

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

LIANA COSTA DO CARMO

Revista Elle Brasil: da mídia impressa à transmidiação

MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

SÃO PAULO

2016

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PROGRAMA DE ESTUDOS PÓS-GRADUADOS EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

LIANA COSTA DO CARMO

Revista Elle Brasil: da mídia impressa à transmidiação

Dissertação apresentada à banca examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica, orientado pela Prof.^a Dr.^a Ana Claudia Mei Alves de Oliveira (Linha de Pesquisa 3: Análise das Mídias).

SÃO PAULO

2016

FOLHA DE APROVAÇÃO

BANCA EXAMINADORA

Ao meu avô Heráclio, com amor.

AGRADECIMENTOS

À Prof.^a Ana Claudia de Oliveira, pela generosidade, pela paciência e pela dedicação na construção deste trabalho. Pela paixão contagiante pela semiótica.

À minha mãe e ao meu pai, pelo apoio e pelo amor incondicional sem os quais essa jornada não seria possível.

Ao Igor, que dividiu meus momentos de angústia e de alegria. Saber que você estava sempre ao meu lado tornou o impossível, suportável.

Aos amigos em Fortaleza, pela amizade e pelos momentos necessários de descontração.

Aos amigos em São Paulo, pela amizade e pela acolhida na cidade que se tornou minha segunda casa.

Ao Centro de Pesquisas Sociosemióticas (CPS), pelos encontros, pela troca e pela pesquisa. Aos amigos do Atelier SP dos Imigrantes e do Atelier Semiótica, Moda e Consumo, pelo *fazer junto* sempre prazeroso.

Aos professores da Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC-SP, pelos saberes compartilhados e pela reflexão acerca desta pesquisa. À Cida, pela prontidão e pela disposição na resolução de problemas.

Às professoras Maria Paula Piotto e Ana Sílvia Médola, pela leitura e pelos importantes comentários no exame de qualificação.

Ao CNPq, à Capes e à PUC-SP, pelo suporte financeiro.

*O sujeito se põe em relação ao que
aprende, sentindo o seu desenvolver-se e
sendo por esse animado num interagir
entre iguais.*

Ana Claudia de Oliveira

RESUMO

Esta pesquisa busca investigar de que forma a revista *Elle Brasil* redimensiona os mecanismos de enunciação em múltiplas plataformas na construção do seu projeto transmídia. Criada em 1945, na França, e lançada em 1988 no Brasil, *Elle Brasil* é uma revista feminina que tem como principais temáticas moda, beleza, estilo de vida e saúde (*fitness*). A publicação atua hoje a partir da produção e distribuição de conteúdo em diferentes plataformas que envolvem edições impressa e digital, uma página no portal *M de Mulher*, da editora Abril, e perfis nas redes sociais *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat* e *Periscope*. Objetiva-se aqui examinar como a revista *Elle Brasil* trabalha os mecanismos de enunciação em cada plataforma midiática do seu projeto transmídia. Também se busca compreender de que maneira o componente estético atua na redimensão de tais mecanismos, como se dão as interações discursivas em cada plataforma que compõe o projeto transmídia e delimitar os regimes de visibilidade envolvidos na atuação dos leitores em tais mídias. A pesquisa parte da hipótese que as múltiplas plataformas de enunciação de *Elle Brasil* a configuram como uma narrativa transmídia. Também se adotam como hipóteses a inferência de que cada mídia possui um processo de enunciação distinto; de que são as interações discursivas baseadas em relações de transitividade que possibilitam a própria construção de narrativas transmídias e de que, no caso da narrativa transmídia construída por *Elle Brasil*, tal *fazer sentir* vai além de um simples ajustamento reativo. A análise do objeto utiliza o arcabouço teórico-metodológico da Semiótica Discursiva de Algirdas Julien Greimas; da Sociossemiótica de Eric Landowski, priorizando os seus estudos sobre regimes de interação, e da Semiótica Plástica, desenvolvida por autores como Jean-Marie Floch e Ana Cláudia de Oliveira. Para a compreensão dos processos enunciativos nas diferentes mídias, são priorizados os estudos de José Luiz Fiorin e, para a abordagem do conceito de transmidiação, as pesquisas de Yvana Fachine e Henry Jenkins. A delimitação do *corpus* deu-se a partir da cobertura jornalística de *Elle Brasil* no *São Paulo Fashion Week 2016 (SPFW N41)* e foi organizada por meio de categorias aspectuais que orientaram, em última instância, a análise de cada plataforma midiática e o exame da sua atuação dentro do projeto transmídia. A investigação do comportamento de cada mídia de *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41* revelou uma maior propensão à subjetividade dentro de suas estratégias enunciativas, bem como a presença de interações discursivas baseadas em uma maior transitividade e relações de visibilidade ancoradas em um *querer ser visto*.

Palavras-chave: *Elle Brasil*, transmídia, enunciação, Semiótica Discursiva, Sociossemiótica.

ABSTRACT

This research aims to investigate how *Elle Brazil* magazine resizes its enunciation mechanisms on multiple platforms throughout the assembly of their transmedia project. Founded in 1945 in France and launched in 1986 in Brazil, *Elle Brazil* is a women's magazine, which its main thematic fields are fashion, beauty, lifestyle and health (fitness). The publication operates nowadays on the production and distribution of content on different platforms involving both printed and digital editions, a page in the website *M de Mulher*, from Editora Abril, and profiles on social networks such as *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat* and *Periscope*. This work intends to exam how *Elle Brazil* magazine operates the enunciation mechanisms in each media platform of its transmedia project. It also seeks to understand how the aesthetic component acts in the resizing of such mechanisms, and how the discursive interactions occur on every platform that are part of the transmedia project and that also delimit the visibility schemes involved in the performance of readers in such medias. The research starts from the hypothesis that the multiple enunciation platforms of *Elle Brazil* configure a transmedia narrative. It also rises the issues that each media has a distinct enunciation process; that the discursive interactions based on transitivity relationships are what enables the construction of transmedia narratives and that, in the case of transmedia narrative elaborated by *Elle Brazil*, the make feel goes beyond a simple reactive adjustment. The analysis is based on the theoretical and methodological framework of the Discursive Semiotics of Algirdas Julien Greimas; the Sociosemiotics of Eric Landowski, focusing on his studies on regimes of interaction, and the Plastic Semiotics, developed by authors such as Jean-Marie Floch and Ana Claudia de Oliveira. For the understanding of the enunciation processes in different medias, the studies of José Luiz Fiorin are prioritized and to approach the concept of transmediation, Yvana Fechine's and Henry Jenkins's research. The delimitation of the corpus was chosen from the media coverage of *Elle Brazil* on the *São Paulo Fashion Week 2016 (SPFW N41)* and was organized by aspectual categories which ultimately guided the analysis of each media platform and its operations within the transmedia project. The investigation of the behaviour of each media of *Elle Brazil* while covering the *SPFW N41* showed a greater predisposition to subjectivity within their strategies of enunciation, as well as the presence of discursive interactions based on transitivity and visibility relations anchored in a wanting to be seen.

Key words: *Elle Brazil*, transmedia, enunciation, Discursive Semiotics, Sociosemiotics.

SUMÁRIO

1. Considerações iniciais.....	11
1.1 Estruturação da pesquisa.....	20
2. O destinador <i>Elle Brasil</i>.....	24
2.1 Seriedade no frívolo, ironia no sério: o nascimento de <i>Elle</i>	26
2.2 O sucesso da <i>femme parisienne</i> : <i>Elle</i> ganha o mundo.....	39
2.3 <i>Savoir faire</i> brasileiro: a chegada do título ao Brasil.....	43
2.4 # <i>ElleBrasil</i> : uma presença virtual.....	56
3. A articulação de linguagens e temáticas na cobertura jornalística.....	67
3.1 A cobertura de <i>Elle Brasil</i> no <i>SPFW N41</i> : delimitação do <i>corpus</i>	73
3.1.1 Revista impressa.....	80
3.1.2 Revista digital.....	85
3.1.3 Página da web.....	89
3.1.4 Redes sociais.....	93
3.1.4.1 <i>Facebook</i>	93
3.1.4.2 <i>Instagram</i>	96
3.1.4.3 <i>Twitter</i>	100
3.1.4.4 <i>Periscope</i>	103
3.1.4.4 <i>Snapchat</i>	107
3.2 Aspectualização dos resultados obtidos.....	110
4. A produção de sentido nas diferentes plataformas.....	119
4.1 Página da web.....	121
4.2 <i>Instagram</i>	150
4.3 <i>Facebook</i>	170
4.4 Revista impressa.....	204
4.5 Revista digital.....	235

4.6 <i>Periscope</i>	246
4.7 <i>Twitter</i>	263
4.8 <i>Snapchat</i>	275
5. <i>Elle Brasil</i> e a construção de um projeto transmídia.....	290
5.1 Estratégias enunciativas: entre a subjetividade e a objetividade jornalística.....	296
5.2 Interações discursivas: da participação à co-destinação	301
5.3 Regimes de visibilidade: o <i>querer ser visto</i> na contemporaneidade.....	309
6. Considerações finais.....	314
7. Referências bibliográficas.....	326

1.

*CONSIDERAÇÕES
INICIAIS*



1. Considerações iniciais

Você já deve me conhecer, porque está acostumada a ver minha foto aqui, na Carta da Editora (sic), mas, dessa vez, mais do que ser lida por você, eu queria que você me ouvisse, porque a grande homenageada dessa edição que comemora os 27 anos da *Elle* é você, leitora. A essa altura, você já deve ter se visto na capa, feito a sua *selfie* e ter se divertido bastante. Não esquece de usar a *hashtag* #vocênacapa, porque as melhores fotos vão ser publicadas na próxima edição. Mais do que um projeto inovador, a ideia dessa capa é reforçar um conceito que a *Elle* acredita há muito tempo: de que ter personalidade, estilo e atitude é o jeito mais bacana de estar na moda. Um beijo e até a próxima edição. (BARBOSA, Susana, 2015)

Transcrição do vídeo gravado pela diretora de redação da revista *Elle Brasil*, Susana Barbosa, o trecho acima, reproduzido em realidade aumentada¹, acompanha a seção “Carta da Diretora” da edição de maio de 2015, um número comemorativo em homenagem aos 27 anos da publicação do título no Brasil. Mais do que uma simples conversa entre editora e leitora, o vídeo apresenta-se como um convite para uma interação entre a revista e sua consumidora, ou entre destinador e destinatário, em diferentes plataformas – um convite a vivenciar por completo o universo transmídia proposto à leitora de *Elle*.

A edição de maio de 2015 acima mencionada funciona como um marco na estratégia de enunciação adotada pela revista. A capa, feita de um papel *coucher* laminado capaz de refletir imagens, convocava a leitora a compartilhar sua foto tirada com a primeira página nas redes sociais. Uma mudança nos projetos gráfico e editorial transformou a edição para *tablet*, inserindo novos mecanismos de hipermídia, como vídeos e áudios afixados a editoriais de moda, e permitindo novos percursos de leitura. Além disso, um aplicativo lançado pela revista inaugurou uma ferramenta de realidade aumentada que, com a ajuda de dispositivos móveis (*tablets* ou *smartphones*), é capaz de projetar vídeos a partir das páginas da publicação.

O novo formato de *Elle Brasil* repercutiu entre as leitoras. Segundo estimativas da própria publicação, 4,5 milhões de pessoas foram impactadas pela edição nas redes sociais. Cerca de 4 mil *hashtags* #vocênacapa foram usadas no *Instagram*, enquanto fotos que famosas como Kim Kardashian e Preta Gil postaram com a revista em mãos receberam,

¹ Tecnologia em que um código é impresso em um papel contendo informações de programação que, captadas por uma câmera ou lidas por um computador, recriam em uma tela o universo controlado pensado pelo seu criador.

juntas, 378 mil *likes* na mesma rede social². A explicação para o impacto da edição nas redes sociais, no entanto, vai além do próprio regime de programação regedor das plataformas que são responsáveis por propagar conteúdos em uma grande velocidade e da manipulação imposta por uma campanha publicitária em torno do lançamento da publicação. É necessário que a narrativa construída por *Elle* e as interações possíveis entre a mídia (ou entre as várias mídias) e suas leitoras sejam observadas por meio de uma outra dimensão pertinente no processo de construção do sentido: a *dimensão estética*.

A partir dos estudos de Algirdas Julien Greimas constitutivos de uma teoria semiótica fundada na produção do sentido – em especial, a partir da publicação do livro *Da Imperfeição*, em 1987, em que o autor lança uma problemática da presença do estético e do estésico no cotidiano –, Eric Landowski propõe uma semiótica da experiência sensível, ou *sociosemiótica*, como passou a ser conhecida esta frente de abordagem da teoria semiótica capaz de dar conta do conjunto de situações da “experiência vivida de cada dia” (LANDOWSKI, 2014). Tal abordagem diferencia-se e amplia a postulada por Greimas em *Semântica Estrutural*, pois não trabalha mais apenas com uma *lógica da junção*, em que sujeitos se relacionam entre si e com o mundo por meio de objetos de valor, acrescentando, como contribuição, a definição de uma *lógica da união*.

Em uma sintaxe da união, os conjuntos de situações são experienciados pelos sujeitos sem a necessidade de mediação, de modo que os interactantes passam a interagir como iguais por meio de um *fazer junto*. Nesse caso, os sujeitos não abrem mão de suas competências modais, mas passam a ser guiados, principalmente, pela capacidade de sentir, nomeada por Landowski de *competência estética* (LANDOWSKI, 2014). Dessa forma, é o contato dinâmico e estésico entre os actantes, dado a partir de uma ideia de co-presença, de um corpo a corpo, o responsável pela apreensão e pela construção do sentido.

Tal interação, definida pelo autor a partir da ideia de regimes de interação e de sentido como *ajustamento*, já foi proposta em diversos textos e pesquisas orientadas por Ana Claudia de Oliveira como parte importante em uma análise semiótica dos ambientes midiáticos. Segundo Oliveira (2014), são os procedimentos de sensibilidade que, somados aos da manipulação, reforçam a construção identitária que se dá a partir da regularidade e a

² Informações retiradas da revista *Elle Brasil* de junho de 2015.

força argumentativa da mídia, o que, por fim, termina por fidelizar o leitor/espectador/usuário, fazendo-o *sentir junto*.

Esse ajustamento ocorrido dentro do âmbito dos processos midiáticos é definido como do tipo *reativo*. Nesse caso, o ajustamento se dá a partir de uma mediação, de modo que a sensibilidade reativa não estaria muito distante de uma programação “refinada”, capaz de provocar nos sujeitos um ajuste sensível (LANDOWSKI, 2014). Por outro lado, um ajustamento do tipo *stricto sensu*, baseado em uma sensibilidade perceptiva, seria aquele que nos permite experimentar as variações possíveis do mundo por meio da presença de outros corpos-sujeitos.

Mas, ao pensarmos em narrativas transmídias complexas e nas interações entre enunciador e enunciatário dentro de suas multi-plataformas, podemos também pensar em um outro modo de ajustamento corpo a corpo proposta pela mídia? Que tipos de interações essas narrativas possibilitam e quais são os seus desdobramentos dentro do campo da comunicação? Essas são algumas das questões que norteiam esta pesquisa.

Criada em 1945, na França, pela jornalista de origem russa Hélène Lazareff, *Elle* nasceu como uma publicação semanal de moda voltada para a mulher de classe média que entrava no mercado de trabalho em um país abatido pela guerra e que lutava para se refazer. Com uma fórmula original, que aliava imagens de moda a conteúdos sobre liberdade, feminismo e consumo, a publicação tinha como objetivo transpor as ideias da Alta Costura francesa para roupas a preços acessíveis. Vendida por um preço mais baixo do que as outras publicações da época, a revista era direcionada para a jovem mulher francesa com um orçamento modesto (ALI, 2007).

Tradução, em francês, do pronome “ela”, *Elle* têm circunscrito em seu nome o simulacro de consumidora ao qual se dirige. A escolha do idioma francês leva a uma maior aproximação com sua leitora primeira – a mulher francesa, detentora do mesmo código linguístico – e reafirma a França, ainda que em um contexto pós-guerra, como o lugar da moda no mundo. Ao usar “ela”, pronome pessoal da terceira pessoa do singular, para denominar-se e, portanto, para construir o seu *ethos*, a revista formula sobre si mesma um discurso que marca a alteridade como o lugar relacional com o qual os sujeitos operam a construção da sua identidade – reiterando o papel temático da revista como actante doador

de competências que estabelece um *fazer ser* com seus destinatários –, além de dotar a publicação de uma nomeação subjetal (“ela”), abrindo um caminho para a projeção de si mesmo a partir dessa identidade feminina e firmando uma relação de proximidade (*eu/tu*) entre revista e leitora.

Inspirada pela temporada que havia passado em Nova York como colaboradora da seção feminina do periódico *New York Times* e da revista *Harper’s Bazaar*, Hélène Lazareff desenvolveu um conceito para tratar os conteúdos da publicação de modo que possuíssem “seriedade no frívolo, ironia no sério”³⁴. Sua primeira edição, “impressa em um papel tão grosseiro e amarelado que, segundo Hélène, mais parecia papel de embrulhar pão” (ALI, 2007, p. 361), trouxe, espelhada nas revistas norte-americanas, conteúdos que refletiam alegria e feminilidade, contraste ao cenário pós-guerra vivido pela França da época. Lazareff acreditava que suas leitoras mereciam ser tratadas como mulheres fortes e independentes, que deveriam buscar independência financeira e igualdade de gênero. Nas páginas de *Elle*, a jornalista não se eximia de tratar sobre temas controversos, como sexo, contracepção e aborto.

Elle foi um sucesso imediato. Primeira revista de moda com conteúdo semanal, a publicação de cerca de 20 páginas transgredia, em seus editoriais, alguns princípios das revistas femininas da época, concentrando o seu conteúdo de moda nas personalidades, em vez de nas criações em si. Nos anos seguintes, *Elle* participou de grandes mudanças na moda francesa, ajudando a popularizar o *prêt-à-porter*⁵ e, por outro lado, lançando nomes da Alta Costura, como Yves Saint Laurent, Christian Dior e Pierre Cardin.

A partir dos anos 1980, a revista é comprada pelo grupo francês Lagardère e torna-se uma marca internacional, introduzindo edições em diversos outros países. *Elle* passa a se valer da expansão de uma indústria da moda globalizada, capaz de provocar desejos de consumo semelhantes em mulheres de diferentes contextos socioculturais. Por esse motivo, a revista mantém o conteúdo de moda e, principalmente, de estilo como o principal valor ao longo dos 45 países em que é hoje encontrada.

³ Tradução livre de “*Irony in seriousness, and seriousness in frivolity*”.

⁴ Informação extraída do site *Elle International Network*, disponível em <<http://www.Ellearoundtheworld.com/>>. Acessado em 08/11/2015.

⁵ Criado após a Segunda Guerra Mundial, o *prêt-à-porter*, ou “pronto para usar”, diz respeito às roupas produzidas em larga escala industrial que possuem grande variedade de estilos, preços e tendências.

No Brasil, a revista é publicada desde maio de 1988 pelo grupo Abril, em parceria com o grupo Lagardère, e adota uma linha editorial que prioriza os conteúdos de moda, beleza e estilo de vida. As duas empresas de comunicação atuam como co-destinadores na construção da revista enquanto objeto semiótico. Tal relação, no entanto, está submetida a hierarquias internas, evidenciadas a partir, por exemplo, da proporção entre conteúdos nacionais e internacionais veiculados em *Elle*, de modo que o grupo *Abril* assume a função de principal destinador. Além de *Elle Brasil*, o grupo brasileiro publica, atualmente, outros 24 títulos, sendo mais da metade (13) deles voltados para o público feminino.

Elle Brasil possui hoje um universo de 150 mil leitores, figurando como a maior revista de moda brasileira em números de exemplares. A publicação tem uma venda média mensal de 73 mil revistas – 12,5% a mais que a sua maior concorrente, *Vogue*. Seu público é composto 89% por mulheres e 11% por homens. A maioria (37,8%) possui entre 20 e 29 anos. Em relação a classes sociais⁶, *Elle* encontra-se dividida da seguinte forma: 20,4% do seu público está na classe A, 62,7%, na classe B e 16,9% na classe C⁷.

Desde 2008, o conteúdo de *Elle* é veiculado no portal *M de Mulher*, website que reúne a produção de dez diferentes publicações voltadas para o público feminino do grupo Abril. Atualmente, o site possui, por mês, 918.915 *page views* (número de acessos) e 91.565 *unique visitors* (visitantes). Em 2010, *Elle* tornou-se a primeira revista de moda brasileira a lançar uma edição para *tablet*, cuja assinatura é hoje vendida separadamente ou em conjunto com a edição impressa. Além disso, a revista também se encontra no *Youtube* (1,4 milhões de visualizações), no *Twitter* (152 mil seguidores), no *Instagram* (344 mil seguidores), no *Facebook* (279 mil curtidas), além de outras redes sociais, como *Pinterest*, *Spotify*, *Periscope* e *Snapchat*. Recentemente, na edição de maio de 2015, uma nova plataforma foi adicionada à marca: um aplicativo de realidade aumentada com o qual é possível visualizar vídeos diretamente das páginas da revista com a ajuda de um *tablet* ou de um *smartphone*.

⁶ A Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, responsável por desenhar o modelo de estratificação social brasileiro, classifica as rendas médias brutas familiares de cada classe: A (R\$ 11.037), B1 (R\$ 6.006), B2 (R\$ 3.118), C1 (R\$ 1.865), C2 (R\$ 1.277) e DE (R\$ 895).

⁷ Dados extraídos do mídia kit da revista, disponível em <<http://www.publiabril.com.br/marcas/Elle/revista/informacoes-gerais>>

A partir do exposto, esta pesquisa propõe como sua problemática central a seguinte pergunta: de que maneira a dimensão estética atua na redimensão dos mecanismos de enunciação e na construção da narrativa transmídia de *Elle Brasil*?

Tratamos como hipótese inicial a inferência de que as múltiplas formas de enunciação de *Elle Brasil* a configuram como uma narrativa transmídia. O autor norte-americano Henry Jenkins define o conceito de transmídiação:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideia de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2009, p.138)

Para Jenkins (2009), o “impulso transmídia” estaria no centro do que ele caracteriza como *cultura da convergência*, uma transformação cultural ocorrida a partir da emergência do ciberespaço e de novas práticas comunicacionais que envolvem convergência dos meios de comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva. Nessa lógica, as narrativas passam a desenvolver-se e circular em múltiplas plataformas distintas, ampliando a profundidade da experiência e motivando ainda mais o consumo.

Assim, *Elle* se caracteriza como uma narrativa que possui a mídia impressa (revista) como mídia de referência e se desenrola em distintas plataformas cujos conteúdos são associados entre si e estão ancorados nas práticas de convergência e participação propiciadas pelos meios digitais. Segundo Yvana Fechine (2014, p. 121), “o texto transmídia pode ser pensado como a totalidade da manifestação que resulta da articulação de enunciados correlacionados e distribuídos em distintas plataformas tecnológicas”. Ainda de acordo com a autora, que estuda construções transmídia em narrativas ficcionais, essa articulação seria operada pelo destinatário a partir de estratégias de engajamento e práticas interacionais estimuladas pelo ambiente de convergência. Ou seja, tal manifestação expandida é organizada por um programa narrativo de base que se liga a programas narrativos auxiliares que, juntos, dão conta do projeto transmídia. A explicação embasa a segunda hipótese desta pesquisa: a de que cada plataforma midiática possui um processo de enunciação distinto.

Essa capacidade de transformação da experiência – ou, ainda, da aspectualidade, da temporalidade e da espacialidade da enunciação –, é tratada pela estudiosa de novas mídias, Jane Murray, cujos objetos de estudo também estão relacionados à ficção. De acordo com Murray (2003, p.129), quando o autor expande a história em múltiplas plataformas (ou múltiplas possibilidades), o leitor adquire um papel mais ativo, envolvendo-se de forma mais intensa nos processos criativos, de maneira que a própria posição ocupada pelo enunciatário e a interação que ele estabelece com o enunciador seria uma espécie de “prazer estético, uma experiência a ser saboreada por si mesma”.

Tal dinâmica joga luz sobre a problemática da enunciação *em ato* e das interações que se dão no nível do discurso entre enunciador e enunciatário. Ao trabalhar o conceito de enunciação enquanto presença, Ana Claudia de Oliveira (2013) propõe *regimes de interações discursivas*, em que a interação entre enunciador e enunciatário no nível discursivo do percurso gerativo de sentido é tratada como componente da apreensão e da construção do sentido. Essas interações assumem diferentes pontos de vista, de modo que:

Com as graduações de intensidade do assumir mais ou menos participativo do sujeito, a enunciação pode ser concebida como um modo de criação de experiências com coeficientes de maior ou menor sentido ao ser vivida em que a componente estética do sujeito complexo opera tanto na decodificação, ou na instauração quanto na participação e na apreensão compartilhada dos mundos de linguagem. (OLIVEIRA, 2013, p.241)

A partir das interações entre esses dois atores (enunciador e enunciatário), portanto, seria possível prever relações de intransitividade ou de transitividade. No primeiro caso, enunciador e enunciatário ocupam posições fixas e estabelecem um fluxo unidirecional de doação de competências modais. A transitividade, por outro lado, prevê três diferentes tipos de situações: enunciador e enunciatário ocupam posições enunciativas negociadas por meio de um contrato de fidúcia; enunciador e enunciatário atuam juntos, a partir de um princípio de reciprocidade, e, por fim, enunciador e enunciatário atuam em reflexividade, co-enunciando o sentido por uma estratégia global de enunciação (OLIVEIRA, 2013).

A terceira hipótese desta pesquisa é que são essas interações discursivas baseadas em relações de transitividade que possibilitam a própria construção de narrativas transmídias, edificadas a partir do compartilhamento do sentido e das competências estéticas e estéticas

dos sujeitos. Nessa perspectiva interacional, o *fazer sentir* mobilizaria a competência estética do destinatário na apreensão do sentido, fazendo-o sentir os valores sensíveis em *Elle*.

Como quarta e última hipótese, testamos que, no caso da narrativa transmídia construída por *Elle Brasil*, tal *fazer sentir* vai além de um simples ajustamento reativo, em que o regime da união aparece apenas como um estágio dentro do regime da junção, com o objetivo de garantir as bases de um fazer manipulador e programador. No caso de projetos transmídias, consideramos que tais plataformas midiáticas devem ser analisadas como mais do que meros instrumentos de mediação entre empresas e veículos de comunicação e seus leitores/espectadores/usuários – elas devem ser tratadas como corpos-sujeitos que operam um *fazer junto* a partir de suas competências e consistências estéticas e permitem a sociabilidade e o pertencimento dos sujeitos em comunidades – virtuais ou não – surgidas a partir do projeto transmídia e estabelecidas em relações de transitividade fincadas entre enunciador e enunciatário, possibilitando uma reciprocidade enunciativa. Desse modo, o ajustamento reativo transformar-se-ia em ajustamento *stricto sensu* (sensibilidade perceptiva) a partir do engajamento dos enunciatários em tais narrativas, em que um aspecto incoativo daria lugar a um aspecto durativo, possibilitando a passagem entre os tipos de ajustamento.

Para trabalhar a temática proposta, a escolha da revista *Elle Brasil* justifica-se pelo tamanho e pela complexidade da narrativa transmídia construída no campo editorial brasileiro, conforme os dados apontados anteriormente demonstram. Ainda que não seja a revista de moda brasileira com o maior número de seguidores nas redes sociais (a *Vogue Brasil* possui mais de um milhão de seguidores no *Instagram*), *Elle Brasil* possui um maior campo de leitores em sua mídia impressa e mais plataformas e recursos interativos com os quais desenrola seu projeto transmídia.

Como *corpus*, foram selecionadas as diversas mídias que atuaram na cobertura jornalística de *Elle Brasil* no *São Paulo Fashion Week* de 2016 (*SPFW N41*). Além das edições impressas, serão incluídas no *corpus* as edições digitais, a página de *Elle* no portal *M de Mulher* e os perfis nas redes sociais *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat*, *Twitter* e *Periscope*. O recorte temporal escolhido foi a semana do evento (25 a 29 de abril de 2016) e os meses de abril, maio e junho, para as edições impressa e digital. Serão levadas em consideração apenas

as postagens e matérias publicadas nas plataformas midiáticas de *Elle Brasil*, bem como os comentários realizados por leitores e usuários em tais especialidades.

No campo do jornalismo, são poucas as abordagens sobre narrativas transmídia. A maioria dos estudiosos centra seu trabalho em narrativas ficcionais (JENKINS, 2009; MURRAY, 2003; FECHINE, 2014). O discurso jornalístico, no entanto, apresenta-se como um importante campo na pesquisa sobre transmidiação, pois carrega, na sua prática diária, duas imprescindíveis características para a construção e o sucesso de tais narrativas: uma história que é contada a partir de vários meios e que se encontra enriquecida com os aportes dos seus usuários/leitores/espectadores (SCOLARI, 2011). No caso da narrativa transmídia cuja plataforma de base é o jornalismo impresso, tais reflexões tornam-se ainda mais relevantes na medida em que o futuro do fazer jornalístico e das grandes empresas de comunicação são postos em xeque pelas novas mudanças tecnológicas e de consumo da informação.

Além disso, como veículo de comunicação cujo principal conteúdo é a moda, *Elle Brasil* apresenta particularidades no seu processo de enunciação, possuindo uma maior dimensão subjetiva no relacionamento com a sua leitora do que revistas semanais de informação, por exemplo; além de ser responsável pela veiculação de simulacros relativos a corpo, beleza e estilo que ocupam um importante papel na construção dos sujeitos enquanto destinadores de si mesmo (GREIMAS, 2002) e na instituição de gostos e modos de ser (FIORIN, LANDOWSKI, 1997).

1.1 Estruturação da pesquisa

O objetivo central desta pesquisa é, a partir da análise da cobertura jornalística do *SPFW N41* em diferentes mídias, verificar de que maneira a dimensão estética atua na redimensão dos mecanismos de enunciação e na construção da narrativa transmídia de *Elle Brasil*. Entre outros objetivos, estão ainda entender como se dão as interações discursivas em cada plataforma que compõe o projeto transmídia da revista, delimitar em que medida os mecanismos de enunciação em cada mídia funcionam na instauração de um gosto por

determinada forma de consumir informação e identificar quais são os simulacros de leitores construídos pela revista no processo de enunciação entre *Elle Brasil* e seus consumidores.

Para responder aos diversos questionamentos, trabalhamos com a hipótese inicial de que as múltiplas formas de enunciação de *Elle Brasil* a configuram como uma narrativa transmídia. Tal hipótese foi testada ao longo da análise do *corpus*, que provou que a revista atuou na cobertura jornalística da semana de moda a partir de um projeto transmídia que se desenrolava em diferentes plataformas, cada qual com uma estratégia enunciativa própria, com um papel temático específico e com distintos valores notícia, o que nos leva à segunda hipótese, a de que cada plataforma midiática possui um processo de enunciação particular.

A distinção entre as posições enunciativas nas plataformas que compõem o projeto transmídia de *Elle Brasil* ficou clara a partir da análise realizada por meio de categorias enunciativas baseadas nas relações proxêmicas de proximidade e distanciamento. Enquanto algumas plataformas atuavam por meio de uma posição enunciativa que pregava a objetividade, a maioria revelou a presença de uma subjetividade, com o objetivo de aproximar-se de um leitor presente nos ambientes virtuais. O uso de diferentes linguagens e tipos de sincretismo também distinguiram as plataformas midiáticas na medida em que algumas prezavam por sistemas visuais e audiovisuais-cinéticos, enquanto outras priorizavam o uso do sistema verbal escrito.

Tais estratégias enunciativas possibilitaram a presença de diferentes interações discursivas ao longo do projeto transmídia de *Elle Brasil*. Na terceira hipótese, admitimos que são essas interações discursivas baseadas em relações de transitividade que permitem a própria construção de narrativas transmídias, edificadas a partir do compartilhamento do sentido e das competências estéticas dos sujeitos. O exame das diferentes mídias revelou a presença de interações discursivas baseadas na transitividade, ou seja, em um amplo fluxo enunciativo entre enunciador e enunciatário. Essa abertura permite a maior participação dos leitores e usuários em espaços antes delimitados por um fazer exclusivo de grandes veículos de comunicação. É essa participação dos destinatários, possibilitada pelos ambientes virtuais, uma das principais características de projetos transmídias.

Como quarta e última hipótese, defendemos que, no caso da narrativa transmídia construída por *Elle Brasil*, tal *fazer sentir* vai além de um simples ajustamento reativo, em

que o regime da união aparece apenas como um estágio dentro do regime da junção, com o objetivo de garantir as bases de um fazer manipulador e programador. Durante a análise das mídias, foram observados diferentes regimes de interação e sentido, de modo que, em plataformas como *Periscope* e *Facebook* (por meio do *Facebook Live*), verificou-se a existência da probabilidade de ocorrência do regime do acidente, possível a partir de um ajustamento que leva, de fato, a um *fazer junto* entre enunciador e enunciatário. Nesse ajustamento, há a perspectiva de uma troca enunciativa que leva a uma nova isotopia, a uma mudança temática e, desse modo, ao aleatório. Tais regimes são, portanto, constituintes do projeto transmídia de *Elle Brasil*.

