

ANÁLISE SEMIÓTICA DE CALÇADOS FEMININOS: valores simbólicos e estéticos como determinantes para uma padronização antropométrica

Carolina Ângelo Jerônimo Domingues

Mestra, Centro Universitário de João Pessoa – UNIPÊ.

Alexandre Sousa Neves de Oliveira

Especialista, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB.

RESUMO:

Na busca de calçados femininos que proporcionem adequabilidade, conforto e prazer, este artigo propõe a utilização da semiótica aliada ao estudo antropométrico, a fim de instigar uma análise crítica de conscientização da necessidade de uma padronização focada no usuário, visto que a norma brasileira vigente dispõe de dados antropométricos europeus. Foi utilizado como método a pesquisa bibliográfica, que apresentou a importância da implementação de dados antropométricos brasileiros na norma em busca da preservação da saúde dos pés, tendo em vista que existe a ditadura da beleza que prioriza o conforto psicológico ao invés do físico.

Palavras-chaves: Calçados. Semiótica. Antropométrico.

ABSTRACT:

In search of women's shoes that provide adequate, comfort and enjoyment, this article proposes the use of semiotics in conjunction with the study anthropometric in order to instigate a critical analysis of the awareness of the need for standardization focused on the user, since the current Brazilian standard anthropometric data. The method used was a literature, which showed the importance of the application of Brazilian anthropometric data in the standard seeking the preservation of foot health, considering that there is a beauty dictatorship that prioritizes comfort psychological rather than physical.

Key-words: Shoes. Semiotics. Anthropometric.

1 INTRODUÇÃO

Os calçados são artefatos que surgiram diante da necessidade de proteger os pés do homem e, ao longo da história, passaram a ter outros papéis além do objetivo primordial, a proteção. Os sapatos deixaram de assumir apenas a função prática, relacionada à proteção e posteriormente ao conforto, e passaram a desempenhar também o papel simbólico, representado pelo poder, sensualidade, fetiche, dentre outros.

De acordo com Valente e Paschoarelli (2009), o calçado é considerado um produto de interface com o pé humano e deve ser projetado de acordo com os parâmetros ergonômicos e científicos, dando ênfase aos aspectos perceptivos dos usuários. Contudo, segundo Linden (2004), devido aos aspectos estéticos e simbólicos serem explorados abusivamente pelas tendências de moda, os calçados se contrapõem às recomendações objetivas do conforto.

Seferin e Linden (2012) ainda destacam que os calçados se tornam cada vez mais confortáveis, e apesar do avanço da tecnologia, as mulheres ainda sacrificam sua integridade física em favor do sentimento de prazer que eles lhes proporcionam. Dessa forma, embora esses artefatos se tornem desconfortáveis para as mulheres que priorizam a estética, muitas vezes a dor e o desconforto são anulados pelo conforto psicológico.

Outro agravante é que no Brasil não existe um sistema de padronização que contemple a antropometria dos brasileiros, fato que dificulta ainda mais a utilização de calçados adequados à conformação dos pés.

Diante do conflito entre o relacionamento afetivo das mulheres com os calçados e a relação com o conforto e o bem estar, este artigo busca entender, no âmbito da semiótica, o simbolismo referente ao calçado feminino e a necessidade de padronização antropométrica dos pés da população brasileira.

2 O CALÇADO

Com o decorrer da história do calçado, percebe-se que os sapatos femininos adquiriram funções estéticas e simbólicas que superaram a importância do conforto. De acordo com Seferin e Linden (2012), o uso desses calçados, que muitas vezes se tornam prejudiciais, está ligado a valores simbólicos. Para então compre-

ender a necessidade do sacrifício corporal em detrimento de uma autoafirmação para consigo mesma ou para a sociedade, é importante entender a Semiótica.

2.1 Semiótica

Segundo Eco (1991), Santaella (2003) e Chandler (2007), semiótica é a ciência dos signos e de todas as linguagens que atuam em diversos campos de estudo. Tem como objetivo analisar a constituição de fenômenos que são produtores de significação e de sentido. Segundo Eco (1991), as discussões semióticas são baseadas em cinco conceitos, o signo, o significado, a metáfora, o símbolo e o código.

