

# A ESTÉTICA TRANSGRESSORA DA MODA CONTEMPORÂNEA: UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

## THE TRANSGRESSIVE AESTHETICS OF CONTEMPORARY FASHION: A SEMIOTIC ANALYSIS

Paulo Fernando De MARCHI<sup>1</sup>

**Resumo:** Este artigo apresenta uma análise crítica da moda como linguagem cultural, simbólica e comportamental, compreendendo-a como prática social e dispositivo produtor de significados. Trata-se de um estudo científico de caráter analítico-interpretativo, cujo *corpus* inclui coleções, campanhas e materiais de comunicação da marca Balenciaga sob a direção criativa de Demna Gvasalia, abrangendo o período de 2017 a 2023. A pesquisa fundamenta-se em uma abordagem interdisciplinar, articulando semiótica (Peirce, Eco), psicologia social do consumo (Bauman, Lipovetsky) e estudos culturais (Hall), e utiliza procedimentos de análise semiótica para examinar signos, ícones, índices e símbolos, mobilizando categorias estéticas como grotesco, *kitsch* e a inversão simbólica do “lixo em luxo”. O estudo investiga de que modo as estéticas transgressoras adotadas pela Balenciaga contribuem para a ressignificação de valores simbólicos e identitários, tensionando normas sociais e redefinindo fronteiras entre o banal, o grotesco e o sofisticado. Argumenta-se que a moda, para além de sua dimensão estética, atua como instrumento de construção de subjetividades, disputa de sentidos e expressão cultural e política, assumindo papel estratégico na configuração dos discursos sociais, das práticas de consumo e das dinâmicas de pertencimento na contemporaneidade.

**Palavras-chave:** Balenciaga. *Design* provocativo. Estética disruptiva. Moda.

---

<sup>1</sup> Docente do IESB (Instituto de Educação Superior de Brasília). E-mail: nandopmarchi@gmail.com

**Abstract:** This article presents a critical analysis of fashion as a cultural, symbolic, and behavioral language, understood as a social practice and a meaning-making device. This is a scientific study of an analytical-interpretative nature, with a corpus comprising collections, campaigns, and communication materials from the brand Balenciaga under the creative direction of Demna Gvasalia, covering the period 2017 to 2023. The research is grounded in an interdisciplinary approach, combining semiotics (Peirce, Eco), social psychology of consumption (Bauman, Lipovetsky), and cultural studies (Hall), and employs semiotic analysis procedures to examine signs, icons, indices, and symbols, mobilizing aesthetic categories such as grotesque, kitsch, and the symbolic inversion of “trash into luxury”. The study investigates how the transgressive aesthetics adopted by Balenciaga contributes to the re-signification of symbolic and identitarian values, challenging social norms and redefining boundaries between the banal, the grotesque, and the sophisticated. It is argued that fashion, beyond its aesthetic dimension, functions as a tool for subjectivity construction, meaning negotiation, and cultural and political expression, playing a strategic role in shaping social discourses, consumption practices, and contemporary dynamics of belonging.

**Keywords:** Balenciaga. Provocative design. Disruptive aesthetics. Fashion.

## | Introdução

A moda, historicamente compreendida como fenômeno vinculado à indumentária e à aparência, ultrapassou há muito as fronteiras da estética superficial para consolidar-se como um dispositivo cultural, simbólico e discursivo de grande complexidade. No contexto contemporâneo, marcado pela aceleração das dinâmicas comunicacionais, pela espetacularização da imagem e pela construção performática de identidades, o vestir configura-se como um sistema de signos que não apenas reflete a realidade social, mas também a molda, tensiona e subverte. Conforme assinala Barthes (2009), o vestuário não se limita à função de cobertura do corpo, constituindo-se como uma linguagem que expressa o imaginário coletivo em codificações visíveis.

Partindo dessa perspectiva, este estudo problematiza: de que maneira a estética transgressora da Balenciaga, sob a direção criativa de Demna Gvasalia, ressignifica valores simbólicos e identitários no cenário da moda contemporânea? Essa questão se justifica pela relevância das propostas disruptivas da marca, que desafiam convenções estéticas, questionam normas sociais estabelecidas e reposicionam a relação entre luxo, banalidade e consumo.

Trata-se de um artigo científico de caráter analítico-interpretativo, cujo *corpus* compreende coleções, campanhas e materiais de comunicação da Balenciaga, sob a direção criativa de Demna Gvasalia, no período de 2017 a 2023, fase em que a marca consolidou sua estética transgressora no cenário global. As fontes de pesquisa incluem registros audiovisuais de desfiles, *lookbooks* oficiais, materiais institucionais e cobertura

mediática especializada, permitindo um exame abrangente da produção e circulação dos signos visuais da marca.

