

Manifestação dos sentidos em editorial de moda da revista Cláudia

Meanings in an editorial fashion by Claudia magazine

Tathiely Silva de Almeida^{*}
Maria Luceli Faria Batistote^{**}

Resumo: Considerando-se a facilidade de acesso a textos midiáticos por meio da internet, para a maioria dos brasileiros, inclusive para o público feminino, buscamos analisar um editorial de moda publicado no portal eletrônico da revista Cláudia, com o intuito de compreender efeitos de sentido produzidos. Com base nos pressupostos teóricos da semiótica discursiva, apresentamos a análise do nível fundamental e de alguns aspectos do narrativo e do discursivo.

Palavras-chave: semiótica discursiva, moda, manifestação do sentido, revista Cláudia.

Abstract: *Considering the ease of access to media texts through the internet, for most Brazilians, including for the female audience, we seek to analyze a fashion editorial published in the electronic portal of Claudia magazine, in order to understand the effects of meaning produced. Based on the theoretical assumptions of discursive semiotics, we present an analysis of the fundamental level and some aspects of the narrative and discursive.*

Keywords: *semiotic discourse, fashion, expression of meaning, Claudia magazine.*

^{*} Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (PG – Mestrado em Estudos de Linguagens), tathielyalmeida@yahoo.com.br

^{**} Universidade Federal de Mato Grosso do Sul-CCHS, lucelibatistote@hotmail.com

Introdução

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2012, 83 milhões de pessoas, com 10 anos ou mais, declararam ter acesso à internet, o que corresponde a 49,2% da população e comprova um aumento de 5,3 milhões de novos internautas no intervalo de um ano.

Considerando-se, cada vez mais comum, a presença da rede mundial de computadores na vida dos brasileiros, e partindo do pressuposto de que é por meio da imprensa que as informações chegam ao público em geral, elegeu-se o portal eletrônico da revista Cláudia, para analisar, à luz da semiótica discursiva, os comportamentos e formas de vida da mulher brasileira ali construídos, pois, subentende-se que o contato com as matérias publicadas nos meios de comunicação propicia aos leitores, telespectadores ou ouvintes a construção de opiniões acerca de diversos assuntos.

A escolha da revista Cláudia deu-se por ela estar no mercado midiático desde 1961 e ser uma das revistas femininas mais procuradas, por conter reportagens que interessam às mulheres da faixa etária a partir dos 18 anos, das classes sociais A e B.

Ao visitar o mapa do *site*, percebemos editoriais que tratam de amor e sexo, moda, beleza, fama, comportamento, saúde, família, estilo de vida, receitas, noivas, dentre outros assuntos que despertam o interesse da mulher brasileira.

Este artigo contemplará a análise de um editorial extraído do canal moda do site da revista Cláudia, cujo título é: “*A tendência é você: siga suas regras e monte seu próprio estilo para o verão*”. Trata-se de um texto sincrético que apresenta a foto de uma modelo que objetiva expor as roupas, calçados e acessórios por ela usados, que, juntamente com título, subtítulo e as linhas explicativas da foto, formam um sentido único.

A abordagem, neste trabalho, prioriza a significação dos elementos da linguagem verbal, mas não ignora a não-verbal, utilizada para compor o texto visual, embora faça apenas alguns apontamentos sobre ela.

Um pouco de teoria

A semiótica, como teoria da significação, procura descrever e explicar o que o texto diz e o como ele faz para dizer o que diz.

Cabem-lhe, dessa forma, as afirmações de Fiorin:

Por conseguinte, a Semiótica não visa propriamente ao sentido, mas a sua arquitetura, não tem por objetivo estudar o conteúdo, mas a forma do conteúdo. Em termos mais simples, poder-se-ia dizer que a Semiótica deseja menos estudar o que o texto diz ou por que diz o que diz e mais como o texto diz o que diz (FIORIN, 1999, p.179).

