arte, mas a *designer* tem a intenção de produzir calçado diferenciado sem tirar a sua função primária, a de ser usável. A sua linguagem fundamenta-se na arte e na tecnologia, tendo a pesquisa da construção como um meio para explorar a estrutura do calçado, reinventando-o.

O trabalho da *designer* Marloes Ten Bhomer

Bhomer já trabalhou em vários projetos diferenciados, abaixo estão relatados dois dos trabalhos que mais chamaram a atenção pelo fator inovação.

1 - “Sapato moldado por rotação” (Rotationalmouldedshoe 2009). Produzido a partir de borracha de poliuretano e aço inoxidável (figura 1). O processo começa com o derramamento lento da borracha líquida dentro do molde negativo que começa a rodar, este material solidifica em contacto com as paredes interiores do molde, formando um reservatório com uma forma oca. Este projeto foi realizado para uma exposição no Museu de Arte Krannert em Illinois, EUA, e também fez parte dos projetos de exposição do mesmo ano no Museu de Design de Londres.

2 - “Sapato bege dobrado” (Beigefoldedshoe 2009). Produzido a partir de uma única peça de couro vegetal dobrada, e tem o calcanhar reforçado por aço inoxidável (figura 2). Este desenvolvimento resulta de uma pesquisa feita por engenheiros juntamente com a *designer*. De acordo com a matéria sobre o calçado de Marloes Ten Bhömer, realizado por Etherington para a revista Dezeen (2009) este projeto foi feito manualmente, incorporando conhecimentos técnicos dos fabricantes. Esta é uma edição especial lançada numa galeria em Londres e comercializada por Bhomer.

Análise do trabalho de Marloes Ten Bhomer

Neste estudo de caso analisaram-se as formas do calçado projetado por Bhomer, fazendo uma divisão por 3 categorias: calçado com linhas geométricas, calçado com linhas orgânicas e calçado com características mistas. De seguida, se explanará somente os calçados que possuem linhas geométricas (a forma mais significativa no trabalho da *designer*).

A análise que se segue é baseada em Charles Peirce. De acordo com Santaella (2004) Peirce, em seus estudos voltados a filosofia, sinalizou que há três elementos formais e universais em todos os fenômenos que se apresentam à percepção. Esses elementos foram chamados de “primeiridade” (quali-signo – qualidades do signo), “secundidade” (sin-signo – o que o signo representa) e “terceiridade”(legi-signo – o efeito provocado no intérprete).

Calçados com linhas geométricas:

De acordo com Costa e Melo (1999), geométrico é relativo à geometria, o geométrico modela o ponto de vista da construção lógica, é conciso e esquemático. Já a geometria condiz a um ramo da matemática que cuida das questões de formas e tamanhos em relação ao espaço. Na matemática, um quadrado, um círculo ou um retângulo, por exemplo passam a ideia de formas, já na semiótica as mesmas formas são símbolos que podem remeter a várias interpretações. Por questão de incompatibilidade de linhas e contornos, as formas geométricas quando utilizadas no vestuário e no calçado, passam a impressão de que serão pouco adaptáveis ao corpo. Formas e linhas retas, bem definidas e estáticas, em materiais pouco flexíveis geralmente passam a sensação de dureza e desconforto, o que também impressionam pois contrapõem-se, não envolvem ou não se adaptam as linhas orgânicas do corpo e à maciez da pele. As figuras 1, 2 e 3, apresentam os calçados selecionados como geométricos.

Figura 1: Sapato moldado por rotação
(<http://marloestenbhomer.squarespace.com>), 2009.



Figura 2: Sapato Bege Dobrado
(<http://www.dezeen.com/>), 2009.



Figura 3: Sapato de couro sem salto (<http://marloestenbhomer.squarespace.com>), 2006.



