

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN
CURSO DE DESIGN

Sapato Louboutin: A relação de afetividade e sensualidade

Aluna: Laydy Bárbara Firmino da Silva

Orientadora: Andréa Barbosa Camargo

CARUARU
2016

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN
CURSO DE DESIGN

Sapato Louboutin: A relação de afetividade e sensualidade

Laydy Bárbara Firmino da Silva

Monografia apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em Design no Curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, sob a orientação da professora Andréa Barbosa Camargo.

CARUARU
2016

Catálogo na fonte:
Bibliotecária - Simone Xavier CRB/4-1242

S586s Silva, Laydy Bárbara Firmino da.
Sapato Louboutin: a relação de afetividade e sensibilidade. / Laydy Bárbara Firmino da Silva. - Caruaru: O Autor, 2016.
96f. il. ; 30 cm.

Orientadora: Andréa Barbosa Camargo
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Pernambuco, CAA, Design, 2016.
Inclui referências bibliográficas

1. Sapatos - Design. 2. Emoções e cognição. 3. Consumo. 4. Louboutin, Christian, 1963 -. 5. Sapatos femininos. I. Camargo, Andréa Barbosa. (Orientadora). II. Título

740 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2016-012)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN**

**PARECER DE COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE PROJETO DE
GRADUAÇÃO EM DESIGN DE**

LAYDY BÁRBARA F. DA SILVA

***“SAPATO LOUBOUTIN:
A RELAÇÃO DE AFETIVIDADE E SENSUALIDADE”***

**A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a
presidência do primeiro, considera o(a) aluno(a) Laydy Bárbara F. da
Silva**

APROVADA

Caruaru, 25 de Janeiro de 2016.

Professora Andréa Barbosa Camargo

Professora Nara Oliveira de Lima Rocha

Professora Luciana Lopes Freire

Agradecimentos

Agradeço a todos os docentes que foram de suma importância para a construção do conhecimento durante o período de graduação.

À Luciana Freire, por sempre ser guiada por princípios de justiça, igualdade e humildade para com os alunos, e também pela constante disposição em ajudar e tirar dúvidas. Agradeço a minha orientadora: Andréa Camargo, por colaborar comigo, na construção do conhecimento e a toda a minha família que sempre me apoiou nos caminhos que escolhi para trilhar.

Epígrafe

Cabe a cada uma decidir quem quer ser em um determinado momento e que informação seu calçado deve transmitir. Os sapatos evoluíram para assumir uma personalidade única e se comunicar com o mundo em uma precisa linguagem não verbal. (BERGSTEIN, 2012)

Resumo

O universo dos sapatos é abordado nesta pesquisa, sob a ótica da sensualidade e da afetividade. Os saltos altos do Designer Christian Louboutin possuem significados que podem estar associados ao comportamento de consumo e ao design emocional. Esse será o fio condutor desta pesquisa, tendo por base o design visceral (Norman), comportamental e reflexivo (Nielsen e Loranger). Para tal, foi feita uma análise de onze sapatos de diferentes coleções da marca, através do empirismo e da netnografia. Desse modo, esta pesquisa teve por finalidade identificar características relacionadas ao perfil sensual (SENAI), discorrendo sobre a razão de o sapato ser objeto de desejo entre muitas mulheres.

Palavras-chave: Design de Sapatos, Design emocional, Louboutin, perfil sensual.

Abstract

The universe of shoes is covered in this research, from the perspective of sensuality and affection. The high heels Designer Christian Louboutin have meanings that can be associated with the consumption behavior and emotional design. This will be the thread of this research, based on the visceral design (Norman, behavioral and reflective (Nielsen and Loranger) . To this end, an analysis was made of eleven shoes of different collections of the brand, through empiricism and netnography. Thus, this research aimed to identify characteristics related to sensuous profile (SENAI), discussing the reason for the shoe to be object of desire among many women.

Keywords: Shoes design, emotional design, Louboutin, sensual public.

Sumário

1. Introdução.....	08 - 11
2. Justificativa	11 - 15
3. O histórico do Salto alto.....	15 - 19
3.1 Alguns Sapatos importantes	19 - 24
4. O design emocional e os produtos.....	24 - 27
4.1 Por que os sapatos de salto, estão ligados às emoções	27 - 29
5. Louboutin: Identidade da marca e processo de consumo	29 - 34
6. Perfil da usuária Louboutin	34 - 37
7. Metodologias e Métodos	37 - 38
7.1 Sobre cada etapa da pesquisa	39 - 40
8. Análise dos sapatos Louboutin através da pesquisa bibliográfica	40 - 55
9. Observação do grupo: "Loucas por sapatos" e discussão.....	55 - 60
10. Resultados da pesquisa com o público sensual.....	61 - 81
11. Considerações Finais.....	82 - 83
12. Referências.....	84 - 87
13. Anexos.....	88 - 94

1. INTRODUÇÃO

De acordo com Faria (2012) os sapatos são amados pelas mulheres, chegando a produzir uma relação de afeto que vai além do consumismo.

Benzati (2012) relata que Christian Louboutin é um estilista nascido na França, que começou a fazer sapatos quando tinha quinze anos e os vendia às dançarinas de Cabarés, como o “Moulin Rouge”. A primeira coleção lançada por ele foi em 1991. Os sapatos Louboutin, possuem uma fama muito grande e são tidos como glamorosos.

Esse projeto com ênfase em Design de sapatos e design emocional tem como objeto de estudo, onze sapatos de coleções distintas do estilista Christian Louboutin. Dessa forma, a pesquisa visa não fazer interpretações influenciadas pelas inspirações, tendências, temas das coleções, mas sim a partir do público que consome ou que desejaria consumir tal produto.

Para o SENAI (2011) na moda, existem perfis de mulheres com estilos diferentes, essa forma de agrupar os perfis, serve para que as empresas de produtos de moda identifiquem qual o perfil predominante sua marca, facilitando na hora da criação do designer de Moda. Existem cinco tipos de perfis: o esportivo, o Romântico, o irreverente, o contemporâneo e o sensual.

Por essas características, a hipótese sugerida pela pesquisa é que a mulher sefaça parte do universo das criações do estilista Christian Louboutin, ou ainda que os seus sapatos se vinculem com o que este público almeja.

A história dos sapatos ajuda a nortear as questões históricas, mais precisamente, da trajetória do salto alto, como descobrir como e por que “Esse produto passou a fazer uma mulher parecer mais - ou menos – poderosa” [...] podendo fazer maravilhas e conceder às suas possuidoras o poder da sedução”. (O’KEEFFE, 1996, p.72).

Branchine (2006) ressalta que o sapato de salto alto há muito tempo se tornou um mito que transmite fetiche, poder e sedução. Assim existem

elementos históricos que são capazes de conferir a esse objeto, um discurso que represente mais do que o seu significado inicial.

Quanto à metodologia, a pesquisa classifica-se como pura, pois ela busca análise em produtos que já existem, ou seja, dez sapatos do estilista Christian Louboutin, de coleções distintas. Quanto aos fins ela é descritiva, pois busca descrever a interação e a relação entre esse produto e o usuário, assim como descrever as relações de afetividade que levam as mulheres à paixão por sapatos, auxiliando em criações do mesmo gênero. Tudo isso foi feito através do método empírico, que levou em consideração as experiências e opiniões do usuário (através de um questionário), tendo em vista que o design emocional diz respeito às experiências, sensações e emoções que fazem parte do universo do usuário. Para identificar o porquê do gosto comum das mulheres por sapatos, a comunidade: “Loucas por sapatos”, da rede social facebook será estudada com o intuito de identificar o que está por trás disso, fundamentando assim o método Netnográfico.

Assim será possível perceber o que está por trás da percepção de alguns sapatos serem considerados glamorosos e até mesmo objetos de fetiche. O Design Emocional representa um marco que a pesquisa irá seguir, pois sabemos que assim como todos os objetos de design, o sapato simboliza um universo de significados sobre a pessoa que usa, assim a análise também terá como base a percepção do usuário para com esses produtos, descobrindo os significados que esses artefatos passam para as mulheres que desejam usá-los e como elas se relacionam com os sapatos, tendo como princípio a afetividade, com que eles são percebidos por algumas delas.

Agni (2012) elucida que o design emocional envolve: ergonomia, usabilidade, memória, antropologia e sociologia, de consumo, psicologia e comportamento do consumidor. Por isso as questões que a pesquisa objetiva, favorece o entendimento que essa teoria do design defende.

Para Norman (2008) Além da forma física e funções mecânicas, os objetos assumem “forma social” e funções simbólicas. Isso significa que um produto não é detestado ou adorado, apenas por razões que dizem respeito a usabilidade, pois existe uma identificação ou não identificação, por parte do usuário com os produtos. Isso irá depender da percepção do usuário, suas

experiências, o modo como elas interpretam as mensagens que o produto passa e como elas interagem com o meio físico e social.

Assim consciente, ou inconscientemente, o sapato pode até mesmo ser reflexo da personalidade, ou até influenciar no comportamento e na maneira como cada mulher se apresenta para a sociedade. Os questionamentos aderentes a essa pesquisa são: Por que algumas mulheres compram sapatos demasiadamente? Por que tantas vezes vemos que existem sapatos tão desconfortáveis, mas são suportáveis por grande parte das mulheres? Por que as mulheres se sentem tão poderosas de salto alto? O que faz alguns sapatos serem vistos como sensuais e provocantes? Os sapatos Louboutin podem ser vistos dessa maneira também? Essas perguntas dão impulso a essa pesquisa que terá como objetivo respondê-las.

A mulher que vai às compras com o objetivo de comprar sapatos, ou aquela que não tem especificamente esse desejo, mas que é tentada quando se depara com um sapato que a encante, geralmente não tem consciência do que impulsiona esta compra. Muitas vezes, elas compram já imaginando o que os olhos alheios irão mencionar a seu respeito, devido à influência dos fatores sociais e culturais, como veremos na citação abaixo.

Ao afirmar que precisa de uma determinada coisa, o indivíduo está fazendo uma declaração que indica a natureza tanto social quanto política das necessidades, pois ele pretende ter o direito a obter o que deseja, esperando que tanto os recursos materiais quanto os simbólicos, como trabalho e poder, sejam alocados de forma a sustentar a vida que quer levar. O mais importante nessa visão é que o conceito de necessidade adquire uma dimensão mais ampla do que no pensamento utilitarista liberal. Esse não contempla os fatores sociais que são fundamentais na constituição dos desejos, preferências e gostos. No entanto o indivíduo, ao definir suas preferências e procurar satisfazê-las, é orientado por forças culturais. E, estando absorto em suas crenças e verdades, dificilmente será capaz de discernir sob suas prioridades sem a influência de fatores sociais. (MIGUELES, 2007, p. 28).

Ou seja, a forma como consumimos é um sistema que engloba diversos fatores e que deve ser entendido como uma relação de conexão do consumidor com o meio o qual ele vive.

A respeito da importância que justifica a realização desse projeto, temos que, na moda, além dos aspectos demográficos, geográficos, culturais e sociais, existem questões relacionadas à personalidade. Levando isso em consideração, será possível desvendar o que traduz de forma material o intangível que percorre o imaginário dessas mulheres. Assim, através de pesquisas que visam à interação dessas duas áreas de estudo (design de sapatos e design emocional), analisando como esse público percebe todas as características e o que culturalmente, socialmente e historicamente está ligado a essa concepção de sapatos sensuais. Além disso, a mulher que busca um perfil mais sensual precisa de sapatos que expressem essa personalidade. Pretendemos identificar se essa mulher mesmo tendo essas características, preocupa-se em demonstrar isso também nos sapatos, ou prefere camuflar essa sua vertente, com algumas características que expressem sensualidade e ao mesmo tempo expressem inocência.

2. JUSTIFICATIVA

Segundo Lobach (2001) Design industrial é o processo de adaptação dos produtos de uso fabricados industrialmente, às necessidades físicas e psíquicas do usuário ou grupos de usuários.

Satisfazer as necessidades das pessoas, inclusive às exigências de diferentes culturas, faixas etárias, exigências sociais e nacionais é difícil. Agora acrescenta a necessidade de atender as muitas vontades-caprichos, opiniões, preconceitos de pessoas que concretamente compram produtos e a tarefa se torna um grande desafio. (NORMAN, 2008, p.63)

Diante da dificuldade e necessidade que o designer tem de identificar características e atender necessidades físicas e psíquicas do seu público alvo, faz-se necessário delimitar o público-alvo para uma efetiva aplicação da

pesquisa. A delimitação e perfis no público, como no caso em estudo, público feminino- sensual, faz parte deste estudo.

Para Agni (2012) existem três questões que um designer deve pensar antes de começar um trabalho, se o público consegue usar o produto, se ele deve usar e se ele deseja usar. Essa última pergunta é a mais importante de todas, portanto o design emocional se torna importante na criação de um projeto, pois é através dos sentidos, que o produto é amado ou detestado.

Sabemos que as sensações e os sentidos despertam nas pessoas emoções e lembranças que de certa forma definirão se aquele produto é ou não desejável. As empresas estão cada vez mais, investindo em artifícios, na parte material das lojas e produtos, que refletem também na parte simbólica. É preciso compreender o que faz os produtos serem considerados belos e desejáveis pelo público ao qual se quer alcançar, pois não adianta projetar um produto que não tenha características agradáveis, ou que tenha características que não condizem com o usuário que se quer alcançar.

Jordan (2000) sugere um modelo chamado de hierarquia das necessidades do consumidor, que mostra três níveis de interação do consumidor com os produtos (figura 1), se um produto não é usável, por não realizar as tarefas para as quais foi projetado, por não funcionar corretamente, este produto acaba causando a insatisfação do usuário. Atualmente, ser funcional não é suficiente, pois à medida que as pessoas têm produtos que funcionam, elas passam a querer produtos que sejam fáceis de usar, desejam usabilidade. Com produtos usáveis é inevitável que as pessoas desejem também que estes ofereçam benefícios emocionais, como a credibilidade ou status que a posse desse produto gera aos seus usuários, atingindo assim o nível do prazer. Isso pode ser observado na imagem abaixo:

Figura 1: Hierarquia das necessidades do consumidor



Fonte: <http://www.revistacliche.com.br/2013/02/ergonomia-e-o-design-emocional/> (2014).

Montalvão e Damazio (2008) afirmam que satisfeitas às necessidades de funcionalidade e usabilidade, o que se objetiva alcançar com o projeto são as necessidades psicológicas e sociológicas do usuário. Como suas necessidades de pertencer, alcançar, ser competente e independente (no uso do sistema), tornando a interação uma experiência prazerosa.

Essas sensações estão ligadas ao prazer, no caso da moda, o uso de produtos que já possuem uma marca consagrada, como é o caso dos sapatos Louboutin, de início já se torna uma experiência prazerosa, pelo prestígio e status da marca. Além disso, essa satisfação pode estar ligada a outros aspectos, que precisam ser estudados, para melhor entendimento da ligação afetiva das mulheres e seus calçados e dos aspectos ligados à sensualidade.

Estudar sapatos e a relação de consumo e de atribuições de aspectos sensuais envolve o intangível e ao mesmo tempo aspectos materiais. Assim, o design que se utiliza dessas fontes de análise, não deve levar só em consideração informações de tendências e tecnologias disponíveis, mas também a relação dos produtos industriais. Lobach (1976) nos mostra que os aspectos principais dessa relação do produto com o usuário, são as funções desses produtos, que fazem parte do processo de uso e de satisfação das necessidades, tais funções são a função prática, estética e simbólica.

As funções do artefato, sapato, podem dizer muito a respeito de seus usuários e sobre a identidade da marca Louboutin, isso pode traçar um perfil

da mulher que usa esses sapatos, ajudando a conhecer melhor suas experiências e características para assim projetar de acordo com esse perfil. Isso irá influenciar na decisão de compra e, além disso, influenciar na preferência de um produto ou marca.

A escolha da marca Louboutin, deve-se a fama e ao status que a marca construiu ao longo do tempo e, principalmente, pelo diferencial de criar sapatos com o solado na cor vermelha. Para Lurie (1997) O vermelho antes de tudo é a cor do sangue. Tradicionalmente representa a força, a vitalidade, o calor e o perigo repentino, como uma bandeira vermelha. Fisiologicamente, a visão dessa cor provoca um aumento da pressão sanguínea do ritmo respiratório e da pulsação nos preparando para uma ação física súbita. Talvez seja por isso que a cor vermelha tem a particularidade de ser associada à sensualidade e à paixão. Além disso, sabe-se que a cor vermelha dos solados Louboutin, faz parte da identidade dessa marca, fazendo-os se diferenciar dos demais.

O perfil Sensual é aquele que será investigado, nesta pesquisa, por supormos uma maior vinculação com o produto a ser analisado. O SENAI (2011) classifica esse perfil da seguinte forma: As cores geralmente são fortes, a cintura é marcada, vestidos curtos, drapeados, franjas, penas, fendas, decotes profundos, calças ajustadas são usados em produções, numa simplicidade ousada. Rendas, transparências, tecidas fluidas e leves garantem o frescor nos dias mais quentes. As cores são fortes. As estampas animais também fazem parte do perfil sensual.

Para a consultora de moda Maíra Camargo (2014) a mulher sensual se define como exuberante, apaixonante, segura e carismática. Essa mulher gosta de chamar atenção das pessoas, valorizando e marcando o seu corpo.

Niemeyer (2009) elucida que para nós a preocupação atual de sugestões afetivas e emocionais no design parece indicar a vontade de inserir as relações humanas no ambiente imediato. Há ainda a ressalva do novo papel do design de objetos e sistemas de comunicação, que parece ser o de reinserir os valores humanos e da sensibilidade humana no mundo material. Gerando interações menos impessoais e funcionais, e mais relacionais, agradáveis e confiáveis.

No design a cor tem tanta importância quanto o modelo e os materiais usados, identificar o que cada um desses itens trás de significação a uma peça do vestuário e o que isso representa em termos de sensações para a usuária, pode ajudar na criação de novas coleções e na questão da adequação desses itens ao público-alvo.

3. O HISTÓRICO DO SALTO ALTO

Segundo Gonçalves (2009), no período Paleolítico já haviam pinturas que indicavam a existência dos calçados, em 10.000 a.C. mas alguns pesquisadores afirmam que esses objetos foram inventados bem depois, na mesopotâmia, onde hoje fica o Iraque, há mais de 3.200 anos. Os sapatos dessa época eram feitos de couro macio para enfrentar as trilhas montanhosas.