Após estas notas iniciais, o desenvolvimento da pesquisa concentra-se então em quatro outros capítulos. No primeiro, partimos da diacronia da revista *Elle*, bem como da construção e da internacionalização da sua marca e da chegada do título ao Brasil, para chegar à atual configuração da revista em múltiplas plataformas. Tal estrutura confirma a hipótese da existência de um projeto transmídia – cujo conceito procurou-se explorar e esclarecer.

No segundo capítulo, tomando como base o contexto semiótico da cultura da convergência, buscamos traçar as relações estabelecidas entre dimensões do nível discursivo do percurso gerativo de sentido, como o sincretismo de linguagens e os procedimentos de tematização e figurativização. Para organizar o recorte do *corpus* semiótico, partimos então para uma análise quantitativa de todos os enunciados veiculados nas diversas plataformas midiáticas de *Elle Brasil* durante o *São Paulo Fashion Week* de 2016 (*SPFW N41*), dividindo-os em categorias conforme sua articulação de linguagens, seu arranjo sincrético e seus temas predominantes. Os resultados serviram como base para a construção de um quadrado semiótico a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/, utilizadas para verificarmos a importância que cada plataforma ocupou no projeto transmídia da revista durante a cobertura da semana de moda e a ocorrência de determinados enunciados em cada mídia.

No terceiro capítulo, buscamos analisar, utilizando como aparato teórico-metodológico o percurso gerativo do sentido, enunciados representativos das diferentes plataformas midiáticas por onde *Elle Brasil* realizou a cobertura jornalística do *SPFW N41*.

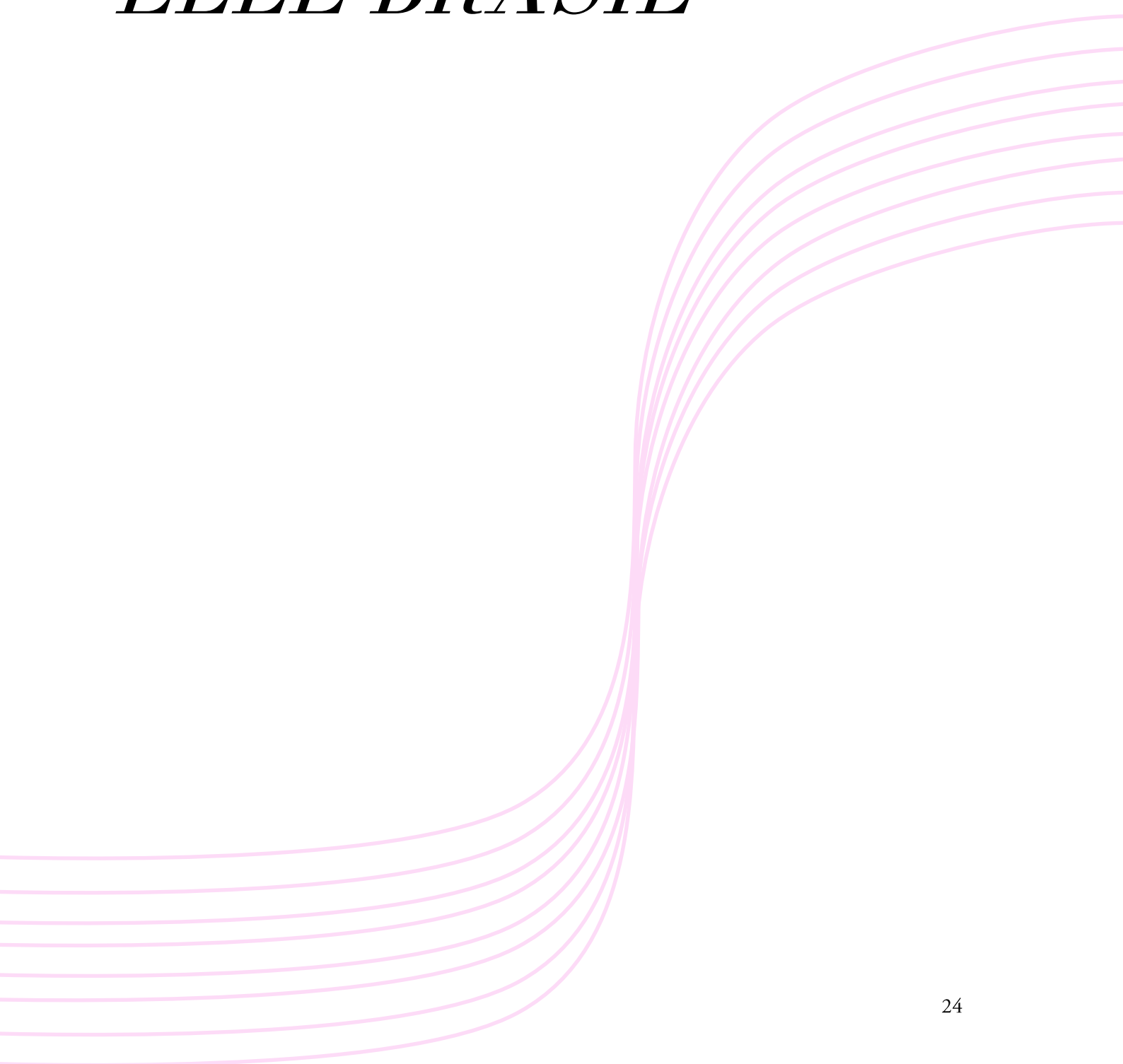
Partindo da categorização aspectual realizada no capítulo anterior, os enunciados foram organizados conforme sua recorrência em cada mídia. Por meio do exame do *corpus*, chegamos então às diferentes estratégias discursivas, bem como aos distintos percursos narrativos (tanto do destinador, como do destinatário), em cada uma das instâncias que constituem o projeto transmídia da revista. A partir delas, foi possível delimitar as principais posições enunciativas ocupadas por *Elle* em suas plataformas.

Por fim, no último capítulo, levantamos questões relativas às estratégias e práticas observadas na construção do projeto transmídia em *Elle Brasil*. Inicialmente, abordamos a problemática da enunciação, concluindo as análises realizadas no capítulo anterior e examinando a relação estabelecida entre a passagem de vozes enunciativas e os efeitos de sentido de subjetividade e objetividade. Em seguida, discorreremos sobre as interações discursivas estabelecidas entre enunciador e enunciatário nas diversas plataformas e qual o papel ocupado pelo destinatário na narrativa transmídia de *Elle Brasil*. Então, exploramos os questionamentos relativos aos regimes de visibilidade observados nas mídias.

2.

O DESTINADOR

ELLE BRASIL



2. O destinador *Elle Brasil*

Hélène Lazarreff não construiu um império industrial, mas lançou uma marca capaz de ser reconhecida nos quatro cantos do globo. E foi além; cunhou um “*style*”. Estilo esse que, reforçado por estereótipos veiculados nas artes e no cinema, ajudou a construir um dos mais consagrados simulacros do mundo da moda – o da mulher francesa como ícone de elegância. Ao fazê-lo, instalou um *querer ser* em milhares de jovens leitoras, tornando desejáveis e acessíveis as modas e os modismos da Alta Costura parisiense. Com *Elle*, Hélène não inaugurou apenas mais uma revista de moda: fincou um forte ator no cenário da mídia internacional, responsável por disseminar seus modos de ser e parecer nos 46 países em que hoje é publicada.

Mantendo-se sempre em sintonia com as mudanças sociais, políticas e culturais vividas por suas leitoras, *Elle* construiu-se enquanto destinador por meio da relação que cultivou com o seu contexto, estabelecendo sua identidade a partir da continuidade do seu fazer jornalístico e renovando-se conforme os descontínuos, comuns em seu percurso, o que resultou em uma narrativa na qual o regime do ajustamento (LANDOWSKI, 2014) desempenhou papel decisivo para a manutenção do título. Os efeitos de sentido de dinamismo – no mercado editorial – e proximidade – com a leitora – são apreendidos a partir de isotopias identificadas por meio da recuperação histórica da revista.

No Brasil, nação que detém o primeiro lugar no *ranking* de horas gastas por usuários nas redes sociais⁸, tal isotopia perpassa a necessidade de uma presença virtual do título, que aqui passa a chamar-se *Elle Brasil*. A revista que, desde o início de sua publicação no país, em 1988, reformula-se de forma regular de acordo com as práticas de consumo de seus leitores, encontra-se hoje presente também na internet, em redes sociais e em plataformas móveis (nessas últimas, por meio de aplicativos), adotando, em cada uma, formas enunciação que serão aqui investigadas.

Este capítulo pretende analisar de que maneira a revista *Elle Brasil* se constrói enquanto enunciador na mídia brasileira. Para tal, revisaremos a relação dialética entre o título francês e o seu “macrotexto englobante” (LANDOWSKI, 1996) desde a sua criação,

⁸ Informação disponível <em <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2014/07/brasileiros-lideram-ranking-de-horas-gastas-em-redes-sociais-diz-estudo.html>>. Acesso em 28/03/2016.

passando por sua chegada ao Brasil, até os dias atuais. Ao longo do caminho, poderá se observar como *Elle Brasil* atua enquanto enunciador e como se dá sua produção de sentido.

2.1 Seriedade no frívolo, ironia no sério: o nascimento de *Elle*

Filha de aristocratas russos, Hélène Lazarreff, nascida Hélène Rostov-sur-le-Don, desembarcou em Paris aos oito anos, após sua família deixar a Rússia durante a Revolução. Jovem delicada e impetuosa, Hélène casou-se aos 18 anos, tornou-se mãe aos 19 e divorciou-se aos 21. Solteira, viveu um breve romance com o poeta surrealista francês Philippe Soupault antes de dedicar-se a uma expedição etnográfica organizada pelo antropólogo Marcel Grioule no Congo, em 1933. Ao retornar à França, conhece Pierre Lazarreff, então diretor de redação do jornal *Paris Soir*. Os dois se casam em 1939 e Hélène sela, ao mesmo tempo, a sua união com o jornalismo. Ainda em Paris, edita uma página voltada para a mulher e para a família no *Paris Soir* e colabora com a recém-criada revista feminina *Marie Claire*.

As duas publicações acima empreenderam importantes mudanças na imprensa francesa. Criado em 1923, o periódico *Paris Soir* chegou a ser um dos jornais de maior circulação na Europa, enquanto a revista *Marie Claire*, fundada em 1937, era considerada como o modelo ideal de revista feminina da época, inaugurando uma nova forma de fazer jornalismo que se distanciava de uma imprensa feminina popular, centrada na publicação de romances de folhetins e fotonovelas, e preocupava-se em editar conteúdos mais práticos, voltados para o “faça você mesma” e para uma moda a preços acessíveis. Sua importância foi tanta para a imprensa francesa que o jornalista Jean Prouvoust chegou a apelidá-la de “a *Vogue* dos pobres” (GRANDPIERRE, 2012), em menção ao título de grande circulação dos Estados Unidos.

Durante a Segunda Guerra, os Lazarreff refugiam-se em Nova York e descobrem o jornalismo norte-americano – que, na época, abrigava as duas primeiras grandes revistas de moda do mundo: *Harper's Bazaar*⁹ (1867) e *Vogue* (1892). Nos Estados Unidos, Hélène

⁹ Uma das primeiras revistas americanas de circulação nacional, a *Harper's Bazaar* é considerada como a primeira revista de moda do país. Inspirada na revista alemã *Der Bazar*, a publicação trazia belas ilustrações de moda e impressão de alta qualidade e era voltada para a alta sociedade norte-americana.

colaborou para a seção feminina do periódico *New York Times* e para a própria *Harper's Bazaar*. Durante seu período na *Bazaar*, a jornalista teve contato com uma redação de revista voltada para o público feminino formada majoritariamente por mulheres – fato incomum para um período em que elas eram destinadas, na maioria das vezes, apenas aos cargos de datilógrafa ou secretária. Ao retornar a Paris, em 1945, Hélène põe suas ideias em prática e funda uma publicação inspirada na sua experiência nos Estados Unidos, mas voltada para a mulher francesa: a revista *Elle*.

A história de Hélène Lazarreff anterior à fundação de *Elle* presentifica um simulacro de mulher independente e inovadora, ligada às mudanças de seu tempo, tanto no campo da política, como no campo da comunicação. Seu percurso de vida até a criação do título está repleto de semantismos que a constituem enquanto destinadora da publicação. A experiência com as imprensas francesa e norte-americana põe em jogo, em seu fazer jornalístico, a oposição, respectivamente, dos valores da subjetividade e da objetividade, de modo que o primeiro está ligado a um modo de fazer europeu, marcado por gêneros opinativos e por influências políticas nos textos publicados e, o segundo, a um modo de fazer relacionado à noção de notícia como mercadoria, às grandes empresas de comunicação e à máxima da imparcialidade jornalística. Além disso, é possível identificar no percurso de Hélène, a partir da reiteração do descontínuo (Revolução Russa, expedição para a África, Segunda Guerra Mundial) e de, portanto, uma maior abertura ao risco, um estilo de vida constantemente pautado pelos regimes do acidente e do ajustamento, tomando como premissa a hipótese de Landowski (2014) de que os regimes de sentido e interação possuem um alcance existencial e remetem a maneiras de “estar no mundo”.

O modelo acima proposto por Landowski, conhecido como regimes de interação e de sentido, funda-se na oposição /contínuo/ *vs.* /descontínuo/ e aumenta o espectro de análise da teoria narrativa proposta por Greimas. Landowski (2014) estabelece quatro possibilidades interacionais para descrever as modalidades de risco de como os sujeitos relacionam-se entre si e com o mundo à sua volta: programação, manipulação, ajustamento e acidente. Aqui elas serão apresentadas brevemente para, depois, serem retomadas com maiores detalhamentos ao longo desta pesquisa.

O primeiro dos regimes é o da programação. Fundado no princípio da regularidade, nele, os atores passam a assumir um papel temático, ou seja, um desempenho programado. Tal regime está ligado a uma baixa ocorrência do risco e a um modo de apreensão do mundo radicalmente determinista. Landowski (2014) estabelece dois tipos de programação: aquelas baseadas em causalidades físicas, em que leis da física ou da biologia determinam efeitos previstos, e as baseadas em coerções sociais, comportamentos de ordem social ou simbólica advindos de condicionamentos socioculturais expressos em práticas diárias. Em ambos os casos, as formas de interação entre sujeitos ou entre sujeito e objeto se dão a partir da interobjetividade e da exterioridade.

No regime da manipulação, o princípio regente das interações entre atores passa a ser o da intencionalidade. Nesse caso, as interações se dão em termos de intersubjetividade e de interioridade, ou seja, conforme a persuasão entre sujeitos que assumem o estatuto semiótico de “sujeitos de vontade”, em que motivações e razões pessoais são postas em jogo. Tal interação envolve delegar ao outro operações pragmáticas por meio de um *fazer fazer* instalado a partir de um *querer fazer* ou de um *dever fazer*. A manipulação pode se dar a partir de razões de ordem econômica (tentação ou intimidação) ou a partir de motivações subjetivas dos sujeitos, motivações de ordem identitária (sedução ou provocação).

No regime do ajustamento, a interação entre os sujeitos passa a se dar em pé de igualdade, regida por um princípio de sensibilidade mútua e por um *fazer junto*. A interação acontece a partir de uma reciprocidade entre os actantes, de modo que um contagia o outro por meio de um *fazer sentir*, mobilizando as competências estéticas dos sujeitos. Nesse caso, o comportamento dos actantes não está dentro de um papel temático único, o que termina por promover uma maior abertura ao risco e, portanto, ao excedente de sentido. Landowski (2014) prevê ainda dois tipos de sensibilidade: a sensibilidade reativa, em que o *fazer junto* é mediado, e a sensibilidade perceptiva, em que o ator se encontra em uma maior relação de abertura ao mundo, percebendo-o e sentindo o seu sentido.

Baseado no princípio da aleatoriedade, da imprevisibilidade, o acidente (ou assentimento) é o último dos regimes descritos por Landowski (2014). O autor relaciona o acidente ao descontínuo, ou seja, à ruptura de determinada regularidade, efeito do cruzamento de duas trajetórias cujas causas e finalidades não podem ser determinadas. Os

actantes envolvidos em uma interação regida por tal princípio estariam, portanto, submetidos à possibilidade do risco puro. Landowski (2014) afirma que o regime do acidente está sujeito a dois diferentes tipos de probabilidades: a matemática, em que o acidente aparece como resultante de uma probabilidade calculada, e a mítica, que depende de uma certa fatalidade.



Imagem 1. Hélène Lazarref, criadora de *Elle*: articulação dos modos de fazer norte-americanos e europeus no jornalismo.

Ao contrário das outras revistas femininas francesas da época, que traziam em seu título algum nome de mulher, como *Marie Claire*, *Claudine*, *Marie France*, ou a temática sobre a qual tratavam, como *Confidences*, *Le Petit Écho de la Mode*, *Votre Bonheur*, Lazarreff opta pela escolha de um pronome feminino como marca para sua nova publicação. O dicionário *Le Petit Robert* (2006) traz a definição do termo “*Elle*”, tradução, em francês, do pronome “ela”:

Elle (pron. pers. f.)

Pron. pes. f., 3^a p. do sing. (ela) e do plur. (elas);

1 Empregado como um sujeito representante de um n. f. de pessoa ou de algo que já foi ou será expresso (corresponde ao masc. *ele, eles*).

2 Em oposição, forma de insistência (corresponde ao masc. *ele, eles*). (Sujeito).

3 Empregado como complemento com *não* (corresponde ao mas. *ele, eles*).

4 Com uma preposição (corresponde ao masc. *ele, eles*).¹⁰

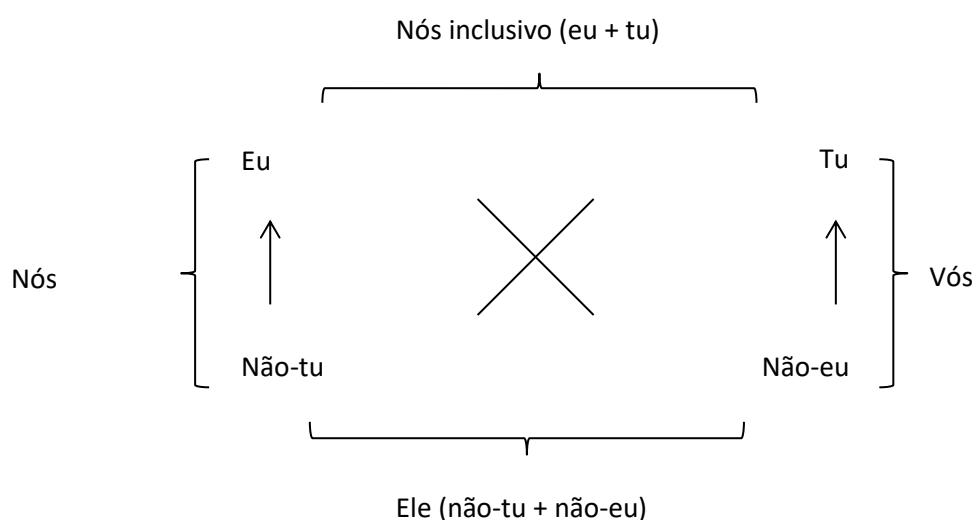
O título *Elle*, desse modo, despersonaliza a publicação, libertando-a de uma temática específica e funcionando como espécie de termo englobante de todas as leitoras e de seus interesses. Na nomeação da revista, Lazarref rompe com tradições cristalizadas no mercado editorial francês, dando a ver um novo papel temático do seu público alvo, a mulher francesa, interessada no que é evento e pauta na sociedade do início da segunda metade do século XX. O uso de “*Elle*” como nome previne o título do envelhecimento possível de determinada temática ou prática, fortalecendo o aspecto durativo da marca. A escolha do idioma francês, por sua vez, leva a uma maior aproximação com sua leitora primeira – a mulher francesa, detentora do mesmo código linguístico – e reafirma a França, ainda que em um contexto pós-guerra, como o lugar da moda no mundo.

Além da figurativização do papel temático da revista, o termo “*Elle*” pode ainda ser observado a partir do ponto de vista das pessoas da enunciação. Segundo Fiorin (1996, p.60), a posição *ele* (ou ela, ou *Elle*) é tida como um lugar que pode comportar uma infinidade de sujeitos ou nenhum. É a pessoa de quem se fala. Em uma correlação de pessoalidade, a *pessoa* (*eultu*, actantes da enunciação) se oporia à *não-pessoa* (*ele*, actante do enunciado), em uma relação na qual a pessoa subjetiva se constitui a partir da pessoa não-subjetiva. Nas páginas de *Elle*, portanto, suceder-se-iam assim várias “elas”, simulacros do fazer prescritivo da revista – “corpos de papel”, como denomina Landowski (2012), que estão impressos ali para serem vistos, espécie de desfile de alteridades sancionadas positivamente pela publicação como operações sintagmáticas do estilo de vida proposto e que atuam de forma decisiva na construção identitária de suas leitoras.

A relação entre os diferentes sujeitos pode ser observada a partir do quadrado semiótico sobre as pessoas da enunciação proposto por Fiorin em *Astúcias da Enunciação* (1996, p.60), representado abaixo:

¹⁰ Tradução livre.

Esquema 1. Quadrado semiótico sobre relações entre as pessoas da enunciação.

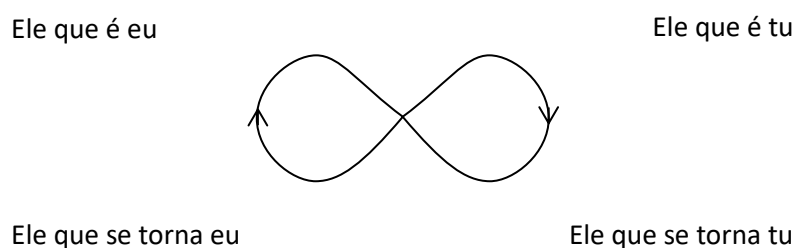


No esquema acima, é possível identificar o pronome “ele” como termo complexo da união das posições “não-tu” e “não-eu”. Funcionam ainda enquanto termos complexos o “nós exclusivo” (“eu” + “não-tu”), o “nós inclusivo” (“eu” + “tu”) e o “vós” (“tu” + “não-eu”). Ao usar “ela”, pronome pessoal da terceira pessoa do singular, para denominar-se e, portanto, para construir o seu *ethos* – que deve ser aqui compreendido como a imagem que o autor faz de si mesmo, e não o autor em si (FIORIN, 2004) –, a revista formula um discurso que marca a alteridade como o lugar relacional com o qual os sujeitos operam a construção da sua identidade, reiterando o papel temático da publicação como actante doador de competências que estabelece um *fazer ser* com seus destinatários. Tais relações entre os sujeitos e os outros são abordadas por Landowski como essenciais nas construções identitárias:

(...) o sujeito tem necessidade de um ele – dos outros (*eles*) – para chegar à existência semiótica, e isso por duas razões. Com efeito, o que dá forma à minha própria identidade não é só a maneira pela qual, reflexivamente, eu me defino (ou tento me definir) em relação à imagem que outrem me envia de mim mesmo; é também a maneira pela qual, transitivamente, objetivo a *alteridade do outro* atribuindo um conteúdo específico à diferença que me separa dele. Assim, quer a encaremos no plano da vivência individual ou – como será o caso aqui – da consciência coletiva, a emergência do sentimento de “identidade” parece passar necessariamente pela intermediação de uma “alteridade” a ser construída. (LANDOWSKI, 2012, p. 4)

Desse modo, a revista atuará, em seu fazer prescritivo, como um destinador forte responsável por veicular diversas “elas” que atuam no processo de construção identitária de suas leitoras. Para abordar as posições enunciativas propostas pela revista *Elle Brasil*, no entanto, partimos do quadrado semiótico proposto por Fiorin (1996) para chegar ao modelo de elipse dinâmica criada por Landowski (2014). A elipse é aqui adotada por conta das mudanças de posições enunciativas, de modo que as oposições binárias estabelecidas no quadrado anterior tornam-se insuficientes.

Esquema 2. Quadrado elíptico sobre relações entre as pessoas da enunciação em *Elle*.



Tomando como ponto de partida a utilização do *ele* – ou da alteridade do outro (LANDOWSKI, 2012) – na construção da existência semiótica dos leitores da publicação, podemos pensar na presença dessa terceira pessoa em uma enunciação conjunta com um *eu* e com um *tu*, os dois sujeitos da comunicação. Tal actorialização transformada no processo enunciativo é marcada pela presença do *ele* (ou sobre quem se fala) no fluxo comunicacional, podendo assumir diferentes posições. Nessa proposta, haveria, em um mesmo enunciado, uma delegação de vozes constante. O modelo aqui levantado será explorado mais afundo adiante neste trabalho.

A presença marcante do *ele* (ou de *Elle*) na enunciação da publicação pode ser observada ainda na marca gráfica de seu título. O nome adotado pela publicação determina a assinatura do enunciador. Na plasticidade da topologia da revista, o título se constitui enquanto a presença de um *eu*, convocando o *tu* (enunciatário) a navegar por suas páginas – ambos, permeados pela presença de um *ele*. Segundo Oliveira (2007, p.70), é a partir do arranjo tipográfico deste nome que a relação de interlocução entre meio de comunicação e leitor é estabelecida, de forma que “sintonizado com esse diálogo, o tu é sensibilizado pelo

modo como o jornal faz-se apreender pelos traços inerentes à articulação de sua tipografia específica”, responsável por delinear o sincretismo entre os diferentes tipos de sistemas de linguagens.

Imagem 2. Marca gráfica da revista *Elle*: identidade a partir da alteridade.

Em sua marca gráfica, *Elle* opta pelo uso de uma tipografia serifada, com serifa prolongada e afilada em sua ponta, figurativização de um *fazer ser* de uma nova publicação que deseja fincar o seu lugar no mundo. A tipografia alongada destaca uma verticalidade, que figurativiza o corpo humano (nesse caso, o feminino) e o seu estar atuante na sociedade, construindo-se enquanto um sujeito de fazer. Tal performance é reiterada, por outro lado, pela horizontalidade, que demarca a repetição da verticalidade feminina no mundo de papel – figurativizada pela repetição da letra “L” por si mesma e inserida dentro da letra “E” –, dando a ver a ação do sintagma sobre a performance.

O primeiro número de *Elle* foi lançado em 21 de novembro de 1945. A redação da revista foi organizada em duas salas no escritório do jornal *France Soir* – criado após a Segunda Guerra por um grupo de jornalistas ligados à Resistência francesa e dirigido por Pierre Lazarreff –, localizado no número 100 da rua Réaumur, em Paris. Situada entre o 2º e o 3º *arrondissement*, a rua Réaumur foi endereço de importantes jornais, como os periódicos *Le Parisien Libéré* e *La France*. O mesmo número 100 já havia sediado, anos antes, as redações dos jornais *l’Intransigeant*, *Pariser Zeitung*, *Défense de la France*, *Franc-Tireur* e *Combat* – os três últimos, publicados durante a ocupação alemã. Dessa forma, *Elle* nasce em uma espacialidade que circunscreve a sua prática enquanto atividade jornalística de viés informacional e, em certa medida, político, o que a diferenciava das revistas

femininas da época. A proximidade com a redação do *France Soir* permitia o intercâmbio de artigos e notícias entre as duas redações, principalmente de textos sobre atualidades.

Imagem 3. Prédio da revista *Elle* e do jornal *France Soir*, em 1971: intercâmbio de matérias sobre política e atualidades entre as redações. Fonte: *France Soir*, disponível em <<http://www.francesoir.fr/culture-medias/france-soir-70-ans>>.



A primeira edição de *Elle* circulou com uma tiragem de 700 mil exemplares, que se esgotaram rapidamente. Impressa em um papel “tão grosseiro e amarelado que, segundo Hélène, parecia papel de embrulhar pão” (ALI, 2009, p. 361), a revista possuía apenas 24 páginas e tinha um tamanho um pouco menor do que um papel A5 (14,8 cm x 21 cm). A descrição da materialidade do primeiro número nos dá a ver um efeito de sentido de austeridade, valor predominante em uma sociedade francesa no pós-guerra, o que termina por aproximar as informações de moda e estilo da publicação à realidade de seu destinatário, a mulher francesa. Na capa, a modelo francesa Yolande Bloin vestia uma composição de Elsa Schiaparelli, *designer* italiana de forte influência surrealista.



Imagem 4. Primeira edição de *Elle*: impressão austera e valorização de imagens. Disponível em: <<http://www.1-jour.fr/21-novembre-1945-premier-numero-du-magazine-Elle/>>.

A imagem ocupava quase a página inteira, que não trazia chamadas para as reportagens, apenas o título da revista, seu número e seu preço. *Elle* seria a primeira revista francesa a utilizar fotos coloridas e a valorizar o uso da imagem – em especial, da fotografia. Esse seria um traço figurativo importante na composição do seu arranjo estético, reiterado ao longo de todos os anos em que o título é publicado.

Tal recurso é de extrema importância, pois confirmará *Elle* enquanto mídia produtora de fortes simulacros do ser feminino veiculados a partir do uso da fotografia, que, ao circular os seus corpos de papel, faz com que os sujeitos se inscrevam e se reconheçam no discurso (LANDOWSKI, 2012), o que fortalece os mecanismos de manipulação por sedução – caso em o que está em jogo é a imagem positiva que o manipulador faz do manipulatório – utilizados pela revista a partir de um *fazer fazer* e de um *fazer sentir*, ou seja, da mobilização da competência estética de sua leitora, que passa a operar a construção da apreensão do sentido. Essa sensibilidade, no entanto, pode ser classificada como reativa, identificada em uma interação na qual um encadeado de estados e ações fornecido como modelo será reproduzido pelo outro, fazendo-o sentir os valores sensíveis presentes em *Elle*.

A fotografia da capa, uma figura feminina euforizada, descontraída, em um ambiente urbano, sorrindo e brincando com um gato, projeta o objetivo da publicação: auxiliar a mulher francesa arrasada após a Segunda Guerra a se reconstruir enquanto sujeito destinatário de si mesmo. O marca gráfica de *Elle* inicia o percurso do olhar da leitora (da esquerda para direita). É ela que demarca a moldura (instância englobante da capa) como a cena enunciativa da publicação. Em seguida, é possível dirigir-se ao felino que se lança no mundo, figurativização da própria figura feminina e da leitora de *Elle*. A gestualidade da modelo indica que, tal mulher, ao contrário do estereótipo feminino ainda muito difundido na época, é um sujeito de fazer. O que se desenha, portanto, é uma diagonalidade que sai de um verbal (fechado) e vai para um simulacro feminino, revelando à leitora um fazer feminino em um mundo que se abre, indicado aqui no plano da expressão por meio da visualidade.

A partir da ausência de contato visual entre interlocutora (modelo) e leitora, temos aí uma debreagem enunciativa, que instala o enunciatário em uma posição de espectador, o que, do ponto de vista dos regimes de visibilidade propostos por Landowski (1992), pode ser considerado como uma relação de interesse mútuo entre a interlocutora (*querer ser visto*) e a leitora (*querer ver*), onde o primeiro sujeito constrói-se a partir do seu papel público. Dessa forma, *Elle* se coloca enquanto um destinatário/enunciador que possui as competências modais para veicular construções próprias de moda e estilo, extraídas a partir do estilo de vida da mulher francesa – proposta ao destinatário como a primeira “*Elle*” a ser observada – e instala na espacialidade da sua capa um importante espaço de visibilidade.

Nas páginas internas, o primeiro número trazia um conteúdo pouco usual para as revistas femininas da época, como reportagens sobre atualidades e grandes perfis. É o caso do artigo “As esposas deles”¹¹ (fig.5), que reunia informações sobre o destino das mulheres dos grandes oficiais nazistas derrotados. Outros conteúdos recorrentes em revistas voltadas para o público feminino, no entanto, estão ainda presente, como artigos sobre culinária e etiqueta e novelas de folhetim. Nas páginas de moda, os conteúdos são centrados nas personalidades em vez de nas criações em si. Além disso, há uma preocupação em adequar a

¹¹ Tradução livre.

moda à realidade da leitora, como no texto “A nova silhueta e a chave para entendê-la”¹², que propõe a roupa perfeita de acordo com cada tipo de corpo. Há ainda uma seção similar à conhecida “Carta da leitora”, onde leitoras enviam dúvidas a serem respondidas, tais como “A mulher deve sacrificar suas preferências políticas pelo homem que ama?”¹³.



Imagem 5. Nas páginas internas, conteúdos sobre moda, beleza e etiqueta dividem espaço com matérias sobre atualidades e fatos políticos. Disponível em: <<http://louiseetclo.blogspot.com.br/2014/07/le-premier-numero-du-magazine-Elle.html>>

A construção temática proposta pelas primeiras edições de *Elle* possui reiterações que estão em consonância com os valores ligados ao simulacro feminino do recorte temporal-espacial da publicação no âmbito do /privado/: habilidades domésticas, conselhos amorosos e entretenimento (folhetins). No domínio do /público/, no entanto, a revista inaugura novas temáticas propostas ao público feminino em um título de largo alcance, como o trabalho e a independência financeira. À época do seu lançamento, o trabalho feminino era uma realidade, mas estava essencialmente reservado a mulheres de classes populares. Na França, apenas em 1965 foi aprovada uma lei matrimonial que permitia que mulheres pudessem gerir os seus próprios negócios e ter uma conta bancária sem a autorização do marido. Desde seus primeiros números, *Elle* passa a publicar artigos sobre as

¹² Tradução livre.

¹³ Tradução livre.

mulheres membros da Assembleia Constituinte francesa e especiais sobre mulheres que são destaque nos seus campos de trabalho.

