

VISIBILIDADE INCLUSIVA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA TRIÁDICA DA COLEÇÃO DE MODA ‘PLASTIC’ DA ESTILISTA VITÓRIA CUERVO

INCLUSIVE VISIBILITY: A SEMIOTIC ANALYSIS OF THE VITORIA CUERVO’S FASHION
COLLECTION ‘PLASTIC’

Dantas, Ítalo José de Medeiros; Graduando; IFRN – Campus Caicó,
italodantasdesign@hotmail.com¹

Alves, Heloisa Mirelly Ferreira; Graduanda; IFRN – Campus Caicó,
heloisamirelly57@hotmail.com²

Nascimento, Mariana Nunes do; Graduanda; IFRN – Campus Caicó,
mariana.n.n@hotmail.com³

Silva, Vanda da Conceição; Graduanda; IFRN – Campus Caicó,
vandaparnamirim@outlook.com⁴

Melo, Alan Jones Lira de; Mestre; IFRN – Campus Caicó,
alan.melo@ifrn.edu.br⁵

Mendes, Layla de Brito; Mestra; IFRN – Campus Caicó,
layla.mendes@ifrn.edu.br⁶

RESUMO

Este artigo estuda a coleção de moda ‘*Plastic*’ da estilista Vitória Cuervo, buscando analisar as estratégias artísticas e discursivas utilizadas pela estilista na inclusão de pessoas com deficiência em suas coleções de moda, porém, o que é mais provocador, sem excluir as demais pessoas. Assim, para compor a análise, foram feitas pesquisas bibliográficas, utilizando a semiótica trídica de Peirce como embasamento, sua noção de signo e seus conceitos de primeiridade, secundidade e terceiridade, investigando desde a construção das peças de vestuário da estilista aos editoriais de divulgação, objetivando-se trazer à tona discussões acerca da inclusão de pessoas com deficiência na moda. Como resultado, obteve-se uma análise dos componentes dos produtos de moda confeccionados, como estampas, cores, funcionalidades e outros aspectos estéticos; ao seguir para os editoriais, foi possível debater as atitudes das poses dos modelos, bem como o modo com que as peças foram posicionadas ao se interagirem com os mesmos e, por fim, discutiu-se acerca do conceito buscado pela coleção e das suas implicações à longo prazo para o mundo.

Palavras-chave: Semiótica. Moda Inclusiva. Cuervo.

¹ Graduando em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – *Campus Caicó*.

² Graduanda em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – *Campus Caicó*.

³ Graduanda em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – *Campus Caicó*.

⁴ Graduanda em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – *Campus Caicó*.

⁵ Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte – *Campus Caicó*. Mestre em Engenharia Mecânica pela UFRN, especialista em Design de Moda pelo SENAI CETIQ e Graduado em Engenharia Têxtil pela UFRN.

⁶ Docente do Curso Superior de Tecnologia em Design de Moda do Instituto Federal do Rio Grande do Norte – *Campus Caicó*. Mestra em Design de Comunicação de Moda pela Uminho, especialista em Criação de Imagem e *Styling* de Moda pelo Senac SP e Engenheira Têxtil pela UFRN.

ABSTRACT

This article studies the 'Plastic' collection of fashion designer Vitória Cuervo, seeking to analyze the artistic and discursive strategies used by the stylist in the inclusion of people with disabilities in their fashion collections, however, which is more provocative, not excluding other people. Thus, to compose the analysis, bibliographical research was done, using Peirce's triadic semiotics as a basement, his notion of sign and its concepts of firstness, secondness and thirdness, investigating from the construction of the clothing pieces of the stylist to the editorials of dissemination, aiming to bring to the fore discussions about the inclusion of people with disabilities in fashion. As a result, we obtained an analysis of the components of the fashion products made, such as prints, colors, functionalities and other aesthetic aspects, when following the editorials it was possible to discuss the attitudes of the poses of the models as well as the way the pieces were posed as they interact, finally the concept of collection and its long-term implications for the world was discussed.

Keywords: Semiotics. Inclusion Fashion. Cuervo.

1 INTRODUÇÃO

A moda inclusiva é uma iniciativa proveniente do processo de globalização, onde se tem a ideia de que todos devem usar o que querem da forma que desejam, contudo, Dal Bosco (2014) considera que a moda para as pessoas deficientes atualmente, apesar da bandeira de democratização que o movimento aborda, ainda não se mostra como tão rápida e acessível. O que contraria todo o conceito de ser inclusiva, tornando-se uma moda exclusiva e cara, onde nem todos têm acesso.

