



## O arlequim de McQueen: a informação de moda traduzida pela transtextualidade imagética

*The McQueen Harlequin: the fashion information translated by transtextuality imagery*

Andréa Camargo, Olimpio José Pinheiro, Monica Moura

*informação de moda, transtextualidade, imagem, paródia*

Nosso objetivo é entender como McQueen constrói a informação de moda de sua obra, viabilizando a arte, o espetáculo, como cenário de ativação contestatária diante dos acontecimentos ocorridos no mundo contemporâneo. Sobre o espetáculo Duggan (2002, p. 4) afirma ser uma “uma nova arte performática híbrida quase totalmente desvinculada dos aspectos tradicionalmente comerciais da indústria da confecção”. É o caso de Alexander McQueen, que acima de sua maestria técnica construiu uma reputação internacional com base em informações de moda extravagantes e subversivas.

Para tal, iremos analisar 1 look de sua coleção *The horn of plenty*, de 2009. Esta coleção tem uma caráter conceitual que a identifica com a arte. Neste contexto, poderíamos indagar, qual seria o procedimento de linguagem que revela criticamente o contemporâneo por McQueen, em *the horn of plenty*?

Utilizaremos como aporte teórico para responder tal questionamento, a teoria da Transtextualidade que surgiu a partir da Intertextualidade de Kristeva, essa alicerçada pela noção de dialogismo de Bakhtin.

Assim, percebemos o viés paródico da obra de McQueen que atrelado a intertextos diversos geraram personagens com carga crítica e irônica, e ao mesmo tempo permeada de expressão artística.

*fashion information, transtextuality, image, parody*

Our goal is to understand how McQueen builds fashion information of his work, enabling the art, the show, as anti-establishment activation scenario before the contemporary world events. About Duggan show (2002, p. 4) claims to be a 'a new hybrid performance art almost totally disconnected from the traditional commercial aspects of the clothing industry.' This is the case of Alexander McQueen, who above his technical mastery built an international reputation based on extravagant and subversive fashion information. To this end, we will examine first look of his collection *The horn of plenty*, 2009. This collection has a conceptual character that identifies with art. In this context, we might ask, what is the language procedure that critically reveals the contemporary by McQueen in the *horn of plenty*? We use as theoretical framework to answer these questions, the theory of transtextuality that emerged from the Intertextuality of Kristeva, this underpinned by the notion of dialogism Bakhtin. Thus we see the parodic bias McQueen's work that linked to many intertexts generated characters with critical and ironic charge, while permeated with artistic expression.

## 1 Introdução

O design da informação funciona como um canal emissor a revelar características de uma dada sociedade. Para nós, compreendida na sociedade contemporânea que, segundo Maffesoli (1999), baseia-se na valorização da futilidade, da aparência, e da banalidade de tudo que as

íntegra, porém, ele também enfatiza que são estas características que dão razão e sentido a vida cotidiana.

Para darmos prosseguimento a esta análise, iremos estudar a informação de moda, provinda de sua vertente conceitual<sup>1</sup> que se consubstancia em uma ferramenta de expressão do designer sobre os acontecimentos ocorridos na atualidade. Ele, o profissional, descarrega suas percepções através de um design informacional que é enriquecido pela metáfora, pela fantasia. Onde o viés crítico é enaltecido não apenas pela obra em si, mas, principalmente pela interpretação da audiência, representante desta sociedade.

A moda, para Maffesoli, vinculada às diversas modulações da aparência, influenciada pelo seu caráter teatral e espetacular, constitui um conjunto significativo que exprime uma dada sociedade. Nesse viés, teremos como objeto de estudo um look<sup>2</sup> da coleção *prêt-à-porter*<sup>3</sup> feminina, outono/inverno, 2009, intitulada *The horn of plenty*, criada por Alexander McQueen. Este título significa 'abundância' que é uma significação que figura na realidade apresentada por McQueen com o viés negativo, ou seja, sua criação simbolizou uma crítica à obsolescência da moda, estabelecendo uma sinonímia com o conceito de desperdício, a abundância do desperdício, esse empreendido pelos excedentes de mercadorias da produção em escala industrial. Há de ser destacado que esta coleção foi concebida em meio à grande recessão de 2008, fazendo com que McQueen percebesse a sua efetiva participação no mercado de consumo de moda. Neste contexto poderíamos indagar, qual o procedimento de linguagem revela criticamente o contemporâneo por McQueen, em *the horn of plenty*?