Para Hélène, era necessário “colocar em ordem todos os conhecimentos que as mulheres do nosso tempo precisam para assumirem a si mesmas e aos outros” (GRANDPIERRE, 2012). Dessa forma, a revista se posiciona como um destinador forte com competências modais suficientes para transformar suas leitoras em sujeitos competentes e performáticos no contexto político-econômico de uma sociedade de consumo em constante transformação. *Elle* trata-se de uma mídia que atua não só na propagação de textos, mas como uma espécie de agente doutrinário, de forte fazer prescritivo, operando construções de referências sociais.

No campo da moda, a revista publica reportagens para a mulher com um orçamento modesto, ensinando-a a aproveitar cada pedaço do tecido, ao mesmo tempo em que ajuda a popularizar o *prêt-à-porter*¹⁴ e, por outro lado, lança nomes da Alta Costura. Aos poucos, *Elle* foi tornando-se um grande espaço de visibilidade não só na moda francesa, mas também com um alcance internacional, adquirindo autoridade máxima na divulgação dos modos de visibilidade que figurativizam seus enunciados. Em 1946, Hélène empregou Françoise Giroud, jornalista feminista que viria depois a fundar o periódico político *L'Express*; em 1947, promoveu na publicação o então desconhecido *designer* Christian Dior e o seu *new look*; em 1950, colocou na capa de *Elle* uma jovem Brigitte Bardot; em 1958, voltou os holofotes da moda novamente à Coco Chanel, que havia se exilado após o fim da Segunda Guerra e, desde então, era ostracizada pela imprensa francesa.

Em 1960, *Elle* atinge o número de um milhão de cópias vendidas, de modo que uma em cada seis mulheres francesas eram leitoras regulares da revista. Durante a década de 60, a publicação confirma o seu projeto editorial que utilizava a informação e a moda como conteúdos modalizadores das leitoras enquanto sujeitos de fazer na sociedade francesa, fiel ao lema proposto por Lazarreff: “seriedade no frívolo, ironia no sério”. Nesse período, publicava artigos regulares de grandes nomes da literatura, como Simone de Beauvoir, Marguerite Duras, Colette e Françoise Dolto. Em 1972, após a morte de Pierre, Hélène

¹⁴ Criado após a Segunda Guerra Mundial, o *prêt-à-porter*, ou “pronto para usar”, nomeia as roupas produzidas em larga escala industrial que possuem grande variedade de estilos, preços e tendências.

deixa a redação de *Elle* e, diagnosticada com o mal de Alzheimer, retira-se na cidade de Le Lavandou, onde falece, em 1988, aos 79 anos.

2.2 O sucesso da *femme parisienne*. *Elle* ganha o mundo

A internacionalização de seus conteúdos é um valor presente em *Elle* desde a época da sua criação, que pode, ela mesma, ser considerada como uma espécie de experiência jornalística transnacional, dada a presença dos discursos norte-americano e francês que se encontravam figurativizados na publicação. A primeira tentativa de levar *Elle* para fora da França aconteceu ainda em 1946, com a publicação de uma edição belga. A ideia se provou, no entanto, um fracasso. O motivo seria o fato da nova edição ser uma simples transposição do conteúdo das 26 páginas da edição francesa, mantendo, até mesmo, os anúncios publicitários do seu país natal. (GRANDPIERRE, 2013).

A passagem de Hélène por Nova York e seus contatos com grandes editoras do mercado norte-americano permitiu que o título fosse distribuído nos Estados Unidos em circunstâncias pontuais. Em 1964, por exemplo, a rede *CBS* dedicou um espaço em um de seus programas televisivos à revista *Elle* e à sua fundadora. No mesmo ano, o jornal *Women's Wear Daily*, considerado como a “bíblia da moda” norte-americana, reservou duas páginas a previsões de Hélène sobre novos *designers*. Em 1966, a jornalista ganhou o “Oscar da Moda” do diretor das lojas *Nieman Marcus* por ter levado o “estilo *Elle*” para os Estados Unidos. Assim, a marca *Elle* já possui, ainda na década de 60, grande reconhecimento entre mercados de leitores fora da França.

Em 1981, alguns anos após a saída de Hélène Lazard de direção da revista, *Elle* é comprada pelo grupo francês Hachette¹⁵, comandado por Jean-Luc Lagardère (em 1992, o grupo passaria a se chamar Lagardère). A entrada de *Elle* em um grupo de mídia diversificado, especializado na publicação de livros e revistas – e, posteriormente, detentor de canais de televisão e websites –, aceleraria o seu processo de expansão vertical (publicação em outros países) e horizontal (expansão da marca *Elle*). Dessa maneira, a revista inaugura, ainda que timidamente, um projeto que contempla mais de uma plataforma midiática.

¹⁵ Fundada em 1826 por Louis Hachette, o grupo Hachette teve início como uma editora de livros, passando a publicar, posteriormente, revista de entretenimento voltadas para o público geral.

Na tentativa de integrar *Elle* com sucesso ao mercado internacional, o grupo Hachette decide iniciar o processo de internacionalização do título a partir do contato com possíveis anunciantes. Em 1983, a cadeia de lojas norte-americana *Bloomingdale's* sugere que Daniel Filipacchi, parceiro de Jean-Luc Lagardère na Hachette, criasse uma edição de *Elle* em inglês para a “Semana da França”. A edição, realizada em parceria com a revista *New Yorker*, obteve considerável sucesso: os 90 mil exemplares se esgotaram nas lojas da marca e nas bancas de jornal. Entre os anos de 1984 e 1985, outras três edições do tipo foram lançadas. O êxito da experiência é atribuído à adequação do conteúdo ao mercado leitor norte-americano e à forte presença de anunciantes. Ao desembarcar nos Estados Unidos, *Elle* mantém os valores os quais a fizeram um sucesso na França, mas adota um modo próprio de enunciação baseado nas práticas de consumo e nas referências sociais e culturais locais.

Para assegurar a continuidade da lucrativa edição norte-americana, Jean-Luc Lagardère entra em um acordo com o empresário Rupert Murdoch, iniciando uma *joint-venture*¹⁶ entre Lagardère e News International. A nova parceria fez surgir, em setembro e novembro de 1985, duas novas versões de *Elle* publicadas na língua inglesa: a *Elle USA* e a *Elle UK*. Posteriormente, em 1987, Lagardère adquire os direitos completos de publicação dos dois títulos, inaugurando filiais nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha. Na capa, ambas as edições traziam a britânica Yasmin Le Bon, uma das principais modelos dos anos 80. Assim, *Elle* assegura, a partir de sua interlocutora, que interage face a face com o destinatário/enunciário, um lugar de fala de prestígio no mundo da moda – o lugar da moda europeia – e uma aproximação com os novos mercados leitores. É possível perceber ainda que as duas edições compartilham o mesmo arranjo estético e utilizam o nome *Elle* sem adendo do país da publicação, o que reforça a origem e os valores franceses da revista.

¹⁶ *Joint-venture* é uma associação entre empresas com fins lucrativos firmada para a exploração de determinados negócios sem que nenhuma das empresas perca sua personalidade jurídica. Pode ser definitiva ou não.

Imagens 6a e 6b. Primeiras edições da *Elle USA* (à esquerda) e *Elle UK* (à direita): início de uma expansão genuína de *Elle* em outros países.



As estratégias de internacionalização do grupo Lagardère foram se efetuando de acordo com os países em que *Elle* era inserida, de modo que a publicação poderia ser feita a partir de parcerias, de *joint-ventures*, de licenças ou da instalação de filiais da própria empresa francesa. Inicialmente, o grupo buscou mercados mais amplos, culturalmente similares e atrativos dentro do domínio da moda: Estados Unidos (1985), Grã-Bretanha (1985), Espanha (1986), Itália (1987) e Hong Kong (1987). Depois, as edições ampliaram-se para países emergentes da Europa, Ásia, África e América Latina. Segundo Karine Grandpierre (2013), o desejo de internacionalização do grupo Lagardère pode ser explicado por dois motivos: primeiro, a queda do lucro nas vendas da versão francesa durante os anos 1980 devido à concorrência e a uma crise no mercado publicitário; segundo, os benefícios gerados por novas versões em mercados que não o europeu e o norte-americano, considerados como saturados.

Na construção de sua rede internacional, destacou-se o uso do recurso das *joint-venture*, especialmente em países emergentes. A ideia de se unir a um ator local que conhece o mercado e poderia funcionar como apoio logístico dividia os custos de produção e diminuía os riscos em um contexto econômico delicado durante a década de 80. Assim, a

publicação de *Elle* em novos países era feita a partir de um processo de co-destinação (Lagardère + grupo local), que obedecia a hierarquias internas entre conteúdos e destaques e veiculava matérias produzidas pela redação local e pela “revista mãe”, a *Elle* francesa, configuração geradora de movimentos e assimetrias entre o global e o local e seus respectivos discursos dominantes. A pesquisadora Miqueli Michetti aborda a questão:

Desse ponto de vista, mesmo que ocorra uma valorização do ‘local’, ela seria em alguma medida subordinada, pois os usos das ‘culturas locais’ no mercado global são passados por dinâmicas e forças globais e, nesse sentido, elas são redefinidas para ‘cabem’ nesse mercado, um *locus* principal de declinação das identidades de hoje. (MICHETTI, 2015, p. 161)

Em relação ao conteúdo veiculado em edições estrangeiras, é importante ressaltar que o sucesso de *Elle* se dá, em grande medida, pelo fato da revista veicular um conteúdo que tem como base a moda francesa e, mais especificamente, a mulher francesa. Isso se deve ao simulacro da “mulher francesa elegante” veiculado nas primeiras revistas de moda, surgidas em Paris, no século XIX. Esse mesmo simulacro, solidificado pelas ilustrações de tais publicações, foi ainda reforçado pela literatura e, posteriormente, pelo cinema. A elegância e o estilo da *femme française*, em particular, da *parisienne*, portanto, foram utilizados por *Elle* como um modelo de mulher responsável por figurativizar os valores propostos pela publicação, importante recurso em sua construção identitária e na sua diferenciação da concorrência, como *Vogue* e *Harper’s Bazaar*, revistas nascidas nos Estados Unidos. Na época (e até hoje), a *parisienne* poderia ser caracterizada a partir do estilo imposto por Coco Chanel, uma espécie de “chique sem esforço”, conforme explica François Baudot (2008, p. 74):

Uma mulher bem vestida será daqui por diante uma mulher pouco vestida. Gostar de si mesma antes de seduzir seus sócios capitalistas é a norma que se impõe. Além disso, a instigadora desse código de comportamento promove um gênero nem masculino nem feminino: o seu.

Dessa forma, para se tornar global, durante o seu processo de internacionalização, *Elle* teve de valorizar as características que a constituíam como uma mídia essencialmente francesa, de modo que, conforme analisa Franciscu Sedda (2008, p. 187), “a demonstração

da possibilidade de se tornar global partindo de um lugar qualquer somente é possível enquanto se é ou se torna local: melhor dizendo, tornamo-nos glociais sempre e intimamente”.

O termo glocal, na definição de Eugênio Trivinho (2008, p. 18), é “o eixo sociotécnico descentrado e pulverizado de produção diuturna e reprodução histórica do tecido simbólico e imaginário da civilização contemporânea”. Ele caracteriza, portanto, o movimento de internacionalização de *Elle* desde os anos 80 até os dias atuais. Segundo Trivinho, o processo de glocalização nem remete à globalização, nem a localismos, mas a um fenômeno que articula simultaneamente sua auto-produção social, cultural, política e econômica. No que diz respeito à enunciação, ao adotar um posicionamento glocal em relação à produção de edições em outros países, *Elle* busca, de uma forma sistemática, presentificar os seus valores e o seu simulacro de mulher, tornando visível e concreto algo que estava no espaço enuncivo, ou seja, fora da situação de enunciação e do espaço do enunciatário, produzindo um efeito de sentido de proximidade com suas leitoras.

Atualmente, a revista *Elle* é publicada em 46 países e possui mais de 21 milhões de leitores ao redor do mundo. Em cada um dos diferentes territórios, a revista adota um processo próprio de enunciação, mas mantém o conteúdo de moda e, principalmente, de estilo como o principal valor.

2.3 *Savoir faire* brasileiro: a chegada do título ao Brasil

O Brasil é o primeiro país da América Latina a abrigar a sua própria edição da revista *Elle*. Para a publicação do título, o grupo Lagardère se uniu, por um esquema de *joint venture*, ao grupo Abril, importante empresa na imprensa brasileira e, principalmente, no mercado de revistas femininas. Criada em 1950 por Victor Civita, a então editora Abril teve como seu título de estreia a versão brasileira da revista em quadrinhos do Pato Donald, personagem da Disney. Desde sua primeira publicação, portanto, a Abril revela o interesse em inserir produtos de grande sucesso internacional no mercado brasileiro. A tradução de grandes títulos é um traço reiterado em toda a história do grupo e uma das principais características na sua constituição enquanto importante destinador na mídia brasileira.

Apenas dois anos depois, em 1952, a editora Abril lança a revista *Capricho*, seu segundo título e a primeira publicação do grupo cujo destinatário é o público feminino. Produzida inicialmente em formato gibi, o principal conteúdo de *Capricho* eram fotonovelas importadas da Itália, as cinenovelas. A revista obteve êxito e, ao final da década de 50, já alcançava a cifra de 506 mil exemplares vendidos, de modo que, durante os anos 60, a publicação passou a se intitular como “a maior revista feminina da América do Sul” (BARROS, 2011). Apesar de também ser lida por mulheres mais velhas, a *Capricho* tinha como público dominante garotas solteiras com menos de 18 anos, veiculando, além das fotonovelas, conteúdos de moda, beleza e atualidades.

Fortalecida com o sucesso das suas primeiras revistas, a editora Abril decide lançar, em 1959, a revista *Manequim*, a primeira revista brasileira cujo principal conteúdo é a moda. O fio condutor do título era aconselhar e ensinar a leitora no ofício de confecção das próprias roupas (a revista é a primeira a publicar moldes de costura), instalando um percurso de busca por competências por parte de seu enunciário. Em *Manequim*, a moda é encarada a partir do ponto de vista do fazer doméstico e individual.

Em 1961, surge a revista *Cláudia*, publicação que inauguraria de fato o setor de revistas femininas da editora Abril. Primeira revista feminina com nome de mulher, *Cláudia* estabelece a construção de uma forte identidade feminina própria enquanto destinador. Em um contexto histórico em que a mulher brasileira ainda não havia conquistado verdadeiramente o mercado de trabalho e se encontrava sujeita a uma sociedade bastante sexista, a publicação vem reforçar o papel temático da mulher enquanto dona do lar, priorizando conteúdos ligados à vida privada, como relacionamentos, comportamento, culinária e educação dos filhos, além de conteúdos de moda e beleza. Posteriormente, *Cláudia* inaugura ainda uma produção fotográfica de moda nacional, o que termina por montar uma infraestrutura que viria a ser usufruída por outros títulos do grupo.

Nos anos 70, em um contexto de liberdade sexual feminina, a editora Abril publica a versão brasileira da *Cosmopolitan*, título norte-americano fundado em 1965 e dirigido à garota que buscava crescimento pessoal, autoconfiança, um bom relacionamento e uma ótima vida sexual. Veiculada no Brasil com o título de *Nova*, a revista tem como destinatário a mulher de 20 a 30 anos que possui como valores a emancipação feminina e a

quebra de costumes. Mais uma vez, a editora Abril aposta na adaptação de títulos de sucesso no mercado internacional, adotando estratégias enunciativas próprias para o contexto brasileiro que, durante a década de 70, encontrava-se sob a censura imposta pela ditadura militar.

A diacronia do lançamento de publicações voltadas para o público feminino nos ajuda a recuperar as qualidades da editora Abril enquanto destinador na imprensa brasileira, especialmente em relação ao público feminino. Ao longo da segunda metade do século XX, a editora vai adquirindo mais competências modais (*saber*) por meio dos seus erros, acertos e reestruturações, além de ampliar sua infraestrutura em termos de produção e distribuição de revistas (*poder*). Além disso, tal nicho vai gradativamente segmentando-se, de modo que novos títulos voltados para tipos femininos específicos vão surgindo e se consolidando no mercado, o que provoca, cada vez mais, uma maior aproximação entre as revistas e suas leitoras, fortalecendo os contratos de fidúcia propostos pelas revistas. Por esses motivos, a editora Abril é o ator brasileiro escolhido pelo grupo Lagardère para o lançamento de *Elle* no mercado nacional.

Embora a primeira edição tenha sido publicada em maio de 1988, uma “edição zero” de *Elle* circulou nas bancas no mês anterior. O número funcionava como uma espécie de suplemento de apresentação, responsável por adiantar à leitora o formato e o conteúdo da revista a ser lançada. Na capa, a edição de 76 páginas traz uma modelo loira e de olhos claros, simulacro da beleza europeia, vestindo uma boina – peça de vestuário que figurativiza em grande medida a mulher francesa – e luvas. A veiculação desse tipo de padrão de beleza, ou de formas do parecer feminino, indica a predominância do conteúdo francês sobre o conteúdo produzido em terras brasileiras, demarcando *Elle* enquanto um destinador estrangeiro, responsável por trazer as novidades da moda europeia e o estilo francês às leitoras brasileiras. Pode-se perceber, no entanto, que, embora a modelo reitere um simulacro de beleza europeia, seu vestuário está de acordo com a temporalidade brasileira do outono/inverno, responsável por ditar as práticas de consumo locais relativas ao vestuário. Desse modo, os simulacros veiculados em *Elle* poderiam ser imediatamente utilizados como referência por suas leitoras.

Assim como visto nas edições norte-americana e britânica, *Elle* chega ao Brasil com o mesmo logotipo da edição francesa, sem especificar em seu título o país em que está sendo veiculada. Como nas capas dos primeiros números dessas duas edições internacionais, a modelo estabelece um contato face a face com o enunciatório. Nas manchetes, chama a atenção o uso do termo *Elle* como demarcação do enunciador e, inserido dentro da estrutura frasal proposta (por exemplo: “*Elle* adora moda para usar e ousar”), o termo pode até mesmo ser adotado como tradução literal de “*Elle*” (“ela”), feminino da terceira pessoa do singular. Dessa forma, a leitora atua como sujeito modalizado por *querer* estar em conformidade com o estilo de *Elle*, que é o estilo europeu de moda e beleza.



Imagem 7. Capa da edição número zero de *Elle Brasil*: simulacro de beleza europeia à moda de *Elle*.

Internamente, um editorial de moda fotografado por J. R. Duran traz como título “*Elle é você*”, reiterando novamente o papel do título “*Elle*” na construção identitária de suas leitoras, estabelecendo uma relação de flexibilidade entre a revista e sua enunciatório. A partir do uso de prefixos que carregam semanticamente os valores da superioridade e da primazia e de adjetivos que discursivizam qualidades específicas do /ser/ e do /parecer/, *Elle* constrói o simulacro de mulher sempre euforizada: “superdinâmica”, “ultrachic”,

“ultrarigorosa”, “superdivertida”, “superclássica”, “ultramoderna”, “ultradespojada”, “supercriativa”. Ao fim, o editorial resume a figurativização da seção de moda da revista:

Assim será a moda de *Elle*, a partir de maio nas bancas: páginas e páginas de tendências, criatividade, imaginação. Classe internacional com o genuíno *savoir faire* brasileiro. À moda e ao estilo de *Elle*. (Revista *Elle Brasil*, 1988)

Novamente a qualidade internacional – e, mais especificamente, a origem francesa – do título é aqui ressaltada como um valor positivo. A adoção de termos na língua francesa, como “*savoir faire*” (“saber fazer”, em português) também ajuda a construir este destinador/enunciador cuja competência cognitiva está em um *alibures*. Tal efeito de aproximação e de distanciamento quase que simultâneo é característico da co-enunciação produzida entre grupo Lagardère (França) e editora Abril (Brasil).

A primeira edição chega de fato ao país em maio do mesmo ano, impressa em papel *couchê* e com tamanho de 30 cm de altura e 24 cm de largura (a edição atual possui 27,4 cm x 20,8 cm). A dimensão grande demarca a característica de *Elle Brasil* enquanto enunciador a partir do largo uso e da valorização de imagens. Além disso, o formato, por ser mais difícil de transportar, impõe um ritmo de leitura mais lento, geralmente realizado no ambiente doméstico – característica de vários títulos femininos ao longo do século XX.

A revista traz na capa a modelo brasileira Julie Kowarick, loira e de olhos verdes. A mesma combinação entre as cores verde e amarelo é reiterada ao longo de toda a capa a partir do uso do amarelo para título e chamadas e do verde na roupa da modelo – plano de fundo da capa –, o que termina por estabelecer uma relação simbólica com o cromatismo da bandeira brasileira, novo país de publicação. Novamente, a roupa que veste a modelo – e, mais especificamente, o seu rosto – é o fundo da capa da revista, traço importante do arranjo estético das primeiras edições de *Elle Brasil*. A temática de certo brasileiro, no entanto, entra em contraste com os atributos físicos da garota – novamente um simulacro de beleza europeia – e com os artigos trabalhados na edição (alguns deles, já publicadas na edição zero veiculada no mês anterior): referenciais internacionais de moda e estilo de vida, como o estilista francês Jean Paul Gaultier e o ator norte-americano Christophe Lambert.



Imagem 8. Capa da edição número um de *Elle Brasil*: brasilidade cromática misturada a um estilo de vida europeu.

Ao olhar para a câmera, a modelo atua como interlocutora, estabelecendo uma relação *eu/tu* com a leitora e garantindo o efeito de sentido de aproximação, reiterado pelo enquadramento, que formata tal interação rosto a rosto. O enquadramento também demarca a revista enquanto espaço de construção identitária feminina onde a moda ocupa papel de destaque, mas divide espaço com outros conteúdos apresentados como também importantes na construção de um “estilo *Elle*”, já que não é possível identificar por completo o vestuário da modelo. Dessa forma, a aproximação com a leitora no processo enunciativo e a afirmação de certa mescla de temáticas brasileiras e europeias tornam-se as principais preocupações de *Elle Brasil* enquanto enunciador.

Ainda na capa, é possível observar o uso de verbos imperativos na chamada principal “use e ouse o estilo *Elle*”. Esse é o único espaço na topologia da capa que faz uso de verbos, destacando como principal programa narrativo a adoção do “estilo *Elle*”. Mais do que apenas seguir as prescrições da publicação (“use”), no entanto, a revista convoca a leitora a ajustar-se a suas proposições (“ouse”), configurando seus enunciatários como sujeitos de fazer competentes para operacionalizar as propostas sintagmáticas de *Elle* e aumentando o risco proposto a suas leitoras, o que termina por alargar também, dessa forma, o excedente de sentido possível na experiência da leitura e da adoção do “estilo *Elle*”.

Nesse momento, faz-se necessária uma abordagem sobre o termo “estilo”. De acordo com o dicionário francês *Le Micro Robert* (variação do *Le Petit Robert*), o termo “*style*” (“estilo”, em francês) pode ser definido como:

Estilo (n.m.);

1 Parte da expressão que é deixada à liberdade individual, não diretamente imposta por normas e regras de uso da língua. Maneira de se expressar própria de uma pessoa, de um grupo, de um tipo de discurso. Maneira de escrever que apresenta qualidades artísticas. Aspecto particular da enunciação.¹⁷

A definição de estilo trazida pelo dicionário, portanto, perpassa as escolhas enunciativas dos sujeitos em determinada prática comunicacional. Tal característica é recuperada pela semioticista Norma Discini (2006, p. 1544), que compreende estilo como “modo de presença do sujeito da enunciação, o que faz entender o próprio estilo como determinado tom de voz e caráter de um sujeito, depreensíveis ambos de uma totalidade de discursos”, conceito já desenhado por Greimas e Courtés (2013, p. 386) em *Dicionário de Semiótica* como determinada “‘maneira de operar’ do enunciador no momento da produção do discurso”, de modo que os procedimentos de estilo estão ligados tanto ao nível das estruturas profundas, relacionados ao modo como o enunciador faz uso de determinado universo semântico, como à instância da enunciação.

Trazida para o campo da moda, a noção semiótica de estilo é empregada a partir do pressuposto do corpo vestido como enunciado e enunciação em que as plásticas do corpo e da roupa atuam sincreticamente por um mecanismo de enunciação global para veicular um mesmo plano do conteúdo, responsável por dar a ver os modos do sujeito de estar no mundo (OLIVEIRA, 2008). Dessa forma, o estilo enquanto objeto de valor observável no programa narrativo de *Elle Brasil* diz respeito às escolhas realizadas pelos enunciadores (*Elle*, em primeiro momento, e a sua leitora, posteriormente) durante os procedimentos de construção de subjetividades ligados à instância do parecer.

Nas páginas internas, a revista é dividida entre as seguintes seções:

- a) Moda
- b) Beleza e saúde

¹⁷ Tradução livre.

- c) Destaques
- d) Cozinha
- e) Decoração e viagem
- f) *Elle* e eles
- g) Seções:
 - i. Carta do editor
 - ii. Ideias *Elle*
 - iii. Numerologia
 - iv. Horóscopo
 - v. Novas, News, Nouv*Elles*
 - vi. Endereços secretos
 - vii. Curtas e Cultas
 - viii. Guia de compras
 - ix. Ficha de tricô

O que se pode perceber, portanto, é que o “estilo *Elle*” anunciado na capa da revista se constitui enquanto modos de vida a partir de diversas instâncias das dimensões /pública/ e /privada/. Tais modos de vida são apreendidos a partir das prescrições de consumo que se delinham pela reflexividade da suposta imagem de desejo da leitora (BRAGA, 2015). Assim, tomando a moda como “maneiras de conduta” (OLIVEIRA, 2002, p. 127) do sujeito estar em sociedade, é possível concluir que *Elle* chega ao Brasil com uma figurativização de simulacro feminino imposto à sua leitora como forma de construir-se diante do outro. Esse simulacro é o de uma mulher que busca referências de ser e parecer em um *alibures* europeu – francês, especificamente, tomado como a espacialidade demarcada da indústria do vestuário e da Alta Costura, “espaço da ‘Moda’ por excelência” (LANDOWSKI, 2012, p. 120). Tal modelo axiológico revela uma busca subjetal de pertencimento a um contexto de uma moda e de modos globais, sejam eles relativos ao vestuário, às artes, ao entretenimento, à beleza ou à culinária.

A referência a um *alibures* francês é observável ainda a partir da reiteração de termos na língua francesa (*nouvelle*, por exemplo); da veiculação de uma publicidade da marca de

calçados brasileira *Grendene* escrita completamente em francês; da presença marcante de conteúdos das edições francesas e norte-americanas, como na entrevista entre o filósofo Gilles Lipovetsky e o designer Jean Paul Gaultier, ambos franceses, e em alguns editoriais de moda em que modelos carregam o jornal *The New York Times*; e da tomada do território francês como *locus* principal de importantes discussões políticas, como é o caso de uma reportagem anunciando a chegada de um novo medicamento abortivo na França, enquanto que, no Brasil, o aborto era (e ainda o é) proibido por lei¹⁸.

Se comparada com a atual configuração de *Elle Brasil*, a primeira edição da revista traz conteúdos que hoje não são mais encontrados na publicação, como receitas e moldes de costura (ficha de tricô). Durante os anos que se seguiram, a revista *Elle Brasil* ajustou o seu processo de enunciação à realidade brasileira. De acordo com Sant’anna (2002), *Elle*, ao chegar ao país com uma proposta “muito francesa”, teve dificuldades de encontrar o seu perfil de leitora e de financiar-se como uma publicação de alta tiragem – *Elle* poderia ser encontrada facilmente nas bancas, ao contrário de *Vogue Brasil*, por exemplo, que possuía uma distribuição localizada de acordo com os seus leitores (elite nacional). Por esse motivo, a revista teve de modificar sua proposta editorial ao longo dos anos: afastou-se cada vez mais da matriz francesa – e, por consequência, de textos jornalísticos com filósofos e cientistas políticos – para aproximar-se de uma realidade de consumo brasileira, centralizando cada vez mais na moda seu fazer prescritivo.

¹⁸ No Brasil, o aborto é considerado como crime contra a vida humana pelo Código Penal Brasileiro. Porém, não é qualificado como crime quando praticado por médico capacitado em três situações: quando há risco de vida para a mulher causado pela gravidez, quando a gravidez é resultante de um estupro ou se o feto for anencefálico.



Imagem 9. Receitas destacáveis publicadas em *Elle*: práticas abandonadas ao longo dos anos.

A temática da mudança, assim, esteve presente ao longo da trajetória do título no Brasil. Ao longo dos 28 anos em que é publicada no país, *Elle* ajustou-se por diversas vezes a transformações no mercado editorial e nas práticas de consumo de suas leitoras. Tal característica, apoiada em uma sólida estrutura de publicação e distribuição da editora Abril, que permitia mudanças constantes a partir da lógica da continuidade de um título internacional de grande prestígio em sua cartela de revistas, revela um forte dinamismo como traço constitutivo de *Elle Brasil* enquanto destinador/enunciador – traço que irá ser reforçado cada vez mais a partir do século XXI, com a inserção de novas plataformas de leitura e redes de sociabilidade nas sociedades contemporâneas.

Hoje, a revista *Elle Brasil* é considerada como a maior revista de “moda luxo” do Brasil, com uma circulação média líquida de 63.350 exemplares, um pouco mais do que sua principal concorrente, *Vogue Brasil* (63 mil). *Elle* possui um total de cerca de 150 mil leitores. Seu público é composto 89% por mulheres e 11% por homens. A maioria (37,8%) possui entre 20 e 29 anos. Em relação a classes sociais¹⁹, a revista encontra-se dividida da

¹⁹ A Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, responsável por desenhar o modelo de estratificação social brasileiro, classifica as rendas médias brutas familiares de cada classe: A (R\$ 11.037), B1 (R\$ 6.006), B2 (R\$ 3.118), C1 (R\$ 1.865), C2 (R\$ 1.277) e DE (R\$ 895).

seguinte forma: 20,4% do seu público está na classe A, 62,7%, na classe B e 16,9% na classe C²⁰.

Os dados demográficos da audiência da revista figurativizam um simulacro de leitora que justifica as escolhas enunciativas da revista, bem como a escolha das temáticas trabalhadas. Em sua atual configuração, *Elle Brasil* prioriza os conteúdos ligados às temáticas da moda, beleza, cultura e *fitness*, conectados a uma temática principal trabalhada ao longo de toda a publicação: a construção do estilo pessoal. A isotopia temática, identificada nos conteúdos e reiterada pelo arranjo plástico, permite entrever a presentificação de um simulacro de leitora a quem *Elle Brasil* atualmente se dirige. Esse modo de presença é de uma mulher que quer ver e ser vista e que constrói a sua identidade a partir da construção do seu estilo pessoal, edificado por meio da moda, da beleza, do seu estilo de vida e da sua saúde (*fitness*). É uma mulher que busca a ampliação do seu paradigma de vestir-se a partir do consumo das mais recentes informações sobre moda, nacional ou internacional. Essa pluralidade figurativa passa pelo crivo da revista, que atua como um sujeito modalizador responsável por instalar um *querer fazer* e um *dever fazer* a partir da manipulação e uma instalação de um *fazer fazer*, que é a própria leitura da revista.

Esquema 3. Programa narrativo de base da revista *Elle Brasil*.

$$\text{PN de base} = F [S_1 (\text{modelo}) \longrightarrow S_2 (\text{leitora}) \cap \text{Ov}]$$

O programa narrativo de base, sintagma elementar básico da narrativa de superfície constituído de um enunciado de fazer que rege um enunciado de estado (GREIMAS, COURTÉS, 2013), de *Elle Brasil* (fig.2) destaca um destinatário/enunciário (S₂) que se encontra inicialmente em estado de privação de seu objeto de valor e deve percorrer um caminho para aquisição de competências para construir um modo de presença identitária. O destinador/enunciador (S₁) detém essas competências cognitivas e exerce, por meio da delegação de vozes à modelo como interlocutora na capa da revista, um fazer manipulatório

²⁰ Dados extraídos do mídia kit da revista, disponível em <<http://www.publiabril.com.br/marcas/Elle/revista/informacoes-gerais>>

sobre a leitora, regendo o sujeito de estado na busca do seu objeto de valor e modalizando-a de acordo com o estereótipo do ser mulher reforçado pela revista. Nesse contexto, o objeto de valor está revestido de valores que caracterizam uma mulher jovem, antenada, segura de si, vaidosa, informada, saudável, moderna e sexy.

Imagens 10a e 10b. Capas das edições de setembro de 2014 e 2015, respectivamente: modelos atuam como interlocutoras na capa da revista, exercendo um fazer manipulatório.