Em um país, onde, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas, há 45,6 milhões de deficientes (IBGE, 2010)⁷, e mesmo que o interesse em moda inclusiva tenha crescido exponencialmente como consequência do investimento de empresários que preveem o crescimento à longo prazo dessa área, o processo de design e comercialização dessas peças ainda são únicos e trabalhosos, o que acaba por demandar um nível maior de complexidade automaticamente aumentando o custo do produto, tanto pro produtor como para o comprador final.

Segundo Maffei e Menezes (2012), os designers de moda responsáveis por criarem esses produtos, devem ter uma empatia cultural com o seu público-alvo, e ainda assim compreender as diferenças sociais onde essas pessoas estão incluídas. Levando-se em consideração o fato de que durante a passagem acadêmica de formação do designer de moda não é construído essa

⁷ Disponível em: <https://exame.abril.com.br/brasil/ibge-24-da-populacao-tem-algum-tipo-de-deficiencia/>. Acesso em 19 mar. 2019.

base de empatia, ao mesmo que visa-se mais atingir toda uma massa onde os produtos irão vender em maior quantidade, focando então no desenvolvimento de projetos de produtos universais, gerando dessa forma mais lucro, os profissionais que são realmente capacitados a trabalharem com essa área da moda se tornam escassos.

Para começar a causar mudanças nesse cenário, é importante que se entenda todos os signos, símbolos e ícones que pertencem ao cenário da moda inclusiva, para que dessa forma o público-alvo se sinta satisfeito ao adquirir o produto:

O sentimento de pertencer ou estar com e para alguém numa sociedade de consumo implica o uso de símbolos e sinais de aparência. A marca de moda é carteira de identidade, não só desta era pós-moderna, como em todo o decorrer da história da humanidade. 'Revendendo meus estudos sobre a trajetória dos estudos sobre o comportamento do consumo, posso afirmar que o indivíduo expressa sua essência por meio de aspectos simbólicos presentes na aparência adornada. (MIRANDA, 2008, p. 110).

Alvarenga (2006) defende que ao se pensar na construção de um projeto que se intitula inclusivo, o processo produtivo não deve ser feito de modo separado, onde a característica será adicionada apenas no fim, mas sendo exatamente o contrário, onde o produto deve ser planejado desde o início e em seguida passar por todo o processo, como em cadeia.

Ao se pensar em processo produtivo, surge em seguida mais um questionamento que necessita de solução, pois quando se trata de moda inclusiva e a sua industrialização em massa, deve-se ter em mente a diversidade de deficiências presentes em todo o Brasil. De acordo com esse levantamento, Alvarenga (2006) completa que seria inviável criar peças de vestuário que abrangesse todas as deficiências em cadeia industrial, e que por essa razão não há um meio de transformar as peças possíveis de serem usadas a todos os usuários, sendo assim ainda mais difíceis de fazer essas peças ainda disponíveis aos usuários não deficientes.

A justificativa desse artigo se faz presente baseando-se nesse aspecto, onde se torna relevante o estudo dos meios de produção inclusiva, a fim de que se compreenda melhor a construção das peças, em que assim possa englobar o máximo de deficiências possíveis, sem que haja a exclusão dos não deficientes. O que traria aspectos de uma moda verdadeiramente inclusiva e igualitária, passível de pertencimento por todos os públicos.

Com tudo isso exposto, objetiva-se contribuir para o mercado produtivo da moda inclusiva através de estudos que possam facilitar e melhorar os processos, trazendo à academia os estudos acerca da construção semiótica de produtos e, quem sabe, no futuro, acrescentar aos cursos de Design de Moda, matérias que visem construir bases práticas para que os futuros *designers* trabalhem com êxito na área de moda inclusiva.

Como meio metodológico, a semiótica triádica de Peirce e seus conceitos de primeiridade, secundidade e terceiridade será utilizada para que se faça um estudo de caso (GIL, 2008) através de uma análise de abordagem qualitativa dos materiais da coleção *Plastic* de Vitória Cuervo, onde ela se propõe englobar o máximo de pessoas possíveis em suas peças, considerando todo o processo produtivo que levou àquele produto, mostrando-se pertinente a metodologia adotada por se possível a análise em três pontos: lúdico, conectivo e filosófico. Traz-se ainda como tipo de estudo complementar a revisão da literatura classificada quanto aos seus objetivos como exploratória para que se tenha uma base de pesquisa acadêmica.