Eco (1991) e Peirce (2005) afirmam que o signo ou sinal é qualquer fato natural que é decifrado como signo de alguma coisa por um intérprete, ou seja, ele é emitido com a função de comunicar uma representação própria ou um estado interno para outro ser.

Pierce (2005) ainda ressalta que o signo está diretamente ligado aos componentes do triângulo semiótico, que é responsável pela comunicação. Entretanto, é composto pelo **fundamento** que é o próprio signo que pode gerar um significado qualquer, o **objeto** como representação lógica do que é o signo e o **interpretante** no qual gera concepções sobre o objeto.

A expansão da semiótica, de acordo com a visão de Santaella (2002), não se deve apenas ao capitalismo como também à evolução humana. Os signos estão em constante evolução, portanto a semiótica tem se dirigido a qualquer sistema sócio.

Em paralelo, com o crescimento da mídia, percebe-se que há uma necessidade de compreender as correntes semióticas e não apenas de deter a uma em específico. Portanto, a semiótica pode ser aplicada em diversos sistemas de signos como a publicidade, embalagens, mídia, arte, vídeos, literatura e instituição, conforme afirma Santaella (2002).

A autora ainda afirma que a semiótica de Peirce está alicerçada à fenomenologia que, por sua vez, fornece fundações para as três ciências normativas, a estética, a lógica e a ética. No entanto, a estética é conduzida por nossos sentimentos, a ética por nossa conduta e a lógica por nossos pensamentos. Já de acordo com Ross e Wensveen (2010), a estética é um requisito fundamental no *Design Industrial* e

pode ser uma forma de expressão sócio-cultural, identificado pela utilização de uma forma ou de um material. A estética na concepção do produto é diversas vezes relacionada com a aparência da forma, às tendências de cores ou a uma textura da superfície.

Assim sendo, o presente artigo, por se tratar de calçados, é impregnado por questões estéticas e simbólicas, pois estão relacionados às experiências dos usuários no que se refere ao uso ou posse de calçados.

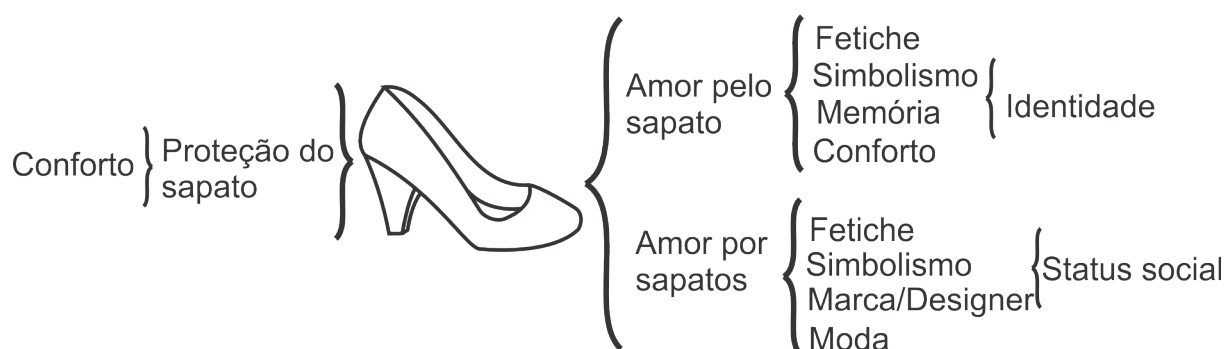
2.2 Valores estéticos e simbólicos

Quanto ao triângulo semiótico, o presente artigo tem como signo o calçado feminino, representado pelos significados do interpretante como a sensualidade, o poder, o fetiche, a diferenciação, o prestígio social, dentre outros.

De acordo com a relação do signo para com seu objeto, Pierce (2005) afirma que o signo pode ser classificado como ícone, índice e símbolo. Símbolo é uma lei ou uma regularidade e se refere a um objeto e possui um sentido geral ou denota um individual.