Os primeiros sapatos datados dessas épocas tinham como principal função a proteção, contra as intempéries e contra o contato com solo montanhoso e pedregoso. Provavelmente nessa época a preocupação estética era quase inexistente, pois os calçados precisavam dar proteção e eram confeccionados pelos próprios usuários.

De acordo com Tieghi (2014) a França ditava o comportamento e a moda nas cortes europeias. Com os sapatos não podia ser diferente, pois, nem sempre os sapatos de salto alto, foram exclusividade das mulheres. Durante os reinados de Luís XIV, XV e XVI, na França, os homens também usavam sapatos altos (figura 2), só que menores e com bordados. Nessa época mostrar riqueza através das roupas era a moda vigente.

Figura 2: Sapato Luís XV



Fonte: <http://www.calçadosfemininos.com.br/wp-content/uploads/2009/06/039.jpg>

(2009)

Nessa fase as funções dos sapatos além de demonstração de poder e riqueza, continuavam com o objetivo de proteção, principalmente em épocas em que as condições de limpeza, não eram priorizadas. As pessoas não estavam preocupadas apenas com status e com a altura, possivelmente por causa da falta de higiene nas ruas e lugares públicos. As pessoas se utilizavam dos saltos, como forma de proteção evitando o contato com a sujeira.

Mirkin (2001) esclarece que os saltos altos eram utilizados pelos nobres para evitar que seus pés entrassem em contato com a sujeira das ruas. Seus calçados eram fabricados com tecidos finos e ornamentados com pedrarias; já os camponeses, quando utilizavam sapatos, vestiam modelos feitos de materiais rústicos, como o couro.

“O calçado, assim como outros tipos de adorno, era também utilizado para distinção de classes” (TIEGH, 2014). Muito provavelmente, os materiais em que eram feitos os sapatos dos pobres eram bem diferentes dos materiais dos sapatos da nobreza. Sendo a nobreza a parte da população que menos precisava fazer esforços, subentende-se também que eram quem possuíam os saltos mais altos.

De acordo com Bergstein (2013) a primeira plataforma, data da Grécia Antiga, onde o destaque dos personagens era notado pelo tamanho de seus saltos. O que significa que embora os atores pudessem trazer nas suas vestimentas e na sua dramaticidade os traços de cada personagem, o sapato era o principal determinante da importância daquele personagem na trama.

A Esposa de Henrique II foi a primeira mulher que foi vista usando sapatos de salto alto, com uma intenção de fazê-la parecer mais alta no dia do seu casamento. Assim muitas mulheres logo pediram por sapatos de salto que fizessem o mesmo com elas. Solicitando-os aos fabricantes de sapatos. Muitas das mulheres precisavam da ajuda dos empregados para conseguir andar em cima dos seus saltos, de tão finos que eles eram. Assim esse artefato era domínio exclusivo da aristocracia durante anos. (MIRKIN, 2001, p.194)

Uma expressão que designava muito bem o significado desse termo é: *Wellheeled*, que significa de bons saltos, usada para designar mulheres da classe alta. (MIRKIN. *Op. cit.*, p. 194) Novamente, o sapato, mas especificamente o sapato de salto alto, seguia a mesma linguagem de determinante social.

Madame Kathy, proprietária de um famoso bordel em Nova Orleans, apresentou os saltos altos às Norte-americanas por volta de 1880, quando uma de suas meninas trouxe um par de Paris. Andando pelo estabelecimento de Madame Kathy nos sapatos altos e fazendo muito pouco, além disso, ela incitava volúpia em todo o visitante do sexo masculino e logo se tornou a mulher mais desejada da cidade. Madame Kathy descobriu que fazendo suas meninas usarem saltos altos podia dobrar os preços. Sabendo diferenciar o que era bom, encomendou a um artista parisiense o desenho de sapatos de saltos altos para vender no bordel. Os homens que patrocinavam seu estabelecimento logo passaram a comprar aqueles sapatos para as mulheres e namoradas. Não demorou muito para a primeira fábrica norte-americana produzir o agora clássico salto alto. (MIRKIN, 2001, p. 194)

Os sentidos de sensualidade e fetiche já faziam parte do universo da boate de Madame Kathy e mesmo sendo em caráter de novidade, pode-se dizer que a ideia dos homens de presentear suas mulheres com os sapatos vistos por eles no bordel, fazia uma relação com a ideia de que sua esposa ou namorada poderia proporcionar a ele o mesmo desempenho que obtivera com outras mulheres que trabalhavam nessas boates.

Bergstein (2013) afirma que em tempos de guerra, Salvatore, um fabricante Italiano de sapatos, descobriu que alinhando cortiças resolveria a

escassez de aço, que estruturava o salto alto. (Figura 3). Trazendo de volta a modelagem do salto plataforma. Assim ele estaria resolvendo não só um problema estrutural, mas a questão do conforto foi bastante notada por suas clientes, ao modificarem um pouco da postura e da elevação dos pés em virtude de outra forma de saltos.

Figura 3: Sandália plataforma de cortiça feita por Salvatore Ferragamo.



Fonte: http://www.carolinedemolin.com.br/wpcontent/uploads/2013/09/20130926-Ferragamo_Salto_Corti%C3%A7a.jpg (2013).

O avô da moda, o conde Alfred Guillaume Gabriel d'Orsay, um dândi¹ do continente, criou o sapato d'Orsay no século XIX. Esse sapato faz uma curva de cada lado, expondo o arco do pé ao mesmo tempo em que acentua seu movimento. Esse desenho faz com que as pernas finas fiquem mais delineadas; as grossas, mais esguias e as curtas, visualmente mais longas e até hoje transmitem uma forte sensação de sensualidade. (MIRKIN,2001.p.194,195).

¹ Estilo criado por George Bryan "Beau" Brummell (1778-1840). Revelava particular cuidado com a higiene pessoal e dedicava atenção extrema ao vestuário[...], o todo exprimindo simultaneamente sobriedade , elegância e requinte(ROSA,2014).

Figura 4: Sapato Dorsay Valentino



Fonte: tudoprasuafesta.blogspot.com (2013)

O sapato D'orsay (Figura 4) é muito usado em casamentos e festas de debutantes, talvez por sua aparência clássica.

3.1 Alguns Sapatos Importantes

O salto agulha

Figura 5: Salto agulha



Fonte: <http://blogs.odiarario.com/cenafashion/2011/07/page/3/> (2011)

Inventado na Europa e rotulado com o nome de um tipo de faca de lâmina fina, "stiletto" ou estilete, o salto agulha inicialmente recebeu

esse nome por causa da largura, não da altura. Esse salto nasceu da fatura do pós-guerra, tanto na caixa dos sapateiros, o salto agulha precisava de metal para reforço, material muito racionado para ser usado em guerra. Até então o salto mais tradicional teria sido o Anabela, que era mais fácil de caminhar do que o salto agulha, que se afasta muito do calçado ideal para caminhar. (BERGSTEIN, 2013, p.75)

Sapatos com esse tipo de salto (Figura 5) são considerados por Mirkin (2001) como sapatos sexys passivos, acariciando e afinando o pé, dando a usuária um andar vulnerável miúdo que os homens acham tão atraente e principalmente por que mais do que os outros saltos, os saltos altos fazem a mulher parecer necessitada do apoio dos homens. Saber que a mulher busca ajuda nele, dá prazer ao homem e mais ainda saber que ela tem consciência de que se veste provocante para atraí-lo.

Esse tipo de salto (Figura 5) forma um desenho curvo que se assemelha as linhas do corpo da mulher, trazendo mais feminilidade e harmonia aos seus pés.

Plataformas

Figura 6: Sandália plataforma



Fonte: <http://www.bellaecia.com.br/sapatos-cinco-tendencias-para-2012/> (2012)

Muitas vezes feitas de cortiça, sisal ou madeira, as plataformas vão da relativamente minúscula à proporções de arranha céus. Ela tem seu lugar na sociedade, desde o teatro grego, quando o salto

indicava a importância do papel de um ator. [...] Em 1936, um dos mais conhecidos e talentosos fabricantes de calçados, Ferragamo, reinventou a plataforma a partir de uma falta de aço na Itália, que o impediu de produzir seus famosos saltos stiletto. (MIRKIN, 2001, p.199).

Em 1936, um dos mais conhecidos e talentosos fabricantes de calçados, Ferragamo, reinventou a plataforma (Figura 6) a partir de uma falta de aço na Itália, que o impediu de produzir seus famosos saltos stiletto. (MIRKIN. *Op., cit.* pg. 199,200).

Mirkin (2001) declara que tanto os hippies (nos anos 60) quanto as modelos de passarelas (nos anos 90) e as pessoas comuns, usavam esse tipo de Calçado (figura 6) para elevar a estatura e ao mesmo tempo para estar na moda. As mulheres sentiam que este calçado as deixava não só mais altas, mas, mais longilíneas, fazendo com que se sentissem poderosas e contribuindo para seu sentimento de confiança. No entanto, devido ao fato da plataforma ser traiçoeira ao caminhar ou fazer atividade física, esse efeito é atenuado por uma mensagem secundária de impotência. Mesmo com a ilusão que dão de altura e poder, as plataformas estão, em última instância, associadas com passividade.

Isso se deve possivelmente a pouca mudança postural no corpo da mulher com o uso da plataforma, não que a mudança não aconteça, porém ela é minimizada pela pouca ou nenhuma diferença de altura, entre a parte frontal e a parte do calcanhar, do pé. Esse tipo de calçado tem essa característica, em comparação ao salto agulha que põe o corpo da mulher de forma a fazer um “S” em que a parte superior do seu corpo é projetada para frente e a parte inferior, projetada para trás (acentuando quadris e nádegas, relacionadas desde a pré-história, com a fertilidade e por isso associada à sensualidade).

Assim esses dois tipos de calçados são muito diferentes, em termos posturais e de sensualidade. O sapato plataforma de certa forma está associado com a passividade, pois do mesmo modo que o salto agulha pode indicar que a mulher necessita de ajuda, a postura do salto agulha se torna muito mais graciosa e delicada. Outro fator que acaba acarretando na pouca

sensualidade do salto plataforma é o fato de que em qualquer que seja o obstáculo que o pé atinge de plataforma, os mínimos movimentos acidentais (que podem ocorrer, com o uso desse sapato, como quando os pés viram pela lateral) se tornam bruscos, acentuando um pouco de indelicadeza e deixando esse andar um pouco mais agressivo.

A sandália plataforma além de comprimir o pé, produz um andar desajeitado, é o que esclarece Lurie (1997), isso foi causa de acidentes frequentes.

É perceptível que o andar da plataforma, muito difere do andar sutil de saltos mais finos, como o salto agulha, e que possivelmente se a mulher não tiver cuidado e dependendo do tamanho do salto os pés tendem a virar nas laterais, causando tropeços e em casos mais graves, acidentes.

Apesar de não ser tão sensual assim, a plataforma já foi usada nos haréns árabes, foi também emblema de profissão de cortesã no Japão, e ainda outras mulheres de reputação duvidosa ficaram marcadas pelo seu uso no bairro de luz vermelha em Roma (MIRKIN, 2001, p. 200).

Figura 7: Sandália Anabela Santinato



Fonte: www.lojasrenner.com.br (2014).

Stalder (2009) ressalva que como o salto plataforma, a sandália Anabela (figura 7) tem sola alta feita de madeira, corda, cortiça ou borracha. Mas o que difere essa sandália da plataforma é que enquanto o sapato plataforma representa o salto separado da sola, a Anabela tem a sola sólida e fica mais alto em direção ao salto para deixar o pé um pouco mais arqueado.

A sandália Anabela (figura 7) suaviza o andar um pouco desajeitado da plataforma, pois ela faz com que o pé tenha uma inclinação maior, assim

ela joga os quadris da mulher para trás, dando apoio a um andar mais manso e delicado, isso também se deve ao arco que o pé precisa fazer, ao contrario da maioria das plataformas que deixa o pé um pouco mais reto.

Segundo os historiadores esse sapato surgiu no século XVI, mas a versão moderna foi lançada por Salvatore Ferragamo, que criou a Anabela Ortopédica (com a parte interna curvada apoiando o arco do pé), no meio dos anos 1930. Essa sandália surge com pedras coloridas, dessa vez feita pelo estilista Devid Evans, no filme Cléopatra de 1934, afirma Stalder (2009).

Segundo Catarin (2006) Cleópatra era uma harmoniosa combinação de: espiritualidade, determinação e inteligência, considerada a mulher mais famosa do mundo.

Mules

Figura 8: Mules Manolo Blainik



Fonte: <http://www.luxuryhighheel.com/> (2015).

Na época de ouro em Hollywood, as mules (geralmente de cetim) serviam como uma espécie de marca sexual registradora das estrelas, como Jayne monsfild e Marilyn Monroe, e figuravam de maneira proeminente em seus papeis nos filmes. Em *“the Seven yera Itch”* (*O pecado mora ao lado*), Monroe usava com frequência mules com plumas e peles, depois por nenhum motivo aparente, as mules com plumas, peles e strass sumiram quase que por completo – até que o designer Manolo Blahnik de novo as atualizasse e popularizasse (MIRKIN, 2001,p. 201).

Segundo Mirkin (2001) As mules (figura 8) têm uma delicadeza, associada aos sapatos de contos de fadas, são leves e ao mesmo tempo, têm uma sensualidade que a primeira vista parece despretenhiosa.

O charme desse calçado pode estar ligado à nudez, com que exhibe o calcanhar. Pois apesar de a parte da frente dos pés está coberta, o calcanhar por estar quase sempre coberto pelos outros calçados, com exceção das sandálias, desperta curiosidade e atrai o olhar.

De acordo com Mirkin (2001) A mule (figura 8), usada originalmente criada pelos sumérios, antes da colocação de alto, (feita pelos italianos) era considerada um calçado para ser usado dentro de casa. As cortesãs usavam esse tipo de calçado, como sapato de dormir, as mules também eram usadas nos haréns árabes e as mules do estilista Manolo Blahnik, são citados no filme “Sex in the city” representando elegância, modernidade e tudo que também estava ligado ao padrão da vida, das personagens desse filme.

4. O DESIGN EMOCIONAL E OS PRODUTOS

“O design emocional se aprimora com o objetivo de entender e assimilar a significativa relação emocional que temos com os objetos a nossa volta”. (BELCHIOR, 2014, p.1)

O ato de desejar e adquirir objetos não são só um ato racional, pois as pessoas tomam diversas decisões racionais, mas que muitas vezes sem perceber deixam as emoções e sensações guiarem essas escolhas.

Para Amstel (2014) a equivalência entre forma e função, não é tudo. O design emocional envolve outras racionalidades, ou seja, o produto afetivo não tem função explicada apenas pela forma. A forma pode lembrar um símbolo, ou outra coisa, mas mesmo que os produtos afetivos não tenham função alguma, ou que não sejam cem por cento usáveis, eles seduzem pelos materiais, pelas cores e as sensações que produz.

Segundo Nielsen e Loranger (2007) Os níveis de processamento do cérebro humano, são: Visceral, comportamental e Reflexivo. O nível visceral é percebido com mais facilidade, pois está baseado nas vantagens evolucionárias e nos princípios de sobrevivência. Esse nível evoca emoções positivas ou negativas, assim que olhamos para algo. O nível visceral também é responsável pela sensação carinhosa e agradável que em geral

objetos redondos ou lisos podem passar; E também pela sensação de calafrio, medo e perigo que objetos pontiagudos ou afiados, podem nos trazer.

Isso relaciona com o que afirma Norman (2008 *apud* Muller, 2013) que o nível visceral age de imediato, fazendo com que as pessoas, julguem em primeiro momento o que é bom ou ruim o que é belo ou feio, o que as agrada e o que não as agrada. Esse nível é praticamente automático de positividade ou negatividade a respeito dos produtos.

Norman (2008 *apud* Muller, 2013) mostra que o design Visceral relaciona-se ao imediatismo emocional direto: a cor, a forma, a sensação física, as texturas dos materiais e o peso dos produtos são percebidos nesse nível. O objeto para ser adorado, precisa passar uma sensação agradável e ter boa aparência aos olhos do usuário. Muitas vezes produtos funcionais, podem não atrair o consumidor por falhar na estética, pois a aparência é muito importante e é às vezes o que influencia na compra e no desejo de um produto.

Sobre o nível comportamental Nielsen e Loranger (2007) relatam que ele está ligado ao uso dos produtos. Na sensação que o usuário tem de operar, ou usar um objeto, na percepção de agrado ou irritação ao usar o produto.

Sobre o nível comportamental, pode-se perceber que é como o próprio nome diz, tem a ver com o que o produto cumpre como o produto se comporta em interação com o usuário.

Segundo Norman (2008 *apud* Muller, 2013) existe três princípios básicos que definem um bom design comportamental: função, compreensibilidade, usabilidade e a sensação física.

Primeiro o produto precisa cumprir a função ao qual foi destinado, no caso dos sapatos, o produto precisa calçar e de certa forma ser passível de se caminhar com ele. A compreensão do produto também é importante, pois sem a compreensão do produto, não seria possível usá-lo para a função que foi destinada, compreender, por exemplo, onde as tiras do sapato devem ser amarradas, como o calçado deve ser calçado. Já a usabilidade é a facilidade em se usar os produtos, um sapato de salto Louboutin, pode ser compreensível e o usuário pode entender como usá-lo, mais ao mesmo

tempo ela pode achar muito difícil caminhar em cima deles o que faz parte da sensação física. A sensação física é tida como o conjunto de sensações que os produtos transmitem a textura dos produtos, o peso a forma a ligação que o produto faz com o corpo de quem usa.

Sobre o último nível, o reflexivo Nielsen e Loranger (2007) afirmam que ele se relaciona com a forma que pensamos ou refletimos sobre um objeto. Para isso avalia-se se o produto tem conotações positivas e prestigiosas, os sentimentos que ele evoca as memórias que ele provoca no usuário e em quem o observa.

O nível reflexivo tem a ver com as nossas lembranças, portanto tudo que está ligado a elas, envolve e traz significação de sensações para a pessoa que aspira um produto, isso vai depender das experiências que aquela pessoa tem e do repertório de imagens e signo que essa pessoa absorveu durante sua vida e a cultura.