Ao tomar o texto como objeto de significação, a semiótica examina, em primeiro lugar, o seu plano de conteúdo, concebido sob a forma de um percurso global que simula a “geração” do sentido. O *percurso gerativo*, segundo Fiorin (2007, p.73), “deve ser entendido como um modelo hierárquico, em que se correlacionam níveis de abstração diferentes do sentido. (...) O percurso gerativo é um simulacro metodológico das abstrações que o leitor faz ao ler um texto”

Assim, para a teoria semiótica, um texto é dividido em patamares, que vão do mais simples e abstrato ao mais complexo e concreto. Nessa ordem, encontram-se o nível fundamental (ou profundo), o narrativo e o discursivo; cada um deles, é composto por uma sintaxe e uma semântica.

O nível fundamental, na categoria semântica de base, apresenta termos marcados pela oposição entre valores, ora de positividade (euforia), ora de negatividade (disforia). De acordo com Fiorin (2005), a sintaxe desse nível abrange duas operações: uma de negação e outra de asserção.

Ao prosseguir, passa-se para o nível narrativo, no qual é possível identificar, em sua sintaxe, as relações de conjunção ou disjunção do sujeito com seu objeto de valor. Segundo Martins:

A relação de junção (conjunção ou disjunção) entre o sujeito e o objeto-valor determina um enunciado de estado, enquanto a passagem de um estado a outro, por meio de uma transformação ou de uma função fazer, determina justamente um enunciado de fazer (MARTINS, 2007, p.120).

Ainda nesse nível é preciso considerar que, “uma narrativa complexa estrutura-se numa sequência canônica que compreende quatro fases: a manipulação, a competência, a *performance* e a sanção”(FIORIN, 2005, p. 29).

Importa, ainda, destacar dois elementos da semântica narrativa:

Há dois tipos de objetos buscados pelos sujeitos: os objetos modais (o querer, o dever, o poder e o saber) e os objetos de valor. Os primeiros são os objetos necessários para a obtenção dos segundos, que são o objetivo último da ação narrativa. (...) É exatamente nos conteúdos investidos nos objetos que se dá a articulação entre o nível fundamental e o nível narrativo (FIORIN, 1999, p.181).

Ao progredirmos para o terceiro nível, o discursivo, é possível identificar, na sintaxe discursiva, a projeção da enunciação, com as categorias de pessoa, espaço e tempo pela desembreagem (ou debreagem) actancial, espacial e temporal.

Para Barros (2001, p.74), “a desembreagem actancial é, assim, a projeção de um *não-eu* do enunciado, distinto do eu da enunciação.(...) Fala-se para os enunciados com *eu*, em *desembreagem enunciativa*, para os enunciados com *ele*, em *desembreagem enunciva*”.

Na semântica discursiva, encontram-se os processos de tematização e figurativização. Segundo Barros, tematização é a formulação abstrata dos valores, na instância discursiva, e sua disseminação em percursos (*id. ibid*, p.115). Já a figurativização constitui um novo investimento semântico, pela instalação de figuras do conteúdo que se acrescentam, “recobrando-o”, ao nível abstrato dos temas (*id. ibid*. p.116). Assim, não há texto figurativo sem o nível temático e o mesmo tema pode ser figurativizado de várias formas. Batistote (2012, p. 184) ao analisar o mito da Lua, narrativa relatada pelos índios Paresí, menciona que as figuras “mexer com uma moça”, “monte-de-vênus mais alto”, “corpo mais bonito”, “deitou junto” recobrem o tema vergonha; já a temática *família* pode ser identificada nas figuras “moços”, “irmã”, “irmãos”, “titio”, “sobrinha”, “cunhado”.

A seguir, apresentamos o exercício de análise de nosso *corpora*.

Uma breve análise do texto

Para fins de análise deste trabalho, abordamos o nível fundamental e alguns aspectos do narrativo e do discursivo.

Selecionamos um texto no canal moda do portal eletrônico da revista Cláudia com acesso em janeiro/2014, intitulado: *A tendência é você: siga suas regras e monte seu próprio estilo para o verão*.