Ainda de acordo com Pierce (2005), existem dois tipos de símbolos, o **Abstrato**, em que o objeto único é um caráter, exemplificado por Seferin e Linden (2012) como o amor por sapatos no qual traduz a identidade social, responsável por julgamentos rápidos, físicos e atrativos; e o **Individual** que significa caracteres apenas para um indivíduo em particular que, na visão de Seferin e Linden (2012), é lembrança afetiva de amor por um sapato, como agradabilidade, desagradabilidade, indiferença, etc. Nesse sentido, a Figura 1 mostra o quadro elaborado por Seferin e Linden (2012), no qual discutem palavras chaves que estão associadas à experiência do uso ou da posse de sapatos femininos.

Figura 1 – Quadro de relacionamento entre o calçado feminino



Fonte: Adaptado de SEFERIN; LINDEN (2012)

Ainda nesta perspectiva, a Figura 2 exemplifica o signo de acordo com a classificação simbólica. Dessa forma, o signo é representado por um par de calçados evidenciados pelo solado na cor vermelha que caracteriza e simboliza a marca Christian Louboutin. A grife assinada por esse estilista popularizou a identidade de seus sapatos pela cor do solado, estratégia a qual o distinguiu no mercado por utilizar como o diferencial de seus produtos um componente que era visto apenas como complementar. Ainda assim, o *design* do produto indica que é projetado para um público feminino, que possui apelo sensual por suas cores e pelo fetiche do salto agulha.

Figura 2 - Sapato Christian Louboutin



Fonte – VICTORIAN (2012).

2.3 Ergonomia do calçado ou prazer?

A ergonomia é uma ciência interdisciplinar e está relacionada à antropologia, psicologia e sociologia do trabalho. Advindo da antropologia, a antropometria, segundo Lida (2005) e Panero e Zelnik (2002), tem como propósito estudar as variações entre as características físicas dos homens de um grupo e de grupos comparados entre si.

Em relação ao *design* ergonômico de calçados deve-se dar atenção em especial à adequação antropométrica, na qual, como destacam Manfio e Ávila (2003), existem requisitos funcionais mínimos que, do ponto de vista da manutenção da saúde e da funcionalidade, deveriam ser empregados em todos os tipos de calçados, tais como: adaptação do calçado à forma dos pés, às dimensões dos pés da população a que se destina e aos movimentos fisiológicos do pé; capacidade de amortecimento das cargas derivadas do contato do pé com o solo e as características do atrito entre o calçado e o pé. Para Dul e Weerdmeester (1995) e Pheasant (1996), utilizar parâmetros específicos de uma população para o projeto de produtos destinado a outra população podem resultar em um problema para os pés.

Menin (2009) ainda afirma que, no Brasil, alguns estudos têm sido desenvolvidos sobre Ergonomia e usabilidade no *design* de calçados, e foi detectado que há uma necessidade de adequação antropométrica desse produto quanto às dimensões, formatos e para as diferentes realidades.

Segundo Schmidt *et al.* (2006), o calçado tem como principal função proteger os pés e evitar lesões, porém Manfio (1995) afirma que há uma grande insuficiência de informações antropométricas e biomecânicas relacionadas à estrutura corporal dos brasileiros, em consequência, os produtos são fabricados com referência em dados subjetivos ou estrangeiros que não atendem à maior parte da população e podem ocasionar deformações e/ou problemas que podem afetar a saúde do usuário.

A NBR 15159:2013 é a norma vigente no Brasil que regulamenta o conforto de calçados e componentes e determina diferentes perfis para o mesmo número de calçado. Essa norma é baseada em médias europeias, o ponto francês, que atende ao perfil de pé mais longo e mais estreito, enquanto que a conformação dos pés do brasileiro é mais larga e curta. Assim sendo, por não possuir uma padronização

rígida e fiel à antropometria da população brasileira, ela não é adotada por grande parte da indústria, por não atender os requisitos mínimos como conforto, saúde e segurança. Como consequência, o que se encontram são diversos sistemas de numerações de calçados que apresentam variações de um fabricante para outro.