Na composição da totalidade de sentido, no entanto, verificam-se outros regimes de sentido e de interação. Partindo do regime de manipulação, em que o destinatário/enunciatário adquire competências, esse passa a assumir um papel temático pré-definido que o manterá sob a expectativa de um desempenho programado. A continuidade de temáticas em *Elle Brasil* constrói um papel temático para a sua leitora, que passa a operá-lo no eixo da regularidade. No entanto, a manutenção temática desse papel temático proposto pela publicação mobiliza a competência estética dos sujeitos, indicando um *fazer sentir* proposto a partir da descoberta de si mesmo. Tal regime de ajustamento, contudo, se dá a partir da lógica do contágio por impressão (Landowski, 2005), que funciona apenas como um estágio dentro do programa manipulatório, responsável pela manutenção da volição. O autor explica o conceito:

No caso do contágio por impressão, embora a interação se desenvolva no plano sensível (portanto, no modo do contágio intersomático) tudo se passa, do ponto de vista do resultado, como se nos encontrássemos ainda sob o regime da junção. Em situações semelhantes, a interação acaba com a reprodução, mais ou menos calculada conforme o caso, de processos predefinidos, nada mais, nada menos que no quadro da clássica ‘manipulação’ esquematizada pela figura narrativa. Essa forma unilateral de contágio tende, desse modo, a fazer o sujeito contaminado percorrer as etapas de um programa definido pelo outro – por aquele que o contamina – e que resta apenas, em suma, executar. (LANDOWSKI, 2005, p.50)

Nessa perspectiva interacional, o *fazer sentir* mobilizaria a competência estética do sujeito destinatário na apreensão do sentido, fazendo-o sentir os valores sensíveis em *Elle*. Nessa situação, a possibilidade da ocorrência de um acidente é praticamente nula, já que a revista é editada previamente e segue uma linha editorial rígida. O regime da união apareceria, assim, como um estágio dentro do regime da junção, com o objetivo de garantir as bases de um fazer manipulador e programador. Assim, a cada novo ajustamento, a fórmula de cristalização dos estereótipos propostos pela mídia é mantida.

É possível ainda observar o estilo enquanto valor reiterado na construção identitária no discurso da revista sobre si mesma, veiculado no mídia kit disponível no site do grupo Abril:

ELLE é uma marca inovadora e ousada que inspira leitoras de todo Brasil a terem seu próprio estilo com atitude, sem deixar as principais tendências. Para *ELLE*, o luxo pode ser jovem, contemporâneo e acessível. (Mídia Kit *Elle Brasil*, 2015)

Em suas páginas, *Elle Brasil* propõe o estilo como valor fundamental para a construção identitária de suas leitoras, que se dá a partir da moda. Essa moda, no entanto, não é qualquer uma: é a moda vista em passarelas e em publicações internacionais, delimitada pela publicação a partir de suas propostas sintagmáticas, que quantitativamente ampliam o leque paradigmático das escolhas possíveis de suas leitoras, ordenando-as a partir do estilo apresentado em *Elle Brasil*.

A revista se apresenta, dessa forma, em consonância com os valores postulados pelo título de origem francês desde a sua criação: tornar a moda das passarelas acessível a um grande número de leitoras; transformar o papel social feminino, tomando as mulheres enquanto sujeitos de fazer, e atuar de acordo com as mudanças e transformações do

contexto espacial e temporal em que se encontra inserida. Para tal, a revista joga com os valores da globalidade e da localidade em suas produções discursivas.

O que se apreende a partir da relação entre *Elle Brasil* e suas leitoras é também o “estar junto” ou o “fazer junto” enquanto valor, reforçando a importância do regime do ajustamento na manutenção do contrato de veridicção – convenção fiduciária que resulta em um dizer-verdadeiro entre enunciador e enunciatário na instância da enunciação (GREIMAS, COURTÉS, 2013) – estabelecido entre a revista e seu público a partir, inicialmente, de um fazer persuasivo. Esse “estar junto” é verificado, desde o início da publicação de *Elle* na França e, posteriormente, na sua chegada em outros países, como no Brasil, em relações discursivas entre enunciador e enunciatário do tipo bilaterais, ora do tipo *sentido conquistado* (OLIVEIRA, 2013), em que ambos os actantes são sujeitos volitivos que ocupam posições marcadas, de forma que um dos sujeitos comanda a interação e estabelece um percurso no qual conduzirá o enunciatário na leitura do sentido; ora do tipo *sentido sentido* (OLIVEIRA, 2013), em que enunciador e enunciatário fazem juntos o sentido, ajustando-se na apreensão estética e vivendo experiências no discurso.

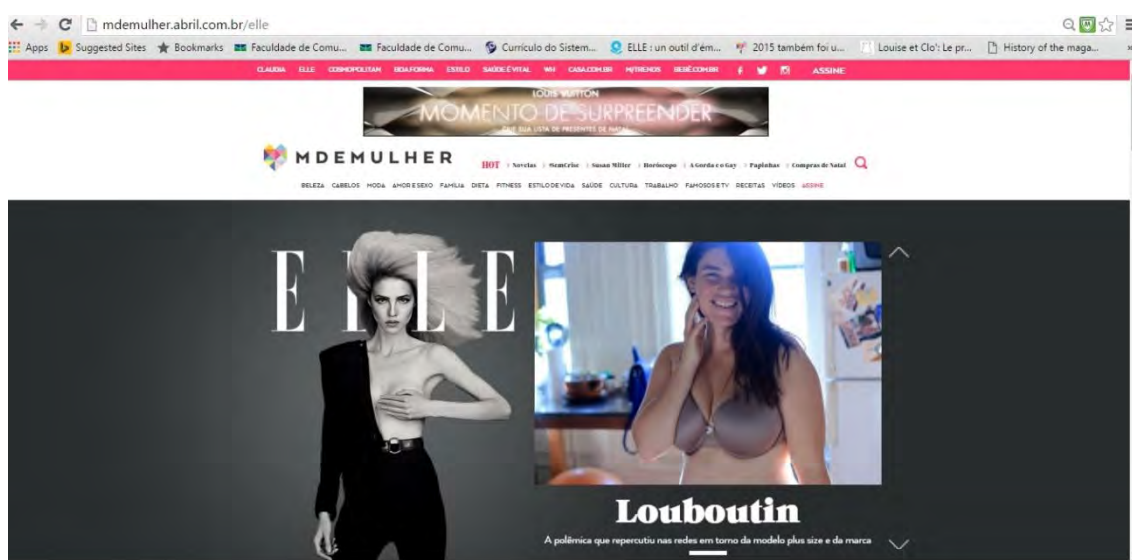
A partir da descrição que a revista faz de si mesma, é possível depreender mais traços ligados ao seu simulacro de leitora: uma mulher jovem, interessada pelos lançamentos no mercado de luxo, atenta com as mudanças no mundo da moda (nacional e internacional), inserida no contexto das redes sociais e que já possui determinadas competências modais na construção do seu estilo, mas que permanece em uma busca da ampliação do seu repertório, modificado a partir das mudanças que fazem parte da engrenagem intrínseca à moda. Tal simulacro é reforçado pelos dados socioeconômicos apresentados anteriormente, como o gênero (89% dos leitores são mulheres), a idade (37,8% possui entre 20 e 29 anos) e a classe social (83,1% está inserido nas classes A e B).

2.4 #ElleBrasil: uma presença virtual

Para atender às práticas do seu grupo de leitoras, *Elle Brasil* passou a veicular, durante a última década, seu conteúdo em outras plataformas midiáticas. A primeira expansão da revista – e por expansão compreendemos a distribuição de conteúdos em

diferentes mídias, e não apenas a criação de outros títulos derivados da marca *Elle*, como *Elle Décor* – foi publicar sua produção em um website ainda na década de 90. Desde 2008, o material de *Elle* é veiculado no portal *M de Mulher*, site que reúne o conteúdo de dez diferentes publicações voltadas para o público feminino do grupo Abril. Dentro do portal, no entanto, cada revista possui sua própria página e o seu próprio endereço (ainda que este redirecione o leitor ao *M de Mulher*). Atualmente, o site possui, por mês, 918.915 *page views* (número de acessos) e 91.565 *unique visitors* (visitantes).

Imagem 11. Capa da página de *Elle Brasil* no portal *M de Mulher*: conteúdo feminino da editora Abril reunido em um único website. Acesso em 17/12/2015.



Em 2010, *Elle Brasil* se tornou a primeira revista de moda brasileira a lançar uma edição para *tablet*. A versão está disponível atualmente para dispositivos que utilizam o sistema *iOS* (*Apple*) e *Android* e pode ser assinada em conjunto ou não com a edição impressa. Sua circulação líquida média é de 6.421 exemplares. De início, a revista era publicada no formato PDF simples, em que o arquivo traz a mesma formatação da revista impressa, sem a inclusão de recursos de interatividade²¹. Aos poucos, no entanto, alguns

²¹ O conceito de interatividade é aqui utilizado como característica dos novos meios digitais, conforme definido por Lemos (1997, p.3): “Podemos compreender a interatividade digital como um diálogo entre homens e máquinas (baseadas no princípio da micro-eletrônica), através de uma ‘zona de contato’ chamada de ‘interfaces gráficas’, em tempo real. A tecnologia digital possibilita ao usuário interagir, não mais apenas com o objeto (a máquina ou a ferramenta), mas com a informação, isto é, com o ‘conteúdo’”. A partir desse conceito, a interatividade estaria relacionada à interação entre dois sujeitos, mediada por equipamentos eletrônicos, em que os sujeitos se revezam na posição de enunciador.

itens foram sendo acrescentados a essa edição, como botões para ler mais conteúdo, setas direcionais para auxiliar a leitura de determinadas matérias e *links* para páginas externas (possíveis apenas caso o aparelho esteja conectado à internet). Em 2015, o projeto para *tablet* passou por mudanças ainda mais profundas que modificaram a experiência de leitura, com a inclusão de recursos audiovisuais produzidos especialmente para a plataforma.

Imagem 12. Vídeo que acompanha o editorial “Caminho da seda” na edição de julho de 2015: material audiovisual produzido com exclusividade para a edição de *tablet*.



Ainda no ano de 2015, na esteira das mudanças realizadas nos projetos gráfico e editorial das edições impressa e digital da revista, *Elle Brasil* lança um aplicativo de realidade aumentada chamado *Elle TV*, com o qual é possível visualizar vídeos diretamente das páginas da revista com a ajuda de um *tablet* ou de um *smartphone*. Tal recurso da realidade aumentada, definida por Canavilhas (2013, p.4) como “processo de sobreposição de elementos virtuais sobre imagens reais captadas por uma câmara”, permite que o leitor utilize seu dispositivo móvel para identificar imagens impressas pré-programadas, convertendo-as em conteúdo audiovisual.

Imagem 13. Screenshots do aplicativo *Elle TV*: leitura da revista ganha o recurso de realidade aumentada.

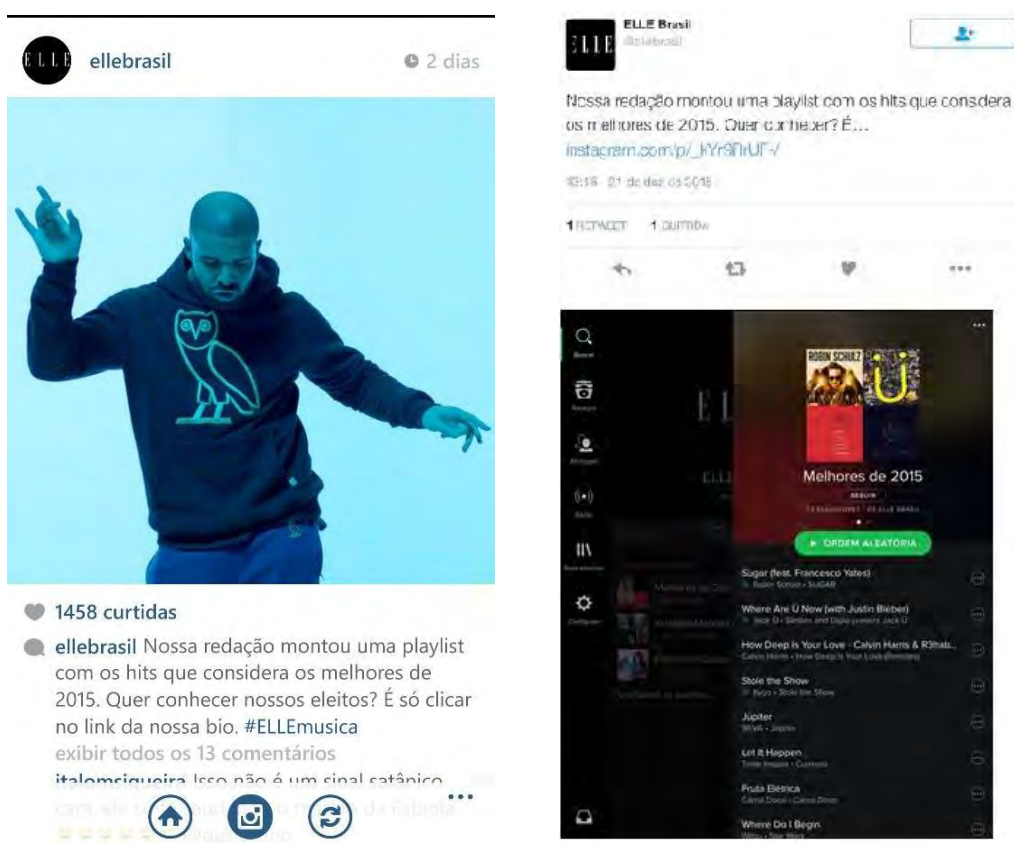


Por fim, destaca-se a presença de *Elle Brasil* nas redes sociais. A revista possui perfis no *Youtube* (1,4 milhões de visualizações), no *Twitter* (152 mil seguidores), no *Instagram* (344 mil seguidores), no *Facebook* (279 mil curtidas), além de outras redes sociais, como *Pinterest* (plataforma de compartilhamento de fotos agrupadas de acordo com temas), *Spotify* (plataforma de compartilhamento de músicas, álbuns e *playlists*), *Periscope* (aplicativo de *streaming* de vídeo ao vivo) e *Snapchat* (aplicativo de compartilhamento de vídeos e imagens).

É importante ressaltar que tais mudanças na produção e na distribuição do conteúdo jornalístico de *Elle Brasil* refletem o atual contexto em que estão inseridos os meios de comunicação, em que o ato de “estar conectado” assume uma extrema importância, pois revela a condição permanente de produção de sentido para si mesmo e para o outro (OLIVEIRA, 2008). Desse modo, o meio de comunicação, inserido em um contexto social, “oferece-se como espetáculo” (LANDOWSKI, 1992, p. 14) a essa mesma comunidade social. O dinamismo da revista em transformar-se ao longo dos anos é um dos principais motivos pelos quais se manteve sólida a relação de proximidade entre *Elle Brasil* e seu público, que passou de leitora à usuária e, posteriormente, a seguidora.

Tal mudança foi acompanhada por uma transformação nas práticas de leitura da revista e nas interações entre enunciador e enunciatário, que se transferiram da instância /privada/ (leitura da revista impressa) para a instância /pública/ (leitura de *posts* em redes sociais). As duas práticas não deixaram de coexistir, mas o surgimento desse novo papel temático do público de *Elle Brasil* é reflexo de uma busca cada vez mais por visibilidade e por sociabilidade nos ambientes virtuais. Segundo Oliveira (2008), as mídias se ocupam da criação de realidades que terminam por propor uma rede de experiências no ato de viver em interação com outros atores sociais. Dessa forma, transformam-se as relações entre consumidores de informação e seus respectivos veículos, que passam a se valer de uma presença virtual em diversas plataformas, articulando mundos e vínculos de sociabilidade e pertencimento.

Imagens 14a e 14b. Perfis de *Elle Brasil* no *Instagram*, *Twitter* e *Spotify* (da direita para a esquerda): o mesmo conteúdo, diferentes plataformas.



A partir do exposto, é possível concluir que *Elle Brasil* opera sua produção de conteúdo atualmente a partir de uma narrativa transmídia. Para analisá-la como tal, no

entanto, é necessário primeiro circunscrever as definições do que seria a transmídiação dentro do contexto da cultura participativa, contexto no qual, a partir do advento da internet e de novas tecnologias, a relação entre os meios de comunicação e seus consumidores tornam-se mais transitivas, admitindo a troca de posições entre produtor e emissor, ou entre enunciador e enunciatário. O autor norte-americano Henry Jenkins define a ideia:

Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideia de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões. (JENKINS, 2009, p.138)

Para Jenkins (2009), o “impulso transmídia” estaria no centro do que ele caracteriza como *cultura da convergência*, uma transformação cultural ocorrida a partir da emergência do ciberespaço e de novas práticas comunicacionais que envolvem conceitos como os de convergência dos meios de comunicação – fluxo de conteúdos por meio de múltiplos suportes tecnológicos –, cultura participativa e inteligência coletiva – conceito proposto inicialmente pelo filósofo da informação Pierre Lévy e que está relacionado à colaboração entre diferentes sujeitos na produção de conteúdo em ambientes virtuais. Nessa lógica, as narrativas passam a desenvolver-se e circular em múltiplas plataformas distintas, criando uma nova profundidade de experiência e motivando ainda mais o consumo ao proporcionar aos destinatários de tais narrativas diferentes produtos e oportunidades de interações.

O conceito de *transmedia storytelling*, no entanto, já havia sido introduzido originalmente pelo autor ainda em 2003, em um artigo publicado na revista *Technology Review* no qual afirmava que “nós entramos em uma era de convergência midiática que torna o fluxo de conteúdos através de múltiplos canais de mídias quase que inevitável” (JENKINS, 2003). Segundo o pesquisador, tal fenômeno tem sua origem em produtos de entretenimento que estabeleceram paradigmas narrativos responsáveis por moldar a forma como uma geração inteira consome informação:

As crianças que cresceram consumindo e se divertindo com *Pokémon*²² através de vários meios vão esperar o mesmo tipo de experiência de *The West Wing*²³ na medida em que vão ficando mais velhas. Pelo seu projeto, *Pokémon* se desdobra em videogames, programas televisivos, filmes e livros sem que nenhum meio seja privilegiado sobre outro. Para a nossa geração, o drama de uma hora de duração, seriado e montado aos poucos foi o ápice de uma contação de histórias sofisticada, mas, para a próxima geração, ele irá parecer, bem, menos do que brincadeira de criança. (JENKINS, 2003)²⁴

Embora o fenômeno transmídia tenha sido amplamente explorado no campo do entretenimento – em que exemplos de produtos derivados de narrativas como *Harry Potter* ou *Star Wars* são comumente usados –, é possível identificá-lo também nas produções jornalísticas. Segundo Scolari (2013), o jornalismo transmídia pode ser definido como uma história contada a partir de vários meios pela ação integrada de jornalistas e consumidores. Para o autor, que considera os estudos e práticas acerca desse modelo como um “*work in progress* com um enorme potencial adiante” (SCOLARI, 2013, p. 189), as organizações jornalísticas necessitam ir ao encontro dos consumidores, buscando espaços e formatos que sejam relevantes para aqueles que seguem as histórias ao longo do dia por meio de diferentes fontes e plataformas.

Essa mudança nas práticas de consumo das audiências é explicada por Scolari (2013) como uma passagem de consumidores “mídia-centrados” para consumidores “narrativa-centrados”. De acordo com o autor, essa transformação teria acontecido a partir de modificações no contexto midiático e de evoluções tecnológicas que favoreceram a produção de conteúdos pelos seus consumidores. Mas não somente:

Estamos diante de uma mudança de atitude por parte da nova geração de consumidores midiáticos. Como o leitor de livros que não pode deixar de fazer anotações nas margens da página, hoje muitos consumidores vêm como natural se apropriarem de um conteúdo, modificá-lo e colocá-lo novamente em circulação. (SCOLARI, 2013, p. 223)

Dessa forma, as narrativas transmídias podem ser encaradas como uma mudança nos processos enunciativos e nas estratégias discursivas a partir do surgimento de novas

²² Franquia de mídia japonesa criada em 1995 e centrada na história de criaturas fictícias chamadas “pokémons”.

²³ Premiada série dramática de televisão norte-americana exibida entre 1999 e 2006 que retratava a vida do presidente dos Estados Unidos e seus funcionários da Casa Branca.

²⁴ Tradução livre.

práticas de consumo de seus destinatários, que passam a estabelecer uma relação de maior transitividade com seus destinadores. A partir dos regimes de interações discursivas propostos por Oliveira (2013), é possível pensar ainda em um cenário em que enunciador e enunciatário atuam em reflexividade, co-enunciando o sentido por uma estratégia global de enunciação e alternando suas posições na produção do sentido. Nesse contexto, as figuras do produtor e do consumidor de conteúdo são, em determinados momentos, intercambiáveis.

Por meio da definição da importância do papel do destinatário na construção de narrativas transmídias é possível diferenciar o conceito de transmidiação de outros termos largamente utilizados para tratar de novos fenômenos comunicacionais no contexto das culturas participativas, como *cross-media*, multi-plataformas, intermídias e multimodalidades. Em linhas gerais, o conceito de narrativa transmídia se desenha como uma história que se desenrola a partir de múltiplas plataformas de comunicação e na qual uma parte dos consumidores assume um papel ativo no seu processo de expansão.

É importante destacar, no entanto, que as narrativas transmídia são mais do que simples traduções de linguagens entre os diferentes meios de comunicação, configurando-se como uma estratégia discursiva mais ampla e complexa. Para Fachine (2014, 2015), tais narrativas devem ser consideradas em primeira instância como estratégias dos produtores de conteúdo ancoradas em práticas interacionais estimuladas pelos meios digitais e cuja articulação depende do engajamento do consumidor.

Considerando que as diversas relações entre destinador e destinatário dentro de um projeto transmídia dão lugar a regimes de interação, a autora propõe, a partir do esquema criado por Landowski (2014) e das interações discursivas de Oliveira (2013), um modelo que homologa os aportes teóricos acima citados com os projetos e ações observados em um projeto transmídia²⁵. Fachine (2015) estabelece quatro regimes: articulação (centrado no procedimento da programação), atuação (manipulação), desvio (acidente) e apropriação (ajustamento). Os descreveremos brevemente a seguir.

A articulação, o primeiro de tais regimes, seria um pressuposto necessário para a própria existência do universo transmídia, pois seria ele o responsável por instalar um papel

²⁵ É importante destacar que Fachine (2015) propõe tal modelo baseado em um recorte de estudo das estratégias transmídias desenvolvidas pela Rede Globo na promoção de suas novelas.

temático em que o enunciatário percorre o caminho proposto entre as diversas plataformas, realizando a articulação entre os textos. Nessa interação, o que pode ser observado é uma “completa obediência do enunciatário-destinatário às ‘instruções’ dadas pelo enunciador-destinador como parte de sua estratégia de articulação entre mídias e plataformas” (FECHINE, 2015, p.338).

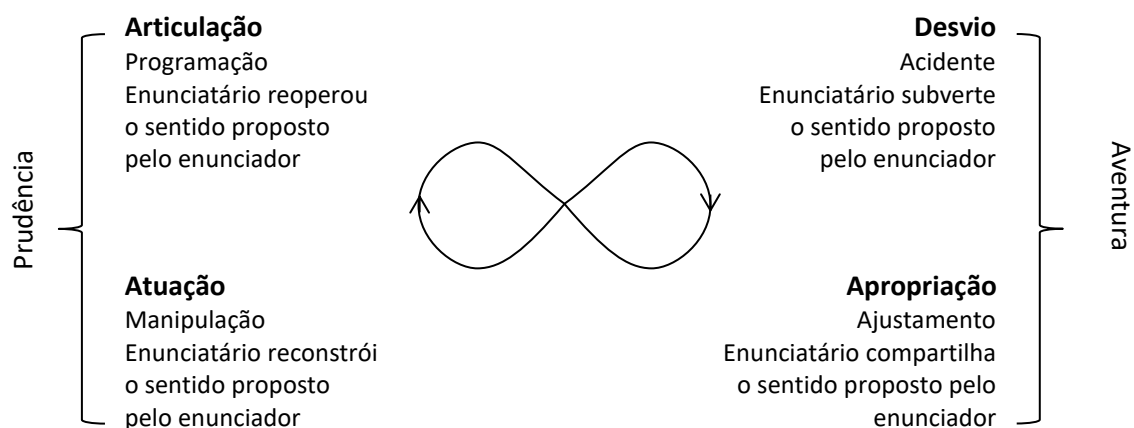
A interação regida pelo regime de manipulação – a atuação – envolve a produção de conteúdos “autorizados” pelos destinatários/enunciatários, mas que são desenvolvidos dentro de um conjunto de regras e orientações ditadas pelo destinador. “Trata-se, portanto, de um tipo de interação orientada pela intencionalidade do enunciador-destinador e pelo convencimento do enunciatário-destinatário de modo a garantir uma ‘resposta’ esperada ao apelo à participação” (FECHINE, 2015, p. 339).

No regime do desvio, ou acidente, os conteúdos produzidos pelos destinatários/enunciatários são classificados como “não-autorizados” e podem estar ou não alinhados com a estratégia do destinador. Segundo Fachine (2015), tais conteúdos não podem ser considerados como parte do projeto transmídia, embora sejam produzidos a partir dele. Esses enunciados, no entanto, fazem parte da densidade discursiva formada em torno do fenômeno transmídia.

Os enunciados relacionados à apropriação e ao ajustamento, por outro lado, apesar de surgirem sem o comando do destinador, estão alinhados com as estratégias do projeto transmídia, reforçando seus objetivos. Embora também não possam ser consideradas como parte do projeto transmídia, tais ações revelam uma cumplicidade entre enunciador e enunciatário a partir do compartilhamento de sentidos propostos. O enunciatário age dessa forma como se fosse o outro, colocando-se muitas vezes no lugar do enunciador. Tal processo pode fazer com que o enunciatário crie vínculos tão fortes com o universo ficcional que o gosto antes cultivado a partir do outro passa a ser cultivado por ele mesmo (FECHINE, 2015).

A seguir, os regimes são apresentados em um modelo de elipse – variação do quadrado semiótico criado por Greimas que permite maior dinamicidade e gradatividade, onde as posições e as relações não são fixas; modelo, portanto, mais adequado ao objeto em questão – proposto pela pesquisadora:

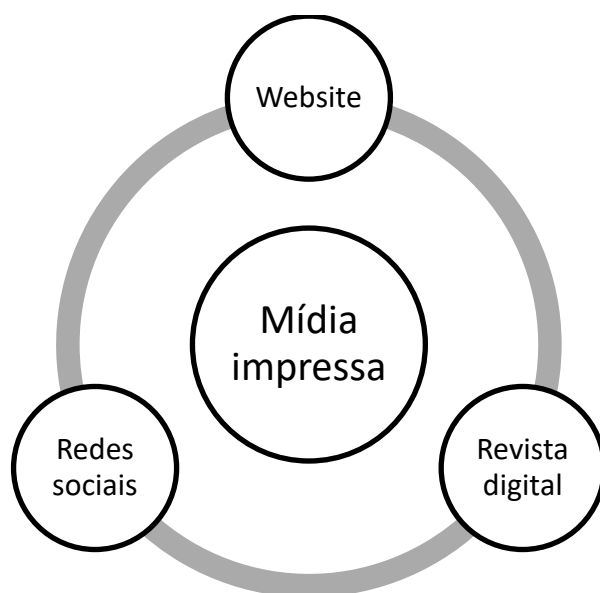
Esquema 4. Quadrado semiótico proposto por Fechine (2015) que relaciona os regimes de interação na narrativa transmídia. Fonte: Orbitel Brasil – UFPE.



Assumindo, dessa forma, a enunciação enquanto modo de presença dos sujeitos, as interações descritas acima demonstram diferentes relações possíveis entre enunciador e enunciatário, que poderão ser verificadas em maior ou menor grau a depender da plataforma midiática na qual se dá o processo de enunciação. Ainda sobre a totalidade de sentido da narrativa transmídia, Fechine (2014, p. 121) afirma que “o texto transmídia pode ser pensado como a totalidade da manifestação que resulta da articulação de enunciados correlacionados e distribuídos em distintas plataformas tecnológicas”. Ou seja, tal manifestação expandida é organizada por um programa narrativo de base que se liga a programas narrativos auxiliares que, juntos, dão conta do projeto transmídia. Esses programas narrativos são desenrolados nas diversas plataformas que constituem o universo transmídia.

No caso do nosso objeto, a revista *Elle Brasil*, o programa narrativo de base será o identificado na mídia impressa, sendo esta a mídia de base e de origem do projeto transmídia. As narrativas secundárias serão desenroladas no website, nas diversas redes sociais e na revista digital. Cada uma, com um processo próprio de enunciação. Tais plataformas conversam entre si a partir do recurso da hipertextualidade, de modo que há direcionamentos e agenciamentos específicos em cada meio. É importante sublinhar ainda que tratamos aqui de conteúdos e estratégias enunciativas próprias, apesar de conectadas por meio do projeto transmídia, e não apenas uma mera replicação nas outras plataformas das reportagens publicadas no impresso.

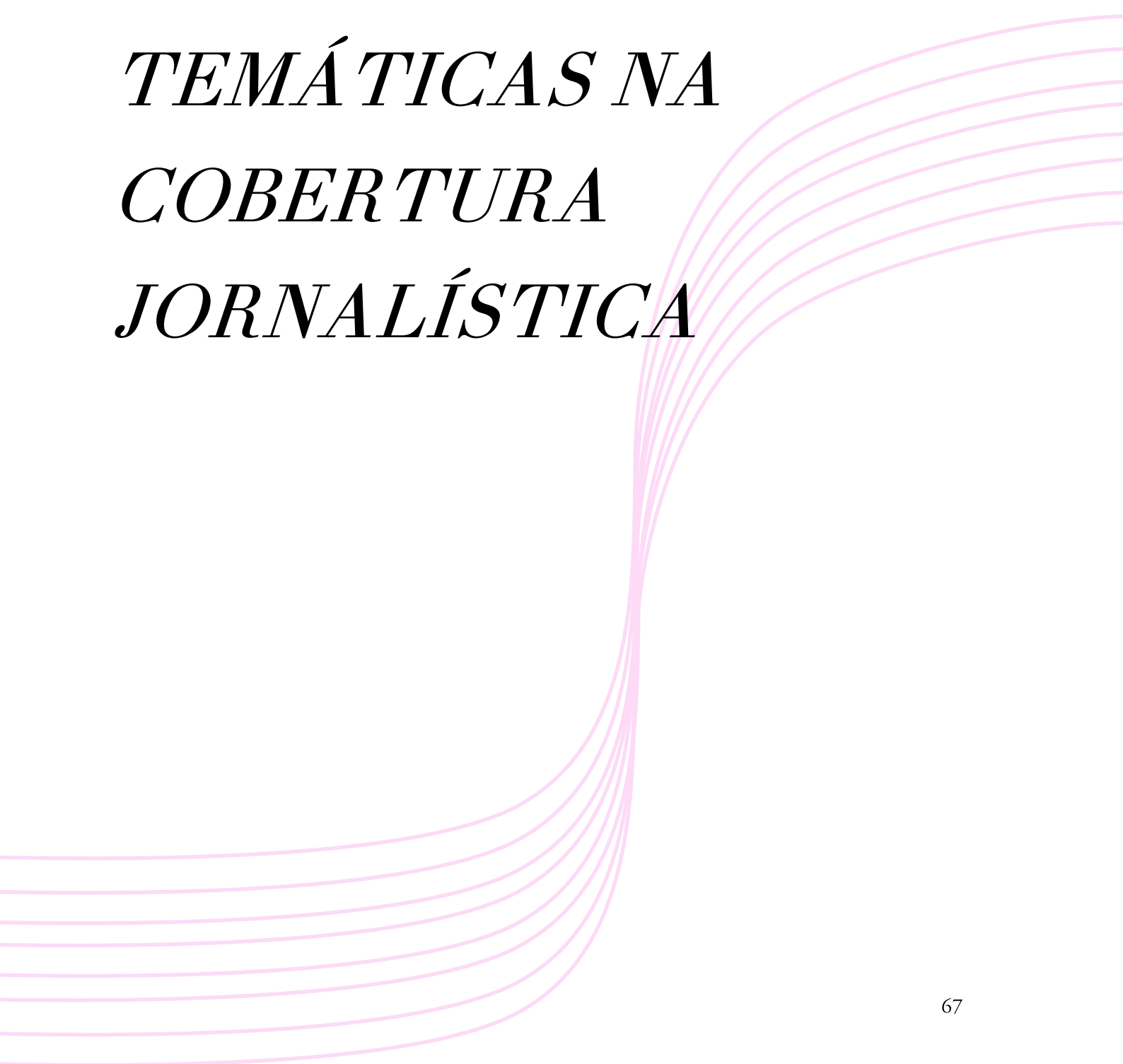
Esquema 5. Mídias constituintes do projeto transmídia de *Elle Brasil*.



Partindo da diacronia da revista *Elle*, bem como da construção e da internacionalização da sua marca e da chegada do título ao Brasil, passando pela constituição da editora Abril e do grupo Lagardere como co-destinadores, até chegar à atual configuração de *Elle Brasil* em múltiplas plataformas, configurando um projeto transmídia – cujo conceito procurou-se explorar e esclarecer –, chega-se à problemática da enunciação nas várias mídias e dos seus respectivos regimes de interação e sentido. No capítulo seguinte, nos concentraremos na análise dos processos enunciativos e na produção de sentido em cada uma das plataformas constituintes do universo transmídia de *Elle Brasil*.

3.

*A ARTICULAÇÃO
DE LINGUAGENS E
TEMÁTICAS NA
COBERTURA
JORNALÍSTICA*



3. A articulação de linguagens e temáticas na cobertura jornalística

As novas tecnologias surgidas no contexto da cibercultura modificaram a forma como os veículos de comunicação atuam enquanto destinadores dentro do campo social. Mais do que meras mudanças técnicas, as transformações advindas deste novo paradigma informacional resultaram em uma nova estética e uma nova ética para os meios, que passaram a apoiar-se, cada vez mais, em plataformas eletrônicas para a produção, difusão e consumo de seus relatos. Tais mudanças vieram acompanhadas ainda de um câmbio nos arranjos de linguagens, que passam a priorizar o uso de imagens e vídeos, e nas estratégias discursivas, que adotam a instantaneidade enquanto temporalidade dominante.