Análise Semiótica (Geométricos):

Primeiridade: Os visuais aqui selecionados são limpos e contam com formas claras, bem definidas, dando ideia de tecnologia e sofisticação. As formas remetem à inovação, à racionalidade e à vanguarda, são estranhas, estão fora das convenções. Ao serem observados, nota-se aqui que os qualisignos dos objetos sugerem a perda da sua função original, que seria de proteger os pés. O fato de não contarem com acabamentos convencionais e terem linhas geométricas muito diferenciadas, transmitem a ideia de não serem adaptáveis ao corpo, serem duros, instáveis, inseguros, estáticos, desconfortáveis e portanto não funcionais para calçar. A primeira instância, o aspecto icônico de todos esses projetos selecionados sugerem a ideia de serem esculturas, peças únicas, objetos feitos somente para exposição. A combinação de várias formas geométricas juntas, acaba por dar força ao calçado, também passa a ideia de diferenciação, de choque e de desrespeito ao corpo. São objetos que suscitam interpretação ao serem observados, pois quando o impacto causado pela obra é de surpresa, de estranheza, ou de conflito por exemplo, se acentua o diálogo com a mesma, permitindo a produção de uma apreciação estética, fazendo com que as pessoas reflitam se o que veem, são mesmo sapatos ou são obras de arte.

Secundidade: Depois de analisadas as características dos calçados selecionados na primeiridade, nota-se que os sin-signos dos objetos sugerem a ideia de ignorar, criticar ou desafiar o *design* convencional, fazendo com que estes, percam a função que está associada ao termo calçado. Já, tendo em vista seu modo indicial, percebe-se que a sua linguagem fundamenta-se na arte e na tecnologia, devido às suas linhas claras e bem definidas, às cores utilizadas, à forma como as linhas foram dispostas e aos materiais utilizados.

As formas de fabrico variam entre produzidos manualmente, montados¹, prensados² e constituídos por moldagem rotacional³, apesar das formas tão diferenciadas de fabrico, todos os modelos contam com poucas peças e passam por pouquíssimas etapas de produção, sendo esse mesmo o objetivo de Bhömer, usar a tecnologia como sua aliada. O material utilizado na constituição dos projetos variam entre borracha de poliuretano⁴, aço inoxidável, fibra de vidro⁵, couro, couro vegetal⁶, madeira, lona e fibra de carbono⁷. A utilização de tecnologias e materiais não tradicionais tem como objetivo reinventar o processo de concepção do calçado. As formas finais tentam retratar sandálias abertas, sandálias do estilo *peep-toe*, sapatos fechados e tamancos, todos eles com alturas médias e altas que variam entre 4 e 9 cm do chão (com salto). Para o público que Bhömer pretende atingir, as formas apresentadas não precisam ter clareza visual, pois cada um fará a sua própria interpretação. Todos os projetos aqui selecionados, foram concebidos com o objetivo de serem apresentados em museus e exposições da área.

Terceiridade: De acordo com os legi-signos, os objetos aqui selecionados como geométricos são considerados objetos de exposição/esculturas em forma de calçado. Chega-se a esta conclusão devido ao exame do símbolo que conduz para a forma, a ideia de calçado em consequência dos objetos possuírem saltos, local para encaixar o pé e formato que lembra um calçado, mas que não tem características suficientes para o uso.

Produtos conceituais, como os escolhidos para análise, tem como objetivo conceituar uma coleção e se diferenciar em relação aos já existentes no mercado. A referida *designer* foca no produto ao cursar mestrado em Londres, onde investiga materiais, construções e também aspectos intuitivos. A partir dessa formação, começou a desenvolver objetos que desafiem a percepção, vendendo produtos a colecionadores, galerias de arte e museus.

¹ Montados: Quando um calçado é constituído por uma palmilha estrutural, palmilha de acabamento e cabedal. A montagem consiste ao na inserção da palmilha de acabamento na face superior da palmilha estrutural, em seguida, as palmilhas são coladas cabedal do calçado pela sua parte superior e ao solado pela sua parte inferior.

² Prensados: Processo que consiste em comprimir vários materiais até virarem uma peça só.

³ Moldagem Rotacional: Processo usado para a transformação de polímeros em peças ocas ou abertas. É constituído por um sistema de eixos dispostos a 90º que permite o giro do molde em duas direções perpendiculares entre si.

⁴ Borracha de Poliuretano: (sigla PU) é um polímero com diversas finalidades de aplicação, um exemplo é o derramamento do PU líquido em um molde rotacional que formará um calçado.