O estudo de Domingues (2016) confirma a inexistência de adequação antropométrica da NBR 15159:2013 à população brasileira, que é refletida na saúde das usuárias de calçados. De acordo com Oliveira e Santos (2013), há uma crescente utilização de calçados incompatíveis ao tipo de pé do usuário devido a essa falta de padronização, que ocasiona lesões nas estruturas ósseas, articular, muscular e sensorial dos pés.

Segundo Bozano e Oliveira (2013), o pé é a plataforma mais importante de todo o corpo e sua principal função é a sustentação e locomoção. A sua integridade traduz o equilíbrio corporal, postura linear e a marcha. Porém, de acordo com Valente e Paschoarelli (2009), é a estrutura do corpo humano que mais é negligenciada, mas sem deixar de exercer suas tarefas.

Logo, devido ao código social, Seferin e Linden (2012) ressaltam que as mulheres usam sapatos inadequados para se sentirem bonitas, sensuais e para atingirem aos padrões que a sociedade exige. Ainda versando sobre a utilização de calçados inadequados, Domingues (2016) relatou que 14,96% dos sujeitos de pesquisa afirmam utilizar, com frequência, calçados apertados e 13,45% ainda ressaltam que comprariam calçados menores que o número do seu calce.

Dessa forma, é percebido que a estética é fator determinante na aquisição de produtos, pois é ela quem desenvolve o desejo por meio do sentido visual. A estética também é caracterizada pelo seu valor estético e simbólico, em que há uma importância dada pelo consumidor aos atributos estéticos do produto e identificação social que ele transmite, como afirma Carpes Jr (2004). Löbach (2001, p.64) ainda reitera que:

"A função simbólica dos produtos possibilita ao homem, por meio de sua capacidade espiritual, fazer associações com as experiências passadas. A função simbólica deriva dos aspectos estéticos do produto. Esta se manifesta por meio dos elementos estéticos, como forma, cor, tratamento de superfície etc".

Ainda de acordo com o simbolismo criado em torno do calçado feminino, é percebido que o novo traz sensações de encantamento que o velho não consegue atingir. O novo, o inédito está longe de se tornar uma necessidade, mas sim, um desejo, uma excitação. Segundo O’Keeffe, “o tédio resulta da familiaridade e, quando um sapato começa a ficar confortável e feito ao pé, perde sua qualidade de talismã (1996, p. 15).

Segundo Roncoletta (2008), é a partir da dimensão estética e simbólica que o calçado proporciona conforto e prazer por meio da linguagem social da moda. Mesmo considerado um artefato de moda e com uma enorme variabilidade de tipos e modelos, o calçado deve apresentar características ergonômicas intrínsecas.

De acordo com Valente e Paschoarelli (2009), quanto às características ergonômicas dos calçados a nível científico, duas incógnitas merecem destaque, que são a usabilidade do salto alto no calçado feminino e a adequação antropométrica. No entanto, é necessário ter conhecimento das particularidades do uso e o funcionamento de cada componente do calçado, além da aplicação de medidas que atendam aos requisitos mínimos de conforto.

Portanto, é de suma importância compreender, além das questões estéticas e simbólicas, que são fatores determinantes na maioria das aquisições dos calçados, os aspectos antropométricos, pois existem inúmeras mulheres que sacrificam seus pés em detrimento do prazer que os calçados proporcionam.

3 CONCLUSÃO

Partindo da classificação do signo, o calçado feminino, percebe-se que os valores simbólicos estão relacionados às concepções que representam o todo, assim como os anseios particulares com objetivos de reconhecimento de um grupo ou de uma sociedade como um todo. Ainda com base nos símbolos, prevalecem as questões de atratividade estética na escolha dos produtos, pois existe uma relação de simbolismo quanto ao uso de calçados femininos, na qual as mulheres muitas vezes sacrificam o bem estar e a saúde, pois associam a elegância, fetiche e sensualidade aos sapatos.