Nesse ambiente caracterizado pela *cultura da convergência* (JENKINS, 2009), em que as audiências passam a ocupar um papel central nas narrativas de produtos culturais, empresas de comunicação passam a pensar suas estratégias enunciativas em conformidade com as novas práticas de consumo de uma geração de “nativos digitais” (PRESNKY, 2001), jovens acostumados a obter informação de forma rápida em fontes digitais, a interagir com várias mídias ao mesmo tempo e a estar constantemente conectados a dispositivos móveis.

Buscando uma articulação entre o histórico e o semiótico das sociedades contemporâneas, retomamos Fiorin (2011, p.20), para quem a historicidade de um texto advém das relações que este mantém com outros textos. Segundo o autor, a história não é externa ao sentido – e, portanto, não cabe, na teoria semiótica, uma análise linguística acoplada a uma análise histórica no momento da produção do texto –, mas interna a ele, constituindo-se dialeticamente a partir das relações entre os discursos. É preciso, portanto, definir tanto o contexto sócio-histórico, como as marcas de enunciação referentes a tal contexto.

Para Landowski (1992), a noção de contexto passa pelo conceito de um “contexto semiótico” – em oposição a um “contexto referencial”, localizado fora do objeto semiótico –, que, segundo o autor, daria conta do conjunto dos traços constitutivos de uma atribuição de sentido ao ato de enunciação. Ele afirma:

A resposta cabe em três palavras, “condições de produção”: a conjuntura e a posição social, política, institucional, etc. do locutor condicionam (influenciam?)

determinam?) as posturas linguísticas adotadas pelo sujeito enunciativo e fornecem, com isso, um meio de compreendê-las, enquanto “reflexos” da estrutura das relações intersubjetivas “reais” (fossem essas deformadas ou mesmo invertidas no plano discursivo). (LANDOSWIKI, 1992, p.168)

Assim, para compreender o contexto sócio-cultural-econômico que fez emergir esta cultura de convergência – e, em especial, as narrativas transmídia – é preciso se voltar aos traços enunciativos característicos das plataformas midiáticas envolvidas em tais práticas comunicacionais. No caso do objeto desta pesquisa, a narrativa transmídia da revista *Elle Brasil*, voltamo-nos para o estudo da apreensão do sentido nas seguintes mídias: revista impressa, revista digital, página na web e perfis das redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Snapchat*, *Periscope*, *Spotify* e *Pinterest*.

Na tentativa de traçar os diferentes modos de enunciação e, por conseguinte, os programas narrativos em cada uma das diferentes mídias, é necessário, no entanto, entender primeiro de que maneira tais plataformas se estruturam a partir de múltiplas linguagens. Em todos os casos, a totalidade de sentido será operada por meio do sincretismo de linguagens, de modo que os enunciados produzidos nas mídias distintas são objetos que têm em si manifestadas vários sistemas de linguagem que atuam por tipos de relações em um processo de enunciação única, conforme definido por Fiorin (2009, p. 35): “As semióticas sincréticas constituem um todo de significação e, portanto, há um único conteúdo manifestado por diferentes substâncias da expressão”.

Tais semióticas sincréticas são ainda definidas por Greimas e Courtés (2013, p. 467):

Num sentido mais amplo, serão consideradas como sincréticas as semióticas que – como a ópera ou o cinema – acionam várias linguagens de manifestação; da mesma forma, a comunicação verbal não é somente de tipo linguístico: inclui igualmente elementos paralinguísticos (como a gestualidade ou a proxêmica), sociolinguísticos, etc.

A fim de entender como essas linguagens se associam no plano da expressão, é preciso, no entanto, remetermo-nos primeiro à sua definição. Segundo Floch (2001), é no plano da expressão que as qualidades sensíveis são articuladas em forma de linguagem a partir das variações diferenciais entre elas. Recuperando a teoria do linguista dinamarquês

Louis Hjelmslev, Floch esclarece que o plano da expressão – bem como o plano do conteúdo – é formado por dois elementos: forma e substância. O autor explica:

A forma é a organização, invariante e puramente relacional, que articula a matéria sensível ou a matéria conceitual de um plano, produzindo assim a significação (...). A substância é a matéria, o suporte variável que a forma articula. A substância é pois a realização, num determinado momento, da forma. (FLOCH, 2001, p.11)

É importante destacar, no entanto, como nos lembra Fechine (2009, p. 338), que aquilo que é substância em um determinado nível de análise pode ser forma em outro, de modo que o sincretismo deve ser encarado como resultado de uma superposição de conteúdos, em que o acréscimo de uma determinada linguagem deve acarretar um acréscimo de significado a partir da relação que esta estabelece com as outras, na medida em que “o sentido de uma se define necessariamente pela relação com o conteúdo da outra como parte constitutiva do seu próprio conteúdo”.

Nos textos sincréticos, existem diferentes linguagens (fotografia, gráfica, tipográfica, etc) que têm suas materialidades significantes aglutinadas a partir de uma única força enunciativa, o que resulta em novas linguagens englobantes (gestual, teatral, etc). Dessa maneira, trataremos cada plataforma midiática do projeto transmídia de *Elle Brasil* a partir de seu arranjo linguístico próprio, responsável por articular diferentes significantes de diversas ordens.

No caso da mídia impressa – mídia de base do projeto transmídia de *Elle Brasil* – temos várias linguagens (verbal, gráfica, fotográfica, gestual, etc) que se manifestam em sistemas semióticos de quatro ordens: verbal, visual, espacial e tátil. Na revista digital, bem como nas diversas redes sociais e na página da web, podemos falar em arranjos linguísticos que se utilizam de sistemas verbais, visuais, espaciais, audiovisuais-cinéticos (luz e som em sincronia), sonoros e táteis (advindas de materialidades próprias do meio digital).

Para trabalhar esses objetos sincréticos, devemos abordá-los a partir da máxima de uma enunciação global que orienta a concretização do plano do conteúdo no plano da expressão (OLIVEIRA, 2009). Assim, a análise não deve se preocupar com as linguagens isoladas, mas com o todo de significação estabelecido a partir das relações entre elas, conforme pontua Oliveira (2009, p. 87):

Não seria tratando as linguagens em separado, nem muito menos os signos de cada linguagem, como bem advogou Floch em anos de batalha contra os semiólogos, mas abordando as relações intersistêmicas que entretecem as expressões heterogêneas no processar a sua reunião em um arranjo da expressão que manifesta um único todo de sentido.

No plano do conteúdo, tais arranjos sincréticos serão organizados a partir de dois procedimentos semânticos do discurso: a figurativização e a tematização, que remetem à oposição abstrato/concreto (FIORION, 2009). À medida que a figurativização pode ser definida enquanto a tradução das ocorrências em universos de linguagens, como posto por Greimas (2002, p.74): “Assim, a figuratividade não é uma simples ornamentação das coisas, ela é esta tela do parecer cuja virtude consiste em entreabrir, em deixar entrever, graças ou por causa da imperfeição, como que uma possibilidade de além (do) sentido”, a tematização é a formulação de valores em forma abstrata, organizados em categorias que ordenam os elementos do mundo natural.

Desse modo, a partir do percurso narrativo observado nos arranjos sincréticos, é possível entrever o papel temático – e, dessa forma, o campo de ação (LANDOWSKI, 2014) – de *Elle Brasil* enquanto enunciador em cada plataforma midiática inserida no seu projeto transmídia. A definição de categorias temáticas será, portanto, essencial para a compreensão da delimitação do *corpus* para análise semiótica.

A seguir, observaremos de que maneira se encontra articulada a produção de sentido nos diversos enunciados obtidos pelo do recorte do *corpus* da narrativa transmídia de *Elle Brasil*. Tomados enquanto objetos sincréticos, tais enunciados serão analisados a partir de totalidade significativa estabelecida entre as diversas linguagens acionadas nas diferentes plataformas midiáticas e das reiterações temáticas.

Como recorte do *corpus*, foi escolhida a cobertura realizada pela revista *Elle Brasil* durante o *São Paulo Fashion Week (SPFW)* de 2016, realizado entre os dias 25 e 29 de abril do mesmo ano. Criado em 1995 (na época, chamava-se *Morumbi Fashion Brasil*) pelo empresário Paulo Borges, o *São Paulo Fashion Week* é hoje considerado o maior evento de moda da América Latina e a quinta maior *fashion week* do mundo, atrás apenas de Paris, Milão, Nova York e Londres. Ao longo dos anos, o evento ajudou a criar e a consolidar o calendário da moda brasileira.

Hoje, é seguro dizer que o *SPFW* é o maior espaço de visibilidade da moda enquanto campo no país. No período em que ele acontece, os veículos de comunicação voltam sua cobertura para os desfiles, para os lançamentos de novas coleções e para os convidados que circulam pelos corredores do evento com o objetivo de propor novos modos de consumo e novas formas de sociabilidade por meio da moda. No caso da mídia especializada, como *Elle Brasil*, a produção de material no período do *SPFW* concentra-se quase que por completo nas ocorrências da semana de moda, de modo que, ao analisarmos a cobertura do *SPFW* em uma revista de moda a partir de suas diversas plataformas midiáticas, deparamo-nos com uma enorme quantidade de material produzido. Em *Elle Brasil*, esse número, entre postagens, vídeos e matérias, chegou a 397 ocorrências.

Com o objetivo de organizar o *corpus* e, portanto, a análise, vamos, neste capítulo, apresentar a totalidade de registros referente à cobertura de *Elle Brasil* no *SPFW* a partir de uma amostragem quantitativa, estruturada com o auxílio de gráficos e tabelas. A partir destes agrupamentos, serão selecionados, então, postagens e matérias veiculadas nas plataformas de *Elle Brasil* que serão, em seguida, trabalhadas a partir da metodologia semiótica do percurso gerativo de sentido.

A escolha busca atender aos critérios de seleção de *corpus* propostos por Greimas em *Semântica Estrutural* (1973), no qual ele afirma que o *corpus* deve ser representativo, exaustivo e homogêneo. O critério da representatividade, segundo o qual a escolha do *corpus* deve guardar uma relação metonímica com o seu objeto de modo que as isotopias traçadas nos recortes escolhidos possam ser observadas no restante do material, deverá ser atendido por meio da seleção de enunciados a partir de uma amostragem quantitativa anterior.

A mesma lógica utilizada para a escolha do *corpus* de análise atende também ao critério da exaustividade, já que o modelo verificado no *corpus* tido como representativo poderá ser estendido ao restante do objeto. Por fim, a homogeneidade será mantida a partir da adoção do ponto de vista do enunciador. Ou seja: na análise, serão considerados apenas os textos produzidos, criados ou veiculados nos espaços midiáticos do destinador *Elle Brasil*. Tal parâmetro será importante especialmente na análise dos perfis das redes sociais, que permitem, a partir de sua própria estrutura, uma maior conversação entre revista e leitores,

aumentando a transitividade nas interações discursivas estabelecidas entre enunciador e enunciatários.

3.1 A cobertura de *Elle Brasil* no *SPFW N41*: delimitação do *corpus*

Maior semana de moda brasileira, o *São Paulo Fashion Week* tornou-se, ao longo dos 21 anos em que é realizado, conhecido pelo dinamismo e pela sintonia que estabelece com as mudanças enfrentadas pelo mercado da moda no país. Em sua última edição, realizada entre os dias 25 e 29 de abril de 2016, o evento, que reuniu apresentações de 39 marcas brasileiras, iniciou uma série de transformações que resultarão no alinhamento entre o calendário da semana de moda e a chegada das respectivas coleções nas lojas para o consumidor.

O projeto, previsto para ser concluído em 2017, é ressonância das mudanças nas práticas de consumo no campo da moda e, em última instância, das estratégias discursivas estabelecidas pelas próprias marcas enquanto destinadores em tal área. Em uma lógica de consumo ditada por uma geração de nativos digitais cujas práticas sociais são permeadas e mediadas pelo imediatismo das redes sociais, prevalece a máxima do IWWIWWIWI²⁶ (“*I Want What I Want When I Want*”; ou “eu quero o que eu quero quando eu quero”, em português). O modo de produção que instalava um intervalo de aproximadamente seis meses entre os desfiles (e, portanto, a divulgação das coleções) e a chegada das peças às araras das lojas torna-se, portanto, um sistema fora de uso.

As mudanças observadas no *SPFW* são semelhantes ao que já havia sido observado em outras semanas de moda no hemisfério norte: a aproximação entre as datas dos desfiles e a chegada das coleções às lojas, seguindo o modelo de negócios “*See now, buy now*” (“veja agora, compre agora”, em português), que prega a comercialização de coleções logo após o seus lançamentos. Adotando a nomenclatura *SPFW N41*, o evento livrou-se dos termos que faziam referência às estações, como “outono/inverno” ou “primavera/verão”, utilizados no

²⁶ A expressão *I Want What I Want When I Want* foi cunhada pela pesquisadora norte-americana Kit Yarrow em seu livro *Decoding the New Consumer Mind* e diz respeito ao comportamento de consumidores que desejam que empresas desenvolvam e vendam soluções imediatas para seus problemas.

campo da moda para figurativizar o ritmo da produção e da veiculação de novas tendências a partir das coleções.

Nesse contexto, a mídia especializada (revistas e sites de moda, principalmente) também passa por transformações, adaptando sua cobertura às novas linguagens e práticas enunciativas e interacionais determinadas pelas redes sociais, que se tornam, agora, o principal meio de difusão das informações compartilhadas nas semanas de moda ou nos lançamentos de coleções. Tais transformações envolvem, muitas vezes, o desenvolvimento e o refinamento de um projeto transmídia, como o observado na revista *Elle Brasil*.

Tomando o projeto transmídia de *Elle Brasil* como ponto de partida para a análise da cobertura do *SPFW N41*, faz-se necessário um exame dos procedimentos enunciativos e das estratégias discursivas adotadas nas diferentes mídias acionadas pela revista. Inicialmente, no entanto, é preciso delinear o conceito do termo mídia:

Mídia

Substantivo feminino;

1 *Conn.* Todo suporte de difusão da informação que constitui um meio intermediário de expressão capaz de transmitir mensagens; meios de comunicação social de massas não diretamente interpessoais (como p. ex. as conversas, diálogos públicos e privados) [Abrangem esses meios o rádio, o cinema, a televisão, a escrita impressa (ou manuscrita, no passado) em livros, revistas, boletins, jornais, o computador, o videocassete, o DVD, os satélites de comunicações e, de um modo geral, os meios eletrônicos e telemáticos de comunicação em que se incluem tb. as diversas telefonias.]

5 *Conn.* Base física ou tecnológica empr. no registro de informações como, p. ex.. CD, videoteipe, impresso, etc. (HOUAISS, 2016)

Pode-se perceber, portanto, que o conceito de mídia está intimamente ligado ao de suporte ou meio pelo qual ocorre a transmissão de informação – aqui tratada como um discurso a duas ou mais vozes. Esse processo, no entanto, implica um destinador que deseja atingir um número grande de destinatários, tratados pelo meio de comunicação a partir do simulacro instalado no processo comunicacional e, muitas vezes, ligado a determinado papel temático. Destinador e destinatário, vale lembrar, não são reconhecidos apenas como emissor e receptor, conforme algumas teorias da informação, mas, como “sujeitos competentes, pinçados num momento de seu devir, inscritos cada qual no seu próprio discurso” (GREIMAS e COURTÉS, 2013, p. 82).

Outro ponto importante é o fato da mídia ser a espacialidade na qual o plano da expressão concretiza o plano do conteúdo, organizando-se em diferentes linguagens arranjadas pela estética própria do meio, montada pelo enunciador tendo em vista o seu enunciatário. As mídias são o local em que as escolhas discursivas do enunciador são plasmadas de modo a promover experiências significantes na e pela criação de objetos semióticos. Esses significam o cotidiano e, ao mesmo tempo, solidificam estereótipos e práticas sociais – fazer este que tanto instala qualidades sensíveis que conduzem a apreensão, quanto instala objetos de valor, propiciando, no primeiro caso, o *sentir* o sentido e, no segundo, favorecendo a volição com o *querer* desejosamente o valor posto em circulação e já estabelecido pelo contexto cultural.

O *corpus* de estudo será construído a partir das múltiplas mídias que compõem o projeto transmídia de *Elle Brasil*. Elas funcionarão como categoria englobante das dimensões que deverão ser levadas em conta neste momento inicial de quantificação do *corpus*. A divisão de categorias baseadas nas mídias será, assim:

- a) Revista impressa
- b) Revista digital
- c) Página da web
- d) Redes sociais:
 - i. *Facebook*
 - ii. *Instagram*
 - iii. *Twitter*
 - iv. *Snapchat*
 - v. *Periscope*
 - vi. *Spotify*²⁷
 - vii. *Pinterest*²⁸

²⁷ A rede social *Spotify* não apresentou postagens durante o período do *SPFW N41* e, portanto, não foi capaz de fornecer um *corpus* para esta análise.

²⁸ A rede social *Pinterest* não apresentou postagens durante o período do *SPFW N41* e, portanto, não foi capaz de fornecer um *corpus* para esta análise.

Definidas as categorias englobantes sobre as quais se dará a quantificação dos dados relativos ao *corpus*, passamos agora às três subcategorias que organizarão o *corpus* em cada mídia: a totalidade significativa estabelecida entre as diversas linguagens acionadas nas diferentes plataformas midiáticas, os tipos de sincretismo articulados e as reiteraões temáticas verificadas nos enunciados.

Em relação ao sincretismo de linguagens, para os fins desta análise, dividimos os enunciados em cinco tipos de arranjos de conteúdos manifestos. Cada um deles reúne diferentes linguagens que atuam a partir de um todo de significação, que foi aqui considerado como categoria por observarmos o sincretismo enquanto estratégia global de comunicação sincrética que administra o contínuo discursivo (FIORIN, 2009), e não a partir de cada uma de suas linguagens isoladamente:

- a) **Enunciados verbo-visual-espacial-táteis:** enunciados verificados, em sua maioria, nas publicações observadas na mídia impressa, na revista digital e em mídias visualizáveis apenas a partir de aplicativos para *smartphones* e *tablets* que contém o recurso *touchscreen*. Presença de sistemas semióticos verbais, visuais, espaciais e táteis. O verbal, nesse caso, assume a forma da expressão escrita – que usa tipos gráficos na espacialidade do formato da página –, enquanto a taticidade pode assumir ora uma forma direta (dedos no papel, como ocorre no passar de páginas da mídia impressa), ora uma forma indireta (dedos na tela, com uma interação mediada pelo ecrã de dispositivos de leitura eletrônicos, como ocorre na revista digital e em alguns aplicativos).
- b) **Enunciados verbo-visual-espaciais:** enunciados observados, na maior parte, nas matérias postadas no portal *M de Mulher*, em que o sistema semiótico verbal assume a forma escrita e é organizado, assim como a visualidade, a partir de uma topologia que distribui os diversos elementos verbovisuais na página da web.
- c) **Enunciados verbo-audiovisuais-táteis-cinéticos:** enunciados observados em aplicativos que possuem o recurso de gravação de vídeos ou transmissão via

streaming, como o *Snapchat*, utilizáveis a partir de dispositivos *touchscreen*. O sistema semiótico verbal aqui pode ser concretizado a partir do oral ou do escrito, enquanto que o sistema semiótico sonoro pode adquirir a forma da fala ou do ruído ambiente. A visualidade, por sua vez, é regida aqui pelo movimento (sistema semiótico cinético).

- d) **Enunciados verbo-audiovisuais-cinéticos:** enunciados observados em transmissões ou postagens de vídeos, como aqueles verificados no *Facebook*, no *Instagram* ou no *Periscope*, em que o sistema semiótico verbal pode, novamente, assumir a forma escrita ou oral; a sonora, fala ou ruído ambiente, e o visual é regida pelo movimento. Não há aqui, no entanto, a necessidade da presença do sistema semiótico tátil para o acesso e a navegação nos diferentes enunciados.
- e) **Enunciados audiovisuais-táteis-cinéticos:** são os enunciados em que o sistema semiótico sonoro pode adquirir a forma da fala ou do ruído ambiente e a visualidade é regida pelo movimento (sistema semiótico cinético). Ambos, acessados a partir da taticidade. Não há aqui, no entanto, a presença do sistema verbal escrito. São os vídeos observados principalmente no aplicativo do *Snapchat*.

Estes enunciados sincréticos, por sua vez, terão seus traços articulados a partir de quatro tipos diferentes, conforme o modelo proposto por Oliveira (2009):

- a) **Sincretismo por união:** em que os traços intersistêmicos operam em reciprocidade por meio de um encandeamento das ordens sensoriais, vigorando uma adição de sentidos em aliança. Nesse caso, os traços se estruturam a partir de uma ordenação sintagmática em que as partes confluem para uma totalidade de sentido.
- b) **Sincretismo por separação:** há uma atuação dos sentidos nas ocorrências em paralelo. Os sentidos vão agir em uma relação multilateral, em que um age com o outro em copresença e simultaneidade.

- c) **Sincretismo por concentração:** a atuação de uma ordem sensorial se sobrepõe a outra, criando um mecanismo de condensação das ordens, exigindo uma ação integrada dos sentidos.
- d) **Sincretismo por expansão:** múltipla convocação das ordens sensoriais que operam a pluralidade de traços significantes em copresença. As ordens se alargam em ecos, poliestesicamente. Sentidos agem transversalmente.

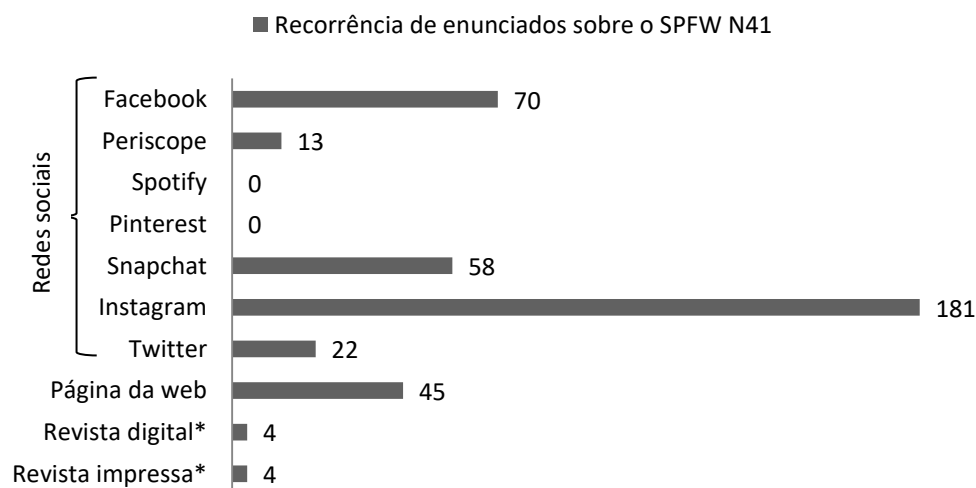
Por fim, para compreender de que forma a cobertura de *Elle Brasil* foi articulada nas diversas mídias, dividimos os conteúdos publicados em sete grandes categorias temáticas:

- a) ***Backstage:*** bastidores de desfile, maquiagem de desfile, informações e croquis prévios aos desfiles.
- b) **Desfile:** notas e informações em tempo real ou não sobre os desfiles e *showrooms*.
- c) ***Street Style:*** conteúdos e galerias sobre o estilo de quem circulava pelo evento.
- d) **Entrevistas:** material produzido exclusivamente a partir de uma entrevista; diálogo entre repórter e entrevistado.
- e) ***Elle sobre Elle:*** *Elle* falando sobre eventos, produtos ou outras mídias de *Elle*.
- f) ***SPFW N41:*** notas informativas sobre o evento em si.
- g) **Análises:** resenhas, análises e conteúdo de caráter opinativo sobre desfiles.

No caso da narrativa transmídia de *Elle Brasil*, a mídia impressa será considerada como a mídia de base, já que foi ela quem deu origem ao projeto transmídia. As narrativas secundárias serão desenroladas no *website*, nas diversas redes sociais e na revista digital. Cada uma, com um processo próprio de enunciação. Tais plataformas conversam entre si a partir do recurso da hipertextualidade, de modo que há direcionamentos e agenciamentos específicos em cada meio. É importante sublinhar ainda que tratamos aqui de conteúdos e estratégias enunciativas próprias, apesar de conectadas por meio do projeto transmídia, e não apenas uma mera replicação nas outras plataformas das reportagens publicadas no impresso.

Tal característica é confirmada quando observamos o número de postagens ou matérias relativas ao *SPFW N41* em cada plataforma midiática. A contagem é referente ao período em que ocorreu a semana de moda (25 a 29 de abril de 2016) para as redes sociais e para a página da web e aos meses de abril, maio e junho para a revista impressa e para a revista digital, ambas de publicação mensal:

Gráfico 1. Recorrência de enunciados sobre o *SPFW N41* nas diversas plataformas midiáticas de *Elle Brasil*: disparidade no uso das mídias.



Os dados acima apontam um claro predomínio de publicações nas mídias digitais. Embora o impresso seja a mídia de base do projeto transmídia de *Elle Brasil*, não foi observado nenhum conteúdo relativo ao *SPFW* na edição do mês de abril. Na edição de

maio, lançada durante o evento, foi registrada a publicação de apenas uma nota sobre a semana de moda. Na edição de junho (dois meses depois), a revista publicou duas pequenas notas e uma matéria sobre as principais tendências observadas nas passarelas da semana de moda. A ausência de matérias difere da posição adotada pela revista no ano anterior (2015), quando a edição de abril trouxe um material especial com previsões e apostas para o *SPFW* (que, em 2015, aconteceu entre os dias 13 e 17 de abril).

A decisão editorial de não publicar conteúdos sobre o *SPFW* na revista impressa (e, portanto, na revista digital) determinou que a cobertura do evento seria realizada, em um primeiro momento, apenas a partir das redes sociais e da página da revista no portal *M de Mulher*. Dessa forma, *Elle* classificava o ambiente virtual como a espacialidade na qual se daria a veiculação do material produzido pela revista sobre a semana de moda, bem como onde se daria a interação entre a revista (enunciador) e seus leitores (enunciatários). Ainda assim, no entanto, faz-se necessária a inclusão e a análise dos conteúdos, ainda que em pequena quantidade, publicados na revista impressa e na revista digital. A seguir, agruparemos e analisaremos os dados conforme as diferentes mídias inseridas no projeto transmídia de *Elle Brasil*.

3.1.1 Revista impressa

Mídia de base do projeto transmídia da revista *Elle Brasil*, a revista impressa foi, entre as plataformas acionadas pelo título, a que reuniu um menor número de enunciados sobre o *SPFW N41*. Conforme já citado, a revista não veiculou nenhuma matéria, editorial ou nota sobre o evento na edição de abril, deixando para maio a publicação de uma pequena nota e, para junho, três enunciados: duas notas (uma sobre a cobertura de *Elle* no *SPFW* e outra sobre a festa de aniversário da revista em parceria com a marca *À La Garçonne*, do estilista Alexandre Herchcovitch) e uma matéria sobre as principais tendências observadas nas passarelas durante o *SPFW N41*.

Na revista impressa, o baixo número de matérias publicadas sobre o evento e, em última instância, a própria cobertura da semana de moda, são resultados da configuração do título enquanto uma mídia de periodicidade mensal, o que acarreta um processo técnico de

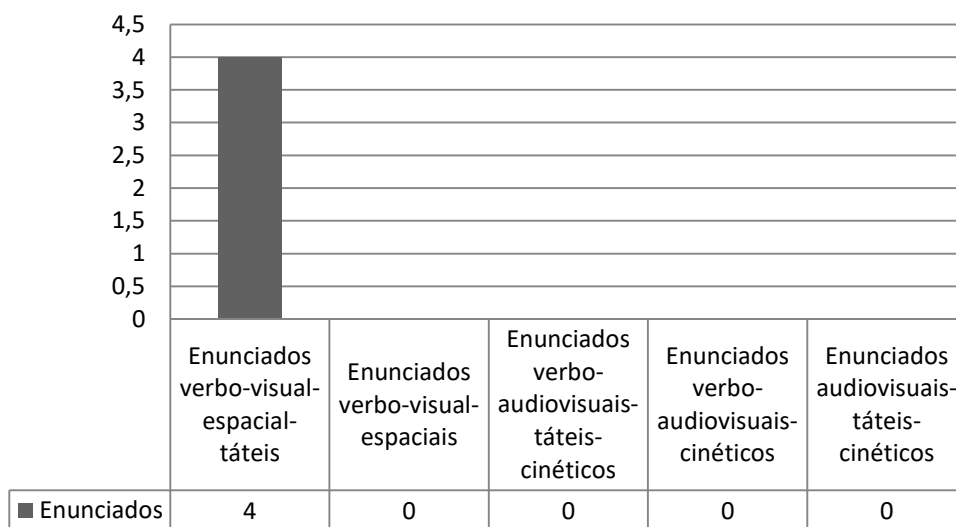
produção, impressão e circulação que se alonga por dias. A materialidade da mídia, portanto, faz com que seu modo de produção esteja caracterizado a partir do aspecto durativo, ao contrário da página da web e das redes sociais, que possuem uma produção e veiculação de conteúdo quase que instantânea, gerando, assim, um modo de produção centrado no aspecto incoativo, em que as plataformas devem ser constantemente alimentadas com novas informações.

Imagens 15a e 15b. Exemplo de enunciados encontrados na mídia impressa de *Elle Brasil* sobre o *SPFW N41*. As matérias foram publicadas nas edições de maio e junho.



Em relação ao primeiro dos nossos critérios de quantificação do *corpus* – os sistemas de linguagem acionados –, os enunciados encontrados na mídia impressa foram contabilizados conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 2. Contagem dos enunciados encontrados na mídia impressa de *Elle Brasil* conforme o arranjo sincrético de linguagens.



Nos quatro enunciados veiculados na revista impressa de *Elle Brasil*, é possível verificar o uso de arranjos verbo-visual-espaciais-táteis. *Elle* articula, portanto, sua enunciação global a partir de sistemas semióticos verbais, visuais, espaciais e táteis (que está presente aqui no contato direto entre dedo e revista no passar das páginas) – padrão seguido pela maior parte dos produtos advindos da mídia impressa. A articulação e o uso das linguagens, no entanto, obedecem a variações quantitativas (intensidade) que afetam a manifestação sincrética e, portanto, a apreensão estética, bem como regras de disposição e distribuição das partes heterogêneas que formam o todo de significação (OLIVEIRA, 2009).

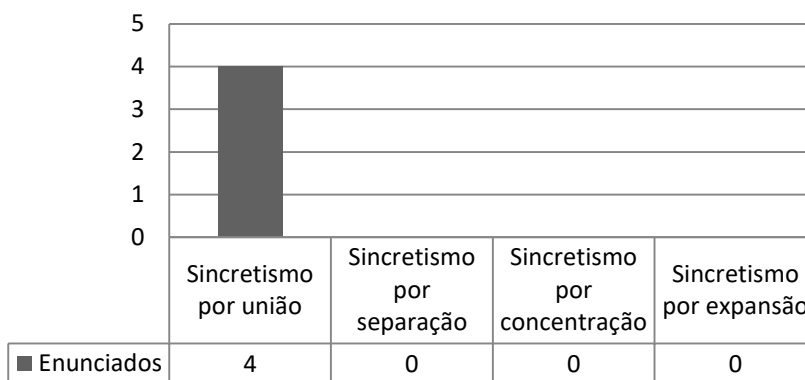
No objeto em questão, é importante destacar ainda o papel da linguagem visual (em especial, a fotográfica, presente nos quatro enunciados), posta em relação à linguagem verbal. Segundo Gomes (2009, p. 217), as duas linguagens colocam em jogo a oposição de base /abertura/ vs. /fechamento/, de modo que “à linguagem verbal fica reservado o controle dos sentidos, sua delimitação e preenchimento, enquanto à linguagem visual permitem-se a insinuação, a conotação, o acento passional e estético”.

Na maioria das vezes, o verbal encontra-se associado ao visual de modo a complementar a informação, acrescentando um “dizer a mais” às imagens, sem torna-las, no entanto, redundantes. Em outros casos, contudo, o verbal reduz os planos de leitura

suscitados pelas imagens, orientando a leitura do enunciatário e indicando uma determinada interpretação.

O sistema semiótico espacial, por sua vez, é o responsável por organizar e estruturar os elementos do arranjo sincrético da mídia impressa. De acordo com Oliveira (2009), é na e pela topologia que o leitor é posto em contato com as orientações do sentido sentido e do inteligível. A mídia impressa atua, assim, numa espécie de corpo a corpo com o enunciatário, realizado por meio do arranjo plástico da expressão sincrética regido pela espacialidade do objeto semiótico – corpo do jornal –, que mantém contato direto com o corpo do leitor e com suas ordens sensoriais.

Gráfico 3. Contagem dos enunciados encontrados na mídia impressa de *Elle Brasil* conforme a articulação presente no arranjo sincrético de linguagens.



Os arranjos sincréticos são aqui classificados ainda de acordo com o mecanismo utilizado para articular suas diferentes linguagens. Nos enunciados encontrados na mídia impressa de *Elle Brasil*, todos trabalhavam a partir do *sincretismo por união* – sistema em que as ordens sensíveis atuam em complementariedade. Por se tratar de uma mídia impressa jornalística, que preza, em maior ou menor medida, pelo recurso da objetividade, *Elle* opta por uma sinergia entre os traços de diferentes sistemas, de modo que um não contradiga o outro ou crie efeitos de sentidos que possam dificultar a compreensão do leitor comum.