2 DISCUSSÕES E RESULTADOS

De modo geral, a semiótica se caracteriza pelas palavras de Barros e Café (2012, p. 20) como “a ciência que se dedica ao estudo de todos os signos, nos processos de significação na natureza e na cultura”, ou seja, estuda-se todos os objetos existentes assim como as manifestação e fenômenos inerentes. A Moda ao que lhe concerne tem um laço constante com essa ciência por lhe ir de encontro através dos seus processos de produtos, em específico os de vestuário, por se apresentarem como uma forma de linguagem silenciosa, sendo mediada por símbolos visuais e não-visuais, fazendo-se necessário toda uma construção pautada em análises, principalmente semióticas, em torno de todos os componentes que farão parte da construção daquele signo (MIRANDA, 2008).

Na construção das peças de vestuário, signos, símbolos e ícones são partes de um todo, trabalhando em conjunto para determinada finalidade. De acordo com Peirce (1990, p. 46), “um signo ou representamen, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém”. Dessa forma, através de suas coleções, Vitória Cuervo trabalha os signos visando as pessoas com deficiências físicas, criando símbolos por meio dos quais eles se identificarão, todos os processos de *design* são pautados exatamente na necessidade da valorização do produto perante o consumidor, onde suas propriedades materiais e tecnológicas adequam-se na prospecção de construir os valores de estilo (ANDRADE *et al.*, 2015).

Ao partir da perspectiva da funcionalidade, o ponto inicial e chave nas construções das peças de vestuário da área de moda inclusiva, Vitória trabalhou manuseando questões como modelagens especiais e roupas com fechamentos estratégicos, tentando sempre sustentar o conceito da democratização da moda e buscando o englobar do maior número de pessoas possíveis em seus *designs*.

Dentre todas as singularidades envolvidas na coleção, Vitória Cuervo desenvolveu produtos para pessoas com nanismo, deficiências visuais, cadeirantes e outras necessidades, apresentando ainda toda essa gama de diversidade durante o evento de desfile da coleção (figura 1). Sua estratégia para manter as peças funcionais trata-se, entre outras coisas, de fechamentos com velcro nas laterais e zíperes colocados em pontos-chave.

Figura 1 - Desfile da coleção *Plastic*



Fonte: perfil no *facebook* de Vitória Cuervo (2018)

Trazendo para peças mais específicas, Cuervo usou, na construção de um casaco, a modelagem destinada para uma pessoa cadeirante, onde às costas teria à sua disposição um recorte, para permitir um bom caimento, ainda tendo disponível, mangas curtas que facilitariam o manuseio da cadeira de rodas.

A coleção ainda conta com peças, bermudas, por exemplo, que possuem fechos de velcros laterais, que por sua vez facilitam a vida de usuários que portadores de sondas, dessa forma, fazendo-se desnecessária a retirada da peça de roupa. Pensando na praticidade, Vitória criou bolsas que aderem à peça de vestuário para que dessa forma não tenha o risco de cair, ainda sendo adaptáveis à cadeira de rodas (figura 4). Considerando a inclusão dos deficientes visuais, a estilista desenvolveu estampas em braile para que os usuários saibam o que estão vestindo, resultando em uma inclusão necessária e possível.

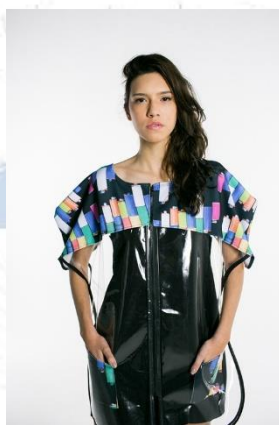
Ao se observar de forma semiótica o editorial da coleção, há três categorias universais determinadas por Peirce que servem de aporte para criar uma linearidade de pensamento, estes pontos serão discutidos posteriormente antes de cada assunto entrar em pauta. Pensando nessas questões, é possível analisar, determinar e extrair uma variante de informações e pontos de vistas acerca dos editoriais de divulgação da referida coleção.

A primeiridade é caracterizada por Melo (2015) e corroborado por Wartha e Rezende (2011) e Pinto (1996) como o ponto de partida de qualquer pensamento, momento em que as

informações são recebidas e possuem como fruto o aforismo sem debate, as qualidades do signo são hierarquizadas ao assumir um patamar de maior destaque perante qualquer outro aspecto.

Ao tratar-se de primeiridade, consegue-se perceber que a coleção se tratou principalmente de trazer o lúdico à tona, visualizável através do uso de cores vibrantes que se contrapõem ao preto a fim de que se crie uma dicotomia entre alegria e sentimentos negativos, colocando em primeiro planos as estampas coloridas que servem para criar a representação de objetos como isqueiros, embalagens, escovas de dente e brinquedos, que em primeiro momento, quando os pensamentos estão sendo apenas recebidos, não conseguem dizer muito a respeito da coleção (figura 2).