Lee Alexander McQueen (1969-2010) foi um designer de moda britânico que veio a se tornar o maior designer de moda inglês de sua geração. Tinha na moda seu canal de expressão, revelando a cada coleção sua percepção acerca do mundo contemporâneo, bem como suas referências do passado remoto. Seu trabalho possuía uma forte carga emocional, propiciando, em certos desfiles ou espetáculos, o êxtase da audiência.

Utilizaremos como aporte teórico para esta pesquisa a teoria da Transtextualidade que surgiu a partir da teoria da Intertextualidade de Kristeva, essa alicerçada pela noção de dialogismo de Bakhtin. A Transtextualidade foi proposta por Gerard Genette a partir do conceito de Intertextualidade mais abrangente. Essa teoria diz respeito a definição de um conjunto de textos e às relações estabelecidas entre os mesmos e, também, constitui-se na reelaboração do passado textual.

## 2 Indagando sobre o design de moda

O sociólogo alemão Georges Simmel, precursor da sociologia "surrealista", foi quem, no início do século XX, atraiu a reflexão filosófica e a análise sociológica para as futilidades da "moda", do "galanteio", das "grandes cidades" (Roma, Florença, Veneza...), do "aventureiro", do "jogador", do "retrato", etc. (SIMMEL, 1904 apud DURAN, 2004, p. 54).

Poderíamos pontuar que o dito anteriormente pode significar o início do estudo da moda, ou propriamente, o interesse dos teóricos sobre o fenômeno da moda. Muito do desprezo da comunidade científica pela moda, vem em parte por ela ser considerada "superficial que visa sustentar o consumo de maneira artificial (Crane & Bovone, 2006; Kawamura, 2005; Lipovetsky,

<sup>1</sup> O termo conceitual se refere ao lado artístico e fantasioso do designer de moda, no qual ele pode esboçar ideias contrastantes com o usual visto no mercado, mas que conotam estilos que irão fazer parte de sua coleção comercial (aquela vendida ao mercado consumidor).

<sup>2</sup> Por look entende-se a apresentação estética resultante da combinação de diversos elementos, como vestuário, acessórios, cabelo, maquiagem, etc. (MATHARU, 2011, p. 6).

<sup>3</sup> O uso do termo *prêt-à-porter*, foi instaurado para diferenciar o novo processo industrial de confecção da indústria de massa. Matharu (2013, p. 69) descreve que "o *prêt-à-porter* proporciona ao cliente a liberdade de selecionar as peças diretamente na loja, em tamanhos e cartela de cores diversos".

1987; Monneyron, 2006; Waquet & Laporte, 2002)” (GODART, 2010, p. 9). Porém, tal percepção não é real, visto que, dentre outros aspectos, a moda é um segmento que emprega milhares de pessoas, promovendo o desenvolvimento de nações inteiras. Assim, além de ser uma importante atividade econômica, a moda significa um objeto social singular no cruzamento das artes com a indústria.

Godart (2010, p. 14) salienta que “a moda além de ser uma atividade econômica pelo fato de produzir objetos, ela é também uma atividade artística porque gera símbolos”. Sendo assim, a moda (vestuário) atual não se contenta em transformar tecidos em roupas, pois seu intuito é gerar objetos com significação, algo que desqualifica a máxima de que a moda é superficial. Se a moda gera signos é porque ela é portadora de uma linguagem que comunica, ou seja, “as roupas são ‘máquinas de comunicar’” (MAFFESOLI, 1999, p. 161).

A moda dotada de informação a ser recepcionada pela audiência permite o divagar dos pensamentos em busca da compreensão, da significação. Esta informação por vezes é permeada pelo caráter simbólico, algo que agrega, a primeira, outras informações adicionais, com vistas a decodificação da informação de moda. É a partir deste canal de expressão que o designer emite os desmandos que influem negativamente na vida do cidadão e de seu habitat, algo que o coloca diante da sociedade como um contestador.

### 3 Decifrando informação de moda a partir da transtextualidade/transvisualidade

A construção da teoria da intertextualidade foi concebida paulatinamente, por diferentes autores, conforme Pinheiro (1997, 2015), daí seu aparecimento disperso em várias obras de diferentes autores em distintos períodos. A construção dessa concepção partiu dos conceitos de dialogismo de Mikhail Bakhtin, segundo o qual, um texto está sempre em diálogo com outros textos, seguida de desdobramentos conceituais até a intertextualidade de Julia Kristeva.