As temáticas presentes nos sistemas verbais são, dessa forma, reiteradas nos sistemas visuais a partir do arranjo plástico dos objetos. O sistema espacial da revista, por sua vez, organiza os enunciados internamente de modo a ditar um ritmo de leitura que é reiterado pelos sistemas visuais e verbais, passando de notas e matérias menores sobre acontecimentos

recentes a páginas em formato vitrina²⁹, até chegar aos editoriais de moda, “carro chefe” da publicação, e, por fim, a matérias sobre temáticas secundárias, como viagem, decoração e culinária.

Gráfico 4. Contagem dos enunciados encontrados na mídia impressa de *Elle Brasil* conforme a categoria temática apresentada.



Sobre as categorias temáticas propostas para esta quantificação, a mídia impressa de *Elle Brasil* publicou dois enunciados relativos à categoria *Elle sobre Elle*, um enunciado relativo à categoria *Análises* e outro classificado enquanto *SPFW N41*. O enunciado de *Análises*, no entanto, é uma matéria de três páginas (“De olho no alvo”), enquanto as outras duas categorias temáticas incluem três pequenas notas acompanhadas de fotografias (“Cobertura total”, “SPFW com amor” e “Duplo motivo”).

Na edição de maio, lançada durante o evento, a nota “Cobertura total”, publicada na seção *Online*, convoca os leitores a acompanharem a cobertura do *SPFW N41* a partir da página da web de *Elle Brasil*. Desse modo, a revista não trabalha com uma informação nova ou específica sobre o evento, mas estabelece um novo percurso de leitura, possível a partir do projeto transmídia de *Elle*. Reitera-se, portanto, o espaço virtual como o da cobertura jornalística da semana de moda.

A partir dos enunciados da edição de junho, podemos depreender, por meio da escolha das temáticas da revista, que *Elle* constitui-se enquanto um destinador-julgador na moda brasileira, responsável por interpretar, validar e sancionar as ocorrências da moda para

²⁹ O termo vitrina é empregado como um formato jornalístico – bastante trabalhado por revistas femininas e revistas de moda – em que diversos produtos são agrupados de acordo com uma característica em comum. Sua página é composta pelos seguintes elementos: título, abertura ou pequenos textos, fotos e legendas.

seus leitores. Nesse caso específico, as performances em questão são os desfiles observados no *SPFW N41*, que exigiram uma sanção pragmática da revista. Por ter sido publicada dois meses após o evento, a revista passa a tratar o conteúdo do *SPFW N41* como um *então*, produzindo um efeito de sentido de distanciamento em relação ao enunciatário. Para diminuir esse distanciamento, a publicação faz uma espécie de “curadoria” de tendências desfiladas no evento, referindo-se ao passado, mas presentificando tais tendências como modos de ser e de estar sancionados pela revista ainda em voga na moda.

Ao publicar duas notas sobre a própria cobertura de *Elle* no *SPFW N41*, a revista reforça para a leitora que, apesar de não ter veiculado conteúdo sobre o evento nos dois meses anteriores, participou da cobertura de moda. Tal cobertura, no entanto, deu-se quase que em sua totalidade pelo ambiente virtual, demarcando, dessa forma, a presença de *Elle Brasil* enquanto sujeito destinador no ciberespaço.

O que se pode perceber, portanto, é que a própria periodicidade da mídia impressa de *Elle Brasil* (publicação mensal) determina pautas jornalísticas que se encaixam enquanto textos mais analíticos, com maiores graus de subjetividade (nesse caso, o sujeito *Elle Brasil*) e que reforçam a posição da publicação enquanto destinador sancionador da moda brasileira, responsável por prescrever fórmulas de ser. Em termos aspectuais, fortalece-se na mídia impressa – em comparação às mídias digitais – o aspecto durativo, de modo que a informação veiculada tem que se manter relevante para o leitor por mais tempo do que aquelas veiculadas em postagens nas redes sociais, por exemplo.

3.1.2 Revista digital

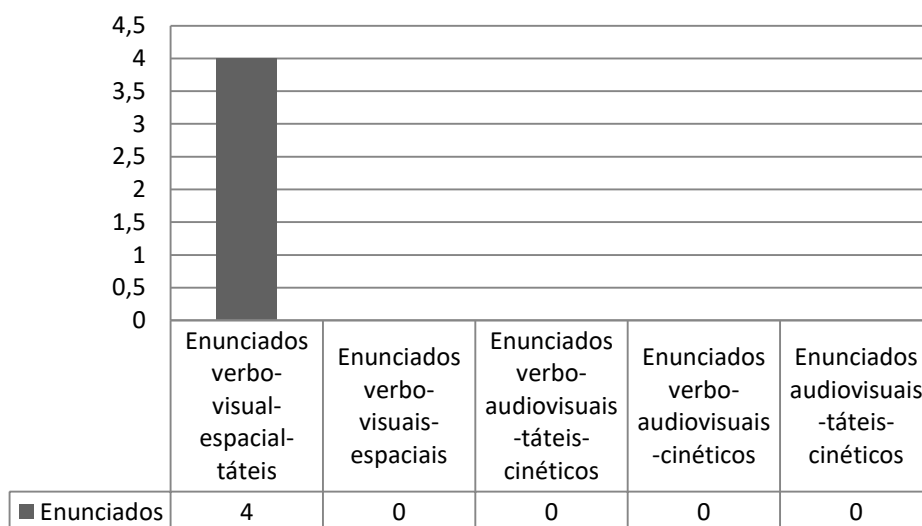
A revista digital de *Elle Brasil* funciona como uma versão para dispositivos de leitura eletrônica da própria revista impressa, título base do projeto transmídia. Assim, é possível pensar que a revista digital seria uma espécie de tradução – tomada aqui enquanto transcrição (CAMPOS, 2011), em que há uma produção dialética de diferenças sem semelhanças – da mídia impressa, e não sua mera cópia, de modo a produzir um objeto semiótico terceiro, dotado de uma totalidade significante própria. Nessa lógica, embora o conteúdo permaneça o mesmo, o arranjo sincrético guarda algumas distinções entre as duas mídias, o que provoca, em última instância, diferenças na produção de sentido.

Imagens 16a e 16b. Exemplo de enunciados encontrados na revista digital de *Elle Brasil* sobre o *SPFW N41*. Em 2b, a imagem encontra-se maximizada a partir do recurso de zoom disponível na edição digital.



Se a plástica sensível do arranjo sincrético é a principal responsável pelas diferenças observadas entre as edições impressa e digital da revista *Elle Brasil*, concentramo-nos primeiro na classificação de tais arranjos:

Gráfico 5. Contagem dos enunciados encontrados na revista digital de *Elle Brasil* conforme o arranjo sincrético de linguagens.

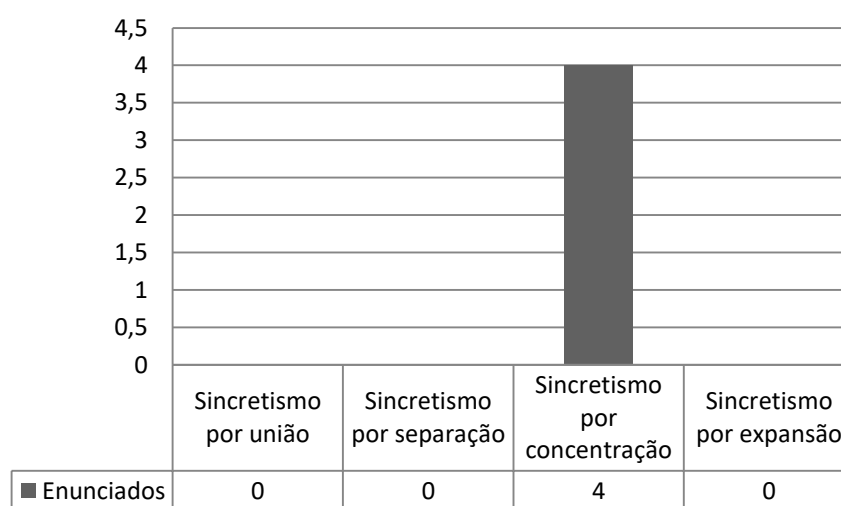


É possível perceber que, assim como na mídia impressa, os enunciados veiculados na revista digital de *Elle Brasil* também são constituídos a partir de sistemas semióticos

verbais, visuais, espaciais e táteis. No caso de dispositivos de leitura eletrônicos, como *smartphones*, *tablets* ou *e-readers*, no entanto, a substância tátil é convocada a partir do recurso *touchscreen* (toque de tela, em português), que permite um tipo de interação diferente e mais complexa do que a de um leitor que passa as páginas de uma revista ou segura-a com as mãos.

É a partir do tato que o usuário desses dispositivos realiza a passagem de páginas, em movimentos simples que exigem apenas o escorregar de um dedo, e a aproximação e o distanciamento da tela, por meio do recurso de *zoom*, também realizado a partir de um simples movimento de pinça entre os dedos polegar e anular. A partir dos movimentos necessários para a leitura em dispositivos do tipo, acentua-se a figuratividade presente na linguagem gestual exigida para a leitura dos enunciados. A materialidade eletrônica própria dos suportes de leitura, portanto, adiciona a taticidade enquanto substância necessária para a produção de sentido de revistas digitais e, dessa maneira, para o percurso de leitura realizado pelo enunciário.

Gráfico 6. Contagem dos enunciados encontrados na revista digital de *Elle Brasil* conforme a articulação presente no arranjo sincrético de linguagens.



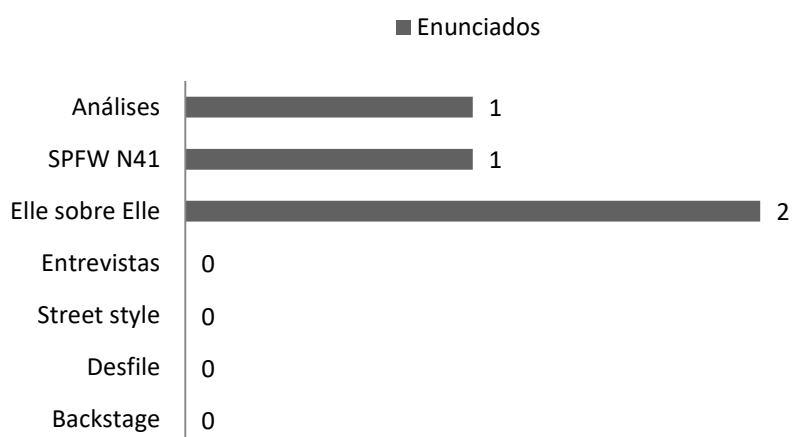
No caso da revista digital de *Elle Brasil*, a presença da substância tátil faz com que a articulação entre as linguagens seja distinta da observada na mídia impressa. O arranjo estético dos dispositivos de leitura eletrônicos apresenta inicialmente ao leitor a página completa de uma revista, enquadrada pelo tamanho do *tablet* (em média, 17 a 25

centímetros) ou do *smartphone* (10 a 15 centímetros). Desse modo, o tamanho reduzido da página (a revista impressa de *Elle* possui 27 cm de altura), somado à materialidade luminosa dos ecrãs característica de tais dispositivos, provoca uma diminuição no conforto da leitura, que pode se tornar disfórica para o enunciatário.

Como consequência, o enunciatário desta plataforma midiática possui a competência modal (*saber*) necessária para facilitar o processo de leitura ao valer-se do recurso de zoom proporcionado pela sensibilidade tátil presente nas telas. O resultado é um arranjo sincrético caracterizado pelo procedimento da *concentração*. Ao realizar o percurso de leitura da revista digital, o leitor realiza uma passagem encadeada de um sistema a outro: o gestual dá acesso à espacialidade onde se organizam os sistemas verbais e visuais. Há, nesse processo, uma relação de superposição entre os diferentes sentidos, em que o enunciatário vai de um traço a outro por “encaixes de uma semiose existencial” (OLIVEIRA, 2013, p. 102).

No caso da nota “Cobertura total”, publicada na revista digital de maio, existe ainda um *link* vinculado aos enunciados que pode ser acessado a partir do clique, realizado, nos dispositivos em que a publicação é veiculada, por meio do tato. A tatilidade instala, nesse caso, novos percursos de leitura, direcionando o leitor para matérias publicadas na página da web de *Elle Brasil*.

Gráfico 7. Contagem dos enunciados encontrados na revista digital de *Elle Brasil* conforme a categoria temática apresentada.



Em relação às categorias temáticas, a revista digital não apresenta mudanças em relação à mídia impressa. Isso acontece, pois, conforme citado anteriormente, o material

jornalístico é o mesmo, de modo que a mudança na produção de sentido se faz pela plástica sensível do arranjo sincrético. *Elle Brasil*, dessa forma, não utiliza a plataforma midiática da revista digital de seu projeto transmídia para ampliar nela sua cobertura jornalística, mas para oferecer uma nova experiência de leitura a partir do formato revista.

3.1.3 Página da web

Com a cobertura do *SPFW N41* restrita ao ambiente virtual durante a semana do evento, a página de *Elle Brasil* no portal *M de Mulher* tornou-se o espaço no qual eram veiculados os textos e matérias sobre as ocorrências relativas à semana de moda. No portal *M de Mulher*, que reúne o conteúdo de todas as publicações voltadas para o público feminino da editora Abril, o conteúdo sobre o *SPFW N41* foi agrupado em uma seção no site e reuniu material de diversas revistas. Cada qual, no entanto, com uma linha editorial própria, evidenciada a partir de sua cobertura jornalística.

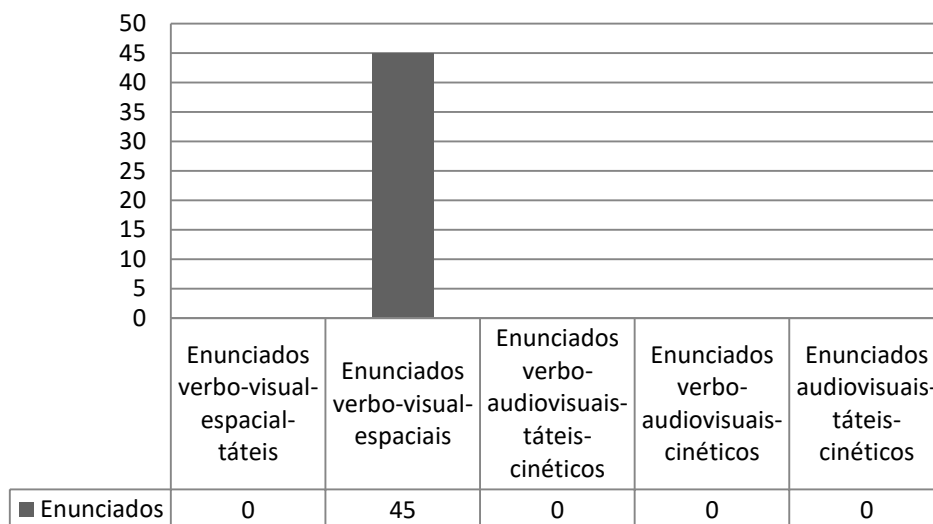
Desse modo, a cobertura do evento a partir do site da editora Abril se deu por meio de um processo de co-enunciação entre diferentes títulos, em que cada um ocupava um papel temático específico. Enquanto revistas como *Estilo* e *Cosmopolitan* preocupavam-se com entrevistas e matérias sobre celebridades que frequentavam a semana de moda, a *Elle* era reservada a cobertura dos desfiles, lançamentos de coleções e tendências observadas durante o evento.

Imagem 17. A capa do portal *M de Mulher* durante o primeiro dia de cobertura do *SPFW N41*: cobertura conjunta entre *Elle Brasil* e outras publicações voltadas para o público feminino.



Em sua página na web, a organização dos enunciados sincréticos conforme os diferentes sistemas semióticos encontra-se classificada no gráfico abaixo:

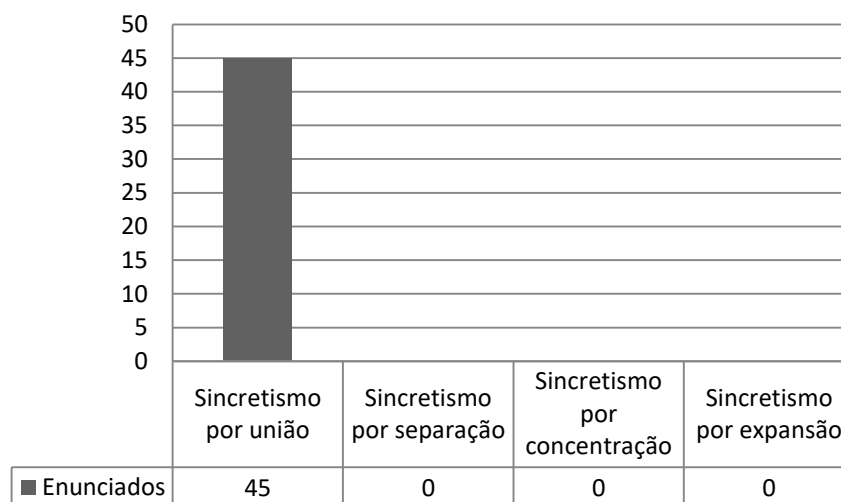
Gráfico 8. Contagem dos enunciados encontrados na página da web de *Elle Brasil* conforme o arranjo sincrético de linguagens.



Elle Brasil mantém-se, em sua página da web, conservadora, adotando as mesmas linguagens acionadas em seus enunciados sincréticos na mídia impressa. Em geral, as postagens são compostas de apenas textos e fotos, o que termina por reiterar o formato do impresso na web. Ainda que a internet proporcione o uso de várias linguagens para contar uma história – característica mais conhecida como recurso multimídia – não há, nas postagens de *Elle* sobre o *SPFWN N41*, nenhum uso de arranjos sonoros ou audiovisuais.

Tomando as revistas de moda como publicações essencialmente imagéticas, o site de *Elle Brasil* também mostra, em vários momentos, um predomínio do sistema visual sobre o verbal. Isso acontece principalmente em postagens no formato jornalístico chamado galeria de fotos, em que várias imagens sobre determinado tema são reunidas em uma única postagem de modo que as fotografias são acessadas pelo usuário através de cliques sucessivos. O uso exacerbado de imagens propõe uma captura do enunciatário a partir da dimensão estética contida nas fotografias, que funcionam ainda como proposições prescritivas do “estar na moda” conforme *Elle Brasil*.

Gráfico 9. Contagem dos enunciados encontrados na página da web de *Elle Brasil* conforme a articulação presente no arranjo sincrético de linguagens.

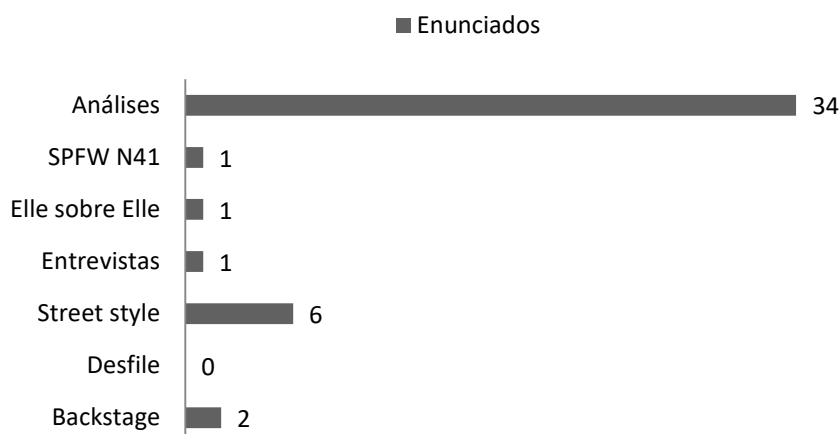


Assim como na mídia impressa, o tipo de sincretismo observado nos enunciados publicados no site de *Elle Brasil* é o *sincretismo por união*, sistema em que as ordens sensíveis atuam em complementariedade. Nas matérias publicadas no site, no entanto, é possível perceber que, em alguns momentos, a utilização de recursos próprios da internet muda a articulação estabelecida entre as diferentes linguagens. É o caso de enunciados que contém *links* para outras matérias.

Tal recurso, conhecido como *hiperlink*, pode ser pensado enquanto uma sintaxe modal carregada de um *poder fazer*, mas também de um *dever fazer* (GOMES, 2013). Isso ocorre, pois, por um lado, os *links* permitem a abertura de novos percursos de leitura a serem selecionados pelo enunciatário e, por outro, obrigam que o enunciatário os realize para chegar a determinado conteúdo disponível no site, acessível a partir de uma organização hierárquica. Dessa forma, a utilização de *links* cria um tipo de *sincretismo por concentração*, em que o leitor realiza uma passagem encadeada de um sistema a outro, onde substância verbal passa a dar acesso às outras linguagens.

Assim, ainda que as postagens da página da web de *Elle Brasil* se configurem a partir de um *sincretismo por união*, é possível perceber, mediante a utilização de recursos hipertextuais como *links* para outras matérias fixados no texto por meio do sistema verbal, a passagem para um tipo de *sincretismo por concentração*, em que a substância verbal é a responsável por acessar outros enunciados e, dessa forma, outros sistemas de significação.

Gráfico 10. Contagem dos enunciados encontrados na página da web de *Elle Brasil* conforme a categoria temática apresentada.



Como a cobertura de *Elle Brasil* sobre o *SPFW N41* deu-se, em um momento inicial, apenas a partir do ambiente virtual, a página da web da revista assumiu a posição de principal plataforma do projeto transmídia, a partir da qual seriam veiculados os textos produzidos durante a cobertura do evento. Em comparação às redes sociais, o site possui um espaço mais adequado para a publicação de textos maiores e mais analíticos, de modo que, em termos aspectuais, a relação que o enunciatário firma durante o momento da leitura concentra-se mais no durativo, estabelecendo uma continuidade, ao contrário da iteratividade característica das redes sociais.

Por esse motivo, é possível perceber a predominância da categoria temática *Análises*, associada ao papel temático que *Elle Brasil* exerce dentro de um evento como o *SPFW N41* enquanto destinador-julgador da mídia brasileira. É no espaço da página da web que a revista realiza o seu fazer interpretativo e sanciona positiva ou negativamente os desfiles e apresentações de coleções durante a semana de moda. O mesmo papel temático está presente a partir das postagens na categoria temática *Street Style*, a segunda mais trabalhada nas publicações do site. Utilizando-se do formato galeria de fotos, os posts de *street style* apresentam proposições de estilo – e, portanto, prescrições de um *fazer ser* – a partir de atores encontrados durante o evento. Dessa forma, *Elle* instala no discurso a figura de um interlocutor (nesse caso, o fotografado), responsável por exercer o papel manipulatório da revista.

3.1.4. Redes sociais

Os perfis em redes sociais desempenham um papel fundamental nas estratégias transmídias de grandes veículos de comunicação, pois eles são responsáveis não só pela propagação de conteúdos publicados em outras mídias, como também pela geração própria de novos conteúdos voltados e veiculados unicamente no ambiente virtual. Para trabalhar o *corpus* da cobertura do *SPFW N41* por *Elle Brasil*, foram selecionadas postagens dos perfis da revista nas seguintes redes sociais: *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat* e *Periscope*. As redes sociais *Spotify* e *Pinterest*, embora façam parte do projeto transmídia de *Elle*, não foram acionadas para a cobertura do evento e, portanto, não fazem parte deste *corpus*.

3.1.4.1 *Facebook*

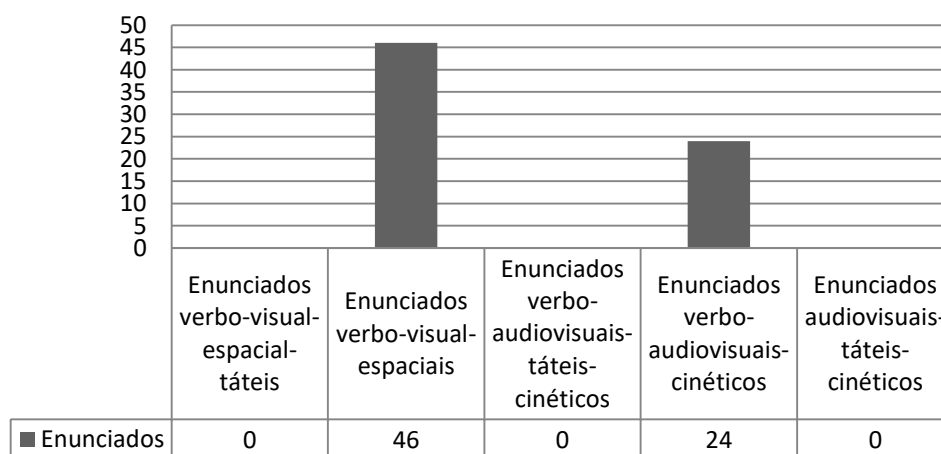
O *Facebook* é a segunda rede social em que *Elle Brasil* encontra maior ressonância. O perfil da revista possui mais de 360 mil seguidores, perdendo apenas para o *Instagram*. Durante o *SPFW N41*, o *Facebook* foi, da mesma forma, a segunda rede social com o maior número de postagens, atrás novamente do *Instagram*. As características técnicas do *Facebook* permitiram que *Elle* produzisse enunciados de diferentes estruturas, divididos, principalmente, em dois grandes grupos: postagens com *links* para matérias publicadas na página da web e transmissões ao vivo via *Facebook Live*, ferramenta de *streaming* que permite o compartilhamento de vídeos em tempo real no formato de postagens, a qual o usuário pode curtir, comentar e compartilhar.

Imagens 18a e 18b. Exemplo de postagens publicadas no *Facebook* de *Elle Brasil* durante o *SPFW N41*: links para matérias publicadas no site ou transmissões via *Facebook Live*.



Os dois tipos de enunciados veiculados por *Elle Brasil* no *Facebook* resultaram em dois tipos de arranjos sincréticos, organizados conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 11. Contagem dos enunciados encontrados no perfil no *Facebook* de *Elle Brasil* conforme o arranjo sincrético de linguagens.

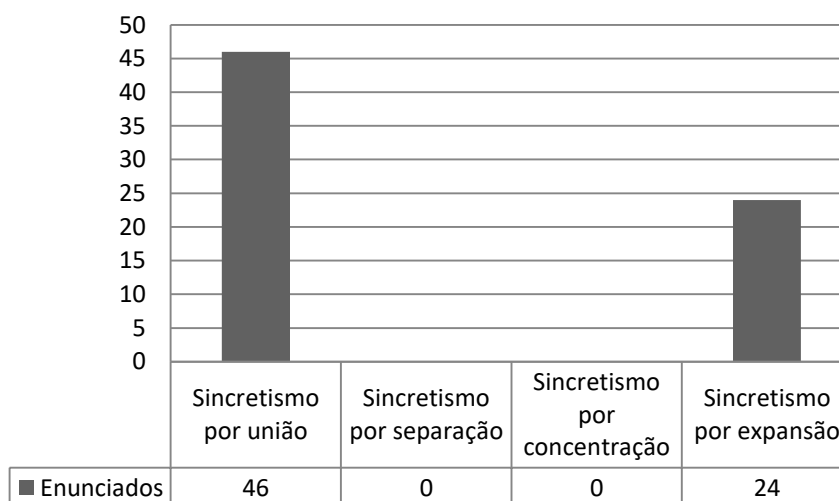


É possível perceber que o perfil de *Elle Brasil* no *Facebook* aciona dois tipos de arranjos sincréticos bastante diferentes entre si. No caso dos enunciados verbo-visual-

espaciais, a estrutura assemelha-se ao arranjo estético com o qual a publicação trabalha em sua mídia impressa e em seu site da web: a veiculação de um título, uma chamada e uma fotografia. Existe, no entanto, uma predominância do visual sobre o verbal, que geralmente fica restrito a duas frases curtas: uma na postagem e outra no próprio *link* compartilhado.

Nas postagens realizadas a partir do *Facebook Live*, por outro lado, é possível verificar a existência de arranjos verbo-audiovisuais-cinéticos. Os sistemas verbais estão presentes por meio dos textos contidos nas postagens dos vídeos, bem como dos comentários feitos por usuários, enquanto os sistemas sonoros e visuais estão concretizados a partir da presença do vídeo, transmitido em tempo real. Originária na mídia impressa, a revista *Elle Brasil* se aventura, nas redes sociais, no uso de novas linguagens, como nas transmissões via *Facebook Live*.

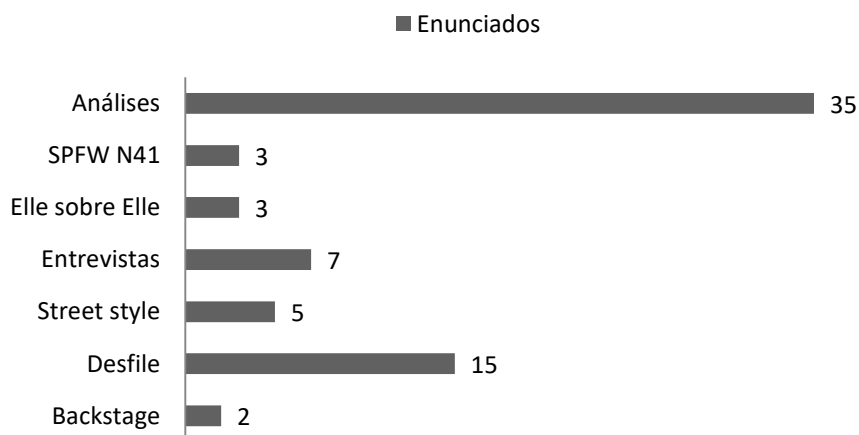
Gráfico 12. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Facebook* de *Elle Brasil* conforme a articulação presente no arranjo sincrético de linguagens.



Enquanto os enunciados verbo-visuais-espaciais seguem o modelo de sincretismo adotado na mídia impressa e na página da web, o *sincretismo por união*, os enunciados verbo-audiovisuais-cinéticos podem ser classificados conforme o *sincretismo por expansão*, em que todos os sentidos agem transversalmente. Nas postagens realizadas a partir do mecanismo *Facebook Live*, o usuário pode enxergar o audiovisual, em um primeiro plano, e o verbal, em um segundo plano, que se modifica na medida em que novos comentários são adicionados. Há, assim, diferentes planos de visibilidade que se dão em relações de

superposição por meio de cadeias de subordinação (OLIVEIRA, 2013). A partir de um ponto fixo – o texto verbal contido na postagem – geram-se conexões sensíveis para outras visualidades, de modo que o usuário pode optar por investir mais em um sistema ou em outro.

Gráfico 13. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Facebook* de *Elle Brasil* conforme a categoria temática apresentada.



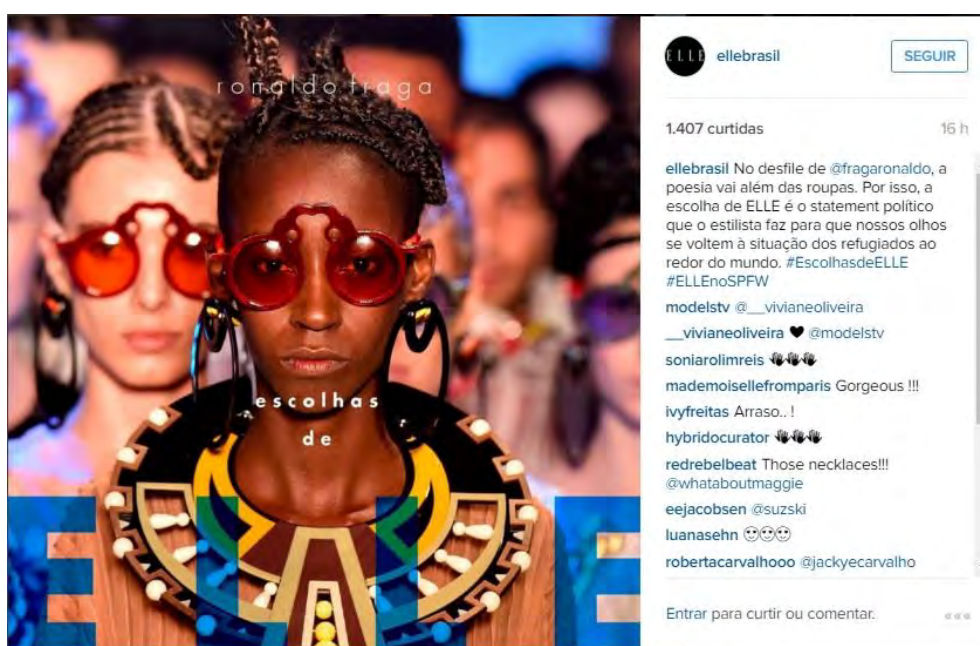
Assim como nas mídias vistas anteriormente, a temática predominante nas postagens do *Facebook* de *Elle Brasil* foi a categoria *Análises*. Isso acontece, no entanto, pois a maioria das postagens é, na verdade, a reprodução de um *link* para uma matéria na página da web da revista, de modo que a dominância temática de um está diretamente associada à dominância temática do outro.