Ao realizarmos a leitura semiótica do texto, percebemos que, no plano da expressão, há a existência de textos tanto verbal, quanto não verbal. O texto é composto por uma fotografia, título, subtítulo e legenda, conforme anexo.

De acordo com Greimas e Courtés (2012, p.197):

Na esteira de L.Hjelmslev, denomina-se **plano de expressão** o significante saussuriano considerado na totalidade de suas articulações, como o verso de uma folha de papel cujo anverso seria o significado, e não no sentido de “imagem acústica” como uma leitura superficial de Saussure permite a alguns interpretá-lo. O plano da expressão está em relação de pressuposição recíproca com o plano do conteúdo, e a reunião deles no momento do ato de linguagem corresponde à semiose.

Essa relação de reciprocidade e a articulação do plano de expressão e plano de conteúdo também estão presentes nas relações sincréticas entre linguagem verbal e não verbal, nas quais ambas as linguagens se unem, manifestam o conteúdo e completam-se em um todo do sentido. O sincretismo semiótico define-se como sendo o resultado da combinação do plano da expressão, de elementos de várias semióticas diferentes, mas que recobrem uma totalidade de significação (BARROS, 1986, *apud* HERNANDES, 2005, p.228).

Nos limites deste artigo, não nos ocupamos detidamente com as questões do sincretismo, limitando-nos apenas em alguns apontamentos pertinentes entre o verbal e o não-verbal.

No texto em análise, vale considerar a presença do imagético em relação ao verbal. A imagem ressaltando todo o corpo da modelo encontra-se centralizada na foto, para que seja possível à destinatária observá-la dos pés à cabeça, e sejam notados o vestido estampado, decotado, com uma fenda na perna, as sandálias, os acessórios e todo visual sugestivo e ousado da mulher

fotografada, que, subentende-se, mais adequado ao uso em ambientes informais.

A posição das pernas da modelo, o corpo levemente inclinado e a saia esvoaçante, simulam passos ao vento, e remetem ao cotidiano da mulher, à realidade, porém, a posição das duas mãos apoiadas na cintura e o olhar oposto à projeção do corpo apontam como figuras que recobrem o tema da artificialidade, pois não são gestos que as pessoas e/ou mulheres reproduzem no dia-a-dia ao caminhar. Tal composição discursiva imprime um ar de teatralização ao se opor ao modo como elas se estruturam e se modificam na sociedade. Para corroborar com nossa compreensão, recorremos a Greimas (1970, p.40), pois segundo o autor quem gesticula só pode falar de si mesmo e se revela incapaz de contar o mundo. Ousamos obtemperar que a comunicação gestual como função informativa apresenta-se de forma falha e distante muitas vezes da realidade, e embora o artificialismo seja instaurado, a publicidade apresentada pelo editorial de moda produz um efeito de sentido de aproximação ao levar a enunciatária a querer estar no lugar da modelo, mesmo quando percebe tal simulacro.

No plano cromático, valoriza-se a cor da estampa da roupa que ela veste; há um fundo de cor cinza, cenário o qual inferimos que tenha sido escolhido a fim de causar um efeito de contraste e não chamar mais atenção que o figurino e a própria modelo.

Segundo Moraes (2008, p.2 *apud* Pietroforte 2004, p.40), a foto é um enunciado que implica uma enunciação pressuposta. “Como um texto, toda foto é um enunciado que implica uma enunciação que o produziu. O observador da foto, portanto, é o enunciatário dessa enunciação”. Nesse sentido, a foto publicada no editorial de moda analisado, foi pensada e produzida visando à leitora/consumidora da revista.

Ao analisarmos o perfil feminino escolhido pela revista para ser fotografado, notamos uma mulher alta, magra, lânguida, estereótipo de beleza que mídia e sociedade tentam impor, que pousa para a foto com uma roupa que permite evidenciar quase a totalidade da sua coxa direita.