Kristeva (1974) considera que todo texto gera um intertexto<sup>4</sup> numa sucessão de textos já escritos ou que ainda serão. Assim, a eficiente leitura de um texto não pode ser feita isoladamente, tornando-se necessária a percepção de como suas origens, formas, temáticas, dialogam com os outros textos. Vale salientar que o conceito de intertextualidade de Kristeva, para a análise das adaptações, é por ela considerado como um intertexto funcionando também como eco das vozes de seu tempo e de sua história, revelando valores, crenças e preconceitos existentes em um dado grupo social.

A partir da teoria de Kristeva, juntamente com a de Bakhtin, Gerard Genette propõe um conceito de intertextualidade mais abrangente que denomina de transtextualidade. A transtextualidade reportada ao nível visual, urge ser traduzida para transvisualidade e, dentro desta, incluir a intervisualidade (PINHEIRO, 1993). De acordo com Pignatari (1981) a “intervisualidade” é uma polifonia de imagens, com ícones atraindo ícones, criados ou citados, por similaridade ou oposição.

No incessante diálogo resultante das inter-relações intertextuais entre diferentes discursos de obras ou gêneros artísticos distintos, voltando a Pinheiro, observam-se diferentes intertextos, entre outras expressões de linguagem, na forma de citações, alusões, paráfrase, paródias, apropriações, pastiches, plágios, ou roubos. Estes incessantes diálogos inserem-se na própria tessitura dos discursos poético-artísticos, sem que seja possível, muitas vezes, destrinchá-los facilmente do original.

---

<sup>4</sup> O intertexto de uma obra é o retículo de referências a textos ou a grupos de textos anteriores construído com o duplo objetivo de proporcionar a compreensão da obra individual e de produzir efeitos estéticos parcelares ou globais (CALABRESE, 1997, p. 39).

Para Pinheiro (1997, 2015), o texto que cita em relação ao texto ou tessitura formal original, as inter-relações dialogais são, em graus diversos, caracterizadas pela construção do deslocamento, do desvio ou da oposição. Estas inter-relações manifestam-se em pares bipolares, através da semelhança identidade versus diferença ou dessemelhança. Ou da pró-identidade versus a contra-identidade. Deste modo, a partir da obra ou motivo formal original, através de citações implícitas e explícitas, geram-se procedimentos de linguagem, a que potencialmente poderíamos chamar de Transtextualidade imagética (Genette), Intervisualidade (Pignatari) ou Transvisualidade (Pinheiro).

A Transtextualidade imagética, Intervisualidade ou Transvisualidade poderia visualizar-se a priori, conforme Pinheiro, em um esquema ou Tabela 1. Observemos, neste recorte, a citação em relação à obra a partir da qual se cita, em outras palavras, a obra que cita em relação à obra citada, ou ainda a obra que cita versus a obra original.

Tabela 1 (Fonte: PINHEIRO, 1997)

OBRA ORIGINAL (CITADA) VERSUS OBRA RESULTANTE (QUE CITA)	
PROCEDIMENTOS DE LINGUAGEM ↔ (desvio por maior ou menor oposição)	PLANOS DE REFERÊNCIA TRANSTEXTUAL
Paramorfismo / Estilização ↔ Paródia	<i>Intermiroirété (Inter-espelhamento)</i> hipertextualidade
Cópia/Pastiche ↔ Intervisualidade/ <i>Intermiroirété</i>	Transtextualidade/ <i>Transvisualidade</i>
Cópia Técnico / Tecnológica ↔ Cópia Artesanal	<i>Reprodutibilidade</i>
Pró/Semelhança ↔ Contra/Dessemelhança	<i>Graus de Iconicidade</i>

O paramorfismo implica “admitir que um objeto estético pode ser abordado e construído a partir de múltiplos signos, todos eles equivalentes, o que confere uma semelhança aos caracteres estilísticos [...]” (PLAZA, 2001, p. 73).

No que concerne a estilização, essa não subsiste na paródia. Aqui, a segunda voz, uma vez instalada no discurso do outro, entra em hostilidade com seu agente primitivo e o obriga a servir a fins diametralmente opostos, e o discurso se converte em palco de luta de duas vozes. Por isso diz Bakhtin ser impossível a fusão de vozes na paródia, como o é possível na estilização, pois nela as vozes não são apenas isoladas, separadas pela distância, mas estão em oposição hostil. (OLIVEIRA FILHO, 1993, p. 48).