É interessante perceber, contudo, o crescimento de outras duas categorias que haviam permanecido com pouca visibilidade até então: *Entrevistas* e *Desfile*. Ambas estão presentes nas transmissões via *Facebook Live*, que assumiram três formatos durante a cobertura do *SPFW N41*: entrevistas com personalidades que estavam no evento, transmissão de desfiles em tempo real ou balanço dos melhores momentos do dia realizado por um repórter da revista. Dessa maneira, *Elle* buscou, em suas transmissões de vídeo pelo *Facebook*, instalar um interlocutor (entrevistas e balanço do dia) ou reproduzir ao vivo o que acontece nas passarelas, maior espaço de visibilidade do evento.

3.1.4.2 *Instagram*

O *Instagram* é a rede social em que *Elle Brasil* possui o maior número de seguidores, com cerca de 495 mil usuários cadastrados. É também nesta rede social onde foi observado o maior número de postagens durante a cobertura do *SPFW N41*: 181 publicações. Diante das especificidades técnicas da rede social, as postagens veiculadas por *Elle Brasil* utilizavam ora fotografias, ora vídeos de duração de um segundo que se autoreproduzem infinitamente – feitos a partir de um aplicativo vinculado ao próprio *Instagram* chamado *Boomerang*³⁰.

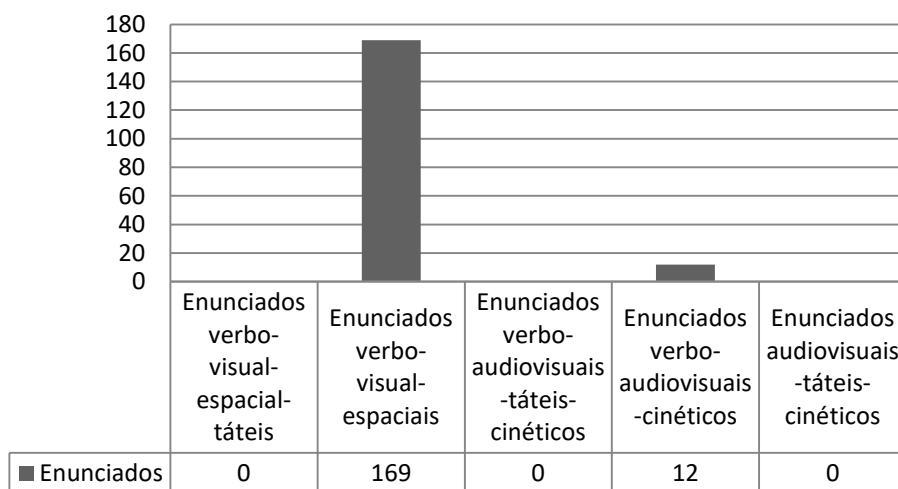
Imagem 19. Exemplo de postagem publicada no *Instagram* de *Elle Brasil* durante o *SPFW N41*: rede social essencialmente visual.



Criada como uma rede social de fotos (e, posteriormente, vídeos), o *Instagram* prioriza, por meio do seu formato, postagens de textos curtos e essencialmente visuais. Os dados estão organizados no gráfico abaixo:

³⁰ No aplicativo *Boomerang*, os vídeos de um segundo são montados a partir da junção de dez fotos em disparo contínuo que se reproduzem em um *loop* infinito.

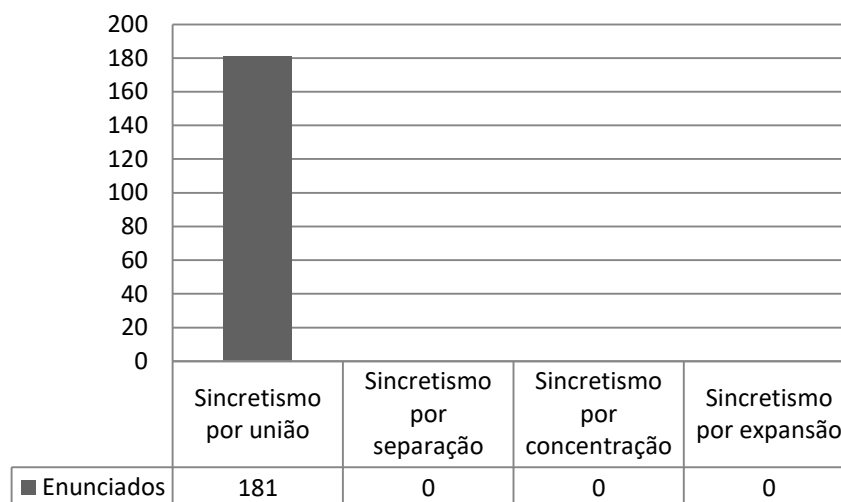
Gráfico 14. Contagem dos enunciados encontrados no perfil no *Instagram* de *Elle Brasil* conforme o arranjo sincrético de linguagens.



Assim como no *Facebook*, *Elle Brasil* se utiliza, no *Instagram*, de arranjos sincréticos verbo-visual-espaciais e verbo-audiovisuais-cinéticos. Nos enunciados verbo-visual-espaciais veiculados no *Instagram*, no entanto, não existe um *link* ou qualquer outro tipo de direcionamento para fora da rede social, de modo que a totalidade significativa da informação é extraída completamente do enunciado publicado naquela espacialidade. Dessa maneira, o sistema visual possui uma maior importância para a produção de sentido, mas este se vale, além da linguagem fotográfica e gestual, da linguagem gráfica, conforme exemplificado na imagem 5.

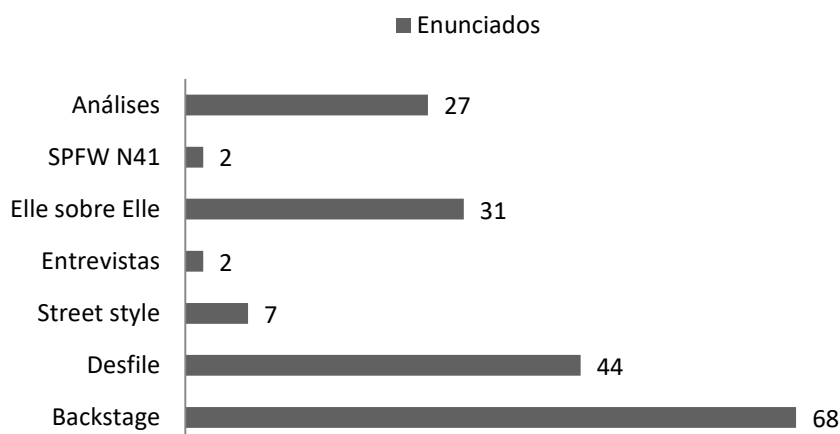
Já nos enunciados verbo-audiovisuais-cinéticos, existe a particularidade das publicações conterem vídeos produzidos a partir da ferramenta *Boomerang*, que possuem a duração de um segundo e se auto-reproduzem infinitamente. Tais enunciados, ainda que sejam vídeos e, portanto, produtos audiovisuais, assemelham-se a uma espécie de fotografia animada ou a um GIF (sigla para *Graphics Interchange Format*), formato de arquivo montado a partir de um mapa de *bits* que produz imagens animadas. Enfatiza-se, assim, a linguagem cinética dos arranjos sincréticos, provocando uma espécie de descontínuo entre as fotos publicadas ao longo do perfil de *Elle Brasil* na rede social.

Gráfico 15. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Instagram* de *Elle Brasil* conforme a articulação presente no arranjo sincrético de linguagens.



Nos dois casos de arranjos sincréticos, no entanto, é possível verificar o modelo de *sincretismo por união*, em que há sinergia entre os traços de diferentes sistemas, de modo que um não contradiga o outro ou crie efeitos de sentidos que possam dificultar a compreensão. Assim como na mídia impressa, nos enunciados verbo-visual-espaciais, o verbal é responsável pelo fechamento, ao passo em que o visual é responsável pela abertura (o estético, o conotativo). Os dois sistemas são, por fim, organizados pelo espacial, que distribui os elementos e organiza o fluxo de leitura do usuário. A mesma lógica pode ser aplicada ainda aos enunciados verbo-audiovisuais-cinéticos.

Gráfico 16. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Instagram* de *Elle Brasil* conforme a categoria temática apresentada.



Em relação às categorias temáticas, há, pela primeira vez, a predominância da temática *Backstage*, que reúne textos, fotos, vídeos e transmissões sobre os bastidores e momentos anteriores ao desfile, geralmente com o objetivo de adiantar o que será desfilado na passarela ou de revelar o processo interno do desfile – aquilo que não chega aos olhos da plateia. Isso acontece devido à dinamicidade da rede social, que prioriza a publicação de fotografias, de modo que a velocidade do processo enunciativo no *Instagram* figurativiza a própria velocidade e dinamicidade do *backstage* de um desfile de moda.

Por ser uma rede essencialmente visual, a cobertura em tempo real da passarela do *SPFW N41* é realizada a partir de postagens do *Instagram*, classificadas aqui na categoria temática *Desfiles*. Sendo a moda um campo no qual atua um complexo processo de construção de aparências a partir de fórmulas de estar socialmente veiculadas por meio da visibilidade das figuras de corpos vestidos presentes nas imagens da publicidade, mídia impressa e outros meios audiovisuais (OLIVEIRA, 2007), é possível constatar a importância de uma plataforma midiática que veicula enunciados sincréticos verbo-visual-espaciais (com ênfase na linguagem fotográfica) para a cobertura em tempo real de um desfile. É por meio do uso de imagens que a revista se constituirá, ela mesma, enquanto destinador forte e detentor de um fazer prescritivo.

3.1.4.3 *Twitter*

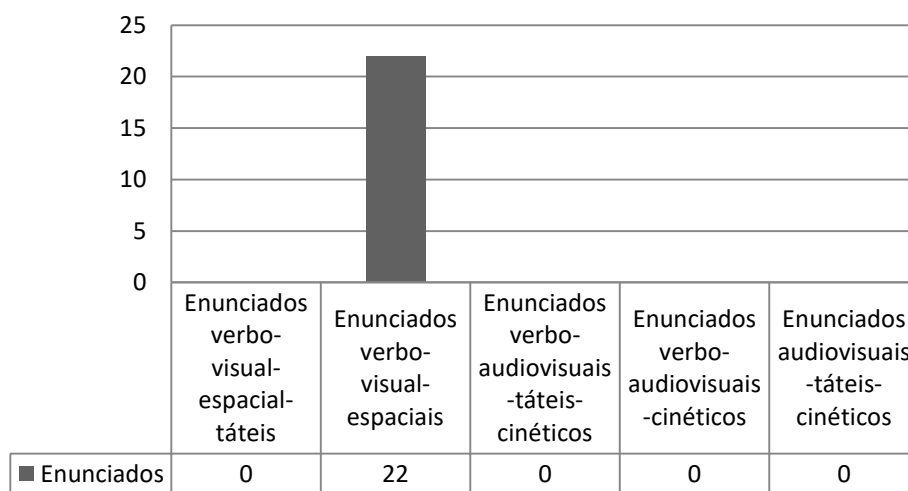
Durante a cobertura realizada por *Elle Brasil* no *SPFW N41*, o *Twitter* foi uma das redes sociais com menos publicações realizadas, com um total de 22 postagens e uma média de quatro *tweets* por dia. Além disso, das 22 postagens, 13 eram, na verdade, um *link* direto para a transmissão no *Periscope*, aplicativo de *streaming* de vídeo adquirido pelo *Twitter* em 2015. As outras nove postagens veiculavam *links* para publicações no *Instagram*, de modo que o *tweet* era apenas um compartilhamento do que havia sido postado na rede social fotográfica.

Imagem 20. Exemplo de postagem publicada no *Twitter* de *Elle Brasil* durante o *SPFW N41*: repostagem de publicações em outras redes sociais.



É possível perceber, dessa forma, que o *Twitter* não possuía autonomia editorial enquanto plataforma produtora de conteúdo no projeto transmídia de *Elle Brasil*. Os arranjos sincréticos publicados na rede social foram classificados de acordo com o gráfico abaixo:

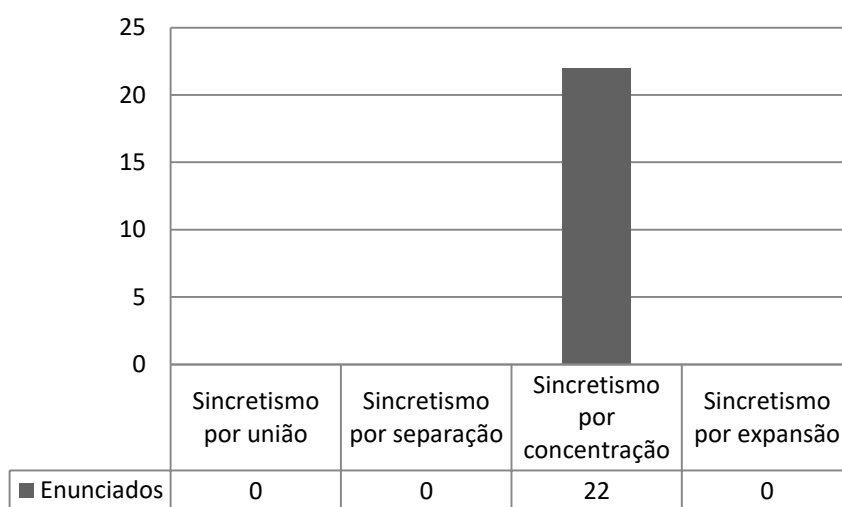
Gráfico 17. Contagem dos enunciados encontrados no perfil no *Twitter* de *Elle Brasil* conforme o arranjo sincrético de linguagens.



A organização sincrética dos enunciados publicados no *Twitter* de *Elle Brasil* segue, portanto, um padrão de linguagem já observado em mídias anteriores. Ao contrário do que acontece no *Facebook* e no *Instagram*, no entanto, no *Twitter* há um predomínio do sistema verbal. O sistema visual aparece apenas em pequenos detalhes (no avatar do perfil de *Elle Brasil*, por exemplo, demarcando a revista enquanto enunciator) ou nas imagens que

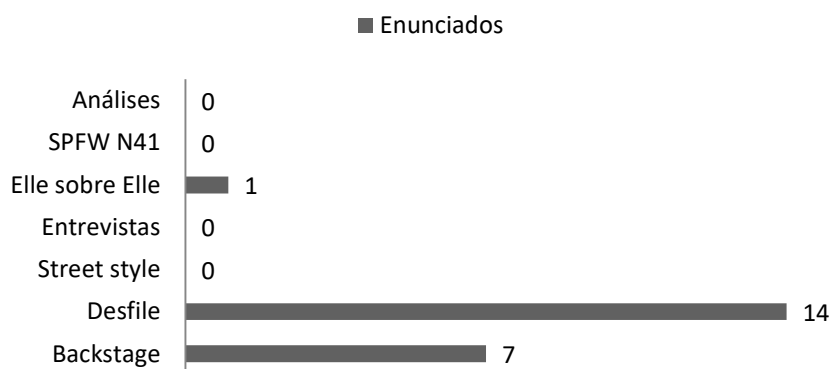
acompanham os *links* para as transmissões no *Periscope*. Os enunciados são compostos, portanto, de pequenos textos de até 140 caracteres que foram produzidos, originalmente, como legenda para as fotos postadas no *Instagram*. Dessa forma, como a produção de sentido é articulada entre verbal e imagem, faz-se necessário que o usuário acesse o *link* disponível no *Twitter* para ter acesso à publicação original do *Instagram*.

Gráfico 18. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Twitter* de *Elle Brasil* conforme a articulação presente no arranjo sincrético de linguagens.



Nos enunciados veiculados por *Elle Brasil* a partir do *Twitter* é possível verificar uma predominância do *sincretismo por concentração*, em que há uma relação de encadeamento dos diferentes sentidos. Isso ocorre devido à utilização de *links* em todos os *posts*, o que faz com que o leitor realize uma passagem encadeada de um sistema a outro, onde a substância verbal passa a dar acesso às outras linguagens. A predominância de recursos hipertextuais nas postagens do *Twitter* redireciona o usuário para outros enunciados, inaugurando novos percursos de leitura.

Gráfico 19. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Twitter* de *Elle Brasil* conforme a categoria temática apresentada.



No *Twitter*, há uma predominância temática da categoria *Desfile*. A razão para tal amostragem reside no fato da maior parte das publicações da rede social serem, na verdade, *links* para as transmissões dos desfiles pelo *Periscope*, rede social usada por *Elle Brasil* apenas para a realização de *streamings* de vídeo ao vivo das passarelas do *SPFW N41*. O alto número de *tweets* na categoria *Backstage*, por sua vez, relaciona-se com os posts que são apenas replicação de conteúdos postados no *Instagram* – rede social cuja maior quantidade de posts estava também classificada na categoria em questão.

Conforme mencionado anteriormente, é possível constatar que não existe, portanto, uma produção de conteúdos voltada para o *Twitter*, de modo que esta rede social funciona apenas enquanto plataforma para a replicação de postagens e matérias veiculadas nas outras mídias que compõem o projeto transmídia de *Elle Brasil*. As temáticas trabalhadas no *Twitter*, portanto, estão relacionadas diretamente às temáticas trabalhadas em outras redes sociais que assumem um caráter de maior importância em grandes coberturas jornalísticas de *Elle Brasil*, como *Instagram* e *Periscope*.

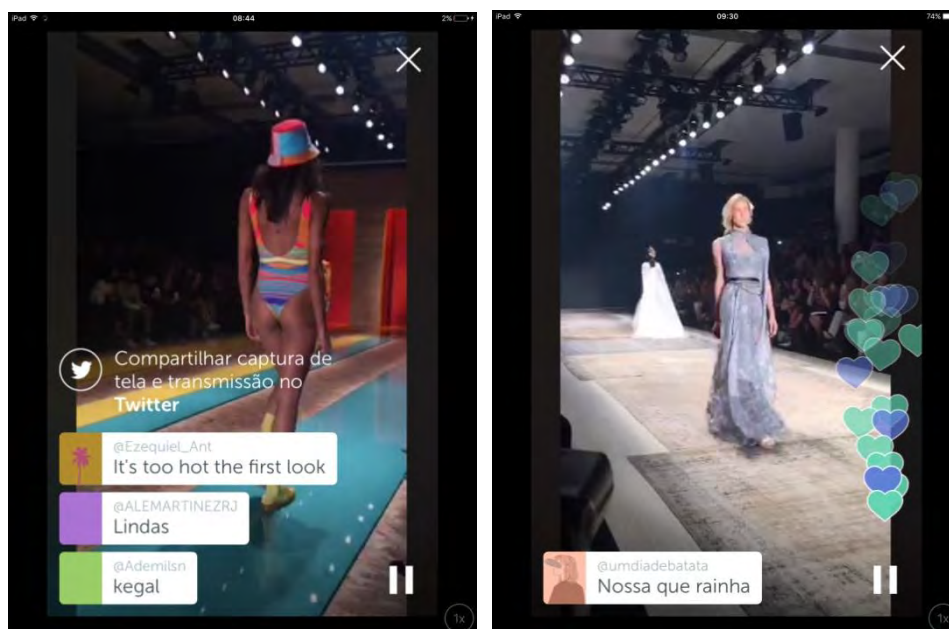
3.1.4.4 *Periscope*

Rede social que nasceu a partir de um aplicativo de *streaming* de vídeos ao vivo, o *Periscope* foi a plataforma menos acessada por *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41*, com apenas 13 postagens. O baixo número de publicações, no entanto, pode ser explicado pela configuração do próprio aplicativo: cada postagem era, na verdade, uma transmissão ao vivo de um desfile realizada por um jornalista que, além de filmar o evento a

partir de um dispositivo móvel (*smartphone*, na maioria dos casos), realizava avaliações e engajava em diálogo com os usuários do aplicativo, que enviavam perguntas e comentários em tempo real.

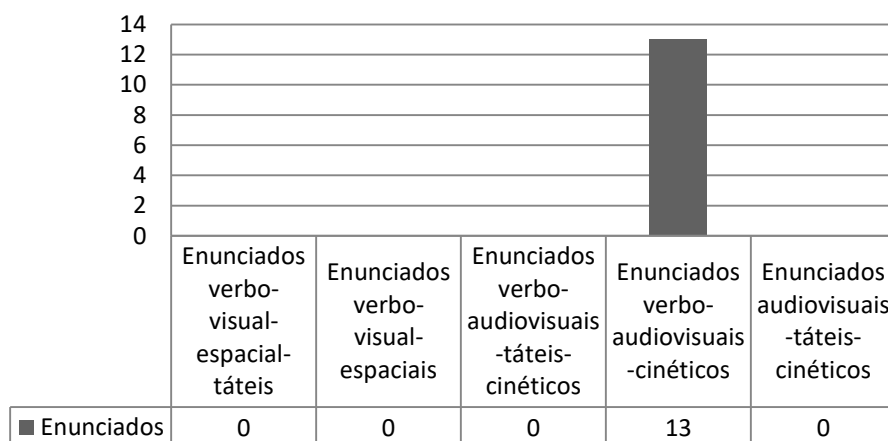
Dessa maneira, postagens no *Periscope* demandavam competências modais dos repórteres, que atuavam ora como narradores, ora como interlocutores na cena enunciativa do desfile, além de uma prolongação do tempo da interação, pois as transmissões poderiam chegar a 20 minutos ou quase meia hora, dependendo do desfile. Em termos aspectuais, portanto, a rede social trabalhava mais, em seus enunciados, com o aspecto durativo.

Imagens 21a e 21b. Exemplo de capturas de tela de transmissões realizadas pelo *Periscope* por *Elle Brasil* durante o *SPFW N41*: transmissões ao vivo e de longa duração.



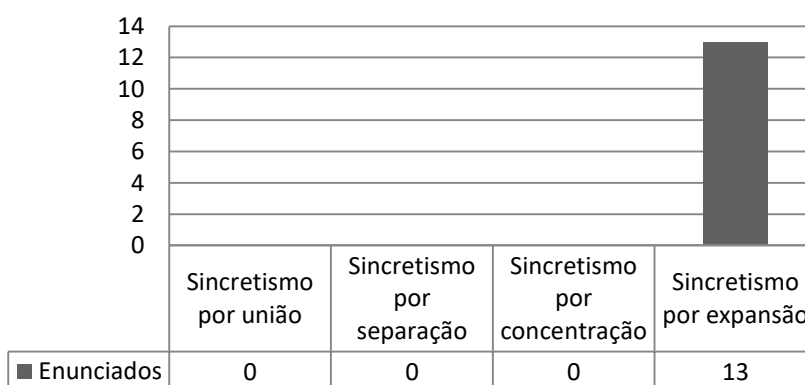
Em relação aos seus arranjos sincréticos, os enunciados postados por *Elle Brasil* no *Periscope* durante o *SPFW N41* foram organizados conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 20. Contagem dos enunciados encontrados no perfil no *Periscope* de *Elle Brasil* conforme o arranjo sincrético de linguagens.



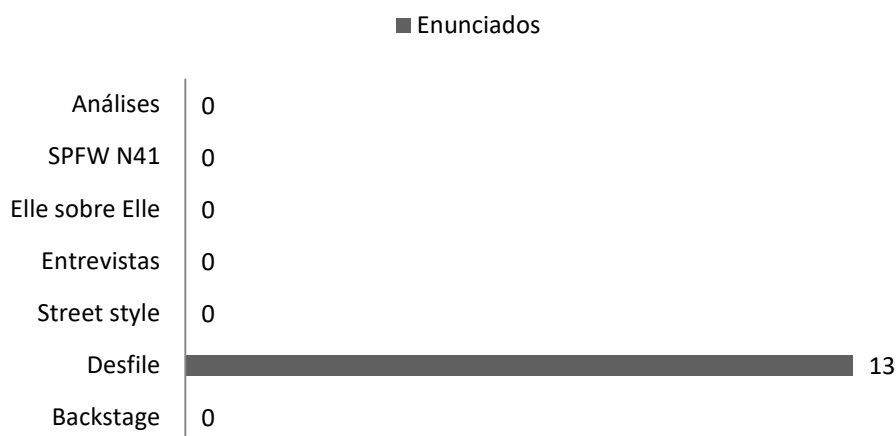
Nos 13 enunciados colhidos a partir da cobertura da revista no *Periscope*, verificou-se a presença de sistemas verbais e audiovisuais-cinéticos. O sistema verbal estava presente a partir dos comentários realizados pelos usuários em forma de texto verbal escrito, que apareciam para todos e permaneciam no *frame* do vídeo da transmissão por cerca de cinco segundos, quando, então, desapareciam automaticamente. Os sistemas visuais eram compostos pelas próprias imagens em movimento (cinetismo) que compunham o vídeo, enquanto o sonoro, por sua vez, pode ser articulado em duas formas da expressão: a sonoridade do ambiente e a fala do repórter que realiza a narração do vídeo. A totalidade significativa do texto, portanto, advém da articulação entre os quatro sistemas que constituem tais arranjos sincréticos.

Gráfico 21. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Periscope* de *Elle Brasil* conforme a articulação presente no arranjo sincrético de linguagens.



Nos enunciados veiculados no *Periscope* de *Elle Brasil*, é possível observar um tipo de *sincretismo por expansão*, em que todos os sentidos atuam simultaneamente. Nas transmissões por *streaming*, o leitor enxerga o texto verbal, em um primeiro plano, que é continuamente modificado a partir da inserção de novos comentários pelos usuários, e, em um segundo plano, o texto audiovisual. Existem, portanto, relações de superposições estabelecidas entre os sistemas significativos que compõem o objeto sincrético. Dessa forma, durante a transmissão, o usuário pode concentrar-se em um sistema (caso opte por acompanhar a conversa estabelecida entre outros usuários a partir dos comentários) ou em outro (o vídeo do desfile em si ou até mesmo a narração realizada pelo jornalista).

Gráfico 22. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Periscope* de *Elle Brasil* conforme a categoria temática apresentada.



O *Periscope* é a única rede social utilizada por *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41* na qual apenas uma categoria temática foi observada. Todos os enunciados veiculados nesta plataforma giravam em torno da temática *Desfile*. São os desfiles eles mesmos a principal ocorrência em uma semana de moda. Em um evento como o *SPFW N41*, as passarelas constituem o principal espaço de visibilidade para as marcas participantes, que organizam seus desfiles com modelos que, por sua vez, são simulacros de suas construções de aparência e, portanto, construções identitárias. É no desfile que a marca exerce, assim, seu poder prescritivo, a partir do sintagma de corpos vestidos apresentados, e sua manipulação, instalando em seus enunciatários (os convidados e a imprensa, em um primeiro momento, e toda a audiência dos meios de comunicação que realizam a cobertura em tempo real, em um segundo) um *querer ser* e um *querer fazer*.

3.1.4.5 *Snapchat*

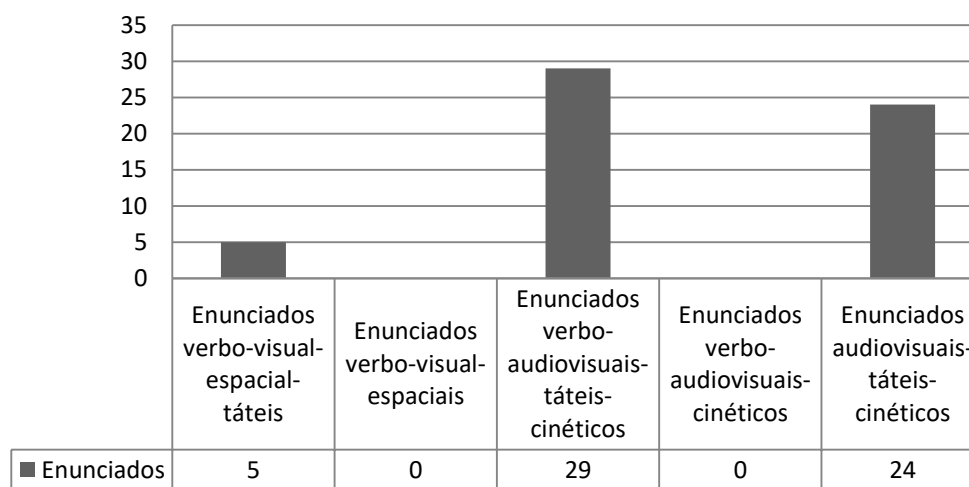
Snapchat é uma rede social fundada a partir de um aplicativo que permite o compartilhamento de fotos e vídeos de no máximo dez segundos – que desaparecem após 24h – entre usuários. Criado inicialmente como um aplicativo para trocas de mensagens privadas, o *Snpachat* hoje já é utilizado por empresas de comunicação como plataforma midiática. Devido à brevidade dos enunciados veiculados pelo aplicativo (somem após 24h), a revista *Elle Brasil* costuma usá-lo apenas na cobertura de eventos como o *SPFW N41*, de modo que não há uma periodicidade estabelecida nesta plataforma midiática.

Imagens 22a e 22b. Exemplo de capturas de tela de transmissões realizadas pelo *Snapchat* por *Elle Brasil* durante o *SPFW N41*: fotos e vídeos de, no máximo, dez segundos e que desaparecem após 24h.



Em seus enunciados, o sincretismo de linguagens se articula conforme o gráfico abaixo:

Gráfico 23. Contagem dos enunciados encontrados no perfil no *Snapchat* de *Elle Brasil* conforme o arranjo sincrético de linguagens.



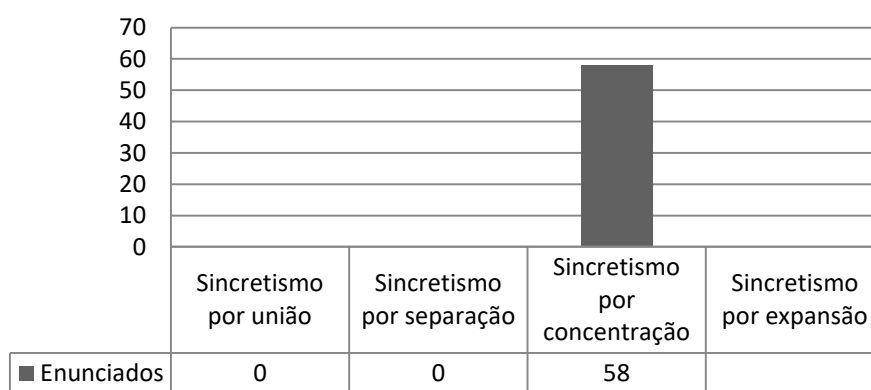
Como o *Snapchat* é uma rede social desenvolvida a partir de um aplicativo que funciona apenas em dispositivos eletrônicos móveis (*tablets* e *smatphones* que operam os sistemas *iOs* ou *Android*), a substância tátil está presente em todas as postagens realizadas, de modo que a única forma de acessar e navegar pelo *Snapchat* é a partir de aparelhos que possuem o recurso de *touchscreen*. Desse modo, a substância tátil é responsável por organizar e articular as outras linguagens no processo de produção de sentido.

Existem, no entanto, outros sistemas observados nos enunciados veiculados por *Elle Brasil* no *Snapchat* durante o *SPFWN N41*. A maior parte das postagens (29) articula, além da tatilidade, sistemas de significação verbais, sonoros, visuais e cinéticos. São os vídeos gravados no *Snapchat* que contém algum tipo de texto verbal escrito; geralmente, veiculado enquanto uma espécie de legenda. A utilização de legendas ou outros recursos visuais e textuais em transmissões ao vivo é uma ferramenta própria do jornalismo, que facilita o entendimento imediato do espectador/usuário sobre o fato retratado. No caso do *Snapchat*, devido à sua temporalidade (as publicações desaparecem após 24h), a legenda faz-se necessária para indicar informações sobre a cobertura do evento ao usuário, que não necessariamente será capaz de visualizar o conjunto completo dos vídeos sobre determinada ocorrência.

A revista se valeu ainda de fotografias, veiculadas sempre com textos verbais escritos (legendas) e de vídeos sem legenda ou qualquer outro texto verbal. Nesse último caso, as

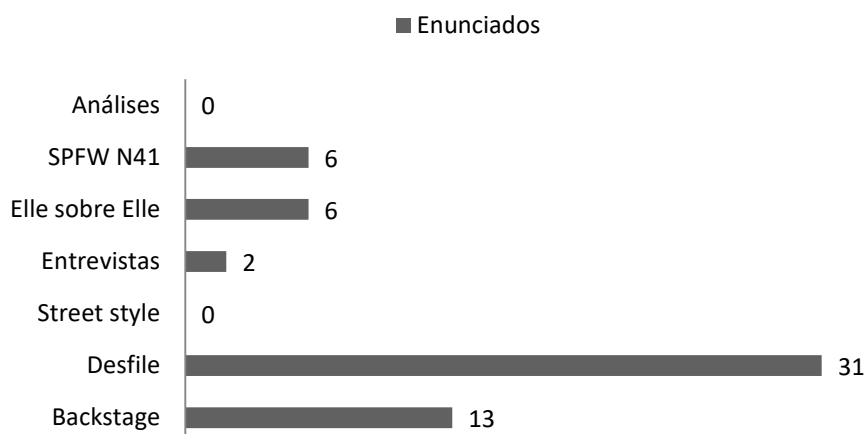
publicações sem texto verbal eram geralmente precedidas de vídeos com legendas ou da narração realizada pelo repórter responsável pela postagem das publicações, de modo que a fala do repórter atuava como forma da expressão responsável pela função que o texto verbal escrito ocupa, por exemplo, na mídia impressa de *Elle Brasil*: delimitação e controle dos sentidos.

Gráfico 24. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Snapchat* de *Elle Brasil* conforme a articulação presente no arranjo sincrético de linguagens.