O estudo fundamenta-se na análise semiótica peirceana, que organiza os signos em três categorias fundamentais: ícone, índice e símbolo (Peirce, 1998). O ícone estabelece relação com o objeto por semelhança perceptível; na Balenciaga, manifesta-se em peças que reproduzem objetos cotidianos, como bolsas que simulam sacos de lixo ou calçados com aparência desgastada, possibilitando a leitura imediata do signo. O índice depende de uma conexão causal ou física com o objeto representado e se materializa no desgaste exagerado ou na aparência de abandono das peças, remetendo a contextos sociais específicos, precariedade e marginalidade urbana. Já o símbolo fundamenta-se em convenções culturais compartilhadas, emergindo nas escolhas deliberadas da marca ao transformar elementos depreciados em ícones de luxo, conectando-se a códigos culturais de exclusividade e distinção social.

Essa tríade teórica possibilita a interpretação das múltiplas camadas de significação presentes nas práticas estéticas contemporâneas, permitindo compreender como a Balenciaga articula deslocamentos semânticos e ressignificações culturais. Da perspectiva semiótica, o estudo mobiliza categorias estéticas centrais: grotesco, *kitsch* e a noção de inversão simbólica do “lixo em luxo”. O grotesco, conforme Bakhtin (2010), caracteriza-se pela justaposição de elementos dissonantes, híbridos ou perturbadores da ordem estética tradicional, tensionando os limites entre o belo e o feio. Na prática, manifesta-se em calçados volumosos que distorcem a silhueta ou roupas que remetem à indumentária marginalizada, desafiando os padrões convencionais de luxo.

O *kitsch*, por sua vez, associa-se à estetização excessiva e ao consumo de simulacros, podendo ser ressignificado como linguagem de ironia ou resistência (Calinescu, 1987; Kulka, 1996). Na Balenciaga, observa-se em acessórios que reproduzem produtos industrializados ou objetos populares, reforçando a dimensão performática e crítica do *design*.

A inversão simbólica do “lixo em luxo” consiste na ressignificação de materiais descartados ou socialmente depreciados como objetos de prestígio, alinhando-se à discussão de Baudrillard (1991) sobre simulacros e à “estética da reciclagem” em estudos contemporâneos sobre moda e sustentabilidade (Lipovetsky; Serroy, 2015). Exemplos incluem bolsas que imitam sacos de supermercado ou sandálias com aparência de sujeira extrema, articulando crítica cultural e performatividade identitária, e permitindo que os consumidores mobilizem capital cultural para interpretar os signos produzidos.

A articulação entre semiótica peirceana e categorias estéticas evidencia como a Balenciaga opera um deslocamento semântico no campo da moda, tensionando normas, ressignificando objetos cotidianos e consolidando uma estética da transgressão que redefine valores simbólicos e identitários. Nesse processo, a marca atua simultaneamente

como produtora e mediadora de sentido, transformando o consumo em *performance* cultural e identitária.

Os critérios de interpretação adotados no estudo incluem a identificação de deslocamentos semânticos, tensões entre norma e transgressão e processos de ressignificação cultural, permitindo compreender como tais práticas instauram disputas simbólicas e contribuem para a redefinição de valores identitários na moda contemporânea.

O objetivo geral do estudo é analisar de que forma a Balenciaga se utiliza da estética da transgressão para redefinir significados simbólicos e identitários, instaurando novos parâmetros de consumo e representação cultural. Os objetivos específicos consistem em: (I) examinar as estratégias visuais e conceituais presentes nas coleções da marca; (II) investigar como tais estratégias tensionam normas culturais, sociais e de consumo; (III) compreender de que modo a moda atua como arena de disputas simbólicas e instrumento de resistência cultural.

A fundamentação teórica articula a semiótica (Eco, 2004), a psicologia social do consumo (Bauman, 2008; Lipovetsky, 2009) e os estudos culturais (Hall, 2003), de modo a possibilitar uma leitura crítica tanto da produção estética quanto das práticas de consumo contemporâneas. A partir dessa abordagem interdisciplinar, argumenta-se que a moda excede o âmbito da expressão individual, configurando-se como espaço de negociação de identidades e de questionamento das fronteiras entre normalidade e transgressão.

Nesse sentido, a investigação pretende contribuir para o debate acadêmico acerca da moda enquanto linguagem e dispositivo de significação, ressaltando sua potência como mecanismo de transformação social e cultural. Ao analisar a Balenciaga como estudo de caso, busca-se evidenciar a relevância de uma leitura crítica das manifestações estéticas transgressoras para a compreensão das complexidades do consumo e da cultura visual na contemporaneidade.