Ao eleger esse protótipo, pressupomos que a revista o considere como um ideal de beleza a ser seguido e pretenda despertar desejos naquelas cujos corpos são diferentes do idealizado pela destinadora revista Cláudia.

Segundo Landowski (*apud* Fernandes, Silva e Oliveira):

O entendimento sobre a corporeidade dependeria então de compreender o corpo como aquele que adquire “uma opacidade, uma espessura, um volume próprio, e torna-se para o sujeito um dos lugares da própria emergência do sentido”- do sentido apreendido ao mesmo tempo como *configuração do inteligível* e como *presença sensível*. (LANDOWSKI, 2001, *apud* FERNANDES; SILVA; OLIVEIRA, 2009, p.19)

Não podemos analisar o não-verbal isoladamente, pois isso comprometeria o todo do sentido do texto sincrético em questão; assim, ainda no plano da expressão, no verbal, temos o título do editorial escrito em letras grandes e na cor rosa, geralmente associada ao universo feminino: “*A tendência é você: siga suas regras e monte seu próprio estilo para o verão*”. Nesse enunciado, verificamos uma desembreagem temporal (o agora da enunciação) enunciativa, o que apreendemos do verbo no presente: *é*, para referir-se às tendências da estação do momento, *o verão*.

A destinadora afirma que a destinatária ditará as regras e montará um estilo próprio, o que pode ser tematizado por individualidade. Observamos os dois verbos do enunciado conjugados no imperativo: *siga e monte* e inferimos que a destinadora coloca-se em um plano de detentora do saber-fazer, e manipula, através da sedução, a destinatária a um querer estar na moda, a um querer ter estilo próprio. A foto publicada é o mecanismo de sedução que a revista utiliza (por isso, o verbal não pode ser lido separado do não verbal). Ao aceitar os conselhos de Cláudia, a leitora realizará a *performance* desejada pela manipuladora de ter estilo próprio para o verão.

De acordo com Vandresen (2009, p.109, *apud* Eco, 1974):

O “vestir” surge como uma tomada de consciência aperfeiçoada pela semiologia, que nos permite inserir nossa noção de comunicabilidade do vestuário no quadro de uma vida em sociedade. A publicidade – e ao seu lado toda engrenagem da comunicação de massa- viria dar ao indivíduo toda a ilusão de criar sua própria moda.

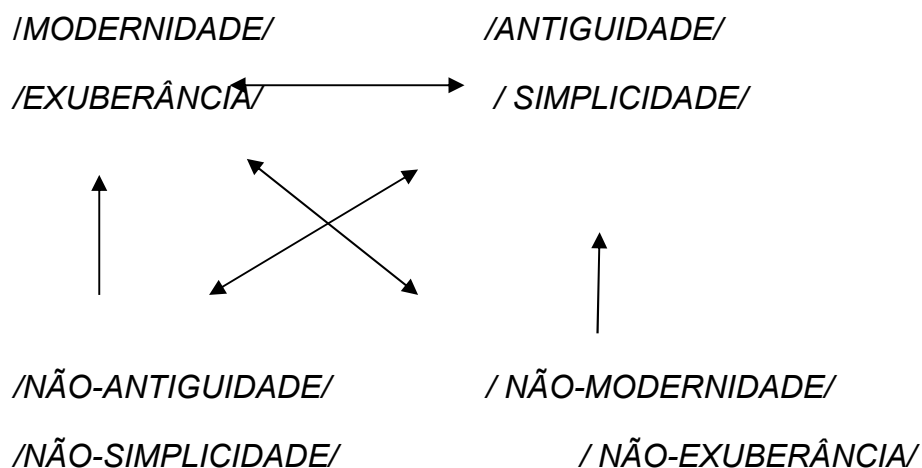
Logo abaixo, no subtítulo, temos o seguinte enunciado: *“Toda estação chega com novidades e peças “essenciais”, mas essencial mesmo é se libertar de qualquer obrigatoriedade no campo do estilo. Confira nossas apostas, faça as suas e seja feliz”*