Figura 2 - Editorial de Moda da coleção *Plastic*



Fonte: perfil no *facebook* de Vitória Cuervo (2018)

A secundidade seria o ponto em que as ideias começam a passar por um processo de discussão interna, onde a bagagem cultural própria vai criando ligações entre o que está sendo apresentado e as experiências já vividas (MELO, 2015; BARROS E CAFÉ, 2012; SILVA, 2004).

Em secundidade é possível se analisar a postura dos modelos (figura 3 e 4) que consegue desenvolver vínculos com o espectador e despertar nele sensações que afloram seus conhecimentos em busca da iluminação da conexão entre as ideias recebida e o conceito contido na coleção de moda. Desse modo, é possível perceber que estão interagindo, sorrindo, para dar um ar mais de descontração e criar um sentimento de leveza no receptor, contudo em outros, seus rostos estão mais rígidos e sérios, a fim de mostrar poder, resistência e superioridade, seus olhos fixos na câmera tentando causar impacto no receptor da imagem.

Figura 3 - Editorial de Moda da coleção *Plastic*



Fonte: perfil no *facebook* de Vitória Cuervo (2018)

Na figura 4, é possível enxergar o destaque na bolsa, mostrando-a colada à roda da cadeira de rodas, conseguindo balancear a praticidade com os aspectos estéticos.

Figura 4 - Editorial de Moda da coleção *Plastic*



Fonte: perfil no *facebook* de Vitória Cuervo (2018)

Em busca de despertar o sentido de inclusão nos observadores, Cuervo contou com modelos que iam desde pessoas com nanismo, passando por *pluz size* e trazendo ainda pessoas que não possuíam nenhum tipo de deficiência, desse modo criando uma iluminação no observador e fazendo-o criar conexões críticas entre o que a estilista tinha para si como Moda Inclusiva, ou seja, abrangendo todas as pessoas possíveis, e o que é comumente veiculado por trás desse conceito. Isso é principalmente evidente nas figuras 3 e 4, em que traz modelo com deficiência e modelo sem deficiência interagindo em uma cena.

Em terceiridade, os conceitos são absorvidos e as questões são finalmente debatidas de uma forma mais filosófica, buscando criar uma relação mais aprofundada entre os pontos que

está sendo apresentado e as pessoas envolvidas na discussão (MELO, 2015; BARROS; CAFÉ, 2012; SILVA, 2004).

Tratando-se por fim de terceiridade, Vitória esclarece que a coleção *plastic* é um representativo de dois aspectos: sustentabilidade e inclusão, o primeiro conceito sendo advindo de um projeto que a estilista possui, onde ela trabalha, junto a amigos, com a coleta de resíduos plásticos nas praias de São Paulo e Santa Catarina (figura 5), dessa forma, é possível se obter finalmente o entendimento acerca das ideias por trás das estampas. Além do propósito de democratizar a moda, Moré (2017) explica que Cuervo teve o intuito de gerar um debate acerca da importância do descarte dos produtos nas praias, fazendo isso através de estampas debatidas em Primeiridade onde estas são apenas percebidas e não questionadas.

Figura 5 - Praia que serviu para coleta de resíduos plásticos



Fonte: perfil no *instagram* de Vitória Cuervo (2018)

A estilista fez uso do processo de sublimação para a criação das estampas, buscando representar os resíduos encontrados na praia, usando, entre outras coisas, cores vibrantes, com a noção de abordar um assunto sério de uma forma que se torne mais divertida e leve. Compreensível para todos os públicos. Nesse ponto é compreensível o entendimento entre os aspectos da dimensão conceitual e o título que lavra a coleção de moda, Cuervo utilizou da referência aos plásticos coletados na praia para nomear a coleção de moda como '*Plastic*', plástico, na língua inglesa.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a análise abordada no artigo, entende-se que, se tratando do vestuário para pessoas com deficiências físicas, deve-se buscar além de questões como funcionalidade, trabalhando tão bem os aspectos estéticos dos produtos de moda no mesmo nível das roupas

sem funcionalidades práticas, visando, entre outras coisas, o crescimento da autoestima dos consumidores, para que dessa forma esse público consiga germinar seu gosto pela moda e se sintem inclusos em um nicho em atual expansão.

A coleção de Cuervo foi capaz de debater dois assuntos ao mesmo tempo de modo que nenhum tornasse o outro complexo de observação, explorando-os em dois planos distintos e os juntando em unicidade. *Plastic* trouxe o conceito da universalização da moda através de funcionalidades e modelagem, enquanto a ludicidade, cores e estampas da coleção foi tomada pelo debate da praia do futuro e como o ser humano está contribuindo para a poluição dos mares. Cuervo conseguiu alinhar uma coleção denominada como conceitual através de modelagens e construções de peças que se mostrem comerciais e aptas à comercialização.

