

## **A Moda na Imprensa: percursos da manipulação**

Maria Silvia Fantinatti<sup>1</sup>

### **RESUMO**

A proposta do presente artigo é, através das ferramentas da Semiótica Greimasiana, mostrar quais são e como funcionam algumas das estratégias de manipulação mais exploradas pela mídia na transmissão de notícias de moda. O objetivo é habilitar o leitor para o entendimento da comunicação persuasiva, de modo que ele possa interpretar com mais clareza os processos manipulatórios dos textos que abordam a moda nos vários meios de comunicação.

### **PALAVRAS-CHAVE**

Semiótica, manipulação, moda.

### **ABSTRACT**

Using the tools of the Discursive Semiotics, this text intends to show how some strategies of manipulation are used by the media when broadcasting fashion news. The goal is to prepare the readers to understand persuasive communication, so they can have a clear view of the manipulation processes of the news about fashion issues.

### **KEY WORDS**

Semiotics, manipulation, fashion.

### **INTRODUÇÃO**

Como em qualquer outra área do jornalismo, o profissional que trabalha com moda depende de diversas fontes de informação. Temos as grifes que, ao apresentarem suas coleções, acionam assessores, departamentos de marketing ou de relações públicas, cuja função é elaborar o material de divulgação de forma a obter o máximo de visibilidade possível para a marca. Assim, todo o texto e imagem de moda que chega às mãos dos profissionais de imprensa é cuidadosamente manipulado e nunca poderia ser comparado o material colhido por um repórter investigativo, numa cena de crime, por exemplo.

Partindo da idéia do criador até o release que chega às mãos do jornalista, existe um processo de inúmeras etapas onde o que se quer ver publicado é evidenciado com base nas decisões de quem montou a coleção, tentando deixar o mínimo de espaço possível para questionamentos. É um show de

---

<sup>1</sup> Mestra em Comunicação e Semiótica pela PUC/SP, doutoranda do mesmo programa e professora da Universidade Anhembi Morumbi/SP.

imagens e conceitos que pipocam diante dos olhos do repórter e do editor com o intuito de chegar ao cliente sem que eventuais falhas sejam percebidas.

Nós vamos falar destas estratégias de manipulação sob o prisma da Semiótica Greimasiana, também chamada de estrutural, francesa, ou discursiva. Trata-se de uma abordagem interdisciplinar que busca, no estudo dos diversos tipos de texto, o efeito de sentido que resulta da mensagem. Ou seja, vamos desconstruir o discurso para entender as estratégias e mecanismos utilizados para fazer sentido.

O grande pesquisador da semiótica discursiva foi Algiras Julien Greimas, que faleceu recentemente deixando uma corrente de continuadores daquilo que os semioticistas greimasianos chamam de projeto em construção de uma ciência do sentido. É uma linha semiótica que se ocupa objetivamente de como o sentido é articulado, ou seja, dos modos pelos quais foi construído, mostrando como este sentido é percebido e significado.

A semiótica fala de dois planos para a organização dos textos: o plano da expressão e o plano do conteúdo. Os dois planos interessam, mas como é o plano do conteúdo que define a expressão, Greimas concebeu uma forma de operacionalizar esse plano do conteúdo, dividindo-o em três níveis de análise: o nível fundamental, o nível narrativo e o nível discursivo. Na busca de sentido, vai-se do nível mais profundo e abstrato, que é o nível fundamental, até as estruturas mais concretas e superficiais do discurso, que compõem o nível discursivo.

Ao priorizar o conteúdo, a semiótica trabalha mais a imanência que a manifestação. Sob a aparência, ela vai construir a essência, na forma de um percurso gerativo. Ou seja, parte-se de alguns elementos e geram-se outros para construir o sentido que, por sua vez, sempre se baseará numa relação. A manipulação, etapa que abordaremos, se dá no nível narrativo, ou intermediário, do discurso.