As emoções desempenham um papel essencial em todo o período de nossas vidas. O conceito de emoção se refere a um fenômeno afetivo particular e específico: Um breve episódio de coordenar um cérebro autônomo e as mudanças de comportamento, que facilitam uma resposta a um evento externo ou interno de significância. Emoções são cruciais para o design tanto de aquisição como de comportamento de uso. Se as pessoas não se sentirem bem. Elas não vão comprar e nem usar os produtos / serviço. Poderíamos afirmar que essas emoções são difíceis de gerenciar, devido a sua natureza subjetiva. (HOUT, 2014, p. 21).

Como mostram Desmet e Hekkert (2002 apud Seferin, 2012) A afeição por produtos pode surgir por vários motivos. No caso de produtos de vestuário, a percepção do usuário percebe de forma tátil, visual e as percepções podem mudar. Principalmente quando se impõe ao estilo do usuário perante as outras pessoas.

A respeito do poder que as marcas têm de evocar sentimentos, Lindstrom (2014) afirma que existem marcas e produtos que ao longo do tempo são integradas ao usuário e são o espelho de emoções que se

relacionam com a nossa vida. Tornando-se símbolos de aspectos que trazem significação para os usuários.

No caso dos sapatos eles se enquadram nesse tipo de associação emocional, à medida que não servem somente como forma de calçado, mas para muitas mulheres tem uma significação afetiva muito forte, significando mais do que um sapato comum, podendo fazer parte da memória, do estilo e dos sentimentos que permeiam o universo de quem usa.

4.1. POR QUE OS SAPATOS DE SALTO ESTÃO LIGADOS ÀS EMOÇÕES?

Um antigo ditado chinês dizia que os saltos altos fazem o sangue fluir mais depressa na genitália feminina, excitando-a rapidamente. Este mito persiste até hoje. Os homens acreditam que os saltos elevam a excitação sexual nas mulheres por causa da postura sugestiva que o corpo delas assume quando os usa. E, é claro os homens acham a simples lembrança de mulheres de salto altos erótica. Isso talvez se deva ao fato de que os saltos altos fazem a mulher parecer impotente e necessitada, do apoio dos homens. Saber que a mulher busca ajuda nele dá prazer ao homem e mais ainda saber que ela tem consciência de que se veste provocantemente para excitá-lo (MIRKIN, 2001, pg.198).

Esse ditado chinês, mesmo que não tenha comprovação, pode ter sido influenciado não só pela postura, mas também pelo fato de que ao colocar a parte inferior do corpo para trás, fazendo com que toda a área que envolve os genitais, pareça maior e mais notável.

Em relação às cores dos sapatos Louboutin, o contraste da parte de cima do sapato (chamada de cabedal) e do vermelho da sola, presente nas coleções da marca também pode estar associado à noção de egos externos e internos de Lurie (1997). Esse autor discorre que a camada exterior representa a pessoa pública e a camada interior, seu ego privado.

Lurie (1997) se refere às vestimentas quando usa essa forma de pensamento, ou seja, quando as duas camadas estão visíveis, a mensagem, embora possa ser contraditória, é fácil de ler. Para ele a mulher em um *tailleur* de lã cinza e uma blusa rosa, cheia de babados, é um rato sério que trabalha

duro com uma alma feminina e frívola. Várias combinações de mensagens externas e internas são possíveis. Um traje pode ser infantil por fora e adulto por dentro, pode ser casual e rústico por fora e citadino por dentro, ou pode ser de status elevado por fora e de status baixo por dentro. Mesmo quando os estilos das duas camadas são idênticos, talvez haja uma diferença significativa na cor.

Alguém cuja camada inferior visível é vermelha como no caso dos sapatos, já que o solado fica fora, pode ser considerada uma parte interna porque uma hora, o pé vai abaixar e ele vai ficar dentro, entre o pé e o chão, podendo, talvez, estar nos informando do calor e paixão sob seu interior contido.

Presume-se que os contos de fadas permeiam o universo feminino e fazem as mulheres idealizarem certos preceitos e estilos associados a isso, dessa forma os contos de fadas e suas histórias cheias de fantasias, fazem as mulheres sonharem e trazem a crença de um sonho, que nos contos de fadas podem ser mais fáceis de realizar do que na vida real.

Bergstein (2013) nos mostra que Em “O magico de Oz”, num momento de depressão de 1929 nos Estados Unidos, foi um momento em que as pessoas estavam buscando outros valores, que não estivessem associados diretamente a dinheiro e poder. Na história do “Mágico de Oz” o que leva Dorothy a realizar o seu sonho de volta para casa, são os seus sapatos vermelhos de Rubi, e com três batidas nos calcanhares, Dorothy pode realizar seu desejo, que é voltar par casa nos Kansas. Transformando uma menina desajeitada do interior, em uma heroína.

Bergstein (2013) ressalta ainda que naquela época (anos seguintes a grande depressão de 1929, nos Estados Unidos) as preferências haviam passado do sofisticado ao sentimental, ou seja, que levariam ao lar, as lições de vida e a família. Em um tempo de incertezas financeiro e inquietações políticas, sapatos confortáveis eram atraentes.

Assim, pode-se perceber que a questão da sedução nessas estórias não está somente ligada ao fato de conquistar um amor, mas também de conquistar as pessoas, de conquistar um sonho. Os sapatos vermelhos de rubi simbolizam, na história, o poder, pois o rubi, sendo uma pedra preciosa, pode atender não só aos anseios estéticos de uma menina do interior, mas

também pode fazê-la seduzir. Seduzir para poder retornar para casa e ter a sua família de volta, seduzir através do encantamento que os sapatos provocam.

Sobre o filme “Cinderela”, Bergstein (2013) afirma que os sapatos devolvem a ela sua posição de direito no mundo. Pois a gata borralheira que antes era da realeza, volta a ser Princesa, através do casamento com o príncipe, que se torna possível por causa do sapato. Os sapatos eram de vidro, assim ele não se ajustaria em qualquer pé, senão no dela. Assim os sapatos se tornaram um juiz ideal de identidade e, no caso da história, de caráter. Muitas culturas apresentam uma versão da história da cinderela, mas todas elas mostram o sapato ajudando a elevar a jovem bonita e bondosa a um status social superior.

Nessa história o sapato simboliza a volta de cinderela o seu lugar de princesa, além disso, tira ela da servidão, os saltinhos não só elevam sua altura, mas sua posição social no mundo, e a sedução do príncipe não foram por ela, mas simbolicamente pela dona dos sapatos.

Para Tiegh (2014) O sapato de salto alto, passou a ser visto como um fetiche. Ela atribui isso ao poder e à modificação do corpo atrelada ao uso desses calçados. O couro, com aspecto envernizado e alguns detalhes, como as amarrações e o salto fino também estão associados à sedução e dominação.

5. LOUBOUTIN: IDENTIDADE DA MARCA E PROCESSO DE CONSUMO

Para Kapferer (1991 *apud* Silva, 2014) a identidade da marca é definida por tudo o que é escolhido pela campanha para se identificar com o público alvo. Dentro dessa premissa, estão: A marca, o seu nome, a personagem/mascote da marca (caso exista), o país de origem e sua publicidade.

Os meios refletem diretamente na personalidade e no modo como o usuário se relaciona com a marca. Muito mais do que os materiais e formas empregados nesses elementos, toda a simbologia presente neles.

A identidade surge como um dos elementos que permitem diferenciar a marca através da criação de uma pseudopersonalidade própria. Considerando que uma marca só consegue ser assumida pela sua identidade, surge uma necessidade de criar um sistema que trate os valores da marca de forma a obter diferença necessária para tornar a marca distinta. (DIOGO, 2008)

A distinção usada por Louboutin foi pintar os solados de uma cor não convencional, um vermelho forte e sensual e empregar em seus sapatos aspectos que mantêm sintonia com características de obras de arte.

Rial (2014) revela que Christian Louboutin era fascinado pela noite Parisiense, no início de sua carreira suas clientes eram dançarinas dos cabarés *Moulin Rouge* e *Folies Bèrgere*. Em 1992 ele lançou sua marca própria, utilizando como referências desenhos que faziam quando era criança. Já a sola vermelha foi uma ideia que surgiu ao ver sua funcionaria pintar as unhas de vermelho, ele pegou o esmalte e pintou a sola dos sapatos, que logo veio a se tornar sua marca registrada.

O destino inicial dos sapatos, já os configuram como sensuais, não só pelo fato de os primeiros pés que usaram eles terem sido das dançarinas e trabalhadoras da noite, mas também porque o próprio designer os criou para trazer uma nova leitura sobre os calçados. Uma leitura que mostra que todos os detalhes de um sapato são importantes, por mais que não apareçam tanto, fazem toda a diferença.

Ele trouxe também uma leitura de obra de arte para os pés, pois os seus sapatos trazem consigo uma expressão de individualidade e mesmo sendo produzidos em série, eles tem certa autenticidade. Assim, a mulher que usa um Louboutin, vai se sentir única e rara. Isso se deve também pelo fato de um exemplar da sua primeira coleção, ter sido enviado para o acervo permanente do Instituto de Moda do *Metropolitan Museum de Nova York*.

Os sapatos das imagens abaixo, segundo Rios (2011) são da coleção 2011/2012 e as obras são de quadros famosos dos tempos do romantismo até a época Vitoriana, as imagens foram feitas pelo fotógrafo: Peter Lippman.

Figura 9: Publicidade dos sapatos Louboutin, inspiradas nas obras: ‘Portrait of a girl’ - Jean Baptiste- Camille Corot, “Saint Dorothy” – Francisco de Zurbarán, “Elizabeth of Austria” – François Clouet e “Magdalene and the Flame” – Georges de la Tour.



Fonte: <http://mundodasmarcas.blogspot.com.br> (2015).

Kristen uma desenhista de Moda e acessórios em início de carreira, pensava em investir em um par de Louboutins, [...] esteve pesquisando pares seminovos no eBay (site de compras pela internet). No final Louboutins legítimos vendidos por 1/3 do preço das lojas permitiram que kristen tivesse acesso a sapatos clássicos que de outra forma teriam estado muito além do seu orçamento. Na verdade estavam além do seu orçamento de qualquer maneira, mas ela considerava o valor daquela aquisição segundo critérios não exatamente monetários. “Quando saio com eles quero que as pessoas vejam estes saltos. Estou cansada de não ser levada a sério”. (BERGSTEIN, 2013, p. 10)

Quando ela afirma: “estou cansada de não ser levada a sério”, ela está afirmando que os sapatos, podem dar para ela seriedade, pode inspirar a confiança das pessoas, e quanto a esses atributos, o valor até mesmo o valor mais caro, pode valer a pena para essas mulheres. Reafirmando tudo que já foi dito sobre a marca Louboutin.

Lurie (1997) diz que os sapatos Louboutin têm o que pode ser considerado etiqueta ostentaria, pois é identificado e diferenciado dos outros, através do solado inferior vermelho. Não faz muito tempo os materiais caros podiam ser identificados à primeira vista, e os homens e mulheres elegantes reconheciam uma confecção de *Saville Row*², ou um vestido desenhado em Paris, apenas com o olhar, onde o objeto se faz reconhecido como caro. Um dos artifícios era deslocar o nome do fabricante, antes delegado a uma posição modesta no interior da roupa, para um local de proeminência.

Louboutin, de certa forma, também fez isso, pois em um tempo no qual as marcas de sapatos ficavam escondidas ao serem cobertas pelos pés, ele acrescentou uma visibilidade maior da marca de forma eficaz. Além de trazer um diferencial entre a mulher que usa um sapato de sola qualquer e a mulher que usa solados vermelhos Louboutin.

Para Woodward (2007 *apud* SEFERIN, 2012) as considerações implicadas na escolha do que vestir das mulheres variam entre sua feminilidade, a moda, sua identidade pessoal, seus relacionamentos interpessoais e sua família. Os calçados tem um aspecto democrático por calçar bem em qualquer tipo de mulher, sendo flexível, servindo em qualquer silhueta. Outro aspecto que torna os calçados especiais é o fato de eles transformarem o visual, eles têm o poder de deixar o visual mais casual, esportivo, sensual e elegante. Além disso, o sapato revela a identidade de quem usa e o status social, como no caso dos Louboutins.

Em relação aos papéis sociais, os sapatos podem nortear o adequamento a esses papéis, quando se pode mediar às roupas através dos sapatos, trazendo para cada local e situação uma forma de agir e de se

² Segundo Redação Gq (2015) Saville Row é uma Rua de Londres, famosa pelas casas de alfaiataria masculina.

mostrar para a sociedade. Ainda no que tange aos sapatos Louboutin, eles se adequam tanto às roupas mais sérias, quanto as mais frívolas e desinteressadas de seriedade. Sendo assim ele possui uma versatilidade que não só é marcada pela lógica da sedução, mas que pode jogar com o guarda roupa, para trazer inúmeros significados. Porém, como essa pesquisa visa à sensualidade e tudo o que remete a sedução essa característica é priorizada.

Todas as empresas tem um ponto em comum, alcançar o consumidor, no entanto é importante saber que hoje o consumo não é considerado apenas o que muitos profissionais chamavam de troca, a simples transição de dinheiro e produto. O processo de consumo segundo Solomon (2008) é várias etapas que passam desde o iniciador, pessoa que percebe a necessidade, até o usuário final, a pessoa que de fato vai usar o produto.

Uma das premissas fundamentais do moderno campo do consumidor é a de que as pessoas frequentemente compram produtos não pelo o que eles fazem e sim, pelo que significam. Este princípio não quer dizer que a função básica de um produto não seja importante, mas que os papéis que os produtos representam em nossas vidas vão muito além das tarefas que desempenham. (SOLOMOM, 2008, p.30)

Um dos fatores que levam muitas mulheres a consumirem o sapato Louboutin é o aspecto simbólico que eles representam. Quando incluídos em obras de arte é atribuído ainda outros valores como bom gosto, conhecimento artístico, intelectualidade, refinamento e entre outros. Esse fator não é o único nem anula as outras características simbólicas já existentes.

Diante disso percebe-se que a segmentação de mercado das adeptas dos sapatos Louboutin pode ser classificada como segmentação psicográfica(um tipo de classificação focado no estilo de vida das pessoas, como na publicidade de algumas cervejas e móveis). Ribeiro (2009) salienta que nesse tipo de segmentação há uma divisão dos consumidores em grupos, que levam em consideração personalidade, estilo de vida e os valores dos consumidores.

Uma obra artística modificada por uma marca, com a finalidade da persuasão da propaganda possui caráter psicográfico, pois representa o

estilo de vida levado por ela, sua personalidade intrínseca com o produto e os valores que essas consumidoras atribuem a estes objetos.

Nos sapatos Louboutin o valor do status surge com força e desperta o interesse da maioria do seu público. Apesar de como já foi citado anteriormente na pesquisa que os sapatos são destinados a um público elitista há inúmeras pessoas de poder aquisitivo mais baixo que também desejam usar um par deles.

6. PERFIL DA USUÁRIA LOUBOUTIN

Cobra (2008) classifica os segmentos de mercado como: Consumidores afluentes, consumidores focados em valor e consumidores vítimas da moda.

Os consumidores Afluentes: procuram status ou exibicionismo, geralmente são adultos ou jovens com elevado poder aquisitivo. Tendem a ser clássicos no vestuário. Marca é importante e são leais a elas. Consumidores focados em valor: mais maduros e “espertos”, eles procuram o equilíbrio correto entre preço e qualidade percebida. Pertencem ao segmento mediano de poder aquisitivo (mas não necessariamente) e são transversais quanto à idade. Vítimas da Moda: Geralmente são jovens que conhecem a moda e compram a marca para mostrar que pertencem a um grupo social específico (e não a classe social, como os afluentes) não são leais as marcas e são transversais no que se refere ao poder aquisitivo, embora tenham propensão a gastar.(COBRA, 2008, p.112)

Esse último grupo talvez seja o caso da desenhista citada no capítulo anterior que queria ter um louboutin, para se sentir respeitada e ser levada a sério.

Dentro dessas premissas, possivelmente, as mulheres consumidoras dos sapatos Louboutin classificam-se como Consumidores Afluentes, com poder de compra, elas procuram mesmo que inconscientemente, atributos ligados ao sapato: segurança, etiqueta ostentatória, reconhecimento da marca pelas pessoas e pretendem estar associado ao mais alto nível de refinamento.

A aceitabilidade social desfrutada corresponde ao grau de investimento realizado sobre a aparência, configurando-se resultado não só da combinação concreta de lógicas estruturais (imposições do controle das aparências, dos códigos de moda, do econômico) e das lógicas dos atores socialmente posicionados (estratégias, escolhas) o que produz em última instância, o processo de socialização por meio da aparência corporal. Esse capital que é investido diariamente no cuidado com a aparência em geral. Além de ser uma escolha particular em direção a uma dimensão identitária, essa capital possibilita uma estratégia global. Através da aparência, o sujeito participa e elabora uma estratégia particular, que se adapta aos desejos de maior ou menor interesse aos elementos que se aproximam da excelência corporal consagrada, ao seu grupo social. As dimensões que o sujeito privilegia e levam a elaborar estratégias específicas e menos táticas que favorecem a perpetuação ou superação do nível de excelência corporal atingido. (SANT'ANNA 2009, p.78,79)

Diante dos níveis de excelência citados por Sant'anna (2009) e que estão associados ao capital-aparência, cada estrato social está disposto a investir na sua aparência de acordo com o que lhe convém e o que ele privilegia em sua vida social. Como se pode notar, acaba se tornando uma forma de manipular as pessoas e uma espécie de sedução e de convencimento a si mesmo e das pessoas de que o indivíduo é aceitável a determinado grupo, ou de que o mesmo corresponderá ao que esse grupo espera dele.

Saltos altos podem ser doloridos e causarem diversos incômodos, o que para muitas mulheres pode parecer um suplício. Além de poder revelar um pouco de sadomasoquismo relacionado à mistura do prazer e da dor, também pode revelar que essa mulher não se diminui diante das dificuldades e pelos preços altos dos sapatos Louboutin. Pode-se perceber assim que a mulher que pode adquirir um Louboutin é uma mulher de poder aquisitivo alto, pertencente à classe A. Talvez essa mulher tenha trilhado caminhos árduos para chegar aonde chegou e por isso se sente merecedora de ostentar etiquetas caríssimas e de alta qualidade estética e simbólica.

