Aparência, comportamento e consumo da moda no discurso audiovisual

Carlos Augusto Alfeld Rodrigues[1]

Resumo

Este artigo analisa como o enunciador constrói o corpo vestido que ganha visibilidade na mídia audiovisual e torna-se uma espécie de modelo a ser adotado pelo enunciatário. Interessa-nos investigar como é arquitetada uma modelagem da aparência do feminino e do masculino em programas televisuais. Ao examinar a moda vestimentar utilizada pelos participantes, buscamos as marcas constantes e as variantes que nos possibilitam investigar quais são as performances que o sujeito desempenha, o seu comportamento e a sua atuação social. As análises mostram que a mídia televisual ao fazer uso da moda emprega, principalmente, procedimentos de manipulação e explorações sensíveis para conduzir a interação discursiva entre os sujeitos da enunciação.

Palavras-chave: audiovisual, moda, corpo, interação, manipulação.

Abstract

This article analyzes how the enunciator builds the dressed body that wins visibility in the audiovisual media and he becomes a type of model to be adopted by the enunciate. Interests to investigate us how a modelling of the appearance of the feminine and of the masculine is built in televisions programs. When examining the fashion used by the participants, we looked for the constant marks and the variants that make possible to investigate us which they are the performances that the subject carries out, his behavior and his social performance. The analyses show that the televise media when doing use of the fashion uses, mainly, manipulation procedures and sensitive explorations to conduce the discursive interaction among the subject of the enunciation.

Keywords: audiovisual, fashion, body, interaction, manipulation.

[1] Mestrando do Programa de Estudos de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo/PUC-SP.

Introdução

A roupa é uma forma de expressão que pode se fazer visível nas vitrinas das lojas, ao ser vestida pelos sujeitos, nas passarelas, no cinema, na fotografia, em programas de televisão, na publicidade, nas práticas esportivas, em suma, onde houver um sujeito desempenhando uma prática social o uso de alguma vestimenta se fará necessário e até imprescindível. Para que possamos viver em sociedade, desempenhar a maioria de nossas atividades e freqüentar a multiplicidade dos locais, em algum momento ou na maioria deles, vestir-se é uma condição, portanto, é uma prescrição que deve ser seguida. No entanto, as combinações que podem ser feitas no ato de se vestir, nos dizem sobre as escolhas que são capazes de igualar as pessoas em uma massa uniforme ou de diferenciá-las e, conseqüentemente, torná-las mais interessantes e instigantes de se olhar. Recorremos a Greimas que nos esclarece sobre o ato de se vestir.

> "Vestir-se é coisa séria e toda inteligência sintagmática é empregada neste ato: eis aí uma seqüência de vida 'vivida' como uma sucessão ininterrupta de escolhas e que conduz pouco a pouco à construção de um objeto de valor"[2].

A moda vestimentar apresenta possíveis configurações da aparência do sujeito. De acordo com Oliveira a aparência é a "visibilidade do sujeito que o torna apreensível no mundo"[3]. A roupa vestida ao corpo passa a ser contemplada ou avaliada por um olhar julgador que vem do outro, mesmo que esse outro seja nós mesmos quando nos olhamos no espelho.

Foi selecionado para o estudo da moda na mídia dois programas televisuais: o *Superbonita* e o *Contemporâneo* transmitidos pelo canal de televisão a cabo GNT que faz parte de rede de canais por assinatura GLOBOSAT. Ambos são semanais, com trinta minutos de duração, sendo que o primeiro está há nove anos no ar, e o segundo está entrando no seu quinto ano de exibição. Ambos são temáticos, sendo que um aborda o universo feminino e o outro o masculino; cada um deles trata, em um dia específico da semana, um tema inédito que é reapresentado em diversos horários e dias.