A seguir, conceituações acerca da paródia e do pastiche, expressões de linguagem encontradas na coleção estudada.

### A hipertextualidade na paródia e no pastiche

Antes de iniciarmos com explicações acerca da Paródia e do Pastiche, convém salientar que no meio acadêmico muitos teóricos veem o ‘objeto texto’ similar ao ‘objeto imagem’, ou seja, as teorias para análise do textual se adequam à análise imagética. Tal compreensão vem a partir da concepção platônica da mimésis, regida pela analogia da pintura e da poesia, onde o discurso é pensado em termos visuais. A doutrina da mimésis marca “o momento em que o homem grego descobre a imagem. Ele seria o primeiro testemunho da teoria da imagem [...] o primeiro testemunho da teoria da mimésis.” (COMPAGNON, 1996, p. 75). Daí podemos discernir que “toda citação, [...], é também uma imagem: um instantâneo, um ponto de vista sobre o sujeito da enunciação, uma cópia ao natural.” (Ibid, p. 119).

Sobre hipertextualidade Ceia (2014) discorre que o hipertexto coleta todas as partes dinâmicas de um texto de base que se multiplica em outros textos. Para Genette (1982, p. 11) hipertextualidade significa “[...] toda relação que une um texto B (hipertexto) a um texto anterior A (hipotexto) sobre o qual ele se enxerta”. Em outras palavras, é a relação de um texto que obedece a uma lógica derivacional diante de outro texto que lhe é anterior (hipotexto), estabelecendo com o texto matriz relações de imitação. Quanto as práticas hipertextuais, Genette divide em dois grandes grupos principais: práticas de transformação (paródia) e práticas de imitação (pastiche).

Diante do estudo da paródia, temos que Genette (2006) sugere que essa é uma mínima transformação do texto, que imita apresentando diferenças, mas não deixando para trás aquilo que o legitimou. Para Ceia (2014) a parte inicial desta definição — ... uma mínima transformação do texto —, está mais próxima do pastiche do que da paródia, já que o pastiche retém a maior parte possível da massa do texto que imita. No que se refere a paródia, essa é iniciada quando se ultrapassa esta mínima transformação, relatada.

Hutcheon (1985) afirma que a paródia não pressupõe o ridículo e a zombaria. Afirmação que é questionada por Ceia (2014), quando salienta que se retirarmos a possibilidade cômica da paródia, essa terá seu conceito reduzido. Hutcheon (1985) fala na repetição com distanciamento, mas Ceia (2014) discorre aproximação com o burlesco, ou seja, a paródia trabalha como a possibilidade de colocar o cômico em seu texto. Isso ocorre quando a paródia leva ao exagero um fato ou características, no texto-objeto, por adequações às circunstâncias, ou como no caso em estudo, por adequação ao tema da coleção de moda.

A paródia é um gênero de expressão sofisticado “nas exigências que faz aos seus praticantes e intérpretes. O codificador e, depois, o decodificador têm de efetuar uma sobreposição estrutural de textos que incorpore o antigo no novo”. (HUTCHEON, 1985, p. 50). Podemos dizer, ainda, que a paródia se assemelha a metáfora, pois ambas exigem que “o decodificador construa um segundo sentido através de interferências acerca de afirmações superficiais e complementa o primeiro plano com o conhecimento e reconhecimento de um contexto em fundo”. (idem).

Sobre o pastiche, Charaudeau e Mangueneau (2004, p. 371) discorrem que esse consiste em uma “prática de imitação” com um objetivo lúdico. O pastichador normalmente exhibe com clareza os propósitos de sua criação, quer por uma indicação expressa, quer pela natureza caricatural conferida ao conteúdo ou às marcas estilísticas.

Fuchs (1982) discorre que o pastiche se caracteriza por uma reformulação que tenta copiar não o conteúdo, mas a forma de uma sequência original. Outra característica a ser destacada é que o pastiche “pode ir do empréstimo fiel a apenas um certo número de aparências, ou até a livre imitação de um estilo” (Ibid).

#### 4 Análise da informação da moda no look de arlequim

A coleção *The horn of plenty* — de 45 looks — foi dividida em 7 temas distintos. São eles: 1. Pássaro, 2. Japonismo, 3. Releitura, 4. Arlequim, 5. Lixo, 6. Silhueta, 7. Sadomasoquismo. Desses temas citados, escolhemos como *corpus* desta pesquisa um look pertencente ao tema arlequim (Figuras 1-2), caracterizado pela presença da fantasia e do humor, características essas que segundo Maffesoli (1999) são inerentes a nossa contemporaneidade.