Em outras épocas como na era Vitoriana extremos de inconveniência e desconforto eram sofridos principalmente pelas mulheres, particularmente por aquelas que eram ricas, já que é uma regra universal que quando as roupas são desconfortáveis, o vestuário da classe alta seja ainda mais desconfortável. Usavam da classe trabalhadora (exceto quando estavam de férias) usavam trajes mais folgados e simples, e espartilhos mais folgados, e carregavam muito menos pesos em roupas. (Lurie, 1997, p.232)

Para Lurie (1997) ainda vigora o princípio de que roupas que tornam difícil a vida de uma mulher e colocam em desvantagem na competição com os homens são sempre percebidas como sexualmente atraente. Assim a mulher que usa esse tipo de vestimenta está em posição desvantajosa em relação ao homem e o homem a recompensa achando-a tanto ela quanto suas roupas atraentes.

Muitas pessoas da mídia, como atrizes e figuras públicas, já foram fotografadas usando um Louboutin, inclusive a famosa Angelina Jolie, já foi vista grávida, calçada com um, eles mostram que pertencem a um grupo, o grupo de mulheres poderosas, sofisticadas, que prezam por qualidade, que fazem questão de serem bem vistas pelas pessoas que pertencem ao seu grupo e também pelas outras (pois a popularidade da marca Louboutin, atinge quase todas as classes sociais até as mais altas). Isso também é percebido como valor de obra de arte aos sapatos, sapatos que para essas mulheres precisa falar por elas e leva-las para todos os lugares.

Certamente mulheres com essas características não teriam por que questionar o tamanho dos saltos, ou sentirem muito incomodadas. Se locomover com os sapatos não seria um obstáculo para elas, já que mulheres assim, não precisam fazer grandes esforços, possivelmente já tem quem faça por elas, assim como às senhoras do séc. 19.

Para Lemos (2008) Mesmo algumas marcas ainda se baseando em faixas etárias. Com a pouca diferenciação que há atualmente entre o guarda roupa de uma jovem e de uma senhora, esse tipo de classificação não é mais usável, portanto em Moda não se o público não precisa se limitar a uma determinada faixa etária.

O luxo e o prazer de estar usando um sapato feito por um designer internacionalmente conhecido, que já fez dos seus produtos objetos de arte e ainda os traz valores (materiais e simbólicos) de obra de arte, trazendo visibilidade para quem os usa, pode transformar a mulher em outra, pois ela veste o papel social que escolheu para si e a força e a grandeza que a marca trazem.

7. METODOLOGIAS e MÉTODOS

A pesquisa se configura quanto a abordagem, como qualitativa, buscando coerência entre o que foi estudado e o que será percebido através da pesquisa. Esse tipo de pesquisa segundo Ciribelli (2003) se dá quando os dados precisam de um tratamento lógico feito pelo pesquisador, para poder ser interpretada.

A pesquisa classifica-se como Descritiva, descrevendo fatos e características relacionadas às entrevistadas, e descrevendo como essa mulher percebe os aspectos inerentes a esses sapatos, através dos sentidos e da percepção memorial e simbólica.

A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos do mundo físico e especialmente do mundo humano, sem a interferência do pesquisador (Rampazzo, 2005, p.53).

A pesquisa é de natureza empírica, sua maior característica de acordo com Meksenas (2002) É construir o conhecimento através da vivencia, das sensações, das particularidades das observações. Identificar as respostas que as mulheres que desejam os sapatos Louboutins presentes nessa pesquisa podem dizer muito a respeito dos seus significados e conotações, principalmente por que, para o design emocional isto é bem significativo, à medida que os valores afetivos dos produtos, são percebidos principalmente pelos consumidores, que segundo Solomon (2002) são tanto os usuários como as pessoas que desejam ter aquele produto.

Será utilizada além da técnica bibliográfica, a técnica da Netnografia, que para Tosi (2012) é uma técnica derivada da etnografia que envolve a interação com um determinado grupo de indivíduos que compartilham de algo em comum. Porém na netnografia esses grupos são virtuais. Essa técnica possibilita visa compreender o comportamento e ideais nas histórias compartilhadas no ambiente virtual. A metodologia aplicada nessa técnica é a observação participante em que o pesquisador além de observar também participa do grupo em que se buscam os resultados da pesquisa.

Em outra parte da pesquisa em que o objetivo é saber das mulheres sensuais o que elas sentem em relação aos sapatos Louboutin, utilizando ainda o método Empírico, o instrumento de coleta de dados é um questionário estruturado composto de duas partes, uma parte fechada com dez questões de alternativas e outra com uma questão fechada e outra aberta.

O questionário foi enviado pela internet para mulheres do grupo, A primeira parte teve dez perguntas e a segunda parte teve uma pergunta com dez subperguntas abertas. Na elaboração das perguntas da primeira parte, que teve como objetivo definir o perfil de usuário que a pessoa se enquadrava, foram tomadas como base para isso, as referências do SENAI (2011) com os seus cadernos semestrais de tendências que elege tendências para cada perfil de público, e alguns questionários de sites de consultorias de moda, como o da consultora de moda Maíra Camargo (2014) que também usam esse mesmo artifício para identificar o estilo das clientes.

O instrumento foi aplicado a 32 mulheres, escolhidas aleatoriamente, porém, apenas vinte eram elegíveis aos critérios que objetivavam a pesquisa que são: Mulheres do perfil sensual e mulheres que tem ou que desejam ter um Sapato Louboutin.

Por serem diretamente alcançados através desta pesquisa os dados do questionário, classificam-se como primários.

7.1 Sobre cada etapa de desenvolvimento da pesquisa

A construção do levantamento bibliográfico tomou como principais bases às teorias de Norman (2007), Lurie (1997), Mirkin (2001) e a dissertação de Mestrado de Branchine (2006) a respeito do que fundamenta o design emocional, da história do sapato, das teorias relacionadas aos elementos presentes nos sapatos e o que cada um desses elementos representa em relação aos aspectos emocionais, sob o ponto de vista da sensualidade.

Com essa documentação bibliográfica, será possível, relacionar essas teorias e refletir na busca da melhor compreensão do tema da pesquisa e posteriormente da resolução do problema da pesquisa e obtenção de resultados que tenham como alvo os objetivos propostos.

Depois do levantamento bibliográfico, foi utilizada a rede social Facebook. Como fonte de pesquisa Netnografica, a comunidade do facebook: louca por sapatos (<https://www.facebook.com/loucasporsapatos1/?fref=ts>), que servira como base para identificar o que as mulheres relacionam ao seu gosto por consumir sapatos de forma demasiada. A forma de análise nessa parte é apenas de observação. As participantes desse grupo também serão os mesmos usados para responder os questionários. A análise será realizada observando as imagens e textos postados nos grupos e os comentários das participantes nos mesmos.

A primeira parte do questionário consiste em um questionário de estilo, pois o foco da pesquisa é o perfil sensual e identificar se as entrevistadas tem desejo pelos sapatos da marca Louboutin. As entrevistadas que tiverem como maioria respostas na letra d (que é a alternativa que representa esse perfil de mulher) e que tem ou que desejam um Louboutin serão identificadas, após a primeira parte do questionário que possui nove perguntas. O questionário segue para a segunda parte. Na segunda parte existem duas perguntas (a primeira pergunta tem o objetivo de identificar o desejo ou não pelos sapatos Louboutin) e onze subtópicos (um tópico para cada sapato) na segunda pergunta, com o objetivo de perceber o que cada sapato representa em termos de emoções, sensações, memórias para cada pessoa questionada.

Feita a entrevista, os dados coletados serão filtrados, para que só as mulheres do perfil sensual que desejam ou tem sapatos Louboutin (perfil estudados nessa pesquisa) sejam analisadas, depois disso só os dados da segunda parte da entrevista serão analisados, quanto à relação dos sapatos ao design emocional.

Na análise dos resultados, abaixo da imagem de todos os sapatos, serão colocadas as respostas mais significativas (que realmente tenham relação com o design emocional), respostas repetidas não serão inseridas nos resultados,

Após isso esses dados serão discutidos relacionando todos os resultados ao referencial teórico.

8. ANÁLISE DOS SAPATOS LOUBOUTIN, ATRAVÉS DA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Figura 10: Sapato Louboutin (coleção Outono/Inverno 2015)



Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia> (2014)

Desde criança as pessoas tendem a associar essa cor com o perigo, ou com os limites que ela impõe isso este relacionado com os objetos ligados à emergência, como o extintor, as linhas vermelhas no piso que indicando os limites que se podem percorrer em um determinado espaço, os próprios equipamentos para serem usados em caso de emergência, se utiliza dessa cor. O sinal de trânsito também impõe sinal de alerta. Todos esses vermelhos

desse elemento geralmente são vermelhos de base amarelada, como a cor desse sapato Louboutin.

O sapato (figura 10) é classificado quanto a forma, como sendo orgânica e, portanto fluído de acordo com os movimentos que remetem a feminilidade. Essas mesmas curvas na parte posterior do sapato sugere que o observador busque o fim dessas linhas, dessa forma o olhar tenderá a imaginar partes dos pés que não foram reveladas, fazendo ligação com a sensualidade, que está ligada fortemente a imaginação dos caminhos que as linhas podem levar e muito mais com o que é sugerido, do que com o que é realmente visto.

Quanto ao formato dos saltos, scarpins com saltos curvos (figura 10), indicam um traço de criatividade para Mirkin (2001) Isso se deve certamente ao fato de o sapato ser fora dos padrões retilíneos impostos pela racionalidade, sendo mais fluído e distinto em relação aos outros sapatos.

A textura desse sapato (figura 10), muito lisa, envernizada, meio escorregadia, assim como a pele de seda ao que afirma Mirkin (2001) representa a maciez da pele macia da mulher. Observa-se no sapato em questão que se trata de um material sintético, mas que tem uma textura que se revela, tão liso, refletindo a luz, enquanto a mulher se movimenta, o que acontece com alguns tecidos, inclusive com a seda. Assim como a seda essa textura também pode estar associada à sensualidade e ao status, uma vez que dá a impressão de ter sido lustrado.

O salto agulha (figura 10) é considerado por Mirkin (2001) como sexys passivos, acariciando e afinando o pé, dando à usuária um andar vulnerável e miúdo que os homens acham tão atraente, principalmente por que mais do que os outros saltos, os saltos altos fazem a mulher parecer necessitada do apoio dos homens. Saber que a mulher busca ajuda nele, dá prazer ao homem e mais ainda saber que ela tem consciência de que se veste provocante para atraí-lo.

Figura 11: Sapato Louboutin (coleção Outono/Inverno 2015)



Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia> (2014)

A cor preta parece ao mesmo tempo misteriosa e elegante. Um elemento sutil de medo contribui para o apelo erótico e sexual do preto. A escuridão significa o desconhecido e o complexo. Antes da atual sensibilidade feminista, o preto só era vestido por mulheres percebidas como sexualmente experientes. (MIRKIN, 2001, p. 39)

O desconhecido incita a curiosidade das pessoas, principalmente no que se refere à questão de experimentar novas ideias, assim a cor preta remete não só à elegância, mas também à curiosidade, que leva as pessoas a incrementarem e trazerem novos ambientes e novas fantasias utilizando os sentidos como forma de descobrir o prazer, portanto essa cor (figura 11) também está ligada a sensualidade.

Por outro lado para Mirkin (2001) a cor branca (figura 11) remete a pureza, inocência e feminilidade. Sua inocência e claridade inspiram a confiança dos outros. Antes do advento das máquinas, o branco era o maior símbolo de status sugerindo uma mulher de recursos, que tinha alguém para cuidar de suas roupas. Quando a mulher usa branco, subliminarmente emite uma mensagem reprodutiva e a casta qualidade de frágil jovem noiva.

Quando se misturam as duas cores (figura 11), as informações podem ser de dominação e de passividade ao mesmo tempo, pois enquanto incita ao desafio do novo, do medo, do desconhecido, revela passividade, delicadeza. O que pode ser muito interessante, pois a sensualidade é feita de atitudes dúbias como: esconder e mostrar, tentar imaginar o que vai acontecer depois, tentar misturar sentidos opostos, portanto essa ambiguidade esta presente também no que se refere à sensualidade.

Numa das mensagens mais antigas, em termos de vestuário, é o uso de pele de animais. Os caçadores primitivos usavam o couro dos animais selvagens que tinham matado para “absorver” a natureza mágica dos animais. Ainda hoje, homens e mulheres que usavam peles de animais além de consumirem conspicuamente, também estão se apresentando como animais. O couro de jacaré, cobra ou lagarto podem predizer um encontro caro, de certa forma fria e obscura. Sapatos ou bolsas de couro e répteis, no entanto, podem transmitir nada mais frio que uma riqueza excessiva. (LURIE, 2007, p. 245 e 246)

O trançado que revela à parte superior do pé (figura 11), dando continuidade as linhas da estampa do sapato, envolve o pé da usuária, fazendo o pé ficar preso dentro do sapato, essas linhas que prendem o pé, podem estar associadas ao masoquismo e o desejo de se sentir dominada, ao mesmo tempo tudo que envolve o pé (sendo ele uma zona erógena e como já foi citada nos capítulos anteriores, a afirmação de Freud de ser um símbolo fálico) traz uma conotação sexual.

O salto agulha (figura 11) remete a sensualidade e é ao mesmo tempo passivo, mas que também pode ser ativo partindo do princípio de que alguns homens sentem-se atraídos, em imaginar que as mulheres possam pisá-los com seus saltos altos e agudos, demonstrando um poder de dominação da parte das mulheres.

A textura que se assemelha a pele de animal, que mais parece uma pele de cobra, esta ligada ao simbolismo fálico da cobra.

Figura 12: Sapato Louboutin (coleção Outono/Inverno 2015)



Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia> (2014).

De acordo com Mirkin (2001) a cor rosa é o vermelho, despido de sua raiva e erotismo, mas não da sua sensualidade. O rosa *shocking* e a cor rosa com base azul (figura 12) são cores fortes na moda, que em geral invocam reações positivas das mulheres, Já se a mulher estiver interessada em um homem os tons de rosa mais suaves como o pêssego, a rosa tangerina e os rosas marrons são muito românticos, mas os rosa azulados são mais divertidos e descompromissados (figura 12) por tanto mais passíveis de atrair o olhar masculino.

A sandália (figura 12) é formada por vários tons, entre eles dois tons de rosa e uma laranja, todas as cores, divertidas e joviais, o enfeite lateral coberto por stress, também configura status ao calçado, ainda segundo Mirkin (2001) sapatos enfeitados assinalam que a pessoa esta pronta para uma noite de aventuras transmitem extravagancia, isso por que os sapatos ornamentados provêm uma forma de fantasia e diversão . Muitas de nós escolhem adornos festivos para os sapatos de noite, pois esse é um momento em que nos dão a oportunidade de expressar nosso lado mais leve, de nos divertimos, soltarmos nossas fantasias.

A sandália com dedos de fora (figura 12) indica flerte de maneira divertida e sensualidade (MIRKIN, 2011), no dia a dia, das mulheres, elas tendem a usar sapatos mais formais, quando se utilizam de sapatos com enfeites é como se fosse uma informação de que ela estaria livre das

formalidades, de que é um momento de liberdade e por isso estaria livre para flertar, uma das coisas também que deve ter levado o autor a essa afirmação é a de que sapatos com detalhes, especificamente detalhes que se sobressaem desses sapatos, deixa um pouco da personalidade da mulher exposta, passando a informação de que está disponível.

Já as tiras nos tornozelos (figura 12), para Mirkin (2001) levam consigo sutis referências a aprisionamento; quando as usamos sugerimos que podemos apreciar sermos dominados ou constrangidos.

O uso de algemas, cordas, ou qualquer objeto que imobilize as mãos de uma pessoa, pode ser um fetiche comum, o ato de estar preso, de não poder se mexer, traz certo ar de vulnerabilidade à pessoa dominada, assim deixa margem para o outro dar vazão aos seus fetiches e desejos. As cordas presas no tornozelo estão associadas a esse tipo de fantasia.

A textura do sapato (figura 12) é um pouco aveludada dessa forma o toque é quente, e não frio como em uma textura de material mais liso. Esse toque pode ser associado ao toque do corpo e por isso à sensualidade.

Figura 13: Sapato Bis um Bout Louboutin (coleção Primavera/Verão 2012)



Fonte: <http://i46.photobucket.com/albums/f125/dannncampos/Belamina/sapato.jpg> (2015).

Segundo Greco (2012) O novo hit das celebridades chama-se Bis Un Bout(Figura 13), um sapato no estilo scarpin cap toe com o corpo em PVC transparente e correntes no tornozelo.

Como já foi visto o preto está associado à elegância e ao mistério, segundo Lurie (1997).

A respeito da transparência, causada nesse modelo (figura 13), pelo pvc. A mesma faz transparecer a parte entre os dedos do pé, mas não os dedos todos, só a parte entre eles. Para Mirkin (2001) o dedão do pé é um símbolo fálico e da área entre os dedos da mulher, como símbolo da região entre os seios.

Sendo assim essa parte pode fazer relação com um decote de um vestido ou blusa, pois enquanto os entrededos faz relação com os seios, e nesse sapato eles estão à mostra, a transparência remete a sensualidade e a nudez, da mulher simbolizada pelo sapato.

As tiras nos tornozelos (figura 13) como já foram vistos segundo Mirkin (2001) denotam que a pessoa que usa, pode gostar de ser dominada, fazendo alusão ao ato de aprisionar. Além disso, essas sandálias segundo Lurie (1997) esse estilo de sapato com tiras nos tornozelos, oferecem menos apoio ao pé e tornam o andar mais difícil, sugerindo assim sensualidade e delicadeza.

Figura 14: Pep toe Louboutin (coleção Primavera/verão 2012)



Fonte: <http://internetparatodos.blogspot.pt/1159760.html> (2011).

Para Mirkin (2001) o azul é universalmente amado pela maioria das culturas. É a cor da confiança, da fidelidade e do respeito. Vestimentas azul-celeste assinalam sabedoria, espiritualidade e vida após a morte. O azul também significa civilidade, status social, estabilidade, dignidade. Assim, azul pode ser a melhor cor para um tailleur profissional quando você quer inspirar

confiança. A famosa expressão sangue-azul originou-se na Espanha, onde os aristocratas mouros acreditavam que tinham veias mais azuis que as pessoas da ancestralidade mista.

Assim o azul remete historicamente, tanto a noção de respeito como de riqueza. Sendo a cor de muitos uniformes. Embora esses aspectos estejam mais associados ao azul escuro, o azul claro possui esses mesmos significados, provido de delicadeza.