Para dar conta das análises utilizamos o arcabouço teórico-metodológico da semiótica discursiva, as contribuições de Ana Claudia de Oliveira para uma semiótica da moda e as teorizações de sociossemiótica de Eric Landowski, de maneira que seja

---

[2]A. J. Greimas. *Da imperfeição*. Trad. A. C. de Oliveira. São Paulo: Hacker Editores, 2002, p. 75.
[3] A. C. de Oliveira. "Nas interações corpo e moda, os simulacros" in *Caderno de discussão do centro de pesquisas sociossemióticas.* Nº 13. São Paulo: Edições CPS, 2007, p. 21.

possível identificar a articulação e o uso dos procedimentos de interação por manipulação e por ajustamento entre os sujeitos da enunciação.

Pesquisar a moda na mídia audiovisual mostra-se como um importante trabalho a ser feito, visto que nessa mídia temos a presença de corpos vestidos em movimento desempenhando práticas sociais televisionadas. Diferentemente de estudar a moda por meio das *vitrines* das lojas de grife, onde a relação de interação que a roupa estabelece com o manequim é estritamente marcada pela estaticidade, ou nos convencionais desfiles de moda em que os movimentos estão restritos ao andar cadenciado e contínuo do ir e vir das modelos; analisar a moda em programas de televisão apresenta de início um ganho qualitativo no plano da expressão o que confere uma maior exploração dos mecanismos sensíveis que são utilizados.

Na televisão, e, especialmente, nos exemplos escolhidos, tem-se a interação entre a roupa e o corpo que é essencial para dizer um pouco sobre o sentido da moda na sociedade contemporânea. O diferencial é que o corpo na tela da televisão é um corpo em movimento, possui voz, convive e se relaciona com outros corpos. Esse corpo é dotado de uma mobilidade que é variável e condizente com a sua performance. Conforme Landowski, a mobilidade é uma "categoria fundamental no que concerne à articulação dessa matéria significante complexa, o corpo"[4]. Ainda segundo o autor, há uma distinção em quatro níveis principais sobre a mobilidade do corpo. De uma maneira sucinta, a mobilidade é manifestada, no primeiro nível, pela "plasticidade do rosto" onde a fisionomia e a variação das expressões faciais mudam a cada instante; assim como muda o comportamento dos olhos, ora o olhar é fixo, ora está em movimento. No segundo nível, encontra-se a gestualidade que é estendida a todas as partes do corpo, como por exemplo, cabeça, mãos, braços e pernas. Em seguida, estão as "atitudes" que um sujeito toma e que são capazes de revelar o seu estado de alma e de ânimo. O último nível diz respeito a atuação do corpo no espaço que o circunda, as posições corpóreas ocupadas pelos participantes da comunicação, bem como as variações de distância entre o sujeito de referência e os que estão a sua volta. Nesse nível, analisa-se o que o autor denomina como a "gramática dos jogos de proxêmica".

A mobilidade do corpo como conceituada acima pode ser analisada nos discursos televisuais, mas nossa análise não se prenderá e nem fará um exame

---

[4] E. Landowski. "Viagens às nascentes do sentido". In I. A. Silva (org) *Corpo e Sentido: A escuta do sensível.* São Paulo: Unesp, 1996, p. 25.

minucioso dos quatro níveis dessa categoria. No entanto, este artigo objetiva tratar dos principais pontos do corpo vestido em mobilidade, conforme isso for necessário.

As análises a seguir estão divididas em duas partes, a primeira é composta por trechos dos programas televisuais em que a manipulação é o regime de interação que é mais explorado pelo enunciador por meio da utilização de estratégias que buscam a adesão do enunciatário para uma dada maneira de se vestir e de se comportar. Seguidamente, veremos que, alternadamente, às estratégias de manipulação o enunciador também faz uso de procedimentos sensíveis na convocação do enunciatário.