Figura 1-2: corpus de pesquisa. Fonte: <http://www.bobbintalk.com/trends/page/2/>



O Arlequim, juntamente com o Pierrô e a Colombina são personagens que se originaram na comédia, denominada *Commedia dell'arte*. Seus personagens eram fixos e típicos, e usavam máscaras que os identificavam no meio do povo. Em termos de crítica, significava a resposta do povo aos clássicos que aconteciam nos salões da nobreza italiana. Em nosso estudo, representa a resposta de McQueen aos desmandos governamentais e privados ocorridos contra o nosso planeta.

Na *Commedia dell'arte* só há surpresas, tudo depende da ocasião, da plateia, dos temas locais. Bravo (2014) situa que embora “os intérpretes devessem seguir os achados cômicos e respeitar os roteiros básicos, havia extrema liberdade de variações. Assim, era válida a ideia de que os diálogos se conjugassem de acordo com a fantasia do momento”.

Dacorso (2008) salienta que o palhaço (arlequim) é uma combinação de trágico e cômico. É a encarnação do trágico na vida cotidiana; é o homem assumindo sua humanidade e sua fraqueza e, por isso, cômico.

De um modo esquemático, descrevemos abaixo, os principais intertextos envolvidos na concepção da peça de McQueen.

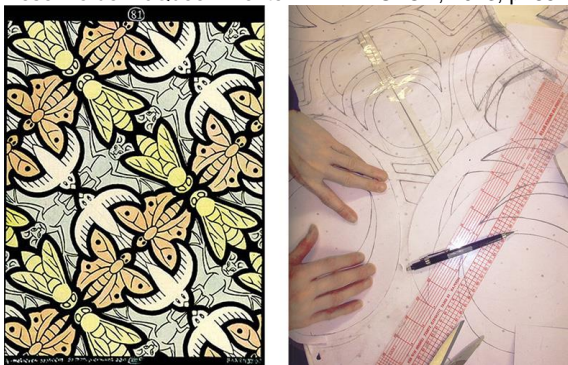
1. Silhueta (forma) traje — diálogo com as roupas espaciais (Figura 3) + *performance* de Leigh Bowery (1989) (Figura 4).

Figura 3: Roupas espaciais. Figura 4: Performance de Leigh Bowery. Fonte: GREER, 2002, p. 35.



2. Padronagem traje – estampa geométrica, simétrica (Figura 5), com aproximação do estilo de síntese gráfica de Escher (Figura 6). Obs.: O tecido é feito com a técnica de matelassê<sup>5</sup>, gerando os volumes que favorecem a visualização da padronagem.

Figura 5: Obra de Escher. Fonte: <http://wuwei1101.papo.blog.163.com/blog/static/486708672012619655539/>. Figura 6: Desenho de McQueen. Fonte: WAPLINGTON, 2013, p. 85



### 3. Acessório:

- A. Diálogo com as plataformas dos anos 70 (Figura 5) + plataformas de couro falso de crocodilo — *Mock-Croc* — (1993) de Vivienne Westwood. (Figura 8).

<sup>5</sup> O nome também é usado para designar qualquer tecido acolchoado, como os usados na confecção de edredons, liseuses, peignoirs, blusões, etc. (PEZZOLO, 2007, p. 306).



Figura 7: Plataforma dos anos 70. Figura 8: *Mock-Croc*. Fonte SEELING, 2013.



**B. Adorno Cabeça** – Dentre outros, selecionamos 3 hipertextos para esta análise. São eles: a capa da Vogue criada por Salvador Dalí, em 1929 (Figura 7) + a obra de Sheila Legge, 1936 (Figura 8) e, posterior, releitura por Leigh Bowery (1989) (Figura 9)

Figura 7: Capa Vogue. Fonte: <http://www.buzzfeed.com/briangalindo/11-famous-artists-who-created-gorgeous-vogue-covers#.bqQxQiyGkd>. Figura 8: Sheila Legge. Fonte: <http://terrestrialcephalopod.blogspot.com.br/2012/01/one-of-several-legs.html> Figura 9: Leigh Bowery. Fonte: GREER, 2002, p. 35



4. **Cartela de Cor:** vermelho, preto, branco - diálogo com a teoria das cores. No caso, em estudo, o vermelho está representando “atenção”, um alerta de McQueen à audiência, diante do consumo desenfreado, em meio a crise econômica vivenciada em 2008. E, o preto, denota a morte, um tema evidenciado por McQueen em suas coleções. Já a cor branca, além de ser chamada de ‘cor luz’, por refletir todas as cores do espectro, no ocidente, está vinculada a paz, a alegria.