⁵ Fibra de Vidro: É um material composto pela aglomeração de finíssimos filamentos de vidro.

⁶ Couro Vegetal: Material feito à base de látex natural, extraído de seringueiras.

⁷ Fibra de Carbono: Composto de filamentos resistentes, obtido de materiais compostos por carbono.

Conclusões sobre o trabalho após análises semióticas

Uma das considerações mais importantes a ser feita sobre o trabalho da *designer* é que 100% dos seus projetos foram concebidos através de técnicas inovadoras de montagem, prensagem, injeção, impressão e moldagem, criadas por ela mesma ou com a ajuda de alguns especialistas das referentes áreas. Isso só reforça a ideia de que a *designer* além de chocar pelos modelos que cria, também quer chamar a atenção para a forma como as peças são concebidas. As mudanças ocorrem principalmente em questões econômicas pois os processos produtivos aqui utilizados minimizam consideravelmente o tempo de produção, diminuindo também a quantidade de mão-de-obra. A maior parte das matérias-primas utilizadas nos seus projetos são incomuns a calçados, sendo todas adaptadas através do estudo de novas tecnologias, dando maior força aos projetos. Nota-se que Bhömer busca as matérias-primas e as tecnologias, conforme os efeitos e a ideia que esta pretende passar com cada um de seus desenvolvimentos.

Todos os desenvolvimentos de Bhömer, além de serem constituídos em cores neutras, ainda são monocores, o que põe em destaque as formas das peças. A *designer* também defende a ideia de que se pode tentar criar o que se imaginar, experimentando as variantes tecnológicas, inovadoras, ecológicas ou mesmo as econômicas; testando as técnicas, o material e o maquinário que forem necessários para o desenvolvimento de novas ideias.

O trabalho de Bhömer comunica através das formas inusitadas, é através desse ponto que a *designer* passa a ideia de vanguarda, inovação e suscita a interpretação das suas peças, fazendo com que o espectador reflita sobre cada objeto. Nota-se que a *designer* tem a intenção de evidenciar os materiais utilizados, as formas de concepção dos projetos e as diferentes tecnologias. Nota-se também que a comunicação através das formas, como é feita por Bhömer, tende a impressionar o espectador. À primeira vista, esse pode ser um dos motivos pelos quais a *designer* se utiliza tanto de formas geométricas, pois estas, causam sensações tanto de força e poder, como de

estranheza e de repúdio por parecerem duras e, inadaptáveis ao corpo humano.

Referências Bibliográficas

AVELAR, Suzana. Moda Globalização e Novas Tecnologias. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2009.

BHOMER, Marloes Ten. Marloes Ten Bhomer, 2000. Disponível na internet em: <http://marloestenbhomer.squarespace.com/> Acesso em 03 de Julho de 2012.

COSTA, Almeida; MELO, Sampaio. Dicionário da Língua Portuguesa. 8rd ed. Porto: Porto Editora, 1999.

ETHERINGTON, Rose. Beigefoldedshoe by Marloes Ten Bhömer. Dezeen Magazine, 2009. Disponível na internet em: <http://www.dezeen.com/2009/07/09/beigefoldedshoe-by-marloes-ten-bhomer/> Acesso em 05 de Julho de 2012.

FERREIRA, Patrícia Colaço Santos. Design Conceptual na Era Pós-Industrial: “A Forma Segue o Conceito”. Dissertação de Mestrado em Arquitetura. Universidade Técnica de Lisboa, 2010.

FRANZATO, Carlo. O Processo de Criação no Design Conceitual. Explorando o potencial reflexivo e dialético do projeto. Tessituras & Criação, Nº.1, 2011. Disponível na internet em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/tessituras/article/viewFile/5612/3967> Acesso em 05 de Maio de 2012.

HUEY, Sue; PROCTOR, Rebecca. New Shoes: Contemporary footwear design. London: Laurence King Publishing Ltd, 2011.

MALDONADO, Tomás. Design Industrial. Traduzido do italiano por J. F. E. Martins. Lisboa: Edições 70, 2009.

SANTAELLA, Lúcia. Semiótica Aplicada. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.