Sobre o sapato Pep toe (figura 14), Marcon (2012) esclarece que ele surgiu no pós-guerra, como sempre em tempos de pós-guerra houve uma necessidade de resgatar mais sensualidade e a expressão da feminilidade das mulheres que em tempos de guerra precisavam trabalhar, a feminilidade que faltou enquanto a guerra voltava. Surgiu então nos anos 40 e se tornou grande sucesso, sendo usado por personalidades icônicas até hoje o sapato Pep toe.

Esse sapato (figura 14) deixa alguns dedos dos pés amostra, o que para Mirkin (2001) é associado a sensualidade, pois os pés representa o seio da mulher. É como se as mulheres estivessem mostrando partes da sua intimidade através dos pés.

Segundo Bem feminina (2015) Esse tipo de salto meia pata (figura 14) surgiu quando os designers de sapato precisavam retratar um conforto parecido aos dos saltos plataforma em sandálias de salto agulha então descobriu que essa plataforma na parte da frente trazia mais conforto e suavidade ao andar feminino.

A forma com que a aplicação de pedras é organizada no sapato (figura 14), faz parecer uma renda, fazendo uma associação a uma lingerie feminina. Para Lurie (1997) A lingerie preta de renda e transparente é sofisticada, ousada e ocasionalmente maliciosa nas implicações. As mulheres que a preferem são mais propensas a se cansarem de seus lugares e posições. Ou seja, mulheres que costumam ousar em todos os aspectos, principalmente nos sapatos.

Ainda em relação aos adornos do sapato (figura 14), Lurie (1997) afirma que roupas pretas, confeccionadas com material caro, sugerem poder e sofisticação, muitas vezes com um laivo de malignidade ou perigo.

A forma que as pedras e aplicações estão dispostas (figura 14), fazem alusão à roupas étnicas, nesse caso roupas de toureiros, em que o tecido de baixo, muitas vezes é vermelha e de um tecido lustroso, enquanto os apliques são pretos e possuem formatos semelhantes à do sapato analisado.

Sobre isso Lurie afirma ainda que a expressão de origem nacional e identidade étnica por meio da roupa é frequentemente uma questão de orgulho pessoal e, às vezes, também uma forma gráfica de declaração política. O povo latino representa sensualidade e fluidez, e esses valores podem ser expressos por aspectos dos países latinos.

O tecido que parece uma seda ou cetim (figura 14) esses tecidos segundo Kalil (2015) marcam o corpo e dependendo da matéria-prima (que pode ser seda, viscose, poliéster e acetato), o cetim vai variar entre opções mais leves, que criam efeitos fluidos ou os mais pesados, como o cetim duchese e o boucol, que dão estrutura e volume aos vestidos de festa. Sendo assim esse tecido é associado também a eventos de gala.

Figura 15 : Pep toe Maralena (coleção de clássicos Louboutin)



Fonte: <http://emporiotrend.blogspot.com.br/2012/10/sapato-de-christian-louboutin-e-eleito.html> (2012)

Hoje o excesso de jóias nos dois sexos é um indicador de classe média baixa ou “nouveau-riche”, porém também contém sugestões de soltura sensual. (LURIE, 1997,p. 257).

A respeito da afirmação de Lurie (1997) sobre o “Neauveau- riche” que é alguém que ascendeu de classe social. O autor se expressa a respeito do uso de joias em excesso. Isso significa que a mulher que usa joias no sapato á querendo denotar riqueza e status. Além disso, a soltura sensual ao qual o autor se refere pode estar associado ao excesso de jóias.

Narcizo (2014) relembra a frase de marylin Monroe, em “ Os homens preferem as loiras” , filme de 1953, que diz que : Os diamantes são os melhores amigos das mulheres. Não só estrelas de cinema, mas também rainhas, princesas, mulheres ricas, celebridades ou simples mortais. Todas amam as jóias. Reis e rainhas também sempre usaram joias e adornos para se diferenciar de seus súditos.é o mais poderoso símbolo da monarquia, com profundo significado religioso e cultural.

Na *pep toe* vista anteriormente (figura 15), a transparência é conseguida pelo uso de uma espécie de tule. O tule segundo Amaral (2014) O material, que cria um efeito de transparência e cria a ilusão de que o corpo está descoberto. “Quando bem aplicado, como é o caso do sapato Louboutin, passa a sensação de ter sido costurada no corpo da mulher, e isso ajuda a mostrar as formas delicadamente”.

No caso do sapato em questão (figura 15) além de o tule se ajustar como se o sapato estivesse sido moldado diretamente nos pés, ele possui detalhes que remetem a listras de zebras, que para Lurie (1997) remete a sensualidade.

Figura 16:Scarpin Louboutin (coleção não identificada)



Fonte: <http://garotabeleza.com.br/sapatos-de-laco-preto-vermelho-e-rosa/> (2015).

Para Pina apud Seeling (2000) o preto é a soma de todas as cores. É volúvel, cambiante, nunca é o mesmo. Existe um número infinito de tons de

preto: o preto suave das roupas transparentes, o preto apagado e triste do crepe de luto, o preto nobre e profundo do veludo, o preto profuso do tafetá ou o preto forte da seda (faille), o preto esvoaçante do cetim, o preto oficial e alegre do verniz.

Nesse caso (figura 16) o tecido parece um veludo sendo assim classificado por nobre e profundo.

Um elemento sutil do preto faz um apelo erótico e sexual. Pois a escuridão representa o desconhecido e o complexo. Antes da atual sensibilidade feminista, o preto só era vestido por mulheres percebidas como sexualmente experientes (Mirkin, 2001).

Em geral roupas com colchetes, gravatas e laços aludem ao fato de que a sexualidade e as paixões estão amarradas – esperando serem libertadas. Todos esses fechos, inclusive o zíper, tem poder sexual próprio, posto que convidam o observados a participar de um jogo de sedução.(MIRKIN, 2010)

Os scarpins (figura 16) tem um apelo muito parecido com as polaines do século XI, que segundo Mirkin (2001) tem a forma pontuda como chifre e é bastante fálica, por possuir semelhança com o órgão reprodutor masculino, nessa época as polaines eram usadas pelos homens para provocar e levantar as saias das mulheres por debaixo das mesas.

Para Lurie (1997) As pessoas embrulhadas e amarradas com laços nos causam o mesmo efeito que um presente de aniversário: ficamos curiosos, excitado queremos desfazer o embrulho.

Figura 17: Pep toe Christian Louboutin (coleção Primavera/verão 2014)



Fonte: zankyouterra.com.br (2014).

Segundo Mirkin (2001) quando uma mulher usa branco, subliminarmente emite uma mensagem reprodutiva e a casta qualidade da frágil jovem noiva. O branco é também considerado cor de status, em outras palavras só aquelas que têm o lazer como estilo de vida podem se dar ao luxo de usar branco diariamente.

Isso por que o branco está associado a limpeza, e em épocas passadas só as mulheres de classe alta usavam branco, por conta dos cuidados que lavar as vestimentas dessa cor exigem.

Mirkin (2001) afirma ainda que o branco é a cor da virtude e do altruísmo. Evoca imagens do cientista desvendando os mistérios do universo ou dos médicos e enfermeiras assistindo os doentes. É também uma cor não ameaçadora, motivo pelo qual os profissionais médicos vestidos de branco emanam um ar de confiabilidade.

Figura 18: Scarpin Louboutin (coleção Outono/ inverno 2013)



Fonte: Br.vazlon.com.br (2015).

A cor “pêssego” ou “cor de pele”, embora não lembre nenhuma fruta ou pele humana. Roupas íntimas dessa cor é um mau sinal, a menos que seja usada por uma mulher de pele escura, já que faz a pele parecer amarelada, imperfeita e encardida. (Lurie, 1997 p. 261 e 262).

Segundo Kalil (2010) a cor nude (figura 18) não é sem graça como a cor bege. Ela é uma cor mais “viva”, além disso essa cor rejuvenesce e pode ser usada por mulheres de todas as idades. As nuances dessa cor variam entre nuances de cor de rosa.

Kalil (2010) quando fala que não se deve usar essa cor em escritórios fala em relação às roupas, porém com os sapatos, a pessoa carrega o mesmo simbolismo do nude, porém podendo ousar mais e usar em qualquer ambiente.

De acordo com a teoria de Lurie (1997) sobre egos internos e externos, o nude que é a cor que está do lado mais externo do sapato, representando a parte social e a cor vermelha que é a cor de todos os solados Louboutin, representa os egos internos, que embora não apareçam completamente, aparecem como uma parte da personalidade da usuária que não é totalmente revelado. Nesse caso, a usuária pode ser clássica por fora, mas por dentro esconde uma sensualidade.

Para Baumgartner (2013) o clássico tem múltiplas funções e é apropriado para diferentes faixas etárias e tipos de corpo. Tornou-se um clássico porque funciona não importando quem você seja. Relacionar com o que diz o autor sobre as cores.

Figura 20:Scarpin Louboutin (coleção Primavera/Verão 2014)



Fonte: <http://br.fashionmag.com/news/Christian-Louboutin-apresenta-novos-scarpins-com-amarracoes,405197.html> (2014).

As roupas mais estimulantes são aquelas que ocultam e revelam simultaneamente, como um presente sugestivamente embrulhado que insinua delícia em baixo, afirma Lurie (1997).

Guerra (2013) afirma que a renda é sinônima de beleza há alguns séculos. Foi Catarina de Médici que introduziu o uso do tecido na corte Francesa. No inverno de 2008 a Prada usou a renda em sua coleção, reverenciando o produto cuja carga fetichista se mistura a romantismo e nobreza. Enquanto a renda insinua pela transparência, dignifica por suas tramas sofisticadas.

A roupa íntima preta, na imaginação popular é sempre eróticas. [...] A lingerie preta de renda e transparente, por outro lado, é sofisticada, ousada e ocasionalmente maliciosa nas implicações. Tradicionalmente, roupas macias, graciosas e de cores quentes sugerem uma personalidade afetiva e informal e o traje parcialmente solto, além de expor a pele, implica que a nudez total pode ser conseguida facilmente (Lurie, 1997 pg. 244).

Na china a amarração dos pés (figura 20) atrofiando-os pode ter estado intimamente ligada à subordinação feminina. Muitas das mulheres não podiam mais andar ou ficar em pé. Permaneciam sentadas ou deitadas condicionadas pela admiração da beleza dos pequenos pés envoltos por delicados e belos sapatos que valorizavam o ócio e a idealização da beleza. Branchine (2006) dar o exemplo do pé de lótus, que era um artifício usado pelas gueixas para estreitar os pés, através de amarrações.

As amarrações desse sapato (figura 20) além de fazer alusão aos pés de lótus que eram bastante fetichistas remetem a noção de que tudo aquilo que está preso, deixa margem para ser desamarrado. E isso sugere uma sensualidade que remete às roupas íntimas sensuais como corseletes.

Figura 21: Sapato Louboutin (coleção Outono/Inverno 2015)



Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia> (2014)

Castanho (2015) declara que em 1900 foi os anos dourados da bota, sendo símbolo de status especialmente nos anos 60, onde, com o surgimento da minissaia, tornou a bota um elemento fundamental na composição com a minissaia, e era um look tido como muito sexy pelos homens.

Essas linhas cruzadas (figura 21) se assemelham também ao cruzamento de fitas que alguns corseletes fazem para fechar, simulando algo que está preso e pode ser liberado, com muita cautela já que possuem muitos trançados, o tempo que se leva para tirar, ao mesmo tempo é estimulante, pois a fantasia e a imaginação fluem.

Botas com essa textura (figura 21) remetem a pele da mulher, pois além de ter uma textura lisa, tem um jogo de luz e sombra, que esse tipo de couro trás, além de marcar as formas do corpo.

Tem um recorte na costura que se assemelha a um corselete (um corselete geralmente tem vários recortes e é isso que faz aderir bem justo as formas do corpo).

Tem a passividade do salto agulha, porém por ser uma bota que atinge quase os joelhos (figura 21). Wanderley (2014) afirma que depois do espartilho, são as botas de verniz preto, que fazem sucesso na cultura sadomasoquista. O imaginário masculino deleita-se ao fantasiar mulheres completamente nuas, usando apenas esses calçados.

O vermelho do solado também aparece numa parte do salto (figura 21) o que revela que na teoria dos egos internos e externos de Lurie (1997) isso pode significar que a parte da intimidade sobrepõe-se um pouco para ser exposta. Denotando uma sensualidade que transborda que não é só interna, mas que surge para ser exposta.

9. OBSERVAÇÃO DO GRUPO: “LOUCAS POR SAPATOS” E DISCUSSÃO

O grupo: “Loucas por sapatos” se auto define como um grupo para compartilhar a paixão por sapatos e foi criada em 6 de maio de 2012.

Nesse grupo são encontradas fotos de sapatos, mais também as participantes compartilham promoções, ideologias, comentam fotos de sapatos que as famosas usam livros a respeito do tema, dicas de como organizar os sapatos e as participantes também deixam suas opiniões de gosto, a respeito dos sapatos postados e de combinações de sapatos com roupas. O grupo é também destinado a vendas.

Durante a observação algumas postagens foram bem significativas, entre elas as postagens abaixo:

Figura 22: Imagem sobre sapato e status



Fonte: <https://www.facebook.com/loucasporsapatos1/?fref=ts> (2015).

Essa frase revela a relação entre sentir-se superior em altura e sentir-se de um nível social alto. Supondo que não só a postura e altura mudam quando se está de salto, mas que usar salto pode aumentar a ideia de nível que a sociedade te vê. Isso é pretendido, com a expressão “alto nível”, que pode revelar também não só a ideia de nível social, mas viver em alto nível pode dizer que tudo que você vive na vida é da melhor forma possível.

Figura 23: Imagem sobre sapato e força



Fonte: <https://www.facebook.com/loucasporsapatos1/?fref=ts> (2015).

A ideia que os sapatos de salto alto, levam as princesas dos contos de fadas, até os seus sonhos, como nos contos de cinderela e Dorothy (Mágico de oz), parece estar presente na afirmação presente nessa imagem.

Na imagem diz que quando alguém julgar o teu caminho, deve-se emprestar os seus sapatos. Subentende-se através dessa premissa que os sapatos “sabem” dos obstáculos que algumas mulheres precisam enfrentar, pois as acompanham e as levam aonde elas querem ir. Pode-se observar também que o sapato da imagem parece desgastado, porém mesmo assim é gracioso, fazendo relação com as mulheres que ficam graciosas pela postura e andar facilitado pelo uso do salto, mas ao mesmo tempo elas sentem dor e desconforto. Mesmo assim, a maioria delas não deixam os sapatos de lado.

Nessa imagem há um comentário de uma curtidora da página que chama atenção, sobre emprestar os sapatos ela diz: Nem pensar, kkkk. Isso afirma ainda mais a relação de possessividade dela com os seus sapatos.

Figura 24: Imagem sobre o par perfeito



Fonte: <https://www.facebook.com/loucasporsapatos1/?fref=ts> (2015).

A proposição feita nessa imagem associa a vida afetiva das mulheres com o vínculo que as mesmas possuem com seus sapatos. O desejo pelo par perfeito na vida amorosa, que se subentende que seja alguém com quem se cria um vínculo de reciprocidade e tendo como percepção que quando se fala em par perfeito a expressão carrega em si, um sentido de combinação, de alguém que seja compatível com os desejos da pessoa e ao mesmo tempo alguém que seja perfeito por que reflete as idealizações da mulher. Subentende-se assim que as mulheres anseiam por sapatos que tenham relação de compatibilidade, e que combinem com sua personalidade e o seu

estilo de vida. Nessa expressão se fala em par perfeito também percebe-se a relação dupla da palavra “par”, pois sabe-se que os sapatos são usados em par. O duplo sentido só enfatiza a relação de parceria, de confiança que as mulheres desejam que seus sapatos tenham, para que sejam não só” artefatos de proteção, ou enfeites”, mas instrumentos de conquista.

Nessa imagem não há nenhum comentário, mas vinte e duas curtidas e onze compartilhamentos.

Figura 25: Meme das princesas da Disney e Frida Kalo



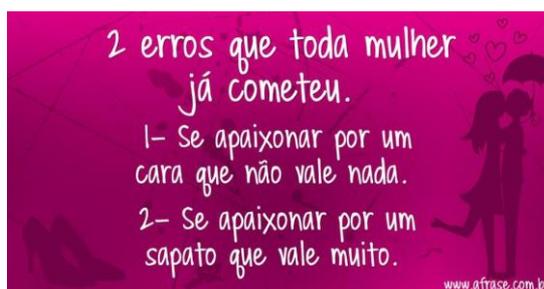
Fonte: <https://www.facebook.com/loucasorsapatos1/?fref=ts> (2015).

Nessa imagem é feita uma releitura moderna entre as princesas da Disney e Frida Kalo, com a pós-modernidade. Nela as princesas estão em uma mesa bebendo em poses descontraídas. A expressão: A vida não é um conto de fadas, quer dizer que as coisas não são tão fáceis assim no mundo real. Enquanto que a expressão: Se você perdeu o teu sapato à meia-noite é por que você está bêbada. Tenta remeter a história da cinderela, em que a mesma perde os sapatos, quando está às pressas, para que o feitiço da fada madrinha se acabe, mostrando assim sua verdadeira face de gata borralheira. Como no mundo pós-moderno não existem príncipes com encantos (reforçada pela expressão: A vida não é um conto de fadas) O motivo da perda do sapato não é o medo do encanto da princesinha acabar, e sim o excesso de bebida alcoólica. Isso demonstra o grau de independência em que a mulher pós-moderna vive na sociedade atual. Pois tem outros objetivos que não são arranjar um príncipe e os seus sapatos são

tão amados que o único motivo pelo qual ela esqueceria seria a falta momentânea de consciência causada pela bebida.

O comentário mais significativo presente nessa imagem é o seguinte: Até pode beber, mas perder o sapato nunca. Isso significa que o amor e cuidado pelos sapatos é tão grande que mesmo sob efeito de bebidas alcoólicas elas afirmam, não correr o risco de perdê-los.

Figura 26: Imagens sobre caprichos femininos



Fonte: <https://www.facebook.com/loucasporsapatos1/?fref=ts> (2015).

Para uma mulher que adora sapatos, se apaixonar por um sapato muito caro, pode ser um desfalque nas suas finanças, pois muitas vezes mesmo sem precisar de sapatos, cedem a esse objeto de desejo. Enquanto isso na vida amorosa muitas vezes, as mulheres se apaixonam por homens que não são compatíveis com o que elas esperam na personalidade e no modo de ser, mas tendo a consciência ou não disso elas se aventuram em relações assim. Isso também pode ser associado ao fato de os saltos altos não serem os melhores companheiros, pois podem machucar, podem causar calos, podem ser desconfortáveis, porém mesmo assim fazem a mulher desejar calça-los.