Por fim, de acordo com a tabela 4, adaptação da tabela 1, podemos refletir que para a obtenção da obra de McQueen analisada (obra resultante), ocorreu um diálogo com obras originais dispostas nos seguintes planos de referência transtextual:

Tabela 2 (Adaptação PINHEIRO, 1997)

INTERTEXTOS REFERENTES A OBRA MCQUEEN	PROCEDIMENTOS DE LINGUAGEM ←→ (desvio por maior ou menor oposição)	PLANOS DE REFERÊNCIA TRANSTEXTUAL
Silhueta traje	Paródia com maior oposição ao original	Hipertextualidade
Padronagem traje	Semelhança com maior oposição ao original.	Graus de Iconicidade
Acessório	Paramorfismo com menor	Hipertextualidade



1. Adorno cabelo	oposição ao original	
Acessório 2. Calçado 3. luvas, meias	Calçado  Semelhança com maior oposição ao original. Sobre as luvas e meias são similares as usuais, apenas a luva é composta por duas cores.	Graus de Iconicidade
Cartela de cores	Pastiche com menor oposição ao original	Transtextualidade/ Transvisualidade

De acordo com a tabela acima, não houve a preponderância de nenhum dos procedimentos de linguagem elencados na tabela 1. Vale salientar, que a análise transtextual foi feita, levando em consideração os itens tangíveis, vistos separadamente, tais como: silhueta traje, padronagem traje, acessórios, cores, o que não configura sua visão global. Entretanto, se na análise transtextual trabalharmos com o look completo, unificado; modo como é visto pela audiência, teremos a paródia como procedimento de linguagem a ser extraído da informação de moda proposta por McQueen. Deste modo, para sermos mais objetivos, validamos a análise global do look, respaldados pela teoria da Gestalt, segundo a qual, para a nossa percepção que é resultado de uma sensação global, as partes são inseparáveis do todo, pois não vemos partes isoladas, mas relações, isto é, uma parte na dependência de outra. (GOMES, 2004).

Contudo, para nós pesquisadores, fazermos a análise dos itens vistos separadamente permite perceber os diálogos existentes entre os diferentes intertextos, propiciando uma consequente noção da riqueza de repertório utilizada na criação de um look.

## 5 Conclusão

Um desfile de moda, mais do que um ato de exibir roupas se configura em informação de moda que é um canal de expressão que reflete uma dada sociedade. E, sobre nosso questionamento inicial, que diz: qual o procedimento de linguagem revela criticamente o contemporâneo por McQueen, em *the horn of plenty*? Podemos responder que a partir da transtextualidade, McQueen conseguiu inserir no look analisado, uma forma de chamar a atenção da audiência para o tema *the horn of plenty* a partir da paródia, ou seja, ele parodiou o *performer* Bowery assim como as roupas espaciais, sem esquecer do pastiche com movimentos artísticos, como o surrealismo, por exemplo. Do primeiro (Bowery) ele colheu a excentricidade, o viés artístico do artista e o homenageou, já do segundo intertexto, ele pode ter traduzido de forma lúdica o seu pensar sobre o programa espacial, já que as grandes potências investem grandes somas em dinheiro no espaço. Aqui a informação de moda instiga a pensar se há a necessidade dos gastos monetários para além das divisas terrestres.

A ironia implícita na paródia reverbera um humor polido que emite a mensagem, mas não desconsidera a obra que inspirou o criador. Apesar de teóricos como Genette, Hutcheon acatarem a ideia da paródia não ter um aparato crítico, já que é velada pela ironia, nós vamos de encontro a esta opinião, justamente por encontrar em nosso *corpus* o viés crítico da paródia, que também é comprovado por autores como Ceia, Sant'Anna.