Em *Toda estação chega com novidades e peças “essenciais”*, percebemos que há uma preocupação da revista em informar que, conforme a estação muda, surgem *novidades e peças “essenciais”*, termos esses figurativizando, portanto, o tema da inovação. Mas, da leitura do restante do enunciado, depreendemos que a revista, ao colocar-se novamente, como detentora do saber-fazer, argumentando que *essencial mesmo é libertar-se da obrigatoriedade no campo do estilo*, continua a ditar formas de conduta para a leitora, pois, nos discursos de moda, havia uma regra que proibia a combinação de estampas em diferentes peças do visual e a revista propõe a quebra dessa regra, associando um vestido e uma sandália estampados.

A combinação “vestido estampado e sandálias estampadas” concerne a figuras que sugerem o tema da modernidade e exuberância. A mulher que fizer essa combinação em seu visual estará em conjunção com os valores positivos da modernidade e exuberância, essa relação a semiótica chama de eufórica.

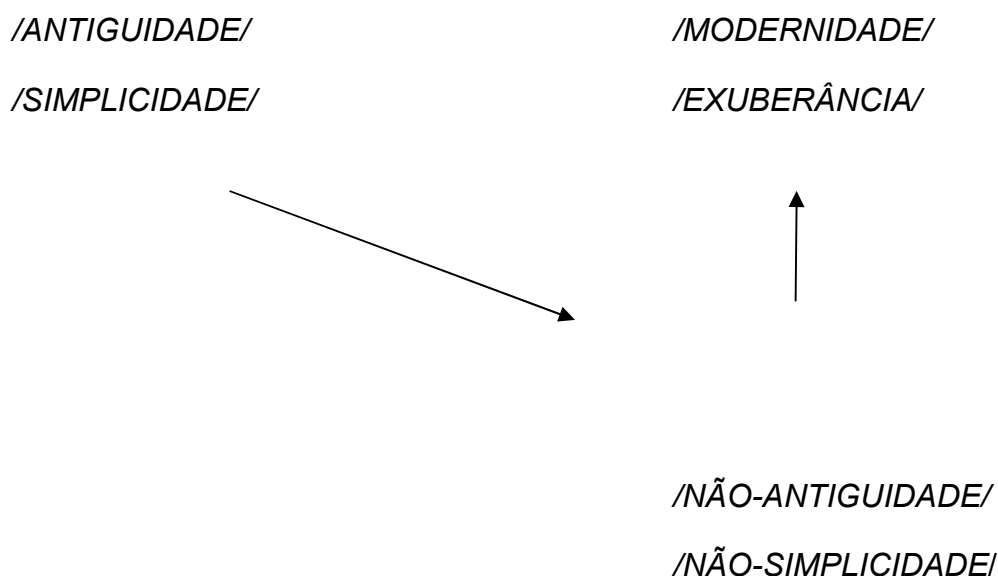
Considerando a organização básica do sentido dos textos, temos a estrutura elementar, que de acordo com Barros (2001, p.21):[...] define-se, em primeiro lugar, como a relação que se estabelece entre dois termos-objetos-um só termo não significa - devendo a relação manifestar sua dupla natureza de conjunção e disjunção.

Nessa perspectiva encontramos como oposição semântica de base, no nível fundamental do percurso gerativo do sentido, os termos */modernidade/ vs /antiguidade/* e */exuberância/ vs /simplicidade/*. Temos o seguinte quadrado semiótico:



Os termos *antiguidade* e *simplicidade* não estão expostos no texto, mas são evidenciados por pressuposição e, nesse caso são, revestidos de axiologizações negativas (disforias), pois a mulher que não estiver disposta a combinar roupas e sandálias estampadas pode ser vista como simples e antiquada.