Vestir-se já é manipular

Ao analisar as situações em que os sujeitos se vestem para desempenhar práticas sociais diversas, como por exemplo, passear em parques, freqüentar academias, spas, trabalhar ou mesmo para ficar conversando no sofá, logo de início podemos prever que o ato de vestir-se está estritamente ligado com a imagem que é construída do sujeito que se veste para os outros sujeitos para os quais ele irá se mostrar nas suas atuações diárias. Essa imagem pode ser edificada, numa relação durativa, com o objetivo de manter um estilo pessoal sendo capaz de marcar a identidade do sujeito; basta olhá-lo para sabermos que se trata de um ‘homem de negócios’ ou de um ‘vida mansa’, de uma ‘mulher liberal’, ‘sedutora’ ou de uma ‘dona de casa’.

No entanto, a aparência do masculino e do feminino também pode ser (re)construída e (re)inventada, quase que diariamente, em função do papel a ser desempenhado, das pessoas contatadas e dos lugares freqüentados. Essa situação se realiza ao alternar as maneiras de se vestir pelas escolhas feitas. Ao selecionar a roupa a ser usada, a intencionalidade do sujeito que se veste tem importante função, pois ela é motivada por uma instância superior ou de grande importância que lhe faz acreditar que estar bem vestido, parecer belo e causar uma boa impressão ao outro é essencial para ser bem sucedido. A seguir será evidenciado como esses sujeitos de intencionalidade que são dotados de corpos vestidos utilizam de estratégias de manipulação para interagirem com outros sujeitos. Para que a análise se concentre na moda vestimentar dos participantes da comunicação, os seus discursos verbais-orais serão recuperados apenas nos momentos necessários à complementação da análise.

A manipulação é um regime de interação, definida por Greimas e Courtés como "uma ação do homem sobre outros homens"[5], dessa maneira pressupõe, no mínimo, a participação de dois sujeitos, um é o manipulador o outro é o manipulado. Os principais procedimentos que são acionados na manipulação atuam sob a forma de provocação, tentação, intimidação e sedução.

Nas análises, mostrar-se-á, principalmente, como as estratégias de sedução (em que é criada uma valorização positiva da imagem dos sujeitos) e tentação (que ocorre quando se oferece valores positivos ao enunciatário) são utilizadas na relação entre corpo e roupa evidenciando que estar vestido já é manipular. Não encontramos a utilização do procedimento por provocação em que seria necessário criar uma imagem negativa do enunciatário e nem por intimidação que assume a forma de uma ameaça para quem se fala. Essa constatação é aparentemente óbvia, visto que, dificilmente, os programas de televisão referidos criariam uma imagem negativa e nem ameaçariam seu enunciatário.

A seqüência das cenas é recortada de um dos episódios de *Contemporâneo* que foi ao ar em agosto de 2007. Esta seqüência mostra o trecho do programa dedicado ao encontro do apresentador com a convidada do dia. No cenário da cena, apresentador e convidada estão sentados no mesmo sofá e conversam sobre assuntos variados. No entanto, nosso interesse não é na conversa dos participantes, e sim como o homem e a mulher estão colocados sintaticamente em cena pelo enunciador, como eles se relacionam, os seus gestos, suas posições corpóreas e, principalmente, como as roupas que estão vestindo atuam como sinalizadores dos estados de alma e de ânimo que vivem, assim como de suas intencionalidades.

A conversa tem início com a visualização em plano geral, que é utilizada para apresentar todos os elementos em cena, do apresentador Christiano Cochrane e de sua convidada que são dispostos sentados no mesmo sofá branco. Eles estão frente a frente, se olham nos olhos, ambos estão com os pés descalços e os seus calçados estão no chão. Essa posição dos actantes na cena, gera o efeito de proximidade, de cumplicidade entre eles e de que ambos estão 'a vontade'.

---

[5] A. J. Greimas & J. Courtés. *Dicionário de Semiótica*. Trad. de A. Dias e all. São Paulo: Cultrix, 1984, verbete "manipulação".