Denunciar as atrocidades ocorridas no nosso tempo, não mais se resume a exclusividade dos noticiários jornalísticos, pois de tão repetitivos, tornam-se lugar comum. A veracidade dos fatos se confunde com a realidade do cotidiano, não gerando o tão desejado impacto que impele o homem à mudança. Entretanto, existem formas de interagir com uma parcela da sociedade que são pontuais, por serem capazes de penetrar no viés sensível de sua constituição. É, justamente, o falar à emoção do outro, através do design, da arte, da moda, concebida em seu viés conceitual, traduzida em informação de moda.

Observamos que o nosso estudo pode ser desdobrado em outras possibilidades de investigação. Por exemplo, analisar outras coleções de McQueen para perceber de que forma foi gerada a informação de moda para a audiência. A obra de McQueen é rica e desafiadora, e pode também ser pesquisada por temas e não, apenas, por coleções, como demonstra Andrew Bolton, curador da exposição Alexander McQueen *Savage Beauty* no *The Metropolitan Museum of Art*, em *Nova York*. A coleção foi dividida nos seguintes temas: o espírito romântico, o gótico romântico, o nacionalismo romântico, o exotismo romântico, o primitivismo romântico, o naturalismo romântico. Os organizadores da exposição, diante de toda a obra de McQueen, 17 anos de carreira, escolheram as peças para cada tema respectivo.

## Agradecimentos

À Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (FACEPE).

## Referências

- BRAVO, H. 2015. Comédia. Disponível em: <http://www.desvendandoteatro.com/comedias.htm> - acesso 9/1/2015.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. 2014. Dicionário de análise do discurso. São Paulo: Contexto.
- CEIA, C. 2014. E-dicionário de termos literários. Disponível em: [http://www.edtl.com.pt/index.php?option=com\\_mtree&task=viewlink&link\\_id=353&Itemid=2](http://www.edtl.com.pt/index.php?option=com_mtree&task=viewlink&link_id=353&Itemid=2) - acesso 5/2/2015.
- COMPAGNON, A. 2007. O trabalho da citação. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2007.
- DACORSO, S. T. de M. 2008. As máscaras de Menotti del'Picchia: Arlequim, o desejo – Colombina, a mulher – Pierrot, o sonho. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-34372008000100018&lng=pt&nrm=isso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-34372008000100018&lng=pt&nrm=isso) – acesso 30/12/2014.
- DURAND, G. 2004. O imaginário - Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. 3.ed. Rio de Janeiro: Difel.
- FUCHS, C. 1982. La paraphrase. Paris: Press Universitaires de France.
- GENETTE, G. 1982. Palimpsestes; La Littérature au Second Degré. Paris: Du Seil.
- GODART, F. 2010. Sociologia da moda. São Paulo: Editora Senac.
- GOMES, F, J. 2004. Gestalt do Objeto – sistema de leitura visual da forma. 6.ed. São Paulo: Escrituras.
- HUTCHEON, L. 1985. Uma teoria da paródia: ensinamentos das formas de arte do século XX. Trad. Teresa Louro Pérez. Lisboa: Edições 70.
- KRISTEVA, J. 1974. Introdução à semanálise. São Paulo: Perspectiva.
- MAFFESOLI, M. 1999. No fundo das aparências. 2.ed. Petrópolis: Vozes.
- MATHARU, G. 2011. O que é design de moda? Porto Alegre: Bookman.
- PIGNATARI, D. 1981. Comunicação Poética. São Paulo: Editora Moraes.
- PINHEIRO, O. J.; CAMARGO, I. S. 1993. Dádiva a Dario. Ou sobre a exposição: mobilidade em processos de gravura. In Semina: UEL, Londrina, v.14, n.3.
- \_\_\_\_\_. 1997. Até lá, a Tela e seu (V)entre. In Fernando Augusto; V Bienal internacional de Pintura de Cuenca. Londrina.

\_\_\_\_\_. 2015. Linguagens em confronto: arte, design, artesanía, tecnologia, ecologia. In: Actas de Artes e Ciências em Diálogo. Congresso Internacional. Porto, Portugal.

SEELING, C. Fashion - 150 anos. 2013. Postdam: H. F. Ullmann publishing.

WAPLINGTON, N. 2013. Alexander McQueen working process. Italy: Damiani.

### **Sobre os autores**

Andréa Camargo, Doutora, UFPE | CAA, Brasil <andreacamargo@gmail.com>

Olimpio José Pinheiro, Doutor, Unesp | Faac, Brasil <holihn@uol.com.br>

Monica Moura, Doutora, Unesp | Faac, Brasil <monicamoura.design@gmail.com>