## **1. Moda como linguagem: codificação, performatividade e disputa simbólica**

A moda, enquanto fenômeno cultural e comunicacional, constitui uma linguagem dotada de estrutura e intencionalidade, capaz de produzir, transmitir e negociar sentidos por meio de signos visuais, sensoriais e simbólicos. Tal como proposto por Roland Barthes (2003) em *O sistema da moda*, o vestuário deve ser compreendido como um discurso estruturado, cujas unidades mínimas se combinam em um sistema de significação compartilhado e regulado por códigos culturais. Nessa perspectiva, a moda ultrapassa o plano da aparência e insere-se em uma complexa rede de significações que articulam o corpo, o desejo e o imaginário social.

A semiótica, em suas distintas vertentes – estruturalista e peirciana – oferece ferramentas fundamentais para a leitura crítica da moda como linguagem. Segundo Charles Peirce (2000), os signos manifestam-se em três categorias básicas: ícone, índice e símbolo. Aplicados ao vestuário, tais signos operam na construção de significados por semelhança, contiguidade ou convenção. Um casaco de couro, por exemplo, pode funcionar simultaneamente como ícone do “rebelde”, índice de um estilo musical e símbolo de um *ethos* contracultural. A moda, assim, constitui-se como um sistema semiótico dinâmico, em constante renegociação de suas referências culturais e afetivas.

Esse caráter relacional e intersubjetivo aproxima moda e linguagem enquanto práticas sociais. Ambas se realizam no espaço da interação, da repetição e da variação, revelando-se performativas no sentido proposto por Judith Butler (2003, 2019). A performatividade do vestir implica compreender o vestuário não apenas como representação de identidades, mas como sua constituição contínua e reiterativa. Ao vestir-se, o sujeito inscreve-se em regimes de visibilidade e pertencimento, produzindo sentidos sobre si e sobre o mundo. A roupa torna-se, nesse processo, um enunciado visual que articula signos de gênero, classe, etnia e desejo, funcionando como superfície de inscrição simbólica.

Longe de restringir-se à funcionalidade ou ao ornamento, a moda configura-se como um texto cultural polissêmico, cujos elementos – tecidos, formas, cores, texturas e volumes – operam como signos que comunicam, ocultam, tensionam ou subvertem discursos sociais. Trata-se de uma linguagem que se escreve sobre o corpo e através dele, revelando pertencimentos e exclusões, memórias e afecções. Como sustenta Lipovetsky (2009), a moda moderna é marcada pela efemeridade e pela constante valorização do novo, instaurando uma lógica de diferenciação e individualização em que o sujeito se projeta socialmente por meio de escolhas visuais. Nesse contexto, a estética torna-se também ética: o vestir participa da produção de subjetividades e da negociação de sentidos sociais.

Os estudos culturais, particularmente a partir de Stuart Hall (2003), aprofundam essa compreensão ao situar a moda como campo discursivo em disputa. A cultura, segundo Hall, é uma arena de significados em constante negociação, na qual diferentes grupos sociais lutam por representação, visibilidade e poder simbólico. Quando aplicada à moda, essa abordagem revela como escolhas vestimentares, tendências e estilos tornam-se arenas de embate simbólico, onde se operam deslocamentos entre o centro e a periferia, o hegemônico e o alternativo, o *mainstream* e o dissidente.

A análise de movimentos como o *punk*, o *streetwear* ou o afrofuturismo permite observar como estéticas originadas em contextos periféricos são frequentemente apropriadas pelo mercado da moda, sendo ressignificadas e, por vezes, esvaziadas em sua potência política. Ainda assim, tais manifestações reiteram o papel da moda como espaço de resistência, agência e reinvenção. O vestir, nesse sentido, configura-se como ato político,

revelando os modos como os sujeitos se posicionam frente às normatividades vigentes e constroem discursos contra hegemônicos por meio da aparência.

Nesse horizonte, a moda deve ser compreendida como prática sociocultural complexa, que opera em camadas simultâneas: enquanto sistema semiótico, linguagem performativa e dispositivo de poder. Como destaca Roland Barthes (2009), o vestuário não é apenas objeto utilitário, mas integra um “sistema de significação” que produz sentidos e narrativas sobre o mundo social. *Designers* e marcas emitem signos que são decodificados, apropriados e ressignificados pelos consumidores em um ciclo dialógico que tensiona a oposição entre emissão e recepção, num movimento próximo ao que Stuart Hall (2003) descreve como processos de codificação e decodificação cultural.

O corpo vestido torna-se, então, uma instância comunicativa e sensível, cuja superfície condensa discursos sobre gênero, classe, raça, afetos e pertencimento. Judith Butler (1990) contribui para essa reflexão ao situar a performatividade como prática reiterativa, na qual a identidade não é essência fixa, mas efeito de enunciações corporais e estilísticas. Assim, a moda configura-se como *performance* cotidiana que, para além da estética, participa da constituição do sujeito e da negociação de sua presença no espaço público.