Fig. 1. A Fig. 1. B

(Plano geral do cenário de *Contemporâneo*, onde mostra homem e mulher sentados frente a frente no sofá*)*

A mulher está com as pernas desnudas e está voltada para a direção do homem. Ele veste uma roupa confortável e apropriada para sentar num sofá. É uma roupa tradicional e comportada o que implica em constatar que na sua aparência ele é um homem bem cuidado e que quer agradar quem compartilhe de seus valores. Já a mulher ao deixar a mostra o seu belo par de pernas para a apreciação masculina manipula-o por sedução, pois valoriza positivamente algumas partes de seu corpo que ela selecionou para mostrar; de inicio é dado a ver a parte inferior do corpo, os pés e as pernas. Ao mostrar-se desta maneira e com essa proximidade também o manipula por tentação ao se oferecer ao olhar masculino algo que ele gosta de ver; pois também compartilha da axiologia que está em jogo, da qual toma como referência 'que é do interesse do homem olhar um belo par de pernas a mostra'. Essa relação que descrevemos é da ordem de um querer agradar ao homem por parte da mulher. É com base em Greimas que dizemos sobre o desejo de agradar:

> "O desejo de agradar implica primeiramente a imagem que uma mulher tem de seu próprio corpo, de suas qualidades e defeitos, e a leva a elaborar uma certa aparência 'pessoal'. Mas agradar é também uma operação de sedução, isto é, uma forma particular de manipulação que pede uma adaptação, sempre arriscada, da imagem que a mulher tem de seu corpo vestido àquela que os outros (...) dela fazem, ou àquela imagem que ela gostaria que os outros tivessem dela"[6]

O clima de proximidade é ainda mais evidenciado, quando no decorrer da conversa, na figura 1. B, a mulher demonstra estar muito a vontade na situação, enquanto conversa com seu interlocutor; tira a blusa e deixa os seus ombros e braços a mostra. A partir daí os seus seios passam a ser enfatizados pela justa camiseta regata usada por ela. Os olhares que são trocados entre homem e mulher, os gestos que eles fazem um para o outro, a conversa, as risadas, tudo isso é indicador de como os

[6] A. J. Greimas, op. cit. p. 76. (2002).

participantes da conversa se aproximam, quais são os seus desempenhos, sobre que assuntos conversam. Dessa maneira é construído junto com a aprendizagem do comportamento que se deve ter nessas situações uma aprendizagem de como se vestir. Oliveira atenta sobre a importância que a escolha da vestimenta exerce na atuação dos sujeitos em suas 'negociações diárias': "Como o vestir faz andar, movimentar o corpo, ficar parado, sentado, gesticular, enfim, constrói a postura mesma do sujeito que é o seu ato de assumir um papel no espetáculo da cena social"[7]. No caso analisado, os sujeitos estão sentados, mas não estão sentados numa cadeira de escritório e sim em um confortável sofá, que possibilita seus corpos estarem em consonância. Suas roupas são confortáveis e maleáveis. Eles não estão rígidos ou estáticos, eles gesticulam um para o outro, mudam de fisionomia e atribuem entre si o mesmo patamar de sujeitos.

Os programas analisados seguem principalmente a dinâmica dos discursos manipulatórios; em outros exemplos vê-se que a manipulação por sedução é ainda mais utilizada. Contudo, o fragmento de *Contemporâneo* analisado acima será o único destinado ao exame da manipulação *estrictu senso*. Passamos agora ao exemplo retirado do programa S*uperbonita*, onde buscamos como o enunciador utiliza também de procedimentos sensíveis para convocar o enunciatário.

Vestir-se para sentir: a roupa, o outro e a si mesmo

A interação que se estabelece entre o corpo dos sujeitos e a roupa que eles vestem, da qual examinamos nos referidos programas televisuais, pode assumir uma outra configuração em que a manipulação por sedução ou por tentação deixa de ser o único regime de interação acionado. Nesses casos, vemos que, ainda aliada a formas de manipulação, temos a utilização da exploração de procedimentos sensíveis. Dessa maneira, torna-se possível examinar que entre os sujeitos da interação pode haver outro modo de convivência além da manipulação que culminará em alguns casos a reduzir o outro ou a si mesmo a um objeto de posse e de ostentação para ser exibido.