Nessa imagem não há nenhum comentário, porém há 101 curtidas e 69 compartilhamentos.

Figura 27: Sapato com frase no solado



Fonte: <https://www.facebook.com/loucasporsapatos1/?fref=ts> (2015).

Sabe-se que a expressão: “Felizes para sempre”, está presente em quase todos os contos de fadas e que essa expressão se dá quando a história está quase no fim e tudo ocorreu conforme se esperava. No sapato de salto preto presente na foto, aparece essa mesma expressão, talvez com o desejo que tudo corra bem, que tudo aconteça da melhor forma possível. Essa expressão que se encontra no plural (Felizes para sempre) significa que não se é feliz sozinho, se é feliz em companhia e mesmo que não se tenha um príncipe como nos contos de fadas. Os sapatos podem fazer a companhia que as mulheres anseiam. “Felizes” da expressão podem estar implícitos: você e seus sapatos.

À medida que a mulher levanta o pé para andar é que a expressão aparece, como no caso dos egos internos e externos de Lurie (1997) em que do lado mais interno(ou do lado que não vemos totalmente, com tanta facilidade, estão escondidos os desejos mais profundos da usuária, pois embora a mulher seja moderna ou sensual, poderosa e inteligente, internamente ela tem um desejo de plenitude, não só na vida amorosa, mais na vida social, profissional e na sua relação com seus familiares. Os sapatos fazem parte disso,(como no conto de Dorothy e cinderela) pois onde quer que essa mulher esteja os saltos altos irão acompanhá-las.

Nessa imagem não há comentários, mas cinquenta e três pessoas curtiram e quatro compartilharam.

10.RESULTADOS DA PESQUISA COM O PÚBLICO SENSUAL

Figura 28: Sapato Louboutin (coleção Outono/Inverno 2015).



Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia> (2014).

Cor: [1] A cor passa paixão calor; [4] Essa cor da uma sensação de poder e sedução; [5] Para mim essa cor representa uma pessoa que não foge a luta; [7] Cor que remete a força e feminilidade; [10] Não tem como não ser notada com um sapato dessa cor; [11] Pra mim um sapato vermelho tem uma força semelhante a um batom vermelho, é pra ocasiões em que se pretende atrair os olhares; [15] cor de gente que vai a luta pelo que quer, passa ousadia e pretensão; [18] Uma cor que transparece uma vontade de agir, de tomar conta da situação; [16] Essa cor passa uma personalidade que tem a ver com liderança e atração;

Textura: [3] Uma textura tão lisa que chega a lustrar, parece vitrine, passa um ar de limpeza e ao mesmo tempo de desprezo, por que a vitrine está lá parada, e não está nem aí pra quem passa; [8] A textura da um ar de preciosidade, de algo que não pode ser tocado; [12] textura que se assemelha a de uma coisa muito limpa, passa certo ar de superioridade; [13] Essa textura dá um refinamento, é muito lisa, só coisa muito cara é assim; [14] A textura atrai, dá vontade de passar a mão, parece que está envernizada;

Modelo: [7] O bico é muito fino e o salto alto demais, mesmo assim eu arriscaria em um lugar que eu ficasse sentada; [1] lindo, clássico, chique muito diferente dos sapatos comuns; [4] Parece uma flor nos pés, dá delicadeza, ao salto que é tão grande; [8] O modelo é lindo por que mesmo sendo um scarpin ele não é comum, tem umas curvas que parecem de uma escultura; [6] A inclinação do salto e das curvas onde fica o calcanhar, se completa, fazem uma conexão e parecem que equilibram as curvas do corpo da mulher, isso lembra muito aquelas roupas de couro que empinam o bumbum;

Memória: [6] Muito pontudo, parece o sapato do filme o diabo veste Prada; [4] Parece uma flor nos pés, dá delicadeza, ao salto que é tão grande; [3] Lembra aqueles filmes de antigamente em que antes de mostrar os personagens, eram mostrados os pés e só depois a câmera ia subindo para o rosto; [5] Esse sapato parece que foi feito para mulheres poderosas e ao mesmo tempo em que tem uma imaginação boa, parece sapato de estilista; [3] Lembra uma obra de arte, uma escultura; [8] Eu gostei muito da forma é diferente, é uma forma que parece uma escada, só que redonda;

Comentários: Os níveis Viscerais de Norman (2008) são perceptíveis, quando a reação imediata, sendo positiva ou negativa, influencia na forma como o sapato (figura 28) é visto pelas entrevistadas. Como por exemplo, ela [1] e [4] nesses dois casos, além de ser uma resposta ao o nível visceral que esse sapato atua também se relaciona com o que Mirkin (2001), afirma sobre essa cor, ligando sua percepção com força, vitalidade e calor.

Sobre o nível comportamental: podemos perceber a relação de uso com o sapato quando a entrevistada: [7] diz: O bico é muito fino e o salto alto demais, mesmo assim eu arriscaria em um lugar que eu ficasse sentada. Além disso, a respostas: [12], sobre textura, faz relação com a figura 22, da pesquisa netnográfica que relaciona o uso do salto ao status e sensação de superioridade.

A afirmação da mesma denota a aparência de desconfortável que o produto (figura 28) tem, mas diante da reação positiva que teve no outros níveis (comportamental e reflexivo) isso não influencia na vontade de usar o produto da entrevistada. A textura desse sapato, segundo Mirkin (2001) é

associada a sensualidade e ao status, o que é visto também na respostas das entrevistadas sobre a textura.

O nível reflexivo nesse sapato (figura 28), cada entrevistada fez a sua ligação pessoal com os sapatos, à resposta [13] sobre memória, foi interessante, por que ressaltou o caráter de obra de arte que Louboutin usa em sua publicidade.

Figura 29: Sapato Bis um bout Louboutin (coleção Primavera/verão 2012).



Fonte: <http://i46.photobucket.com/albums/f125/dannncampos/Belamina/sapato.jpg> (2015).

Cor: [3] Essa cor está linda, ainda mais em combinação com o vermelho, passa sofisticação; [5] passa uma sensação de mistério de algo que não foi revelado totalmente; [6] A cor é bem versátil, vai bem com quase tudo e passa um ar de que a pessoa está sempre pronta para aventuras; [7] passa certa austeridade; [9] a cor transmite confiança e ao mesmo tempo criatividade; [2] O preto passa uma sensação de coisa refinada e com o vermelho parece que a pessoa está tentando ser discreta e espontânea ao mesmo tempo;

Textura: [3] A textura do plástico parece ser muito desconfortável, mas eu usaria com certeza, ela me passa um ar de que os pés estão sempre sendo vistos como objetos de desejo; [2] A textura do sapato não é brilhosa, mas também não é opaca, parece a de um tecido mais grosso, feito tecido de forração de móveis, dá uma sensação de coisa cara; [10] A textura passa sensação de frieza; [18] textura de coisa seca que não tem brilho, de coisas que se auto definem, por exemplo, coisas que não precisam ser explicadas, por que a maioria das coisas que se auto define são difíceis de definir;

Modelo: [9] me passa elegância, classe e certa ousadia pela transparência; [8] O modelo parece de uma pata de animal, por que no final

só fica essa parte redonda, preta ressaltando do resto do modelo e como as patas de animais são redondas, ele se parece com uma; [12] Gosto muito do modelo por que deixam os pés a mostra, não parece que a pessoa está se exibindo, mas na verdade a pessoa está, passa um exibicionismo discreto, quase desprezioso; [17] Esse modelo com essa tirinha na panturrilha, passa suavidade e elegância; [20] é um modelo extremamente elegante, um sapato para ser admirado, provavelmente ninguém vai olhar pra a sua roupa, só para o seu sapato, é bem ousado;

Memória: [9] lembra sapato de peruca; [10] Eu associo a minha chefe, ela gosta de sapatos assim, é uma mulher bem decidida; [18] Lembra essa personagem de Giovana Antoneli, da novela: “A regra do jogo”; [17] Lembra sapato de modelo de passarela; [19] Não me lembra coisas boas, me lembra uma sandália horrorosa da década de noventa que tinha um salto de cristal, que fazia um barulho, horrível na rua; [20] lembra O cisne negro, tem uma beleza frágil, misturada com maldade;

Comentários: A afirmação: [3] sobre a cor (figura 29), revela que o nível visceral, faz com que já de início se afirme uma relação de negatividade ou de positividade como ocorreu nesse caso. Além disso, o que diz: [5] e [2] sobre a cor preta é compatível de certa forma, como o que afirma ao que Lurie (1997) associa que é a elegância e o mistério.

Para [9] a transparência está associada a ousadia, assim como para Mirkin (2001).

Sobre o modelo do sapato (figura 29) o que diz [12], [17] e [20] está associado a percepção comportamental de Norman, pois elas pretendem agradar aos olhos alheios, além de si mesmas.

Sobre a memória, a maioria das conexões foi com personagens fortes. O que tem relação, com o que foi visto no capítulo: O perfil da mulher Louboutin. Isso também se relaciona com a figura 23 da pesquisa netnográfica que diz que diante dos desafios as mulheres, podem sentir desconfortos para galgar seus objetivos, porém continuam tentando. A imagem reflete a força feminina disfarçada de delicadeza.

Figura 30: Pep toe Louboutin (coleção Primavera/verão 2012).



Fonte: <http://internetparatodos.blogs.sapo.pt/1159760.html> (2011).

Cor: [2] Eu amo azul, e assim meio cintilante ficou bem chamativo; [5] não gosto muito de azul, mas sendo Louboutin, eu usaria qualquer cor; [1] Que sapato lindo, muito chique a cor também é bem diferente, de gente com personalidade; [10] O azul é mais leve e esse preto parece que dá um ar de caro, de sofisticado; [9] Essa cor parece a cor do mar, um azul bem puro, muito bonito, esse contraste do azul com o vermelho que aparece no salto, ficou tão ousado; [7] Não é todo mundo que tem coragem de usar essas cores juntas tem que ter muita personalidade, mas amei; [4] Se fosse todo vermelho eu com certeza usaria; [8] Passa uma sensação de liberdade, de que ninguém tem o direito de mandar em você se estiver usando um desses;

Textura: [17] Parece textura de roupa de cama; [3] a textura meio acetinada dá a impressão de coisa chique pra ser usado em cerimônia; [18] Eu gosto da textura por que não é aquela coisa brilhosa, mas também não é totalmente opaco, deve ser bom de pegar e não deve dar impressão que o pé vai escorregar; [9] a textura da parte de cima, parece estar saltando da sandália, dá um ar de ostentação;

Modelo: [1] esse modelo parece ser muito confortável; [9] Lindo, mas para usar com uma roupa discreta, como jeans e camiseta branca. [16] Extravagante, pesado, chamativo; [12] gostei, pois a plataforma parece bem confortável; [5] Passa uma sensação de alegria e vigor; [11] Esse modelo de

sapato deixa meus dedos escorregando na frente da a impressão eu o pé vai sair todinho pra frente, acho meio estranho; [8] A pesar de ser bem alto, esse salto por não ser tão fino, dá a ideia de equilíbrio; [3] Esse modelo parece meio vintage, de anos passados, eu gosto de roupa assim, e mostra a parte de cima do pé, fica lindo; [7] Adoro sapato assim, tenho vários, é confortável por que tem essa meia pata na frente e ao mesmo tempo deixa uma impressão de mulher forte;

Adornos: [10] Essas aplicações parecem bordadas, parecem florezinhas são lindos, amei as pedras preciosas no salto, apreço que a pessoa vai andando e deixando as pessoas seguindo ela; [12] Os adornos se assemelham com uma rendinha, e renda pra mim passa nudez e desfrute; [6] Esses enfeites parecem raminhos de flores pra mim, só que as flores são preciosas, isso pra mim passa uma sensação de feminilidade e sensualidade;

Memória: [12] Me lembra de sapatos da Disney, usaria com certeza; [8] Parece aquelas roupas de toureiro, e ainda com esse salto vermelho, ficou mais parecido ainda; [5] Não sei por que mais pra mim lembra Penélope cruz, sei lá combinaria com as roupas que ela usa nos filmes de Almodóvar, um contraste de cores bem latino; [10] Lembra um sapato que eu tinha quando era mais nova, claro não tinha essas pedras, mas eu amava ele, pena que ele acabou se abrindo na lateral(não era um Louboutin) tentei consertar mais não consegui, nunca mais achei um sapato parecido, esse dai eu com certeza compraria, só porque parece o meu;

Comentários: Sobre a cor (figura 30) [2] e [1] remetem a força que o nível visceral tem de causar reações imediatas. Ainda sobre a cor azul, Mirkin (2001) relata que O azul significa civilidade, status social, estabilidade, dignidade, espiritualidade. Isso pode ser visto também nas respostas: [10 e 8].

Ainda sobre a cor (figura 30) a afirmação: [7] e [8] dizem respeito às relações dos sapatos com a personalidade que elas imaginam que essa mulher tenha o que se enquadra no nível comportamental. O status é bem comentado por elas, justificando o desejo, a afirmação [3] sobre textura, também se refere ao sapato da mesma forma.

Sobre o modelo (figura 30) a resposta [11] a entrevistada se refere a usabilidade do sapato, o que está ligado ainda ao nível comportamental, ainda nessa parte, a entrevista afirma que essa usabilidade interfere na estética do produto.

No nível reflexivo, ligado à memória, o sapato (figura 30) é relacionado a coisas latinas, que por sua vez tem uma conotação sensual, talvez por serem países tropicais e pelas danças, que envolvem movimentos nos quadris, como lambada, salsa, merengue entre outras.

A pesquisa netnográfica relaciona-se com os resultados obtidos para esse sapato, no sentido de status que motiva a compra e afeição por sapatos como é visto na figura 22.

Figura 31: Pep toe Maralena (coleção de clássicos Louboutin)



Fonte: <http://emporiotrend.blogspot.com.br/2012/10/sapato-de-christian-louboutin-e-eleito.html> (2012)

Cor: [5] É meio nude, o prateado também é lindo, usaria num evento de gala; [8] essas três cores ficaram lindas juntas e passam riqueza e poder; [9] Amo prateado, dá a impressão que a pessoa está saindo de casa pra ganhar algum prêmio, para atrair holofotes; [12] O prateado passa luz e elegância para mim; [17] prateado com vermelho pra mim é como reluzir em um tapete vermelho; [19] Essa cor passa brilho pessoa, a pessoa que usa um sapato com essa cor, quer brilhar; [20] transmite clareza e chama a atenção;

Textura: [8] A textura dá vontade de ficar passando o dedo nas pedrinhas; [7] Gosto da textura por que parece que você está com o pé cravejado de diamantes, isso dá um aspecto de preciosidade na mulher; [19] A textura lembra a de uma caixinha de joia, que quando é aberta e quando se passa a mão, você sente só as pedrinhas das joias; [20] Essa textura passa

um ar de que a mulher está reluzindo; [10] A textura dá uma ideia de coisas espelhada, de coisa chique;

Modelo: [4] Perfeito, deve deixar o pé lindo, lindíssimo, mas dá a impressão de ser muito delicado, não deve segurar o pé; [1] Requitado, de certa forma delicada, elegante; [9] o modelo passa elegância e modernidade; [13] O modelo parece que as pedras preciosas estão subindo dos pés e de apoderando da mulher, é muito exótico; [4] Esse modelo de sapato deixa o pé transparecendo e ao mesmo tempo, parece que as listras que envolvem o pé está querendo se juntar e fechar o pé da pessoa que usa, como se quisesse cobrir nos pés; [9] é um modelo adequado para eventos especiais;

Memória: [5] Parece sapato de vilã rica; [3] Parece aqueles sapatos de Oscar, sabe, não tem como alguém se sentir feia com um desses. [5] Lembra o sapatinho de cristal da cinderela, mas com um ar de maldade, é como se fosse à imitação do sapato de cinderela, na versão da madrasta; [6] Lembra eventos de gala; [7] lembra aquele globo de festa, lembra coisas feitas para usar a noite; [9] Lembra aqueles sapatos de Fernanda lima, naquele programa: “amor e sexo”;

Comentários: O nível visceral na resposta de [5] e [9] sobre a cor (figura 31), é ainda mais imediato. Sobre o nível visceral respostas como: [8], [12], [17] e [20], revelam que os olhos das usuárias, ao ver esse sapato já ligaram a coisas que para o público sensual segundo Camargo (2014) são denominadas como positivas, como chamar atenção por exemplo.

Sobre o nível comportamental a resposta [4], a respeito do modelo (figura 31) demonstra que a delicadeza aparente do sapato que pode contar a favor no nível visceral, dá insegurança ao sapato, em relação ao uso prático.

Para o nível reflexivo: de forma geral, coexistem elementos ligados a coisas delicadas e ao mesmo tempo mesquinhas, assim, como no sapato anterior, coisas que para Lurie (1997) estão ligadas à sensualidade. Como quando em seu livro, ele fala dos vampiros que tem essa relação de delicadeza, de beleza e ao mesmo tempo são traiçoeiros. É uma relação que causa atração.

Ainda sobre memória: [5] demonstra uma desconstrução da princesinha dos contos de fadas, assim como na figura 25 , da pesquisa

netnográfica em que a princesa é retratada numa roda de amigas, bebendo em posições descontraídas. Demonstrando independência e pós-modernidade.