Dessa forma, a combinação “vestido estampado e sandálias estampadas” torna-se eufórica; a partir daí, é possível a destinatária estar conjunta com os objetos de valor que carregam a /*modernidade*/ e /*exuberância*/. No entanto, essa conjunção não se realiza da simples passagem do negativo para o positivo, mas por meio de um percurso, que poderá ser representado no seguinte esquema:



Essa representação pode ser lida da seguinte forma: a destinatária, anteriormente, disjunta de informações sobre o que é moderno e exuberante, ou seja, combinar peças estampadas, encontrava-se em um estado de simplicidade e antiguidade, posteriormente, ao ter contato com os conhecimentos disponibilizados pela revista Cláudia, passou para um estado de não-antiguidade e não-simplicidade para finalmente um estado eufórico de modernidade e exuberância.

Em um outro olhar sobre a gramática fundamental, podemos identificar ainda a oposição semântica */riqueza/* vs */pobreza/*, pois, ao final, a revista apresenta o preço, nomes de grifes e lojas onde as peças ilustradas podem ser encontradas, as quais, apenas uma mulher conjunta com a riqueza é capaz de adquirir, haja vista os valores financeiros implicados e o contexto social brasileiro.

Detendo nosso olhar para os aspectos discursivos, notamos a desembreagem temporal enunciativa, inferida pela presença dos verbos “*chega*” e “*é*” no presente: “Toda estação *chega* com novidades” (...) e essencial mesmo *é* libertar-se”(...)

Em “*Confira nossas apostas, faça as suas e seja feliz*”, o pronome possessivo de primeira pessoa “*nossa*”, permite depreender a desembreagem actancial enunciativa, o que produz um efeito de subjetividade, mecanismo que a revista usa para aproximar-se da leitora. Novamente, encontram-se verbos no imperativo, como *seja feliz*, como se, depois que aceitasse as dicas da destinadora, a destinatária adquirisse competência (poder-ser) para realizar a performance de ser feliz.

Posteriormente, na legenda da foto, temos: “*Estampa étnica: Em versões literais ou estilizadas ela dá as caras mais uma vez. Se a roupa já é exuberante, seja mais econômica nos complementos.*”

Dessa vez, observamos o recurso semiótico da desembreagem actancial enunciativa, quando a revista se refere à estampa étnica em terceira pessoa: “ela dá as caras mais uma vez”, no verbo *dar*, no presente, temos uma desembreagem temporal enunciativa. Esse enunciado manifesta o sentido de

retorno da estampa étnica, assim, pressupomos que já esteve no cenário da moda anteriormente.

No enunciado seguinte, a revista dita uma conduta condicionada na exuberância da roupa: se esta já existir, a destinadora aconselha que a destinatária seja mais econômica nos complementos e, mais uma vez, assume o saber-fazer como se tivesse a fórmula para a leitora passar de um estado de ignorância para um estado de conhecimento.

Feito isso, a destinadora tenta persuadir a destinatária a mais do que aprender dicas de moda, a adquirir os produtos que expõe, pois, posteriormente, traz informações acerca do preço e das marcas da roupa, acessórios e calçados que a modelo usa, figuras que ajudariam a tematizar o estilo.

Da leitura do texto, depreendemos tratar-se de um discurso do gênero jornalístico/publicitário, pois assume a função de vender um produto em um contexto midiático.

Conclusões preliminares

Para produzir um efeito de fim, concluímos que a posição assumida pela revista Cláudia de guia para ensinar a leitora a ter estilo próprio e o conjunto de temas e figuras associados ao belo, presentes na revista, influencia diretamente no comportamento, na construção do visual e na da identidade da leitora, que, ao imitar os modelos expostos no canal moda de uma revista, que “entende” do assunto, ou adquirir os produtos daquela marca anunciada, será sancionada pela sociedade e pela própria revista como estando na moda, com estilo próprio e elegância.

Referências Bibliográficas

BARROS, Diana Luz Pessoa de. **Teoria do Discurso**: Fundamentos Semióticos. São Paulo: Humanitas FFCH/USP, 2001.

BATISTOTE, Maria Luceli Faria. **Semiótica francesa**: busca de sentido em narrativas míticas. Campo Grande, MS: Ed. UFMS, 2012.