As relações diretas em que não há a mediatização única e principal por um objeto de valor buscado e definido previamente – o que engessa possíveis escapatórias e possibilidades de emergir outros sentidos não programados ou manipulados – fazem

[7] A. C. Oliveira, op. cit. p. 23. (2007).

parte de outra problemática do sentido, que são por nós localizadas, de acordo com Landowski[8], estando aquém ou além das estratégias de manipulação.

A análise a seguir refere-se ao fragmento retirado do episódio "Forma e Prazer" de *Superbonita* que pretende mostrar como é possível associar a atividade física ao prazer, pois parte do pressuposto que as atividades físicas em academias são chatas e cansativas. *Superbonita* apresenta algumas praticantes de atividades físicas que se deram muito bem. Neste trecho o programa intercala o depoimento das convidadas com a dança do balé clássico.

As convidadas deste trecho do programa são a atriz Aline Moraes e a cantora Fernanda Abreu. Aline Moraes é conhecida por ter participado de cinco novelas da Globo. Ela tem 25 anos, é jovem, bonita e também possui a aparência saudável, faz o tipo de jovem mulher comportada; não se envolve em escândalos. Já Fernanda Abreu é uma cantora carioca que, desde 1980, figura com sucessos na musica popular, diferentemente do outro padrão de jovens atrizes. Fernanda Abreu, de 47 anos, faz o tipo de mulher que está envelhecendo com saúde e beleza. Ela é uma cantora de sucesso; é mãe, é bem sucedida na família e no trabalho.

Fig. 2 – Corpo e roupa das atrizes interagindo como se fossem um só. Elas estão dançando e ao dançar a roupa se molda ao corpo e o corpo se aproveita da mobilidade e expansão dos movimentos.

Aline Moraes inicia sua fala sorrindo e diz que começou a fazer balé por indicação de uma amiga cujo nome é dito pela própria atriz. Conta-nos que estava num percurso de busca por uma atividade física que lhe desse prazer em praticar. Aline tentou várias outras modalidades, mas foi no balé que ela se encontrou; enumera os esportes que praticou antes e pela sua fisionomia, dicção e tom de voz percebe-se que

[8] E. Landowski. "Aquém ou Além das estratégias, a presença contagiosa. In: *Documentos de Estudos do Centro de Pesquisas Sociossemióticas, nº 3.* São Paulo: Edições CPS, 2005.

essas experiências não foram boas. Quando fala sobre o balé sorri e aumenta o tom de voz; já quando se refere às outras atividades ela fala de um jeito desanimado. Com a sua voz em *off* são mostradas cenas dela fazendo balé com as orientações do professor, ouvimos, além as orientações do professor, a trilha musical para o balé clássico que toca ao fundo. A atmosfera da aula de balé é recuperada pelos recursos audiovisuais que retrata de uma maneira muito realista aquela aula de balé que a atriz Aline Moraes faz.

Fernanda Abreu está de acordo com *Superbonita* quando diz: "eu preciso fazer uma atividade por que todo mundo precisa fazer uma atividade física"... Esse é o mesmo discurso utilizado pelo programa, o da obrigatoriedade de fazer uma atividade física. No entanto, para ela o balé é dança! Ela complementa dizendo que: "eu não tenho o menor saco pra fazer outro tipo de atividade". Fernanda Abreu mostra-se desbocada, autêntica e deixa clara as suas preferências. Nesse instante sua narração é em *off* e as imagens dela dançando são mostradas; os passos realizados e os movimentos feitos são mostrados no vídeo. O quanto bem ela se dizia identificar com a atividade é comprovado pelas imagens que mostram a desenvoltura dela ao praticar o balé clássico.