Contudo, é preciso reconhecer os limites e paradoxos dessa linguagem. A moda, ao mesmo tempo em que oferece ferramentas de expressão e agência, também reproduz lógicas de exclusão, classificações normativas e barreiras simbólicas e materiais. Pierre Bourdieu (1983) evidencia como o gosto e o consumo de determinados estilos estão intrinsecamente ligados às estruturas de classe e ao capital cultural, condicionando o acesso e a legitimidade de certas estéticas. Nesse sentido, o consumo de moda se mantém atravessado por marcadores sociais, geográficos e econômicos, que definem quem pode ou não ocupar determinados espaços simbólicos.

Desse modo, sujeitos subalternizados reapropriam-se da moda como estratégia de visibilidade e subversão, transformando o vestuário em instrumento de narrativas contra-hegemônicas. Autores como Homi Bhabha (1998) e Angela McRobbie (1998) ressaltam como práticas culturais emergentes podem gerar “contradiscurso”, tensionando a lógica dominante e produzindo novas formas de agência. Nesse jogo ambíguo entre dominação e resistência, repetição e ruptura, a moda afirma-se como um dos dispositivos mais complexos de produção cultural na contemporaneidade, atuando como campo privilegiado de disputas simbólicas e políticas.

## **2. O *design* provocativo como dispositivo de ressignificação**

O *design* provocativo desenvolvido por marcas como a Balenciaga, sob a direção criativa de Demna Gvasalia, tem se afirmado como um importante agente de deslocamento semântico no sistema da moda contemporânea. A estética adotada pela marca subverte os códigos convencionais do luxo ao introduzir elementos do cotidiano, do descartável

e do marginalizado em suas coleções. Bolsas que simulam sacos de lixo, tênis com aparência de sujeira extrema e peças que remetem a embalagens de salgadinhos não são apenas itens de vestuário ou acessórios: são manifestações visuais que tensionam os limites entre o banal e o sofisticado, entre o lixo e o luxo.

Do ponto de vista semiótico, a operação de Demna ecoa a leitura de Barthes (2009) sobre a moda enquanto sistema de signos: ao deslocar ícones do cotidiano para o campo do luxo, a prática ressignifica signos já conhecidos e torna explícita a arbitrariedade das associações valorativas que sustentam o circuito do consumo. Em paralelo, a teoria de Bourdieu (1983) sobre gosto e distinção ajuda a compreender por que essas operações provocam reações tão polarizadas: o enquadramento elitista do gosto naturaliza exclusões e, quando um signo do “lixo” é elevado a objeto de desejo, as estruturas de capital cultural e econômico são tensionadas e, ao mesmo tempo, reafirmadas por novos mecanismos de diferenciação (*The Fashion Law*, 2024).

A esse movimento soma-se a reflexão de Baudrillard (1994) sobre simulação e valor: peças que simulam sujeira, desperdício ou obsolescência não apenas imitam realidades inferiores, mas revelam um estágio em que o signo substitui e produz o real – o “lixo-luxo” torna-se simulacro de uma economia estética em que a aura do objeto é dissolvida em camadas de ironia e hiper-realidade (*The New Yorker*, 2023; Ssense, 2025). Nesse sentido, as criações de Demna podem ser lidas como práticas de estetização radical que testam os regimes de valor tradicionais e ampliam o alcance midiático da marca.

Importa ainda situar essa estética no campo das práticas de resistência e apropriação cultural. Hebdige (1979) observa como subculturas constroem sentidos por meio da bricolagem, reapropriando elementos “de baixo” para fins de afirmação simbólica. Contudo, como indicam estudos de Hall (2003), tais deslocamentos podem ser reabsorvidos pelo próprio sistema que pretendiam questionar. Nesse jogo ambíguo entre crítica e mercantilização, a Balenciaga encarna um caso exemplar de como a moda contemporânea oscila entre transgressão estética e reprodução do capital cultural.

Longe de serem neutros, esses produtos operam como dispositivos discursivos, convocando o consumidor a um exercício interpretativo. Conforme propõe Umberto Eco (2004), essas são “operações semióticas abertas”, cuja pluralidade de significados desafia leituras unívocas e exige um repertório cultural capaz de reconhecer as tensões propostas. Ao ressignificar elementos do cotidiano como símbolos de *status*, a Balenciaga atua na interseção entre arte, crítica cultural e consumo – revelando as costuras simbólicas do sistema *fashion*.