Figura 32: Sapato Louboutin (coleção Outono/Inverno 2015)



Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia> (2014)

Cor: [1] O preto com o branco, passa um pouco de formalidade; [6] Gosto da mistura de preto com branco por que combina com tudo e é clássico; [7] Gosto do preto por que é casual e formal ao mesmo tempo; [10] As cores junto com o vermelho combinam muito, e fica muito elegante; [11] O contraste de preto com branco lembra coisas opostas, coisas que são paradoxais, como noite e dia;

Textura: [1] A textura parece de colmeia de abelha; [2] As listras parece um xadrez, mais é mais orgânico, passa versatilidade; [4] Parece couro de cobra de jacaré sei lá, passa frieza e determinação; [6] Essa textura passa maldade, parece uma tela, parece que as listras querem sufocar a parte branca do sapato; [16] A textura lisa das listras que passam na frente do pé dão uma sensação de labirintos e a textura mais seca da parte de baixo, passa um certo desconforto; [8] Dá uma ar de malevolência;

Modelo: [9] Super lindo, parece um espartilho; [7] Perfeito é pra causar; [6] gostei, parece que o pé foi preso numa cela; [7] tem uma geometrização bem legal, das linhas com as curvas do sapato, dá um ar de

coerência nas decisões; [4] Sensação de surrealidade; [9] Usaria para um evento de galeria de arte, ou exposição de fotografia; [13] Deve dar segurança, por prender o pé;

Memória: [5] Cela de cadeia; [6] lembra Cruela do filme: Dálmatas; [16] Lembra vilãs de filme infantil; [8] Lembra coisas da natureza, formas orgânicas e lembra pele de réptil; [7] Lembra Tim Bourton; [9] lembra o personagem chapeleiro maluco; [4] Se eu usasse esse sapato me sentiria dentro de um filme; [18] Lembra a princesa guerreira; [20] Novamente as relações de arte que os sapatos passam na publicidade, aparecem num nível comportamental, quando a respeito do modelo, a usuária; [9] Se imagina usando para um evento relacionado à arte, mostrando que o sapato tem uma certa individualidade exótica, que as obras de arte pedem;

Comentários: O nível visceral está presente em todas as afirmações sobre as cores (figura 32), principalmente na afirmação de [6] sobre a cor e a afirmação [7] sobre o modelo também que é ainda mais rápida. A afirmação sobre as cores brancas e pretas remeterem a coisas opostas, coerente de acordo com o que diz Lurie (1997) em que branco passa pureza e preto mistério e coisas mais obscuras, mas ao mesmo tempo elegância.

Sobre o modelo (figura 32) o comentário [9] representa tanto o nível reflexivo como o visceral, pois mexe com a lembrança e ao mesmo tempo a fez afirmar que era lindo, de imediato. A afirmação [13] sobre o modelo remete que a sensação física de que os pés estão seguros fazem com que o modelo ganhe a confiança dessa entrevistada, o nível comportamental assim, age de forma positiva.

Em um nível reflexivo, esse sapato (figura 32) é relacionado a personagens fortes [18], excêntricos [9] e criativos [7] e ainda com as vilãs [16]. Quando as pessoas têm experiências boas e positivas com esses personagens, ou algo na personalidade que seja parecido, ou que deseja que seja. Essas interpretações tornam junto com os outros níveis, o sapato objeto de desejo. Sinônimo de força também é a figura 23 da pesquisa netnográfica que diz: “Quando alguém te julgar, empresta-te seus sapatos”. Sendo os sapatos significando uma prova dos obstáculos do caminho pelo qual a

mulher passou para chegar onde está sendo assim essa força também revela um pouco de status.

Figura 33: Scarpin Louboutin (coleção não identificada)



Fonte: <http://garotabeleza.com.br/sapatos-de-laco-preto-vermelho-e-rosa/> (2015).

Cor: [3] Contraste do preto com a sola vermelha fica incrivelmente elegante e especial; [6] preto vermelho e branco são cores que ficam lindas juntas e passam um ar de diversão; [7] as cores lembram medo, filme de vampiro, mas o laço trás um ar espontâneo e descontraído Cor; [16] a cor preta pra mim dá uma sobriedade de gente que pode; [5] O preto fica bem com tudo não me imaginaria usando um sapato com esse laço tão grande se não fosse numa cor discreta; [2] Amo o contraste de preto e vermelho parece uma coisa bem provocadora; [1] Essa cor é poderosa por que deixa você chique sem medo de errar; [14] A cor é bem glamorosa esse laço preto com branco ficou clássico por causa das cores; [17] a cor lembra noite festa e balada [18] preto com vermelho dá um toque de mistério;

Textura: [4] O preto parece um pouco um veludo, pois tem uma textura que muda de conforme muda a direção do olhar; [9] Essa textura dá vontade de passar a mão; [16] Essa textura parece uma forração de coisas antigas, daqueles móveis coloniais; [20] Sensualidade poder exuberância o veludo é uma coisa mais sofisticada textura de coisa cara, coisa importada, a textura é meio translúcida, provocante, pois ao olhar o sapato vai ganhando volumes e sombras; [17] Uma textura que agrada os olhos, lembra uma coisa acolchoada; [7] Essa textura embora aqueles móveis antigos, coloniais. As forrações deles;

Modelo: [1] O modelo com esse laço parece que ao andar deixemos rastros, fazendo todo mundo olhar pra provocar mesmo; [10] andar com esse laço deve incomodar; [12] Acho super bonito, por conta do laço bem diferente; [20] Exclusivo único; [15] Lembra-me de uma linda mulher do glamour de Hollywood; [1] Sapato de festa quase convencional, mas chama a atenção; [9] Sapato convencional de festa; [4] Tem certo glamour de passarela [16] parece muito desconfortável, deve afunilar o pé na frente;

Memória: [1] Lembra passarela, uma coisa bem diferente; [3] Os laços parecem laço de presente; [4] Os laços me dão insegurança parecem que ao se soltar arrastar no chão e me fazer tropeçar; [6] Eu me lembro daquelas caixinhas de musicas antigas, de quando eu era criança, que eram revestidas de camurça com essa cor; [14] Os laços lembram Hollywood e glamour;

Comentários: A respeito do nível visceral, comentários denotam a percepção direta que as entrevistadas tem dessa *Pep toe* (figura 33). [6], [2], [1], [17]. Nessas respostas, pode-se perceber que o significado das cores para essas mulheres levam elas a um imediatismo de positividade.

Segundo Lurie (1997) o preto e branco, tem significados opostos, porém os dois para Mirkin (2001) podem representar status, visto que o branco pela dificuldade em lavar, em outras épocas era uma cor que só mulheres de classe social alta, podia se dar o luxo de usar sempre. E o vermelho que pode ser um sinal de provocação para [2] é também um sinal de alerta e sedução para mirkin (2001). Ainda sobre a cor (figura 33), ela se torna um dos motivos para [2] usar o modelo de sapato, dessa forma o nível visceral, ameniza os outros níveis que para essa pessoa não são tão positivos assim, isso mostra que nenhum nível é mais importante que outro.

Nível comportamental fez as entrevistadas responderem [10] e [16], a respeito da insegurança em relação o modelo, porém as mesmas, afirmaram coisas positivas a respeito dos outros níveis. Sobre a memória a resposta [4] remete a insegurança que mesmo um adorno que é um elemento estético pode trazer para o sapato (figura 33), ou seja, um aspecto que é do nível visceral acabou causando uma impressão comportamental negativa.

Sobre o nível reflexivo a resposta [6], mostra que mesmo as memórias da infância podem influenciar nas relações que temos com os produtos, as

respostas de [1] e [14] associam esse sapato (figura 33) a glamour e sofisticação.

Figura 34: Pep toe Christian Louboutin (coleção Primavera/verão 2014)



Fonte: zankyou.terra.com.br (2011).

Cor: [11] Essa cor dá um aspecto de limpeza deixa meu pé bonito; [12] Representa uma coisa mais clássica, é uma cor que fica bem em qualquer tom de pele; [9] É uma cor pra não errar; [10] A cor passa claridade e limpeza; [11] Essa cor remete a coisas leves, sem pretensão; [17] A cor passa certa discricção, mas que é quebrada pelo modelo da sandália que é um pouco extravagante; [3] Passa uma sensação de pureza; [8] usar essa cor traz um certo equilíbrio na hora de escolher a roupa, por que dá pra ousar mais;

Textura: [10] Traz a questão do moderno retrô; [1] Lembra conforto e modernidade; [5] É uma textura um pouco grossa, remete a coisas mais rústicas; [7] É uma textura que se assemelha a couro, mas um couro opaco que traz conforto e despretensão;

Modelo: [3] Não gosto muito desse modelo da impressão que o pé é bem grande; [3] Gosto de alcinha que prende nos pés porque deixa o pé preso e por que dá ideia; [13] O franzido é lindo parece de delineia o pé e deixa o pé mais bonito; [12] Modelo lembra mulher da alta sociedade apertado na sandália e segura; [19] Parece deixar o pé bem desenhado esse modelo; [9] Amei, ficaria lindo num vestido bem justo; [7] Meia pata um pouco exagerada; [8] Muito pesado e extravagante;

Memória: [7] Parece sandália antiga anos 40, sei lá; [6] Parece sandália de pin up; [2] [9] Não gosto por que parece a sandália da Dona Florinda do seriado : Chaves; [20] Lembro do romantismo dos filmes da década de 50;

Comentários: Nessa Pep toe (figura 34), no nível visceral, todas as respostas referentes à cor, conseguem transmitir rapidamente a percepção das entrevistadas, Mirkin (2001) relaciona a cor branca à confiabilidade, o altruísmo e o status. Isso de certa forma também uma relação com as respostas [3] e [10].

Já o nível comportamental, falando a respeito modelo (figura 34), [8] se refere ao calçado como sendo pesado e extravagante, esse peso, pode tanto se referir a parte estética, mas também a impressão de que a sandália pesa(nível comportamental). O nível comportamental também esta presente na afirmação de [7] que relaciona a textura à conforto e despreensão.

De acordo com o nível Reflexivo, a mulher percebe esse sapato, fazendo relação a lembranças de coisas vintage, o que realmente é verdade, pois esse sapato (figura 34) surgiu nos anos 40 no pós-guerra, para aumentar a feminilidade das mulheres. Vê-se também nas respostas de [20] que as lembranças não só atuam de forma positiva, mas também de forma negativa, isso ocorre quando ao olhar um produto, lembramo-nos de um personagem o qual não associamos coisas boas, como por exemplo: Dona Florinda, que era uma mulher que vivia de bobs no cabelo e avental, passando uma aparência desleixada e nada atraente.

Figura 35: Scarpin Louboutin (coleção Outono/ inverno 2013)



Fonte: Br.vazlon.com.br (2015).

Cor: [6] A cor lembra limpeza; [3] A cor não ficaria bom na minha pele que é morena talvez um nude mais escuro ficaria melhor; [4] A cor é linda e fácil de combinar; [9] Lembra classe; [7] lembra elegância; [9] lembra sofisticação; [9] Passa descrição, suavidade, dá impressão de uma coisa impecável; [12] Passa sensação de inocência; [13] Uma cor que remete a coisas leves, mas que ao mesmo tempo parece muito séria;

Textura: [1] A textura é meio envernizada, porém um brilho mais áspero não sabe se por causa da cor; [6] Essa textura remete a classe e elegância; [4] A textura me passa uma sensibilidade chique; [9] A textura passa segurança e conforto, por que nem é tão grossa, nem tão escorregadia; [10] Da uma sensação de leveza;

Modelo: [5] Elegante e discreto ao mesmo tempo; [8] Ideal para o dia a dia, passa descrição e elegância; [8] sensação de limpeza e clareza; [8] Não dá pra imaginar que alguém que use esse sapato, engane alguém; [1] Esse modelo eu usaria todos os dias, seria um queridinho, pois combina com tudo;

Memória: [4] Lembra coisas da Grécia não sei se por que lá as roupas costumam mostrar muito as pernas; [1] Filme darty dancing; [8] Lembra passeios durante o dia sem perder a elegância; [4] Lembra uma coisa primaveril;

Comentários: Assim como no sapato anterior, todas as afirmações sobre a cor desse sapato (figura 35) fazem parte do nível visceral. Sobre a classificação sobre a delicadeza da cor de [9] e [7] clareza e elegância. Já Kalil (2011) classifica-a como perturbadora e uma sensualidade discreta. O que de certa forma tem ligação com os atributos respondidos na pesquisa. Talvez as respostas digam mais respeito à facilidade com que essa cor é absorvida pelo olho humano e a facilidade de se adaptar a um vestuário, sendo assim classificada como clássica e formal.

Nas duas respostas [9] e [10] sobre textura, mostra que a textura (figura 35) também fundamenta o nível comportamental e que a segurança de se estar usando um objeto, também se relaciona com a cor, por que provavelmente a sensação de leveza da cor, influenciou a resposta de [10]. Também no nível comportamental, buscando trazer uma ligação de

personalidade da pessoa que usa ou usaria esse sapato (figura 35), quando, sobre o modelo, [8] responde que não dá para imaginar que alguém que use esse sapato engane alguém. Isso passa para essa pessoa uma sensação de segurança, em que as outras pessoas irão entendê-las como confiantes.

Pelo nível reflexivo, pode-se classificar esse sapato como vintage ou um tanto tradicional, uma vez que as respostas remetem a épocas passadas, [4] Grécia e [1] anos oitenta. Porém como esse nível é bem pessoal e de acordo com as experiências das pessoas, não importa que a Grécia não tenha relação com os anos oitenta, e mesmo assim podem ter, como por exemplo, no cuidado com as proporções, que era um ideal grego, e que voltou nos anos oitenta, com a preocupação com o corpo perfeito.

A resposta [1] a respeito do modelo (figura 35) sugere uma relação de afetividade com o sapato, quando a entrevistada diz que o mesmo, viraria um queridinho, pois combinaria com tudo. Isso se vê também na figura 24 da pesquisa netnográfica, em que se deseja um sapato perfeito, talvez esse pudesse ser o sapato perfeito para a entrevistada, pois combinaria com todas as suas roupas, essa relação afetiva tem um nível que segundo a pesquisa netnográfica, se assemelha a um afeto de relacionamento amoroso.

Figura 36: Sandália Louboutin (coleção Outono/Inverno 2015)



Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia> (2014)

Cor: [4] É linda essa cor; [1] A cor dá uma sensação de alegria refinada; [6] O violeta para mim passa certo encantamento, o rosa passa feminilidade e a laranja dá uma sensação de energia; [7] As três cores juntas me passam alegria; [10] A cor laranja da pétala passa a ideia de raridade, já que há só uma pétala dessa cor; [16] Essas cores passam energia e disposição [19] remete a certo mistério e misticismo;

Textura: [4] Uma textura que parece textura de algodão doce, lembra diversão; [2] o violeta pra mim é uma cor que passa encantamento, o rosa passa feminilidade e o laranja dá uma sensação de excitação; [12] As três cores juntas, me passa alegria e feminilidade; [16] A cor laranja da flor passa uma ideia de raridade, já que há só uma pétala dessa cor; [7] A cor laranja e a rosa passam energia, calor, e o violeta passa um certo mistério e misticismo; [9] A Textura é agradável aparentemente , lembra passeios na grama verde do parque; [18] Parece macia e aveludada;

Modelo: [7] Usaria com um vestido bem leve e descontraído; [7] Mesmo sendo muito alto; [8] Com enfeite exagerado eu usaria sim; [2] Esse modelo dá uma ideia de delicadeza e ao mesmo tempo de ousadia; [5] Esse modelo parece não segurar o pé muito bem, dá certo medo de tropeçar, mas eu usaria, andaria um pouco mais devagar;

Adornos: A flor dá uma ideia de raridade, pelo fato de existir uma pétala só de cor diferente; [9] A flor parece uma orquídea; [5] As pedrinhas cravejadas na flor dão um ar de preciosidade; [8] A sensação de profundidade que a flor tem trás uma sensação de realidade e mistério; [10] A pétala laranja da flor parece que quer dizer que ela não é uma flor comum , passa uma ideia de diversão e brincadeira com as cores;

Memória: [1] Lembra a primavera; [9] Eu me lembro de parque de diversões com a disposição dessas pedrinhas; [8] Lembra filme de comédia romântica; [9] Lembra algodão doce; [11] Lembra sonho, fantasia; [13] Parece sapato de peruca;

Comentários: A respeito do nível visceral, as afirmações referentes à cor (figura 36) relacionam-se com o que disse o autor.

No nível comportamental é possível perceber a partir da resposta de [5] sobre o modelo (figura 36), que a segurança se relaciona ao modelo do sapato e a delicadeza que a textura passa para as outras usuárias, para ela pode indicar falta de segurança e medo de que o pé não se adeque ao modelo do sapato. Prejudicando a usabilidade. Ainda sobre o modelo (figura 36) e o nível comportamental resposta de [7] que apesar de achar o salto muito alto, usaria sim, por que gostou do sapato, sendo assim os outros níveis alcançaram uma positividade tão grande para ela que isso não interfere no desejo dela por esse sapato.

Sobre o nível reflexivo, as relações com as experiências e lembranças das usuárias. Todas as respostas lembram coisas que remetem a diversão, isso se relaciona com o que diz Mirkin (2001) que afirma que Sapatos enfeitados (figura 36), remetem a diversão, já que geralmente é usada a noite, longe das formalidades, afirma ainda que o sapato enfeitado é um convite ao flerte.

A fantasia e diversão parecem estar presente no grupo: loucas por sapatos, do facebook, em que a pesquisa netnografica foi feita, pois existe a relação com os contos de fadas e existe uma relação de diversão como na figura 26, que associa os sapatos ao capricho de compra-los mesmo num preço nada acessível.

Figura 37: Scarpin Louboutin (coleção Primavera/Verão 2014)



Fonte: <http://br.fashionmag.com/news/Christian-Louboutin-apresenta-novos-scarpins-com-amarracoes,405197.html> (2014).

Cor: [1] A cor passa sensualidade e sedução; [3] A cor remete a mistério e elegância; [15] Cor de gente que sabe o que quer [16] essa cor ficou muito sensual; [17] A cor é um pouco tradicional em outros modelos, mas nesse modelo ficou muito moderno e ousado; [19] A cor passa desejo;

Textura: A textura parece de quando a pessoa passa óleo no corpo e fica escorregadio; [1] Lembra coisas eróticas, noturnas, boates [11] textura de coisas requintadas; [18] gosto dessa textura passa um ar de indiferença e elegância; [19] Essa textura de couro meio envernizado, trás uma sensação de coisas sensuais; [20] A textura bem lisa nesse sapato passa irreverência e sensualidade; [4] É uma textura meio sensual, da vontade de passar a mão e sentir os vazados da textura;

Modelo: [8] Sensualidade por que lembra alguns modelos de lingerie; [9] Lindo e sofisticado; [1] Esse modelo é pra arrasar; [9] modelo de sapato de estrela de Hollywood; [11] Esse modelo remete a molduras de quadros antigos; [17] Apesar das tiras finas, não parece ser desconfortável;

Memória: [9] Parece uma tatuagem; [7] Parece uma lingerie; [10] Lembra boates, cabarés antigos; [9] Locais relacionados a promiscuidade; [18] Modelo digno de tapete vermelho; [10] As amarrações lembram sapatos da antiguidade clássica; [12] lembra dançarinas de cabaré.