Greimas postula dois tipos de universal semântico para abordar os textos semióticos: o individual, baseado em vida e morte; e o social, que diz respeito à natureza e cultura. Os universais semânticos compõem o nível fundamental do plano do conteúdo, no percurso gerativo de sentido, uma estrutura que fornece ferramentas para entender e analisar os textos dentro da perspectiva semiótica. No nível fundamental podemos identificar os valores que circulam no texto e abstrair sobre qual universal semântico estamos tratando.

O nível narrativo, etapa subsequente, evidencia o sujeito que vai operar esses conceitos e montar as estruturas narrativas, preenchendo funções no discurso. Temos aqui um valor, ou valores, que será operado por pessoas e objetos. Ou seja, a narrativa opta por esses sujeitos, que encarnam e personificam as funções do discurso, que por sua vez pode ser eufórico ou disfórico.

Foria significa 'transpor para'. Euforizar é positivar e disforizar é negatizar. Quando a foria, ou timia, é positiva, temos a conjunção do sujeito com seu objeto de valor. Um texto negativo, onde o

sujeito resulta disjuncto de seu objeto de valor, seria disfórico. Esse tipo de texto, na área de moda em geral, se encontra nas críticas ou nas colunas assinadas. A cobertura de desfiles e apresentações de coleções ou tendências é geralmente positiva. Timia, por sua vez, também tem a ver com sensibilidade e oscilações de humor. Um texto tímico é um texto sensível, e se disser respeito às emoções, é um texto patêmico.

Ao montar o discurso, ou as estruturas discursivas do texto, o responsável pela produção do texto, que a semiótica chama de enunciador, vai explicitar as escolhas que o sujeito deste texto faz para transformar uma narrativa em discurso. O enunciador pode optar por uma publicidade em revista, outdoor ou televisão. Pode construir um texto na primeira pessoa, ou na terceira; usar nós, no plural; pode inclusive não usar um sujeito explícito. Entre essas escolhas está também o lugar e o tempo em que se passa a narrativa: passado, futuro ou presente.

No nível discursivo, o mais concreto do discurso, o enunciador vai definir o tema, ou seja, sobre o que se fala. A narrativa poderá, ou não, ser figurativizada, ou seja, contada através de que figuras do mundo, como, por exemplo, ao ar livre, em interiores, com diferentes climas e outros detalhes que vinculam o conteúdo ao plano da expressão. Toda narrativa tem um ou mais sujeitos, objetos e valores. Os valores são categorias semânticas do nível fundamental, que no nível narrativo se transformam em objetos de valor e se colocarão disponíveis ou não ao sujeito, cujas escolhas são explicitadas no nível discursivo.

Vale frisar aqui que apesar de considerar todo esse percurso gerativo de sentido, a semiótica nos permite trabalhar apenas um desses níveis, sempre que construir uma parte do sentido do texto seja suficiente para nossos objetivos. Cada etapa é susceptível de ser estudada individualmente através de uma gramática.

Vamos tentar reconhecer esses níveis no texto que o cantor e compositor Caetano Veloso fez para a modelo brasileira Gisele Bündchen, na edição especial que a Vogue Brasil fez em 2003 para a modelo:

*Quem não se orgulha de Gisele? Quem não sente um friozinho na espinha e um calor no coração quando vê a concentração de beleza que há em seu rosto? Que grande mistério para o mundo é a evidente brasilidade de Gisele! Com esse prenome francês e esse sobrenome alemão, com esses cabelos alourados e esse tipo caucasiano, Gisele é tão brasileira quanto Garrincha. Quem conseguir explicar isso terá explicado o Brasil. E como se explica que essa que é uma das mulheres mais lindas que o homem já conheceu tenha um ar tão amigo? Quem não está apaixonado por Gisele? E quem estando apaixonado por ela - não se espanta que uma deusa dessas não inspire medo? Ela não parece*

*uma noiva careta nem uma chave-de-cadeia. Ela - o rosto, a pele, o corpo de Gisele - é uma permanente promessa de felicidade.*