O deslocamento semântico promovido por esse *design* não apenas transgride normas estéticas, mas também expõe os mecanismos arbitrários da construção de valor na moda. A marca escancara, de forma crítica, que o valor de uma peça não reside exclusivamente na sua materialidade, mas na narrativa que a envolve, no contexto simbólico em que é inserida e no capital cultural que o consumidor mobiliza para compreendê-la. Assim, o

*design* provocativo torna-se um campo de disputa de sentidos e de reposicionamento discursivo dentro do próprio sistema *fashion*.

Nesse cenário, o luxo deixa de ser sinônimo exclusivo de elegância tradicional e passa a incorporar o grotesco, o irônico, o descartável. O que está em jogo não é apenas a aparência da peça, mas sua capacidade de provocar, desconcertar e desafiar as expectativas normativas do gosto. Pierre Bourdieu (2007) já alertava para o papel do gosto como marcador de distinção social, e a Balenciaga parece operar justamente nesse campo ao tensionar o próprio gosto dominante, expondo suas instabilidades e performatividade.

A apropriação de signos associados à marginalidade, ao lixo e à desordem urbana não é acidental: ela insere a moda em um jogo semiótico que revela e questiona os sistemas de exclusão simbólica. O que antes era invisibilizado ou desprezado é reposicionado como arte e objeto de desejo. Nesse movimento, há uma reconfiguração das fronteiras do aceitável, do belo e do desejável, na qual o “feio” e o “impróprio” são estetizados e legitimados como linguagem sofisticada. Trata-se de um jogo de inversões que convida à reflexão sobre os regimes de visibilidade e valor na cultura contemporânea.

O *design* provocativo da Balenciaga também funciona como crítica à lógica acelerada do consumo e ao fetichismo da mercadoria. Ao expor de maneira escancarada a artificialidade do luxo e a fluidez dos critérios de valoração, a marca promove uma espécie de metalinguagem da moda: ela fala sobre si mesma, ironiza sua estrutura e, ao mesmo tempo, a reforça. Essa ambivalência é um dos aspectos mais complexos e potentes de sua proposta estética – ao provocar o sistema, a marca se fortalece dentro dele, tornando-se ainda mais desejada por aqueles que compreendem o “jogo”.

Esse tipo de produção ativa a participação do consumidor como intérprete e cocriador de sentido. A peça de moda, nesse contexto, não é apenas adquirida, mas lida, interpretada e performada. O consumidor torna-se sujeito de um discurso visual que desafia o senso comum e se insere em uma elite simbólica que compartilha códigos irônicos e pós-modernos. Isso implica um consumo não apenas de bens materiais, mas de discursos, narrativas e posições culturais.

Por fim, pode-se afirmar que o *design* provocativo de marcas como a Balenciaga não se limita à provocação pelo choque visual: ele se estabelece como ferramenta crítica e performática de ressignificação cultural. Ao deslocar objetos cotidianos para o campo do luxo, a marca evidencia as arbitrariedades do sistema da moda e convida à reflexão sobre os mecanismos de poder, gosto e distinção. Nesse sentido, o *design* provocativo revela-se como um potente dispositivo de enunciação, crítica e reinvenção simbólica no cenário da moda contemporânea.

### 3. A moda como dispositivo de transgressão: um olhar semiótico e sociocultural sobre a estética disruptiva da Balenciaga.

Sob a direção criativa de Demna Gvasalia, a marca Balenciaga tem operado uma reconfiguração profunda dos códigos da moda de luxo, adotando a transgressão não apenas como recurso estético, mas como estratégia discursiva. Mediante a incorporação deliberada de elementos considerados “feios”, grotescos ou socialmente marginalizados; como bolsas que remetem a sacos de lixo, *crocs* com salto ou indumentárias inspiradas em moradores de rua; a marca promove uma ruptura com os valores tradicionais de beleza e sofisticação, instaurando um campo semântico tensionado entre o desejável e o repulsivo.

**Figura 1** – Trash Pouch: Diretor criativo da Balenciaga admitiu inspiração em sacolas plásticas



**Fonte:** Balenciaga

**Figura 2** – O “crocs de salto alto”



**Fonte:** Balenciaga

**Figura 3** – Paris Sneakers são um modelo de tênis caindo aos pedaços, com rabiscos e tecido rasgado, num visual que remete à sujeira



## **BALENCIAGA**

**Fonte:** Balenciaga

Esse processo implica a produção de um ruído semiótico, nos termos propostos por Eco (2000), ao subverter a previsibilidade dos códigos da moda e instaurar novas possibilidades de leitura. O estranho, o incongruente e o deslocado tornam-se, paradoxalmente, signos de distinção, ao transformar a dissonância em valor simbólico. A Balenciaga, nesse sentido, opera uma estética da desordem que dialoga com a lógica da “modernidade líquida” descrita por Bauman (2001), na qual as identidades são instáveis e os sistemas de valor estão em constante mutação.