Devido a esse simbolismo imbuído nos calçados femininos, em que o prazer é a

experiência esperada por essa usuária, o conforto psicológico muitas vezes elimina a dor do uso de sapatos inadequados. Portanto, este estudo é de grande importância, visto que há uma ditadura da beleza que supera a ausência do conforto, colaborando assim com uma afirmação de que há necessidade de elaboração de uma padronização de acordo com a antropometria dos pés dos brasileiros, pois o que há no mercado é um padrão baseado em medidas da mulher europeia. Fato que acaba prejudicando a saúde dos pés, pois, o público feminino sacrifica seus pés em *prol* do uso de calçados que possuem apelo estético e pelos valores simbólicos que representam.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOZANO, Samara; OLIVEIRA, Rui de. Ergonomia do calçado: os pés pedem conforto. **Revista Unifebe**, nº 9. Blumenau, 2011.
- CARPES JR, Windomar Pereira. Projeto para estética: despertando a atração do consumidor. **Revista Produção**. Vol. 4, nº1. Universidade Federal de Santa Catarina, 1. Fev. 2004.
- CHANDLER, Daniel. **Semiotics: the basics**. 2^a ed. Canadá: Routledge, 2007.
- ECO, Umberto . **Semiótica e filosofia da linguagem**. Tradução de Maria Rosaria Fabris e José Luiz Fiorin. São Paulo: Editora Ática, 1991.
- DOMINGUES, Carolina Ângelo Jerônimo Domingues. Estudo da influência das dimensões dos metatarsos no conforto dos calçados femininos: o caso da cidade de Campina Grande-PB. *Revista Design & Tecnologia*. nº 11, p. 68-78. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 17 out. 2016.
- LINDEN, Júlio Carlos de Souza van der. **Um modelo descritivo da percepção de conforto e de risco em calçados femininos**. 2004. 412 f. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.
- LÖBACH, Bernd. **Design Industrial: bases para a configuração de produtos industriais**. Tradução de Freddy Van Camp. 1^a ed. Rio de Janeiro Edgard Blücher, 2001.
- MANFIO, Eliane Fátima. **Estudo de parâmetros antropométricos e biomecânicos do pé humano para a fabricação de calçados segundo critérios de conforto, saúde e segurança**. Dissertação (Mestrado). 1995. 112 f. Universidade Federal de Santa Maria, Curso de Pós-Graduação em Ciência do Movimento Humano -

Educação Física.

O'KEEFFE, Linda. **Sapatos**: uma festa de sapatos de salto, sandálias, chinelo. Nova Iorque, Workman Publishing, 1996. p.15.

OLIVEIRA, Valdecir Aparecido; SANTOS, Rosângela Monteiro dos. Revisão bibliográfica sobre condições de saúde dos pés e o uso de calçados. **III Encontro Científico do GEpro**. Jaú, Maio de 2013.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica**. Traduzido por José Teixeira Coelho Neto. 3ª ed. 2ª reimpr. São Paulo: Perspectiva, 2005.

RONCOLLETA, Mariana Rachel. Aspectos do conforto e prazer no *design* de calçados para mulheres portadoras de restrições físicas. **IV Colóquio de Moda**. Novo Hamburgo, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Brasiliense, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica aplicada**. 1ª ed. 2ª reimpr. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

ROSS, Philip; WENSVEEN, Stephan. Designing behavior in interaction: Using aesthetic experience as a mechanism for design. **International Journal of Design**. Vol. 4, nº 2. 2010.

SCHMIDT, Mauri Rubem et al. **Desenvolvimento do produto em calçados**. Centro Tecnológico do Calçado. Rio Grande do Sul, jun. 2006.

SEFERIN, Mariana; LINDEN, Júlio Carlos de Souza van der. Protection or pleasure: female footwear. **Work** 41. 290-294. 2012.

VALENTE, Eunice Lopez; PASCHOARELLI, Luiz Carlos. **Design e Ergonomia**: aspectos tecnológicos. Org. PASCHOARELLI, Luiz Carlos; MENEZES, Marizilda dos Santos. In: Design Ergonômico: análise do conforto e desconforto dos calçados com salto alto. 241-267. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2009.

VICTORIAN, Brande. **Red Bottoms for all or just Louboutin?** 26 jan. 2012. Disponível na internet por http em: <<http://madamenoire.com/132170/red-bottoms-for-all-or-just-louboutin/>>. Acesso em 13 dez. 2014.