O universo semântico que o texto aborda é social e diz respeito a natureza e cultura e trata dos valores da beleza e da brasilidade. Temos um artista, produtor de textos, a falar sobre uma *top model*. Em seguida a Vogue abre a matéria delegando voz a Gisele:

*"EU AMO CAETANO"*

*DIZ GISELE NA HORA DE LISTAR SUAS PREFERÊNCIAS MUSICAIS.*

*A ADMIRAÇÃO, CONFORME DESCOBRIU VOGUE, É Recíproca E VEM DE UM CAETANO VELOSO QUE É PURA INSPIRAÇÃO.*

Entre aspas, o depoimento nos dá a subjetividade de Gisele. Mas ao ser colocado aqui, dá objetividade ao texto. Gisele diz sua verdade, ama Caetano. No próximo passo, Vogue assume a terceira pessoa, opta pelo discurso impessoal até quando se refere a si mesma como ‘Vogue’ e não como ‘nós’. O texto, em letras maiúsculas, em que o nome do cantor vem em negrito, de novo delega a narrativa e, através de outro tipo de impressão, dá voz a Caetano. O cantor também opta pelo discurso impessoal e objetivo da terceira pessoa. Ele, em conjunto com Vogue, é o enunciador de Gisele, sujeito da narrativa.

Beleza e brasilidade, valores fundamentais que aqui assumem o contorno de objetos de valor, são qualidades do sujeito Gisele. Objeto de valor oferecido a nós, temos aqui uma revista que convida a visitar Gisele em muitas de suas faces. Nós, que optamos por ler a revista, somos também sujeitos, conjuntos desse objeto de valor Gisele bela e brasileira. O que fazem os enunciadores desse texto? Manipulam-nos oferecendo a beleza e brasilidade de Gisele de forma a tornar a revista atraente o suficiente para que não a fechemos.

Para a semiótica, o sujeito Gisele faz, neste texto, um percurso narrativo de manipulação, pois é um sujeito que dá competência a outro. Este outro, nós leitores, até então em suposta disjunção com o objeto de valor beleza/brasilidade, vê em Gisele a possibilidade de conjunção com esse poder-fazer, ser amigo, explicar o Brasil e, principalmente, ter felicidade. Como um sujeito torna o outro competente? Pela manipulação: fazer o outro fazer, isto é fazer-fazer. Temos aí uma estrutura de comunicação. Cabe dizer por fim que, para a semiótica discursiva, toda comunicação é uma manipulação.

## BIBLIOGRAFIA

BARROS, Diana Luz Pessoa de. *Teoria Semiótica do Texto*. São Paulo: Ática, 2001.

\_\_\_\_\_. *Teoria do discurso: fundamentos semióticos*. São Paulo: Atual, 1988.

\_\_\_\_\_. “Sintaxe Narrativa” in LANDOWSKI, Eric; OLIVEIRA, Ana Claudia de. *Do inteligível ao sensível. Em torno da obra de Algiras Julien Greimas*. São Paulo: EDUC, 1995.

\_\_\_\_\_. “Texto e Imagem”, in *Linguagens*, nº. 1. Porto Alegre, out. 1986.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. Trad. de Rita Buongiorno e Pedro de Souza. São Paulo: Difel, 1982.

COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1980.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação. As categorias de pessoa, espaço e tempo*. São Paulo: Ática, 1999.

\_\_\_\_\_. *Elementos de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 1994.

\_\_\_\_\_. “Greimas e Propp: conjunções e disjunções”, in LANDOWSKI, Eric; OLIVEIRA, Ana Claudia de. *Do inteligível ao sensível. Em torno da obra de Algiras Julien Greimas*. São Paulo: EDUC, 1995.

FLOCH, Jean-Marie. *Petites Mytologies de l’œil et de l’esprit – pour une sémiotique plastique*. Paris Amsterdam: Éditions Hadès-Benjamins, 1985.