A opção por uma estética transgressora distancia-se do ideal clássico de beleza e aproxima-se de uma lógica de experimentação irônica. Conforme Lipovetsky (2009), a moda contemporânea é marcada por um hedonismo estilístico e por uma pluralidade de escolhas que favorecem a individualização e a liberdade expressiva. Nesse cenário, o grotesco, o marginal e o irônico tornam-se códigos legítimos de pertencimento e diferenciação social, operando como marcas de um sujeito que reivindica para si a prerrogativa da exceção.

Ademais, a apropriação de símbolos culturalmente depreciados constitui uma crítica sutil ao próprio sistema de consumo, ao explicitar sua lógica de fetichização e desejo. Ao desfilar elementos estéticos socialmente rejeitados, a Balenciaga provoca o público a refletir sobre as construções culturais de valor, exclusividade e bom gosto, reposicionando os contornos simbólicos do que é entendido como luxo. Nessa perspectiva, a moda deixa de ser mero objeto funcional ou ornamental para assumir contornos discursivos, identitários e subjetivos.

A transição do consumo utilitário para o consumo simbólico encontra respaldo na análise de Bauman (2008), para quem a modernidade líquida redefine os vínculos identitários a partir de uma lógica de constante atualização do eu. Nesse contexto, os produtos passam a ser investidos de significações que extrapolam sua materialidade, convertendo-se em mediadores simbólicos entre o sujeito e o coletivo. O consumo, assim, torna-se *performance*: uma encenação identitária que articula desejo, pertencimento e distinção.

O uso de itens que evocam o feio ou o abjeto – como bolsas que remetem a sacos de lixo ou calçados com aparência de desgaste extremo – não decorre de uma simples atração pelo inusitado, mas revela uma estratégia de diferenciação simbólica. Conforme Moles (1975), a apropriação do *kitsch*, do grotesco e do dissonante caracteriza a linguagem pós-moderna, que subverte as hierarquias clássicas da estética. De modo semelhante, Bourdieu (2007) argumenta que o gosto é uma construção social em permanente disputa, o que permite compreender tais escolhas como expressões de capital cultural, distanciadas do senso comum e alinhadas a um repertório sofisticado de códigos simbólicos.

Essa operação simbólica encontra ressonância na “sociedade do espetáculo”, tal como conceituada por Debord (1997), em que a visibilidade se sobrepõe à utilidade, e o valor das coisas reside em sua capacidade de produzir representações. A moda, nesse quadro, transforma-se em ferramenta de espetacularização da subjetividade, sendo o corpo utilizado como mídia. O sujeito não se veste apenas para cobrir ou adornar, mas para comunicar, performar e disputar espaços no campo social das aparências.

A moda transgressora, assim, articula-se como uma *performance* crítica que, embora inserida nas lógicas do consumo, tensiona os próprios valores que as sustentam. A ironia constitui um elemento estruturante dessa linguagem, operando ambivalências entre crítica e adesão, autenticidade e espetáculo. O uso de uma peça provocadora converte-se em um gesto semiótico ambíguo, simultaneamente manifesto silencioso e ato de distinção. Trata-se de uma vestimenta que atua como armadura simbólica e vitrine identitária, comunicando tanto resistência quanto pertencimento.

Como observa Lipovetsky (2009), a moda moderna é regida pela aceleração da obsolescência e pela constante reinvenção do estilo pessoal. Nesse processo, o transgressor é ressignificado como o novo luxo – não mais aquele associado à opulência material, mas à sofisticação simbólica. A distinção, portanto, desloca-se da posse para a leitura, da matéria para o signo.

A peça de moda, nesse cenário, assume o estatuto de artefato discursivo. É interpretada, compartilhada, apropriada e memeificada, participando dos circuitos midiáticos que caracterizam a lógica da sociedade contemporânea. O consumidor, por sua vez, torna-se também produtor simbólico, engajado na construção e legitimação de novos regimes de valor, nos quais o consumo se entrelaça à construção identitária, à performatividade e à mediação social.

Dessa forma, o caso Balenciaga oferece um campo fértil para a compreensão da moda como linguagem cultural e simbólica. Suas estratégias estéticas evidenciam os modos como o consumo pode operar simultaneamente como crítica e adesão, transgressão e distinção. Ao tensionar os limites do aceitável e do desejável, a marca evidencia a complexidade das dinâmicas identitárias na contemporaneidade, reafirmando a moda como potente dispositivo de significação, capaz de expressar as contradições, os desejos e os dilemas do sujeito pós-moderno.