O balé clássico é mostrado como uma opção para uma jovem atriz e para uma mulher que beira os 50 anos e vive uma vida saudável. Sem dúvida que a construção que é feita dessa modalidade esportiva é classificada como 'alternativa'. Pois a grande maioria das mulheres fica uma hora por dia nas academias em esteiras, bicicletas, com músicas altas e fazem tudo por um corpo 'sarado'. Aqui mais do que um 'corpo sarado' é mostrado, nesse episódio de *Superbonita* o corpo nem é a principal preocupação. Aline diz em plano próximo que antes do balé "o meu corpo não tinha vida", e parece ser isso mesmo o objetivo, a busca pela vida, pela saúde, por um corpo com alma e ânimo, pelo bem estar que é concretizado no corpo escultural de Aline Moraes e na boa forma que Fernanda Abreu apresenta. A ênfase é dada como se esta modalidade esportiva agisse feito um *narcótico*, nos termos de Landowski[9], que seria tudo aquilo que age por dentro da pele, que melhora o humor, muda as sensações e que é capaz de agir na alma, no espírito. Além das propriedades narcóticas o balé também apresenta efeitos *cosméticos*, atuando sob a superfície da pele, pois os corpos mostrados permanecem dentro do padrão de corpo sarado presente nas revistas de boa forma do mercado e nas publicidades, e que *Superbonita* endossa.

---

[9] Para definição do autor sobre "narcóticos" e "cosméticos" ver: LANDOWSKI, E. "O triangulo emocional do discurso publicitário". In: *Comunicação Midiática nº6.* Bauru: UNESP, 2006.

Quando é mostrado o sorriso da mulher que fala sobre o balé, ela dançando, o professor orientando, a música que toca e a perfeição do movimento executado, fica nítido que outros valores, que vão além dos estéticos, como o dançar junto e o prazer em apreender balé emergem daquela atividade. Reproduzimos um trecho do depoimento da Aline Moraes que caracteriza bem o que é praticar balé para ela, em plano próximo e olhando para câmera, ela diz:

> Balé e yoga são coisas que eu gosto mais, que têm um fundo assim... é até um pouco teatral, acordar cedo, buscar a fantasia de um balé, qual... qual a polaina com a meia calça, e acordar e ta com todo mundo ali na mesma energia, a música clássica, eu acho isso muito teatral, isso me comove, é muito gostoso.

Há um interessante elemento que Aline Morais tenta caracterizar na sua fala que é o *hábito* e que Landowski trata como gerador de sentido. Diferente de executar uma atividade repetida como, por exemplo, reproduzir as etapas de um programa, que pode ser um programa de exercícios físicos em que a única coisa que se pode fazer é repetição dos movimentos que são guiados pelo limite que a máquina determina. Nos aparelhos de musculação só é possível movimentar-se de acordo com o que foi programado e o princípio fundador é a repetição do mesmo movimento que é igual para todas as pessoas independente das preferências de cada pessoa praticante. Esse não é o hábito que é característico de um prazer que possa ser cultivado, e sim o que foi caracterizado logo acima foi a repetição programada dos movimentos.

O hábito que parece ser descrito com palavras diferentes por Aline está associado a um ritual que, ao ser cumprido, conduz a um determinado estado de alma, que pode ser aquilo que é capaz de comover a atriz e que ela chama de ‘gostoso’. Ao tratar do hábito, Landowski, aproxima-o a uma forma de desgaste e nos diz que “o desgaste, não mais que o hábito, não deve ser analisado sempre como uma perda: muitas vezes, um e outro induzem, antes, a um ganho progressivo de valor e de sentido”[10]. Assim o ato de vestir a roupa, de dançar balé, de escutar a música clássica torna-se num hábito cultivado pela atriz que a induz num ganho qualitativo de sentido.

Aline Moraes, quando conta sobre como ela faz balé, acaba por descrever um percurso de aquisição de sentido; há uma preparação para melhor saborear os momentos bons que poderão emergir da atividade, quase que como se ela se educasse para viver um estado de alma que pode ser proveniente da atividade realizada. Ela acorda cedo, o

[10] E. Landowski, op.cit, p.47. (2005).

que já implica na especificidade que o frescor da manhã possibilita e que os efeitos de uma tarde calorenta anulariam; ela seleciona a roupa que mais lhe agrada no dia, faz escolhas, combinações de elementos e reuni-se com um grupo; o sentir se dá em comunhão, não isoladamente, é preciso a energia de todos no mesmo local e um determinado tipo de música favorece a ambientação.