\_\_\_\_\_. *La Génération d’un espace comercial; une expérience de “pratique sémiotique”*. Paris, CNRS, Actes Semiotiques – Documents IX, 1987. Trad. Gizele Maziero e João Batista Ciaco.

\_\_\_\_\_. *Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral*. Documentos de estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas. Trad. Analice Dutra Pilar. São Paulo: Edições CPS, 2001.

\_\_\_\_\_. *Identités Visuelles*. Paris: PUF, 1995.

\_\_\_\_\_. *Une lecture de Tintin au Tibet*. Paris: PUF, 1997.

\_\_\_\_\_. *Maupassant, A semiótica do texto: exercícios práticos*. Trad. Teresinha Oenning Michels e Carmen Lucia Lima Gerlach. Florianópolis: UFSC, 1993. (Tradução de *La Semiotique du Texte: exercices pratiques*).

\_\_\_\_\_. “Semiótica figurativa e semiótica plástica”, in *Significação: Revista Brasileira de Semiótica* nº 4, Trad. Ignácio Assis Silva. São Paulo, jul. 1984.

\_\_\_\_\_. *Sobre o Sentido. Ensaios Semióticos*. Trad. Ana C. C. Cezar et. al. Petrópolis: Vozes, 1975.

\_\_\_\_\_. *Du Sens II*. Paris: Seuil, 1980.

\_\_\_\_\_. *A Sopa ao 'Pistou' ou a construção de um objeto de valor*. Trad. Edith L. Modesto. *Significação: Revista Brasileira de Semiótica*. São Paulo, nº 11/12, p. 7-21, set. 1996. (Tradução de *La soupe au pistou ou La construction d'un objet de valeur*).

\_\_\_\_\_. *Ensaio de Semiótica Poética*. Trad. Heloysa de Lima Dantas. São Paulo: Cultrix, 1976.

GREIMAS, Algirdas Julien, COURTÉS, Joseph. *Dicionário de Semiótica*. Trad. Alceu Dias *et al.* (Tradução de: *Sémiotique: Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*). São Paulo: Cultrix.

\_\_\_\_\_. *Semiótica: Dicionário razonado de la teoría del lenguaje*. Tomo II. Madrid: Hispânica/Gredos, 1991.

GREIMAS, A. J. & FONTANILLE, J. *Semiótica das Paixões*. Trad. Maria José Coracini. São Paulo: Ática, 1993.

HERREROS, M. Cebrián. *Introducción al lenguaje de la televisión: una perspectiva semiótica*. Madrid: Ed. Pirámide, 1978.

LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida. Ensaio de Sociosemiótica*. Trad. Eduardo Brandão. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992. (Tradução de *La société réfléchie*).

\_\_\_\_\_. *Presenças do outro. Ensaio de Semiótica*. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2002. (Tradução de *Présences de l'autre*).

\_\_\_\_\_; DORRA, Raul; OLIVEIRA, Ana Cláudia eds. *Semiótica, estesis, estética*. São Paulo: Educ/Uap, 1999.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. *Vitrinas. Acidentes estéticos da cotidianidade*. São Paulo: EDUC, 1997.

\_\_\_\_\_. "A estesia como condição do estético", in LANDOWSKI, Eric; OLIVEIRA, Ana Cláudia de. *Do inteligível ao sensível. Em torno da obra de Algirdas Julien Greimas*. São Paulo: EDUC, 1995.

**Maria Silvia Fantinatti** é jornalista e pedagoga, pós-graduada em Didática pela Universidade Católica de Louvain, Bélgica, e mestre em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, onde cursa o doutorado no mesmo programa. Como docente, já atuou na Universidade Anhembí Morumbi e no curso de pós-graduação de Moda do Senac São Paulo. Foi professora da Universidade Católica de Pernambuco, trabalhou como repórter e editora de televisão, como correspondente de jornal e como assessora de imprensa do governador do Estado de Santa Catarina.