#### **4. O consumo como prática simbólica**

O consumo de moda, na contemporaneidade, extrapola as esferas da funcionalidade e da estética para configurar-se como uma prática simbólica complexa, atravessada por processos de construção identitária, diferenciação social e busca por pertencimento. Conforme argumenta Bourdieu (2008), no contexto de sua teoria sobre a distinção, as escolhas estéticas não são neutras, mas sim expressões de *habitus* socialmente constituídos, funcionando como operadores de capital simbólico e marcadores de posição nos espaços sociais.

No cenário atual, caracterizado pela aceleração temporal, pela lógica do efêmero e pelo hiperconsumo, a moda torna-se instrumento privilegiado da performatividade do sujeito. Lipovetsky (2009) denomina esse momento histórico de “capitalismo da sedução”, no qual o indivíduo é permanentemente interpelado a investir na própria aparência como meio de valorização pessoal e de inserção simbólica. Nesse contexto, o vestuário transcende sua dimensão utilitária para converter-se em extensão do eu, em suporte narrativo de subjetividades em constante construção e negociação.

É nesse horizonte que se inscreve a relevância da moda transgressora. Ao tensionar os códigos normativos do vestir – seja por meio de propostas de gênero fluido, de silhuetas desestruturadas ou de combinações estéticas inusuais –, tal linguagem visual configura-se como ato de resistência simbólica e crítica cultural. Trata-se de uma prática que subverte padrões estabelecidos, reconfigura signos e instaura novos regimes de visibilidade, operando como gesto afirmativo de subjetividades dissonantes.

O corpo, nesse processo, emerge como *locus* central de inscrição dos discursos da moda. A partir da teoria da performatividade de gênero de Butler (2003), compreende-se que o corpo não é uma entidade pré-discursiva, mas uma construção que se atualiza continuamente por meio de práticas reiterativas. A vestimenta, nesse sentido, participa ativamente da constituição do corpo como texto cultural, demarcando fronteiras simbólicas, evidenciando tensões normativas e revelando potências expressivas. O corpo vestido torna-se, assim, território de significação política e estética.

Entretanto, convém reconhecer que a moda transgressora, ao adentrar o circuito do consumo massivo, enfrenta o risco da coisificação de seus próprios discursos críticos. O que inicialmente emerge como ruptura pode ser rapidamente apropriado pela lógica

mercadológica e transformado em tendência, diluindo sua potência contestatória. Debord (1997), ao problematizar a “sociedade do espetáculo”, já apontava para esse movimento de absorção e neutralização das manifestações de dissenso, que passam a circular como mercadorias no interior do sistema que visam criticar.

Ainda assim, a tensão entre autenticidade e simulacro permanece como uma das dinâmicas mais fecundas e paradoxais do consumo de moda na contemporaneidade. A apropriação da transgressão como linguagem identitária, mesmo quando mercantilizada, evidencia a potência semiótica do vestir e sua capacidade de mediar os dilemas, os desejos e as contradições de sujeitos que se constroem na intersecção entre estética, política e mercado.

## **| Considerações finais**

A moda, enquanto linguagem simbólica e prática sociocultural, opera em múltiplos níveis de leitura e significação, funcionando simultaneamente como espelho e produtora de valores culturais. Retomando o que foi proposto na introdução, este artigo buscou analisar a transgressão na moda contemporânea, utilizando o caso da Balenciaga sob a direção de Demna Gvasalia como chave de reflexão sobre os sentidos produzidos a partir do desvio, do grotesco e da provocação estética. A análise demonstrou que tais práticas não se restringem a gestos estilísticos, mas constituem estratégias discursivas que tensionam normas sociais, hierarquias de gosto e estruturas de poder simbólico (Barthes, 2009; Bourdieu, 1983).

À luz da semiótica, da sociologia e da psicologia do consumo, verificou-se que a moda não apenas reflete valores culturais, mas também os institui, reinventa e ressignifica. A transgressão se revela, portanto, como gesto político e performativo, capaz de questionar categorias estabelecidas de gênero, classe, *status* e pertencimento (Butler, 1990; Hall, 2003). Ao vestir-se, o sujeito contemporâneo não apenas cobre o corpo, mas comunica, performa e enuncia identidades, reivindicando o direito de significar de forma plural, ambígua e, muitas vezes, desconfortável (Baudrillard, 1994).

A análise das criações provocativas da Balenciaga evidenciou que a moda transcende a materialidade dos objetos, assumindo função discursiva na sociedade contemporânea. As peças marcadas pelo grotesco, pelo *kitsch* e pelo inusitado funcionam como dispositivos de crítica, ironia e deslocamento semântico, deslocando signos do cotidiano para o campo do luxo e tensionando hierarquias de gosto e pertencimento (Kennedy, 2022; The Independent, 2022). Nesse sentido, a moda provê ferramentas para a expressão de subjetividades, a apropriação crítica de signos desviantes e a negociação simbólica em contextos sociais complexos (Hebdige, 1979; McRobbie, 1998).