A especificidade da roupa usada para dançar o balé clássico exerce uma importante função prática da qual pode ser descrita nos termos em que o vestir ajuda e é condição para dançar, a roupa usada não pode prender o corpo e prejudicar os movimentos, mas além da funcionalidade prática, a vestimenta age de outra maneira. A roupa foi escolhida e passou por uma combinação de elementos que foram feitos por quem irá ser vestida por ela. Dessa maneira a roupa passa de um simples adjuvante, para ser um co-sujeito quando as suas propriedades sensíveis que estão tão justas ao corpo possibilitam que o corpo da bailarina e o tecido transformam-se num único corpo dançante vestido.

Conclusão

A interação entre corpo e roupa nos programas televisuais analisados, na grande maioria dos casos é articulada sobre dois regimes interacionais: a manipulação e o ajustamento. Verificamos que a manipulação é o regime interacional mais utilizado, e, é o fim mesmo buscado das relações que se estabelecem tanto em *Superbonita* quanto em *Contemporâneo*. No entanto, o enunciador usa de explorações sensíveis de maneira que seja possível encontrar formas de ajustamento entre o corpo e a roupa, mesmo que isso aconteça enquanto promessa ou encenação. Essa forma de ajustamento está na experiência sensível vivida pelos sujeitos e que é televisionada e ganha alcance global.

O ajuste se dá por uma combinação de elementos sensíveis que são dados a ver a ouvir pelos recursos audiovisuais que são sentidos pelos canais sensoriais do enunciatário. Está exploração sensível está dentro dos discursos manipulatórios – aquém ou além de suas estratégias – que por sua vez está dentro de um circulo maior da programação geral da sociedade capitalista movida pelo consumo e suas diversas formas, por que os programas televisuais são feitos para ser assistidos e acompanhados e as roupas são feitas para serem usadas, vestidas, ou melhor, compradas nas inúmeras lojas.

Referências

ASSIS SILVA, I. (org). *Corpo e Sentido: a escuta do sensível*. São Paulo, UNESP, 1996.

GREIMAS, A. J. *Da Imperfeição*. Trad. A. C. de Oliveira, São Paulo: Hackers, 2002.

GREIMAS, A. J & COURTÉS, J. *Dicionário de Semiótica.* Trad. A. D. Lima e al. São Paulo: Cultrix, 1983.

LANDOWSKI, E. "Aquém ou Além das estratégias, a presença contagiosa. In: *Documentos de Estudos do Centro de Pesquisas Sociossemióticas, nº 3.* São Paulo: Edições CPS, 2005.

_____. "O triangulo emocional do discurso publicitário". In: *Comunicação Midiática nº6.* Bauru: UNESP, 2006.

LIPOVETSKY, G. *O Império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas.* São Paulo: Companhia das Letras, 989.

OLIVEIRA, A. C. de. "Por uma semiótica da moda". In CASTILHO, K e GALVÃO, D., *A moda do corpo e o corpo da moda.* São Paulo: Esfera, 2002, PP. 126-134.

_____. Corpo e roupa nos discursos da aparência. In: *XVI Compôs*. Curitiba, 2007.

_____. "Nas interações corpo e moda, os simulacros" in *Caderno de discussão do centro de pesquisas sociossemióticas.* Nº 13. São Paulo: Edições CPS, 2007, p. 21.

Carlos Augusto Alfeld Rodrigues

Mestrando em Comunicação e Semiótica e graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela PUC/SP. Participante, como estudante-pesquisador, do Centro de Pesquisas Sociossemióticas (CPS) certificado pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e cadastrado no CNPq. Atualmente desenvolve pesquisa sobre audiovisual: cinema, televisão e filme publicitário.