Comentários: As cores como na maioria dos sapatos, passam de imediato uma sensação para as pessoas, relacionando-se ao nível visceral. Nesse sapato (figura 37) as respostas relacionam-se com o que diz Lurie (1997) que associa a lingerie preto como erótico, na resposta de [8] sobre o modelo (figura 37), coincidem essas lógicas de pensamento, pelo modelo vazado do sapato e que remete a renda. Também por ocultar e esconder (através da transparência em algumas partes) tem certa sensualidade segundo Lurie (1997).

Logo de início, as entrevistadas tiveram uma reação muito coerente com a pesquisa bibliográfica.

Sobre o nível reflexivo, nenhuma das entrevistadas afirmou sentir desconforto, ou não ter vontade de usar esses sapatos (figura 37) se deve ao desconforto. Não foi visto também a falta de desejo em usar os sapatos, isso foi observado tanto pelo sucesso dos outros níveis de reação, como também porque o sapato pode causar relação de segurança e conforto. Como na resposta [17], a respeito do modelo de tiras finas.

No nível reflexivo, as respostas relacionam-se tanto com o que os autores da pesquisa bibliográfica afirmaram, sobre o modelo (figura 37), [11]

como com obra de artifício da publicidade. De Louboutin. As respostas sobre o nível reflexivo relacionam-se a coisas sensuais e antigas. Isso está relacionado à figura 24 da pesquisa netnográfica, que relaciona o par de sapatos, com o par no sentido romântico. “O duplo sentido só enfatiza a relação de parceria, de confiança que as mulheres desejam que seus sapatos tenham, para que sejam não só” artefatos de proteção, ou enfeites”, mas instrumentos de conquista.

Figura 38: Sapato Louboutin (coleção Outono/Inverno 2015)



Fonte: <http://vogue.globo.com/moda/moda-news/noticia> (2014)

Cor: [4] Essa cor é muito charmosa; [8] Essa bota em minha opinião não poderia ser de outra cor, parece que por ser preta ela fica ainda mais sensual; [10] A cor passa certa autoridade e maldade [11] Uma cor forte e poderosa; [15] Lembra poder, uma pessoa muito poderosa; [17] Eu amei essa bota e pra mim, não poderia ser de outra cor; [19] Essa cor traz um quê de maldade, de gente que maltrata e destrói, mas que ao mesmo tempo é elegante;

Textura: [1] A textura é bem misteriosa, pois ao mesmo tempo em que marca as pernas ele esconde essa textura; [9] textura de coisa muito cara e rara; [16] passa perigo, porque distrai o olhar;

Modelo: [1] Muito sensual, adorei; [2] É poderoso e ao mesmo tempo ameaçador; [9] Existe um tom de provocação nessa bota; [7] Eu achei tão lindo, eu usaria em um coquetel, lançamento de alguma grife ou algo do tipo;

[12] O modelo é poderoso e de mulher fatal; [13] É um modelo que representa uma mulher determinada; [9] Dominadora; [4] Esse modelo lembra dominação e as linhas acompanham o corpo da mulher deixando - o marcado; [19] esse ganchinho na parte de cima de trás lembra aqueles chicotes de sex shop;

Memória: [9] De cara lembra Malévola; [6] Remete a mulher gato; [4] Lembra cabaré antigo; [7] lembra dançarina de cançã; [8] Lembra sapatos de cortesãs; [9] Lembra o jeito de madona e suas musicas; [11] Lembra Batman, passa ideia de aventura; [17] Lembra uma linda mulher;

Comentários:

Na bota analisada (figura 38) a afirmação de [8] e [17], que diz que a bota não poderia ser de outra cor, talvez se relacione com o nível reflexivo, que guarda na memória botas desse tipo, apenas nessa cor, e fazendo a relação de coerência entre o modelo da bota e a cor, em que ambos passam praticamente as mesmas sensações para as entrevistadas.

Existe uma coerência forte nas respostas das entrevistas com o que a pesquisa bibliográfica relata sobre essa bota, principalmente na relação de sadomasoquismo e sensualidade que está presente tanto na pesquisa bibliográfica como nas respostas das entrevistadas sobre a cor: [10], sobre o modelo: [2], [4] e [9]. Ainda em relação ao nível reflexivo, as mulheres das entrevistas, relacionaram essa bota, as respostas, [7] e [8] e [9] sensuais, ameaçadoras e aventureiras [9] e [11].

Quando ao nível comportamental, as respostas desprezarão a ideia de que a bota (figura 38) podia ser desconfortável, pois os outros níveis foram ressaltados a favor e transformaram o nível comportamental em algo quase imperceptível. Nessa pesquisa ele só aparece associando-se aos atributos da mulher que usa ou usaria essa bota [12].

O sadomasoquismo por sua vez, associasse ao fato de se sentir superior ao outro, como na primeira imagem da pesquisa netnográfica, em que o uso dos saltos altos, tem esse objetivo. Ao mesmo tempo os resultados dessa pesquisa também remetem a figura 25, em que a pós-modernidade traz poderes e independência que a mulher busca, não só em relações afetivas mais em tudo.

11. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ato de consumir sapatos de salto alto, está além da vontade de se sentir bem vestida. Para Furlan (2015), esse ato envolve a expressão da personalidade da mulher que usa status social e sexualidade e pode até superar a afetividade de relacionamentos amorosos. Partindo do princípio que Silva (2011) afirma que algumas mulheres lembram o primeiro par de sapatos que compraram com o seu próprio dinheiro, com mais facilidade do que se lembram do homem que beijaram pela primeira vez. Isso fortalece os resultados que a pesquisa no grupo do facebook: “Loucas por sapatos” obteve.

Existe uma relação de cumplicidade entre as mulheres e seus sapatos. Com eles, elas sentem a confiança de que irão ser acompanhadas durante a sua jornada, ou seja, até na famosa frase: “Felizes para sempre” (frase essa, presente nos contos de fadas e idealizado Por algumas mulheres, de personalidade mais romântica) os sapatos estão presentes.

O design emocional, por sua vez, tem por objetivo fazer com que o produto se torne especial e tenha um valor específico para a pessoa que tem ou que deseja ter um determinado produto. Foi possível perceber que cada nível de interação cerebral tem participação influente na escolha e na aceitação dos sapatos para qualquer tipo de público.

Para o público sensual, os sapatos Louboutin são objetos de desejo, e para essas mulheres, o nível comportamental muitas vezes não é levado em consideração. Assim, mesmo achando que o uso trará desconforto, ou não se sentindo totalmente seguras em relação aos sapatos, elas afirmaram ter a intenção de usá-los e de possuí-los.

Os níveis reflexivos de Nielsen e Loranger (2007) e viscerais de Norman (2008) dessas mulheres atuaram de forma mais assertiva em relação ao nível comportamental, tendo em vista que essas não tiveram acesso ao uso dos sapatos. Talvez, isso tenha sido um ponto limitador nesta pesquisa. A pesquisa pode ser posteriormente continuada, gerando um desdobramento da mesma. Além disso, pode ser realizada com os outros tipos de perfis.

O que as mulheres do perfil sensual buscam nos sapatos de salto alto, de Christian Louboutin, são: elegância, o uso de atributos que valorizem as formas curvilíneas da mulher. Logo, subentende-se que ela gosta de se sentir feminina através de seus sapatos. Há a presença de alguns elementos que representam intuitivamente o sadomasoquismo e a dominação para a mulher, como: o uso de correias que fecham nos tornozelos, o uso de amarrações que foi visto de forma positiva e tiveram a aceitação dessas mulheres. Isso mostra que não só através das roupas elas querem se sentir atraentes, mas também através de seus sapatos.

Presume-se que não só no perfil sensual, mas também, em todos os perfis femininos classificados pelo SENAI (2011) como: Esportivo, romântico, irreverente, contemporâneo e sensual, existem variações, pois nem sempre a mulher irá vestir um mesmo tipo de estilo. As mulheres podem ter mais de um estilo, porém sempre há um que irá predominar. Há ainda a possibilidade de estudos futuros com outros perfis de usuárias.

Em virtude dos fatos mencionados e pesquisados, somos levadas a acreditar que o sucesso dos sapatos Louboutin se deve à relação de status, sofisticação, elegância, excentricidade e raridade que prevaleceram nas respostas das pesquisadas. Os últimos atributos citados revelam que a relação da publicidade dos sapatos, fazendo menção a obras de arte, tem coerência com as respostas colhidas na pesquisa, uma vez que o público pesquisado mencionou adjetivos que se vinculavam a aparência dos sapatos, ou seja, os atributos artísticos/ plásticos.

Para o designer entender a relação emocional, prática e funcional que liga os produtos aos diferentes perfis, é uma forma de obter aceitação e sucesso no mercado consumidor.

Em especial, no objeto estudado, temos que o design emocional foi o grande diferencial competitivo, uma vez que a Louboutin empreendeu o viés sensível do indivíduo, causando desejo de posse no consumidor.

Ao deixar de lado a paridade entre forma e função, a Louboutin reafirma seu design a partir da associação subjetiva, cultural e emocional que transcendem o significado literal do artefato, sapato, para além de sua funcionalidade.

12. REFERÊNCIAS

ACHUTTI, Luiz Eduardo Robinson. **Fotoetnografia da Biblioteca Jardim. Porto Alegre:** Editora da UFRGS: Tomo Editorial, 2004. 319.

BARROS, Adil; LEHFELD, Neide A.. **Fundamentos de Metodologia científica.** 3º Edição. São Paulo: Editora Pearson, 2010.

BELCHIOR, Camilo; AMSTER, Federich Van. O design e a politica do dia a dia. Minas Gerais, 49 páginas. p. 12 a 15. Setembro. 2014.

BENZATI, Roberta. Christian Louboutin é um apaixonado por sapatos. 01/12/2012. Disponível em <<http://anoticia.clicrbs.com.br/sc/cultura-e-variedades/anexo/anexo-d/noticia/2012/12/christian-louboutin-e-um-apaixonado-por-sapatos-3969409.html>>. Acesso em: 25/11/2015.

BERGSTEIN, Rachele. **Do tornozelo para baixo.** Rio de Janeiro: Casa da palavra, 2013.

BRANCHINE, Vanda J. **O Discurso do Salto alto.** 2006.40 páginas. (Dissertação de Mestrado) – UniceuB, Brasília.

CARMEN MIGUELES. **Antopologia do Consumo: Casos Brasileiros.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CAMARGO, Maira. Você conhece seu estilo? 2014. Disponível em:<<http://mairacamargo.com.br/sem-categoria/voce-conhece-seu-estilo>>. Acesso em: 14/09/2015.

CASTANHO, Gisele. Botas. 2015. Disponível em:<<http://www.giselecastanho.com/news/botas/>>. Acesso em: 03/11/2015.

CATARIN, Cristiano. Cleopatra a rainha do Egito. 2006. Disponível em: <<http://www.historianet.com.br/conteudo/default.aspx?codigo=853>> Acesso em: 21/12/2015.

Design emocional - Edu Agni - Campus Party Brasil 2012. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=w0-pEv7FcRQ>>. Acesso em: 14/11/2015

FARIA, Larissa. Entenda a relação entre mulheres e os sapatos. 12/09/2012. Disponível em: <<http://todateen.uol.com.br/toda-diva-moda/relacao-mulher-sapato/>>. Acesso em: 20/11/2015.

FÁTIMA ISABEL CORREIA SILVA. **Quais os valores de marca transmitidos pela arte nas campanhas da Christian Louboutin?**2014. Escola Superior de Comunicação Social, 2014, Lisboa.

GD, Redação. Quatro Nomes da Saville Row reinterpretem a jaqueta driving. 2015. Disponível em: <http://gq.globo.com/Estilo/Moda-masculina/noticia/2015/05/quatro-nomes-da-savile-row-reinterpretam-jaqueta-driving.html> Acesso em: 04/01/2016.

GRESSLER, Lori A. **Introdução à pesquisa: projetos e relatórios**. São Paulo: Editora Loyola, 2004.

GONÇALVES, Xico. A história do sapato. 2009. Disponível em:<<http://www.portaisdamoda.com.br/noticialnt~id~18416~n~a+historia+do+sapato.htm>>. Acesso em: 12/04/2015.

JORDAN, Patrick W. **Designing pleasurable products**: an introduction to the new human factors. London and New York: Taylor and Francis, 2000.

LEMOS, João. História da Marca. 2014. Disponível em:<<https://marcating.wordpress.com>>. Acesso em:15/07/2015.

Lima, Paulo. E essa tal NETNOGRAFIA - Entrevista com Tatiana Tosi. 2012. <<http://www.ideiademarketing.com.br/2012/05/04/e-essa-tal-netnografia-entrevista-com-tatiana-tosi/>>. Acesso em 07/10/2015.

LINDSTROM, Martin. **O design e a política do dia a dia**. Minas Gerais, 49 páginas. p. 16. Setembro. 2014.

LURIE ALISON. **A linguagem das roupas**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1997.

MARCON, Mariana. Peep Toes. 2012. : <<http://coisasdemeninasm.blogspot.com.br/2012/08/peep-toes.html>>. Acesso em: 11/07/2015.

MIRKIN, Toby Fischer. **O código do vestir**: Os significados ocultos da roupa feminina. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

MONT'ALVÃO, Claudia; DAMAZIO, Vera. **Design Ergonomia Emoção**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

MULLER, Mauro A. Os três níveis de design, Parte um: O design Visceral. 2013.<<http://www.revistacliche.com.br/2013/09/os-tres-niveis-de-design-parte-1-o-design-visceral/>> Acesso em: 12/01/2015.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. **Usabilidade na web: Projetando web sites com qualidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

NORMAN, Donald A. **Design Emocional: Por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia**; tradução de Ana Deiró. Rio de Janeiro, 2008.

O' Keffe, Linda .**Sapatos**. Edt. Miami: Konemann,1996.

PERSINA, Wellington. Segmentação de produto christian Louboutin. 2014. <<http://marketeirosimprovaveis.blogspot.com.br/2014/04/segmentacao-de-produto-christian.html>>. Acesso em: 18/07/2015.

RIAL, chara. A história do Louboutin. 2014. <<http://partystyle.com.br>>. Acesso em: 10/08/ 2015.

SANTANA, Maria Rúbia. **Teoria de moda: sociedade, imagem e consumo**. 2° edição. São Paulo: Estação das letras e cores, 2007.

SEFERIN, Mariana T. **Design emoção e o calçado feminino: Mulheres que amam calçados**. 2012. 146 páginas. (Dissertação de Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

STALDER, Erika. **Moda Um curso prático e essencial**. São Paulo: Marcozero, 2009.

THIEGE, Ana Luiza. Viver nas alturas. 2014. Disponível em:<<http://www.usp.br/espacoaberto/?Materia=viver-nas-alturas>>. Acesso em 02/06/2015.

WANDERLEY, Mayrinne M. O fetiche dos sapatos. 2014. <<http://www.tuttobianco.net/o-fetiche-dos-sapatos/>>. Acesso em: 12/11/2015.

13. ANEXOS

Modelo de questionário:

Questionário – Sapatos Louboutin: A relação de afetividade e sensualidade

- 1- Quais tons de cores você prefere em um sapato?
 - a) Tons pastéis.
 - b) Tons neutros.
 - c) Cores chamativas, como rosa, vermelho, roxo.
 - d) Cores fortes, que remetam a certo mistério e sensualidade.
 - e) As cores não importam tanto, mas a roupa precisa ser confortável e prática.

- 2- Você gosta de comprar sapatos quando:
 - a) estou em lugares alternativos e brechós.
 - b) Gosto de sapatos cujos materiais e modelagens são sérios.
 - c) Quando possuem cores e estampas divertidas.
 - d) Adoro comprar sapatos que valorizem meu corpo e espírito.
 - e) Quando calçam confortavelmente os meus pés.

- 3- Como são os seus sapatos preferidos?
 - a) Vintages.
 - b) Bem sérios e de materiais duráveis.
 - c) Enfeitados.
 - d) Poderosos (marcantes e sensuais).
 - e) Confortáveis e práticos.

- 4- O que você valoriza em um sapato
 - a) A delicadeza.
 - b) A modelagem.
 - c) A estética.
 - d) Os saltos.

- e) O conforto.
- 5- Em relação às roupas, quais tecidos influenciam sua compra?
- a) Os fluidos e leves.
 - b) Os estruturados.
 - c) Aqueles mais diferentes e exóticos.
 - d) Aqueles que marcam o corpo e tem textura macia.
 - e) Aqueles que têm funções tecnológicas, conforto e eficiência.
- 6- Quais são suas estampas preferidas:
- a) Florais.
 - b) Jacquard.
 - c) Gosto de misturar estampas e brincar com as cores.
 - d) Animal print.
 - e) Gosto de listras nas laterais das roupas e estampas pequenas.
- 7- Qual o tipo de caimento você prefere que suas roupas tenham?
- a) Fluido e com linhas leves.
 - b) caimento perfeito levemente estruturado.
 - c) desestruturado e com sobreposição de peças.
 - d) Justo, moldando o corpo.
 - e) Caimento justo e ao mesmo tempo um pouco solto facilitando o movimento do corpo e o bem- estar.
- 8- Como é sua relação com a maquiagem:
- a) Uso todos os dias, porém de forma discreta;
 - b) Gosto de maquiagem suave, natural e neutra;
 - c) Procuo destacar boca, olhos e uso maquiagem todos os dias;
 - d) Exagero na maquiagem e gosto de ousar, nas cores.
 - e) Quando uso maquiagem procuro algo bem natural.
- 9- O que faz um final de semana ser especial?

- a) Jantar a luz de velas.
- b) Assistir um filme bem “cult”.
- c) Exposições de arte.
- d) Dançar na boate.
- e) Fazer alguma atividade relacionada a aventuras.

10- Em geral suas metas principais de fim de ano são:

- a) Lar e família
- b) Autoridade e credibilidade
- c) Mais criatividade e tempo para realizar projetos
- d) Status e prestígio
- e) Uma vida mais saudável

Segunda Parte do Questionário

1- Você tem ou desejaria ter um sapato Louboutin?

Sim () Não ()

2- Observe os calçados abaixo, da marca Louboutin de coleções diversas e relate as sensações que você tem ao olhar tais sapatos, considere: Cor, Textura, Modelo, Adornos (se tiver), e as memórias que você acha que se relacionam aos tipos de sapato, em sua opinião.



2.2



2.3



2.4



2.5



2.6



2.7



2.8



2.9



2.10



2.11