COELHO, P.M.F.; MENDES, C.M.; SANTOS, M. Estratégias de enunciação sincrética: Uma análise comparativa. **Estudos Semióticos**. [on-line] Disponível em: <http://www.fllch.usp.br/dl/semiotica/es> i Editores Responsáveis: Francisco E. S. Merçon e Mariana Luz P. de Barros. Volume 6, Número 1, São Paulo, junho de 2010, p. 26–34. Acesso em 19/01/2014.

FERNANDES, C.S; SILVA, S.B.; OLIVEIRA, A.C.A construção do corpo feminino na mídia semanal. Comunicação, mídia e consumo, São Paulo vol. 6 n.1 7 p. 11 - 3 6 nov. 2009. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/164/165>. Acesso em 19/01/2014

FIORIN, José Luiz. **Elementos da Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2005.

_____. Enunciação e semiótica. Letras n. 33. Émile Benveniste. Interfaces: Enunciação e Discursos. p.69-97, maio, 2007. Disponível em: http://w3.ufsm.br/revistaletras/artigos_r33/revista33_6.pdf Acesso em 19/01/2014

_____. Sendas e veredas da semiótica narrativa e discursiva. In: DELTA-Revista de Documentação de Estudos em Linguística Teórica e Aplicada, São Paulo, v. 15, n.1, p.177-207, 1999.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Du sens**. Paris: Seuil, 1970.

GREIMAS, Algirdas Julien; Courtés, Joseph. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Contexto. Tradução de Alceu Dias Lima et al. 2012.

HERNANDES, Hilton. Duelo: a publicidade da tartaruga da Brahma na Copa do Mundo. In: LOPES, I. C. e HERNANDES, N. (orgs.). *Semiótica: objetos e práticas*. São Paulo: Contexto, 2005. p. 227-44.

MARTINS, Geraldo Vicente. A poeticidade em três textos de Dante Milano. In: I Simpósio de Estudos em Letras: congregando linguagens. novembro, 2008. Cassilândia. Anais do I SIEL. Disponível em: <http://www.uems.br/siel/anais-siel.pdf>. Acesso em 19/01/2014.

MORAES, Suany Oliveira. O caso Richthofen na revista veja: Uma análise semiótica de um texto sincrético. Casa. Vol.6 n.2, dezembro de 2008.

VANDRESEN, Monique. Representações da moda nas manifestações discursivas das revistas femininas brasileiras. Alceu. v.9-n-18.p.108-a 116.jan/junho 2009. Disponível em :

[http://revistaalceu.com.pucrio.br/media/Alceu%2018_artigo%208%20\(pp108%20a%20116\).pdf](http://revistaalceu.com.pucrio.br/media/Alceu%2018_artigo%208%20(pp108%20a%20116).pdf) .Acesso em 24/01/2014.

<http://teen.ibge.gov.br/noticias-teen>

<http://claudia.abril.com.br/moda>

Anexo

A tendência é você: siga suas regras e monte seu próprio estilo para o verão

Toda estação chega com novidades e peças "essenciais", mas essencial mesmo é se libertar de qualquer obrigatoriedade no campo do estilo. Confira nossas apostas, faça as suas e seja feliz!

Lena Carderari em 20.12.2013



Foto 3 de 6

ESTAMPA ÉTNICA

Em versões literais ou estilizadas ela dá as caras mais uma vez. se a roupa já é exuberante, seja mais econômica nos complementos.

Vestido de viscose, Diane Von Furstenberg, R\$ 1 950; colar de níquel com cristais Swarovski, Fit, R\$ 470; pulseira de ouro branco com diamante e rubi, R\$ 4 615, anéis de ouro branco e rubi, R\$ 8 120, de ouro branco e safira, R\$ 5 680 e de ouro branco, brilhante e esmeralda, R\$ 5 225, tudo Aron & Hirsch na NK Store; sandálias de couro, Schutz, R\$ 390

Foto: Bob Wolfenson