No entanto, esta pesquisa apresenta limitações importantes que merecem destaque. Primeiro, o estudo concentrou-se em um único caso – a Balenciaga – o que restringe a generalização das conclusões para outras marcas ou contextos culturais. Segundo,

a análise baseou-se principalmente em materiais visuais e comentários jornalísticos, carecendo de investigação empírica direta com consumidores ou profissionais da indústria, que poderia aprofundar a compreensão das práticas de ressignificação dos signos transgressores.

Diante dessas limitações, sugerem-se caminhos para futuras pesquisas: análises comparativas entre diferentes *maisons* que utilizam estratégias provocativas; estudos etnográficos sobre a recepção de peças transgressoras por públicos diversos; investigações sobre o impacto dessas práticas na sustentabilidade, na economia simbólica do luxo e na redefinição de categorias de consumo. Além disso, a discussão pode ser estendida para aplicações práticas em *design*, *marketing* e educação em moda, oferecendo subsídios para que profissionais e pesquisadores compreendam como a provocação estética pode ser incorporada como estratégia de comunicação e inovação cultural.

Conclui-se, portanto, que a moda provocativa não apenas veste corpos, mas interroga a cultura, os valores sociais e o próprio sistema que a sustenta. Ela permanece um dispositivo complexo de significação e agência simbólica, capaz de articular crítica, *performance* e subversão estética. Ao mesmo tempo, abre espaço para reflexão sobre os limites do consumo, os processos de apropriação simbólica e os potenciais desdobramentos do fenômeno transgressor na moda contemporânea.

## Referências

BAKHTIN, M. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, 2010.

BARTHES, R. *O sistema da moda*. São Paulo: Nacional, 2003.

BARTHES, R. *Mitologias*. Tradução de Rita Buongermino, Pedro de Souza e Rejane Janowitz. 4. ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2009.

BAUDRILLARD, J. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BHABHA, H. K. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1998.

BOURDIEU, P. *Questões de sociologia*. Tradução Jeni Vaitsman; revisão técnica de Marie France Garcia. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

- BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP, 2007.
- BUTLER, J. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge, 1990.
- BUTLER, J. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- BUTLER, Judith. *Vida precária: os poderes do luto e da violência*. Tradução: Andreas Lieber. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.
- CALINESCU, M. *Five Faces of Modernity: Modernism, Avant-garde, Decadence, Kitsch, Postmodernism*. Durham: Duke University Press, 1987.
- DEBORD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- ECO, U. *A obra aberta: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- ECO, U. *Tratado geral de semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2004.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.
- HEBDIGE, D. *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge, 1979.
- KENNEDY, J. *The Real Value of Balenciaga's Viral Trash Bag. Business of Fashion, 2022*. Disponível em: <https://www.businessoffashion.com/>. Acesso em: 26 ago. 2025.
- KULKA, T. *Kitsch and Art*. Pennsylvania: Penn State University Press, 1996.
- LIPOVETSKY, G. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.
- MCROBBIE, A. *British Fashion Design: Rag Trade or Image Industry?* London: Routledge, 1998.
- MOLES, A. *O kitsch: a arte da felicidade*. São Paulo: Perspectiva, 1975.
- PEIRCE, C. S. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 2000.

THE INDEPENDENT. Balenciaga drops 'most expensive trash bag in the world' for \$1790. *The Independent*, 2022. Disponível em: <https://www.independent.co.uk/> . Acesso em: 26 ago. 2025.

THE FASHION LAW. Balenciaga: A Look at the State of the Brand. *The Fashion Law*, 2024. Disponível em: <https://www.thefashionlaw.com/> . Acesso em: 26 ago. 2025.

THE NEW YORKER. The Button-Pushing Impresario of Balenciaga. *The New Yorker*, 2023. Disponível em: <https://www.newyorker.com/>. Acesso em: 26 ago. 2025.

SSENSE. The A–Z Guide to Balenciaga. SSENSE Editorial, 2025. Disponível em: <https://www.ssense.com/> . Acesso em: 26 ago. 2025.

### **Como citar este trabalho:**

DE MARCHI, Paulo Fernando. A estética transgressora da moda contemporânea: uma análise semiótica. *CASA: Cadernos de Semiótica Aplicada*, São Paulo, v. 18, n. 2, p. 276-291, dez. 2025. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/casa/index>. Acesso em "dia/mês/ano". <http://dx.doi.org/10.21709/casa.v18i2.20358>.