Cuervo trabalhou em *Plastic* uma concepção diferente das demais coleções de Moda Inclusiva, não abordando uma roupa específica para uma deficiência específica, mas sim buscando abarcar o maior número de pessoas em um único *design*, o que acabou por se mostrar satisfatória, já que de um modo ou outro, as peças são capazes de perpassar por diversos públicos e se adaptar às necessidades únicas. Em contrapartida, observou-se que a moda inclusiva ainda não se pôs como uma grande aposta do mercado como consequência dos altos custos para a produção e comercialização, fazendo com que se torne um âmbito elitizado e não se massifique, onde nem todos possuem acesso.

Pensando à longo prazo, esse estudo dispôr-se a despertar o interesse dos discentes do curso de Design de Moda na área da moda inclusiva, para que dessa forma haja uma pluralidade de visões e experiências que cooperem para o desenvolvimento de um campo ainda não tão explorado, fazendo-os enxergar um mercado propenso a ser acelerado caso receba mais dedicação.

REFERÊNCIAS

ALVARENGA, F. B. **Uma abordagem metodológica para o projeto de produtos inclusivos**. Campinas, 2006. Tese (Doutorado em Engenharia Mecânica) – Universidade Estadual de Campinas.

ANDRADE, Raquel Rabelo; BERTON, Tamissa Juliana Barreto; PEREIRA, Lívia Marsari. O design inclusivo no projeto de produto de moda: uma prática pedagógica. Paraná: **Revista Icônica**, 2015.

BARROS, Camila Monteiro de. CAFÉ, Lígia Maria Arruda. Estudos da Semiótica na Ciência da Informação: Relatos de Interdisciplinaridade. **Perspectiva em Ciência da Informação**, v. 17, n. 3, p. 18-33, jul./set. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pci/v17n3/a03v17n3>>. Acesso em 13 de julho de 2019.

CONCURSO DE MODA INCLUSIVA. **O Projeto.** Disponível em: <<http://modainclusiva.sedpcd.sp.gov.br/o-projeto>> Acesso em 03 de jan. de 2018.

CORRÊA, Fabiana. **Roupa e autoestima, tudo a ver.** Disponível em: <<http://emails.estadao.com.br/blogs/moda-na-pratica/roupa-e-auto-estima-tudo-a-ver/>> Acesso em: 19 mar. 2019.

DAL BOSCO, Glória Lopes da Silva. **Moda inclusiva:** uma análise estética e funcional. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM DESIGN DE MODA, 1., 2014, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: UCS, 2014.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008

MAFFEI, S. T. A.; MENEZES, M. S. **Anteprojeto de moda:** o vestuário sob a ótica do cadeirante. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE MODA E DESIGN, 1., 2012, Guimarães. **Anais...** Guimarães: Escola de Engenharia da Universidade do Minho, 2012. p.2621 – 2628.

MELO, Desireé Paschoal. MELO, Venise Paschoal. **Uma introdução à semiótica Peirceana.** Paraná: Unicentro, 2015.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de moda:** a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MIRANDA, Ana Paula. **Consumo da Moda:** a relação pessoa-objeto. São Paulo, Estação das Letras, 2008.

MORÉ, Carol T. Moda Inclusiva: Estilista brasileira cria coleção atemporal para pessoas com deficiência feita a partir de resíduos plásticos. **Follow The Colour**, 6, dez. 2017. Disponível em: <<https://followthecolours.com.br/style/moda-inclusiva-victoria-cuervo/>> Acesso em: 17 de julho de 2019.

PINTO, Júlio. Semiótica e Informação. **Perspec. Ci. Inf.**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p. 87-92, jan./jun., 1996.

PIUCCO, Priscylla. **Deficiência física e autoestima.** Disponível em: <<http://www.revistacapitolina.com.br/deficiencia-fisica/>> Acesso em: 19 mar. 2019.

SILVA, Antônio Carlos da. A teoria dos signos e as significações linguísticas. **Revista Científica da UNESC**, v. 2, p.1-13, 2004.

WARTHA, Edson José. REZENDE, Daisy de Brito. Os níveis de representação no ensino de química e as categorias semióticas de Peirce. **Investigações em Ensino de Ciência**, v. 16, n. 2, p. 275-290, 2011.

ⁱ Artigo publicado em 16/10/2019 – *Revista Acadêmica Online*. Edição V. V N 28 (set/out)2019