Assim como nos enunciados observados na revista digital de *Elle Brasil*, o tipo de sincretismo presente em maior instância nas publicações do *Snapchat* é o *sincretismo por concentração*. Isso ocorre pela exigência da presença de um sistema tátil para a operação dos dispositivos eletrônicos móveis – a única plataforma por onde é possível acessar o *Snapchat* – que funcionam pelo recurso de tela sensível ao toque. Dessa forma, ao acessar a rede social a partir do aplicativo, o usuário realiza uma passagem encadeada de um sistema a outro: o gestual dá acesso à espacialidade onde se organizam os sistemas verbais, visuais e sonoros. É por meio da gestualidade que o enunciatário pode acessar e navegar pelas publicações.

Gráfico 25. Contagem dos enunciados encontrados no perfil do *Snapchat* de *Elle Brasil* conforme a categoria temática apresentada.



Em relação à divisão de temáticas, a categoria mais recorrente nas postagens do *Snapchat* foi a *Desfiles*. Assim como no *Periscope* e nas publicações realizadas no *Facebook* a partir da ferramenta *Facebook Live*, os recursos audiovisuais do *Snapchat*, bem como a sua temporalidade – que tornam o caráter de suas postagens bem próximo ao tempo real das transmissões ao vivo –, transformam-no em uma plataforma adequada para a veiculação de conteúdo sobre as ocorrências nas passarelas do *SPFW N41*.

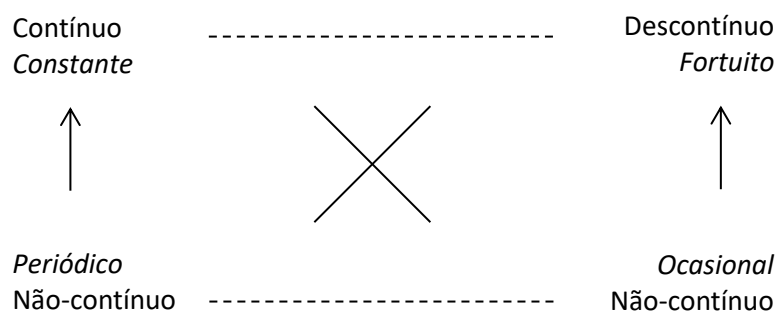
Outra categoria relevante para a compreensão dos enunciados veiculados no *Snapchat* é ainda a *Backstage* – cuja maior incidência encontra-se no *Instagram*. Ao contrário das publicações da rede social fotográfica, no entanto, a cobertura de *Backstage* a partir do *Snapchat* torna-se mais dinâmica por tratar-se de enunciados audiovisuais de curta duração e que acionam diversas linguagens, de modo que a brevidade e a rapidez dos bastidores de um desfile são figurativizadas pelo próprio *fazer ser* da rede social. Nesse caso, é predominante, em termos aspectuais, o aspecto incoativo da plataforma midiática, que permite a postagens de vídeos rápidos e que não necessariamente necessitam de uma coesão entre si – apesar de serem apresentados ao usuário cronologicamente na forma de uma linha do tempo –, funcionando como uma espécie de “fluxo de consciência” de registros audiovisuais.

3.2 Aspectualização dos resultados obtidos

Utilizando as classificações propostas a partir do uso e da articulação de linguagens e das reiterações temáticas verificados nos enunciados veiculados por *Elle Brasil* em suas diferentes mídias durante a cobertura do *SPFW N41*, trabalharemos a divisão dos resultados obtidos a partir da oposição /contínuo/ e /descontínuo/, definida por Greimas e Courtés (2011) enquanto categoria categoria aspectual responsável por articular o aspecto durativo. Além do durativo, é importante tomar a aspectualização como processo que envolve os semas acabado (perfectividade)/ inacabado (imperfectividade), incoativo e terminativo.

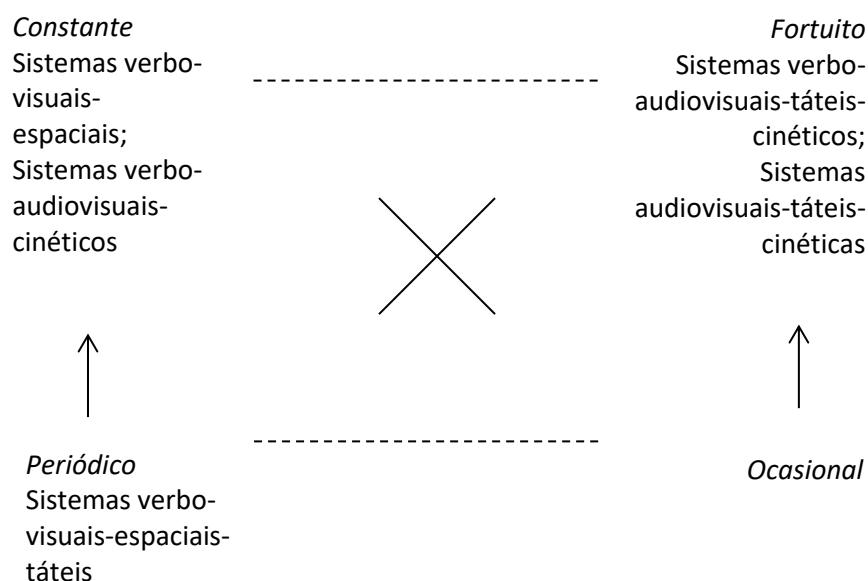
Dessa forma, utilizamo-nos dos semas aspectuais para trabalhar a recorrência de determinados enunciados em cada plataforma do projeto transmídia de *Elle Brasil*. Para tal, valemo-nos do quadrado semiótico proposto por Braga (2015) que articula as posições constante, fortuito (infrequente), periódico (repetição em intervalos regulares) e ocasional (ocorrência eventual), conforme abaixo:

Esquema 6. Quadrado semiótico sobre a ocorrência de enunciados. Fonte: Braga (2015).



Segundo Braga (2015), existe uma implicação entre as posições, de modo que o que é periódico pode se tornar constante e o ocasional pode se tornar fortuito, a depender da frequência com a qual os conteúdos são publicados. Se tomarmos as próprias plataformas dentro do projeto transmídia de *Elle Brasil* e suas atuações no *SPFW N41*, é possível criar um quadrado de aspectualidade capaz de dar conta da cobertura jornalística da publicação. Como as mídias englobavam múltiplos arranjos sincréticos, tipos de sincretismo e temática trabalhadas, é possível organizar conforme as categorias aspectuais o uso de determinados sistemas semióticos, as maneiras de organizá-los e as temáticas observadas na cobertura. No primeiro caso, temos o quadrado aspectual dos arranjos de linguagem:

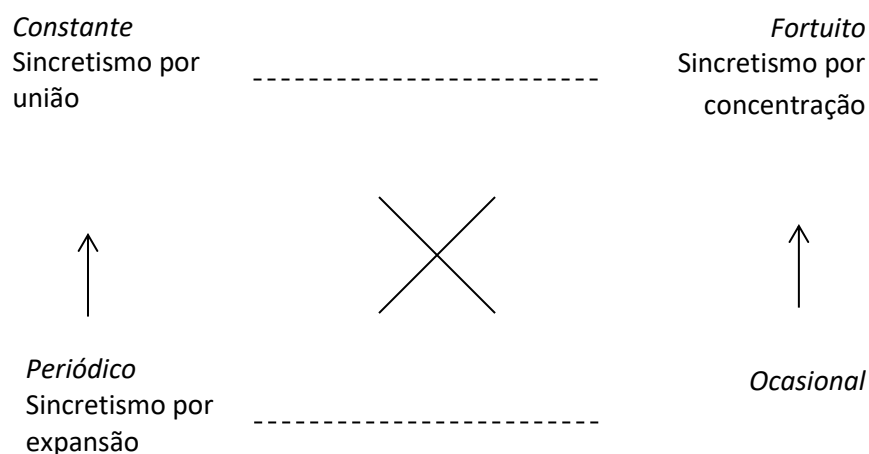
Esquema 7. Quadrado semiótico de ocorrências a partir dos arranjos de linguagem nas múltiplas mídias formadoras do projeto transmídia de *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41*.



O quadrado acima aponta para que tipos de linguagens, concretizadas no plano da expressão a partir das substâncias visuais acionadas, são mais utilizadas na construção dos enunciados e, em última instância, da cobertura transmidiária de *Elle Brasil*. Como *constante*, temos os sistemas verbo-visuais-espaciais, localizadas em plataformas virtuais e, em sua maioria, organizados na forma de texto verbal escrito e fotografia, e os sistemas verbo-audiovisuais-cinéticos – vídeos postados, em sua maioria, pelas redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *Periscope*. A categoria *periódico*, por sua vez, compreende os sistemas verbo-visuais-espaciais-táteis, verificados nas matérias publicadas nas revistas impressa e digital. Já a categoria *fortuito* traz os sistemas verbo-audiovisuais-táteis-cinéticos e audiovisuais-táteis-cinéticos, presentes nos enunciados do aplicativo *Snapchat*. A posição ocasional permanece vazia.

No que diz respeito aos tipos de sincretismo, podemos observar o seguinte quadrado de categorias aspectuais:

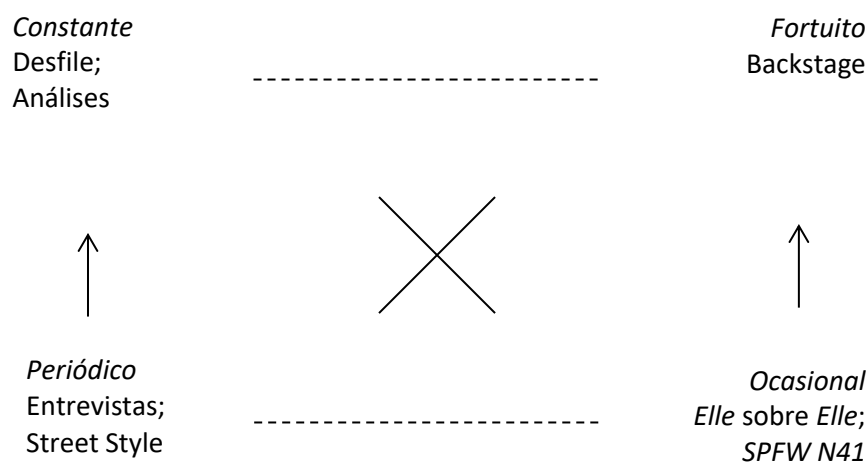
Esquema 8. Quadrado semiótico de ocorrências a partir dos tipos de sincretismo verificados nas múltiplas mídias formadoras do projeto transmídia de *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41*.



Em *constante*, é possível observar a utilização do sincretismo por união, em que as linguagens operam em complementariedade a partir de um encandeamento de ordens sensoriais, presente na grande maioria dos enunciados veiculados em diversas mídias. Em *periódico*, temos o sincretismo por expansão, em que há uma múltipla convocação dos sentidos, observado nas transmissões de desfiles ou entrevistas realizadas via *streaming* do *Facebook* e do *Periscope*. Em *fortuito*, a categorização do sincretismo por concentração, em que a atuação de determinada ordem sensorial se sobrepõe, deve-se, em grande medida, pelos enunciados veiculados a partir do aplicativo *Snapchat*, utilizado de forma descontínua conforme o surgimento de determinados acontecimentos. A posição ocasional é aqui também vazia.

Por fim, é possível classificar ainda as temáticas trabalhadas nas diferentes mídias a partir de um quadrado semiótico de posições aspectuais:

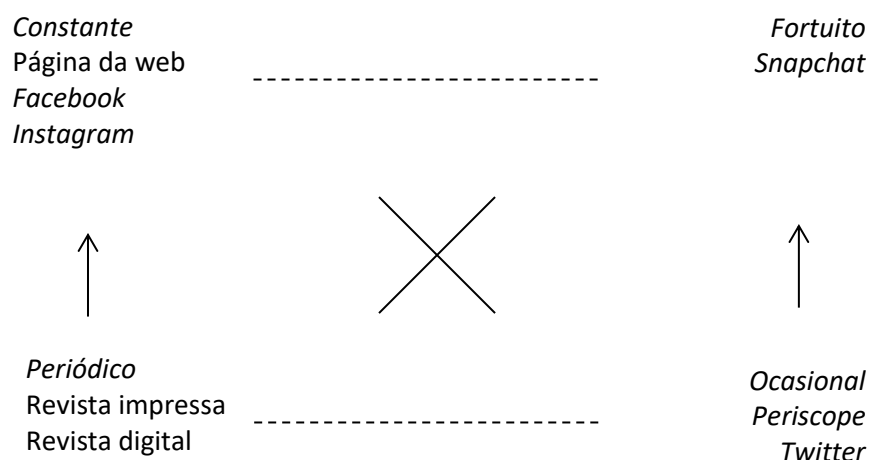
Esquema 9 Quadrado semiótico de ocorrências a partir das temáticas verificadas nas múltiplas mídias formadoras do projeto transmídia de *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41*.



Como *constante*, classificamos as temáticas *Desfile* e *Análises* por tratarem sobre a principal ocorrência na semana de moda, os desfiles, a partir dos dois principais tipos de texto jornalísticos, o informativo (que nos dá a ver um efeito de sentido de objetividade) e o opinativo (subjetividade). Em *periódico*, encontram-se as matérias e postagens sob as temáticas *Entrevistas*, realizadas diariamente a partir do aplicativo de streaming da rede social *Facebook*, e *Street Style*, que reúne postagens diárias, especialmente na página da web, que têm sua periodicidade e sua temporalidade marcadas no título, como em “Os melhores cliques de street style do primeiro dia do *SPFW N41*”. *Ocasional* reúne as matérias de *Elle* sobre *Elle* e *SPFW N41*, realizadas sem uma determinada periodicidade e sem configurar um grande volume de postagens. Em *fortuito*, reunimos os enunciados sob a temática *Backstage*, um tipo de cobertura determinado pelo surgimento (ou não) de determinado evento que se configure enquanto noticiável.

Por fim, após a aspectualização das diversas dimensões a partir das quais articulamos a quantificação e a delimitação do *corpus*, é possível classificar aspectualmente as diversas mídias responsáveis por compor o projeto transmídia de *Elle Brasil* durante o *SPFW N41*. É importante ressaltar que as plataformas midiáticas abaixo não foram classificadas nas respectivas categorias aspectuais de acordo apenas com o volume de postagens, vídeos ou matérias, mas conforme a natureza do uso de cada mídia.

Esquema 10. Quadrado semiótico de ocorrências a partir do uso das plataformas midiáticas do projeto transmídia de *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41*.



Desse modo, têm-se na posição *constante* a página da web de *Elle Brasil*, bem como os perfis nas redes sociais *Facebook* e *Instagram*. As três plataformas registraram o maior número de postagens, publicadas de modo contínuo ao longo dos dias durante a semana do evento, responsáveis por abarcar uma grande diversidade de temáticas. No subcontrário *periódico*, encontram-se as revistas impressa e digital, que têm sua periodicidade relacionada à circulação da revista (publicada mensalmente). Na posição *ocasional*, estão os perfis do *Periscope* e do *Twitter* – que se ocupou, em maior parte, em replicar as transmissões do *Periscope* –, acionados apenas para a transmissão de desfiles, ocorrências organizadas a partir de um calendário previamente divulgado, mas que não possuem uma periodicidade regular. Na posição *fortuito*, observa-se a presença do *Snapchat*, aplicativo acionado ao acaso, em face de determinado fato julgado relevante diante da cobertura jornalística.

Cada mídia, contudo, pode abarcar sua própria categorização aspectual interna organizada conforme a quantificação do *corpus* realizada previamente. A seguir são especificados os enunciados, classificados em categorias aspectuais a partir da recorrência de arranjos sincréticos e temáticas em cada plataforma midiática:

Revista impressa:

- Constante: enunciados verbo-visuais-espaciais-táteis; sincretismo por união; temática *Elle* sobre *Elle*.

- Fortuito: enunciados verbo-visuais-espaciais-táteis; sincretismo por união; temática *SPFW N41*.
- Periódico: enunciados verbo-visuais-espaciais-táteis; sincretismo por união; temática *Análise*.
- Ocasional: -

Revista digital:

- Constante: enunciados verbo-visuais-espaciais-táteis; sincretismo por concentração; temática *Elle sobre Elle*.
- Fortuito: enunciados verbo-visuais-espaciais-táteis; sincretismo por concentração; temática *SPFW N41*.
- Periódico: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática *Análise*.
- Ocasional: -

Página da web:

- Constante: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática *Análise*.
- Fortuito: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática *SPFW N41*.
- Periódico: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática *Street Style*.
- Ocasional: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática *Backsatege*.

Facebook:

- Constante: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática *Análise*.
- Fortuito: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática *Street Style*.

- Periódico: enunciados verbo-audiovisuais-cinéticos; sincretismo por expansão; temática Análise.
- Ocasional: enunciados verbo-audiovisuais-cinéticos; sincretismo por expansão; temática Entrevista.

Instagram:

- Constante: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática Backstage.
- Fortuito: enunciados verbo-audiovisuais-cinéticos; sincretismo por união; temática Backstage.
- Periódico: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática Desfile.
- Ocasional: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por união; temática *Elle* sobre *Elle*.

Twitter:

- Constante: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por concentração; temática Desfile.
- Fortuito: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por concentração; temática *Elle* sobre *Elle*.
- Periódico: enunciados verbo-visuais-espaciais; sincretismo por concentração; temática Backstage.
- Ocasional: -

Periscope:

- Constante: enunciados verbo-audiovisuais-cinéticos; sincretismo por expansão; temática Desfile.
- Fortuito: -
- Periódico: -
- Ocasional: -

Snapchat:

- Constante: enunciados verbo-audiovisuais-táteis-cinéticos; sincretismo por concentração; temática Desfile.
- Fortuito: enunciados verbo-visuais-espaciais-táteis; sincretismo por concentração; temática *SPFW N41*.
- Periódico: enunciados verbo-audiovisuais-táteis-cinéticos; sincretismo por concentração; temática Backstage.
- Ocasional: enunciados audiovisuais-táteis-cinéticos; sincretismo por concentração; temática Desfile.

Tomando como base o contexto semiótico da cultura da convergência, buscamos traçar as relações estabelecidas entre dimensões do nível discursivo do percurso gerativo de sentido, como o sincretismo de linguagens e os procedimentos de tematização e figurativização. Para organizar o recorte do *corpus* semiótico, partimos então para uma análise quantitativa de todos os enunciados veiculados nas diversas plataformas midiáticas de *Elle Brasil* durante o *São Paulo Fashion Week* de 2016 (*SPFW N41*), dividindo-os em categorias conforme suas articulação de linguagens, seu arranjo sincrético e seus temas predominantes. Os resultados serviram como base para a construção de um quadrado semiótico a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/, utilizado para verificarmos a importância que cada plataforma ocupou no projeto transmídia da revista durante a cobertura da semana de moda e a ocorrência de determinados enunciados em cada mídia.

No próximo capítulo, a partir das categorizações aspectuais dos enunciados, realizaremos o percurso gerativo de sentido de publicações e postagens representativas de cada categoria em cada mídia, de modo a determinar de que forma a cobertura de *Elle Brasil* é articulada a partir do seu projeto transmídia.

4.

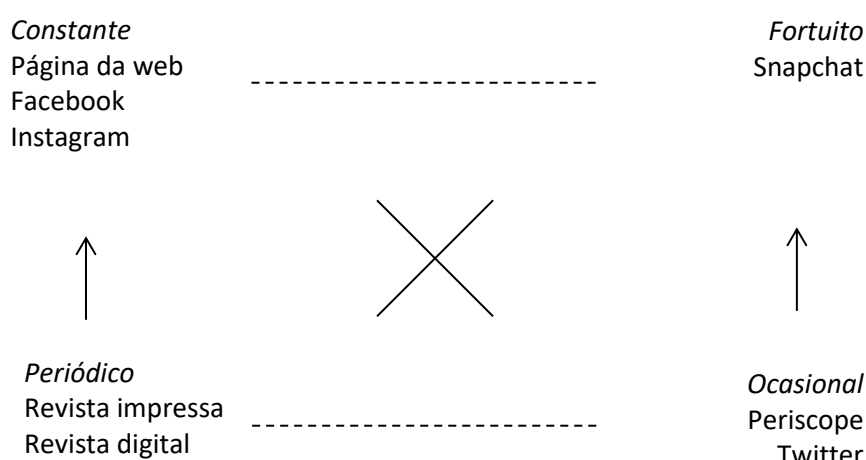
*A PRODUÇÃO DE
SENTIDO NAS
DIFERENTES
PLATAFORMAS*



4. A produção de sentido nas diferentes plataformas

Para compreender como se dá a produção de sentido nas diversas plataformas que compõe o projeto transmídia de *Elle Brasil*, partimos do quadrado semiótico das categorias aspectuais formulado no capítulo anterior. Nele, temos plasmado o uso de cada plataforma midiática constituinte do projeto transmídia de *Elle* no *SPFW N41*:

Esquema 11. Quadrado semiótico de ocorrências a partir do uso das plataformas midiáticas do projeto transmídia de *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41*.



Levando em conta os procedimentos metodológicos da análise semiótica pautada pelo percurso gerativo de sentido, partiremos agora para o exame dos enunciados e da enunciação nas diferentes postagens e publicações selecionadas conforme a categorização final proposta no capítulo anterior, que caracterizava as categorias aspectuais em cada mídia a partir dos sistemas de linguagem acionados, dos tipos de sincretismo observados e das temáticas abordadas. Serão tomados enquanto objeto de análise tanto os enunciados em si, como as relações estabelecidas entre revista e leitores/usuários verificadas também nos comentários (caso haja).

Para dar conta da totalidade de sentido da cobertura jornalística do *SPFW N41*, iniciaremos pelas mídias classificadas enquanto *constante*, seguidas daquelas nas categorias *periódico*, *ocasional* e, por fim, *fortuito*. Em *constante*, temos a página da web e os perfis das redes sociais *Facebook* e *Instagram*. As três foram as primeiras mídias a veicularem matérias sobre a semana de moda, ocorrida entre os dias 25 e 29 de abril de 2016. Como *periódico*,

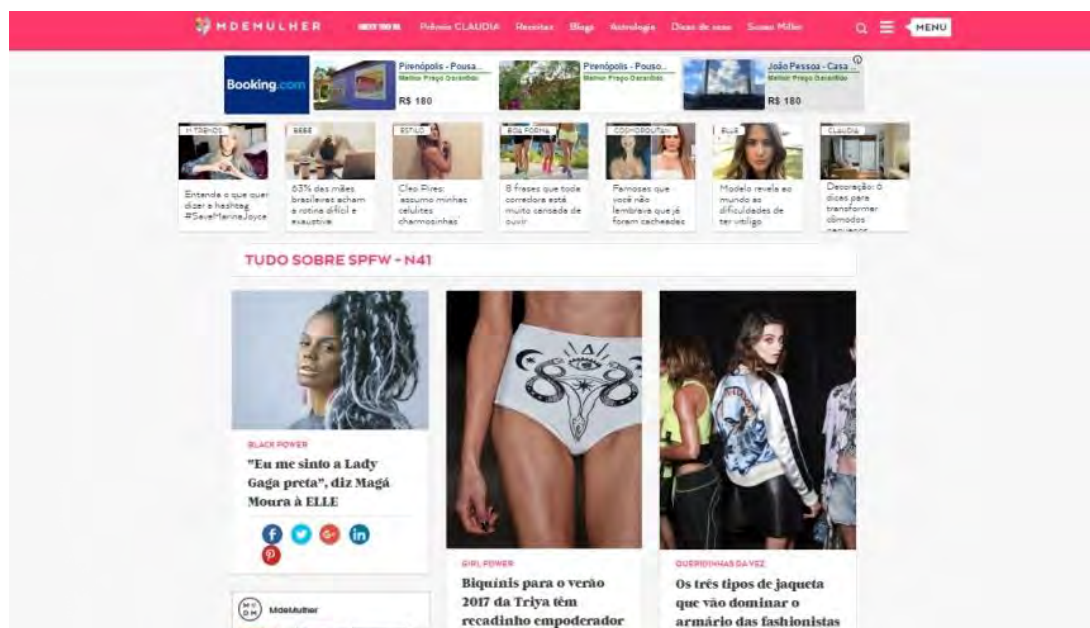
temos as revistas impressa e digital, cuja temporalidade é demarcada pela sua circulação mensal, de modo que os conteúdos veiculados nessa plataforma midiática possuem sempre uma relação de não-concomitância com o acontecimento em si. Em *ocasional*, os perfis no *Periscope* e no *Twitter*, cuja temporalidade foi demarcada pela ocorrência dos desfiles dentro do cronograma do *SPFW* e que possuíam uma relação de concomitância com os eventos (compartilhamento do tempo na enunciação). Por fim, em *fortuito*, estão reunidas as postagens do aplicativo *Snapchat*, acionado durante toda a cobertura do *SPFW N41*, mas sem determinada periodicidade ou continuidade.

4.1 Página da web

Para a cobertura do *SPFW N41*, o portal *M de Mulher* criou uma seção especial responsável por reunir todo o conteúdo produzido sobre evento por todas as revistas voltadas para o público feminino da editora Abril que possuem alguma atuação na cobertura de pautas sobre moda, como *Elle*, *Nova Cosmopolitan*, *Manequim* e *Estilo*. A cobertura, no entanto, não se deu de forma idêntica nos diferentes títulos, mas sim de uma maneira articulada de modo que cada revista ocupou-se de pautas relativas a uma determinada linha editorial. A revista *Estilo*, por exemplo, ficou responsável por entrevistas e pautas com famosos que frequentaram o evento.

À *Elle* couberam os conteúdos relacionados às temáticas voltadas às tendências de moda e beleza lançadas nos desfiles e *showrooms*. A publicação responsabilizou-se tanto pela cobertura jornalística em tempo real de desfiles, *backstages* e lançamentos de coleções durante a semana de moda, como pela resenha e pela avaliação geral das coleções apresentadas no evento. Dessa forma, *Elle* balanceou em sua cobertura online notícias que prezavam pela objetividade e resenhas carregadas de subjetividade, assinadas pelos jornalistas e editores de moda da publicação. Na imagem abaixo, a página principal da seção dedicada ao *SPFW N41*:

Imagem 23. Página do portal *M de Mulher* responsável por reunir todo o conteúdo sobre o *SPFW N41*. Disponível em <<http://mdemulher.abril.com.br/tudo-sobre/spfw-n41>>. Acesso em 06/08/16.



Na parte superior, vemos uma barra de cor rosa referente a determinadas páginas hospedadas no portal *M de Mulher*. Em um primeiro momento, a barra destaca-se pelo cromatismo, já que o fundo do resto da página é de cor branca, permeado por fotografias. A cor rosa faz parte do projeto gráfico do portal, podendo ser observada em outros pontos do site (*links* para matérias, ícones, títulos, etc). Mistura cromática entre vermelho e branco, o rosa é uma cor costumeiramente associada ao feminino e recebe conotações relativas ao romantismo e ao amor. O significado da cor também pode estar atrelado às princesas do mundo de fantasia dos contos de fadas e às suas fragilidades e doçuras. Em uma tonalidade de maior saturação, como a utilizada no portal *M de Mulher*, a cor funciona como ponto de atenção, destacando-se do fundo branco e aproximando-se do espectador. O rosa é empregado aqui, portanto, para reforçar a temática da feminilidade, reiterada pelo *slogan* do site: “O melhor portal feminino da América Latina”.

Além do cromatismo, a barra superior vale-se da horizontalidade para fixar sua diferença em relação aos outros elementos (dispostos verticalmente) presentes na página: estão ali *links* para determinadas seções que, embora não sejam fixas (elas estão sob o título de “Hot no M”, ou seja, os assuntos mais acessados pelas leitoras), possuem um aspecto durativo maior do que as matérias visualizadas na página, que desaparecem conforme o

surgimento de notícias mais atuais. Também estão inserido nela o ícone de uma lupa, homologado simbolicamente ao semantismo de um mecanismo de busca na web, e um ícone de quatro barras horizontais com a palavra “Menu” ao lado – *link* para o menu de navegação do site. Na rolagem da página, a barra permanece fixa, de modo a estar sempre no campo visual do leitor, funcionando como uma espécie de “menu” responsável por oferecer novos percursos de navegação no site, escolhidos conforme a procura (espécie de sanção pragmática) de outros leitores.

Abaixo da barra, está localizado um pequeno espaço destinado a anúncios publicitários, dispostos em uma posição horizontal, reiterando a horizontalidade do topo da página. Esse é o único espaço publicitário na topologia e também funciona de forma fixa diante da rolagem da barra do site pelo usuário. Existe, portanto, um grande predomínio do espaço destinado ao conteúdo jornalístico sobre o destinado ao conteúdo publicitário, o que reforça o papel temático do portal *M de Mulher* como uma plataforma midiática que veicula material jornalístico.

Em seguida, estão dispostas pequenas caixas retangulares contendo as últimas matérias publicadas no portal. Cada caixa contém uma fotografia, o título da publicação a que pertence e uma pequena chamada. Tais matérias são originárias de diversas revistas que compõem o *M de Mulher* e tratam de diferentes assuntos, mantendo em comum apenas a temporalidade compartilhada do *agora*. O que se percebe, portanto, é que, no portal *M de Mulher*, o principal valor – e a importância é aqui reiterada pela topologia da página, onde o que está no alto recebe maior atenção – é o do imediatismo, o da temporalidade concomitante. Maior, inclusive, do que determinada matéria ou agrupamento temático selecionado para leitura pelo próprio usuário do site.

Apenas após a disposição das matérias mais recentes estão localizadas as matérias agrupadas conforme a temática “*SPFW N41*”. Tal agrupamento funciona a partir da indexação, operação comum no ambiente virtual em que artigos ou postagens são agrupados conforme a recorrência de determinado termo para facilitar sua busca, realizada, aqui, a partir do termo “*SPFW N41*”. No título, da página, podemos enxergar, em letras maiúsculas e cor de rosa, a chamada “Tudo sobre SPFW - N41”. O título segue o padrão do portal para agrupamentos resultantes de palavras indexadas. Ao clicar na *tag* “Cinema”,

por exemplo, em uma determinada matéria, o leitor é redirecionado para uma página cujo título é “Tudo sobre Cinema”. Não houve, portanto, a criação de nenhuma página ou *hotsite* especial para o *SPFW N41*, apenas o uso de um recurso já inserido dentro do fazer operatório do site.

As chamadas para as matérias possuem o mesmo formato (foto, retranca³¹ e título) e estão todas delimitadas por retângulos. Ainda dentro de cada retângulo podem ser encontrados pequenos ícones em formato circulares para o compartilhamento direto das matérias nas seguintes redes sociais: *Facebook*, *Twitter*, *Google +*, *Linkedin* e *Pinterest*. A organização do plano da expressão nas chamadas das matérias faz surgir oposições como /circular/ vs. /retangular/, /englobante/ vs. /englobado/, /alto/ vs. /baixo/ e /central/ vs. /periférico/. Semanticamente, a circularidade, assim como observado no *link* da revista digital de *Elle Brasil*, corresponde a um *link*, levando o leitor a uma outra espacialidade e a um outro percurso de leitura. Desse modo, o circular pode ser associado ao externo, enquanto o retangular, ao interno (*links* para matérias veiculadas dentro do próprio site). O englobante, por sua vez, são os próprios componentes fixos da página, ao passo que o englobado são as chamadas para as matérias constantemente atualizadas, o que revela uma oposição semântica entre /estático/ (englobante) vs. /dinâmico/ (englobado). As categorias topológicas /alto/ e /baixo/ estão relacionadas aos valores de importância que cada notícia aparece no site, de modo que notícias mais atuais ocupam o alto da página, que se configura como um espaço de maior visibilidade. Já as categorias também topológicas /central/ vs. /periférico/ estão relacionadas ao próprio fluxo de leitura estabelecido dentro da página, com o vazio caracterizando o /periférico/ e guiando os olhos do leitor para o conteúdo jornalístico concentrado no centro da página.



As chamadas em si seguem o padrão editorial da revista em suas outras plataformas midiáticas, comunicando a partir de substâncias visuais, verbais e espaciais. Nesse caso, a substância visual possui um maior destaque, sendo ela a responsável por guiar o olhar do leitor para o verbal, localizado sempre embaixo da fotografia. O verbal, por outro lado, é dividido entre retranca e título. Na retranca encontra-se descrito, em poucas palavras, a temática trabalhada pela matéria, ou, em outros casos, lê-se alguma interjeição ou expressão

³¹ Retranca pode ser definida como uma pequena palavra ou frase utilizada acima do título para apresentar o tema de determinada matéria jornalística.

que estabelece um diálogo direto com o leitor. Os títulos variam de formato e de diferentes estratégias enunciativas conforme a publicação – e, conseqüentemente, a linha editorial – do qual fazem parte.

Entre as várias matérias publicadas no portal *M de Mulher* assinadas pela revista *Elle Brasil*, as selecionadas como *corpus* de análise a partir das categorias aspectuais descritas no capítulo anterior foram: “O manifesto de Ronaldo Braga no SPFW” (*constante*), “Começa hoje o SPFW N41! Saiba tudo sobre o evento aqui” (*fortuito*), “Os melhores cliques de *street style* do quarto dia do SPFW N41” (*periódico*) e “Fio de nylon é usado como truque de make no backstage do SPFW” (*ocasional*). O quadro com a sistematização dos enunciados está descrito abaixo:

Tabela 1. Enunciados selecionados como *corpus* na página da web de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais.

Categoria aspectual	Enunciado
<p style="text-align: center;">Constante</p>	
<p style="text-align: center;">Fortuito</p>	

Periódico



Ocasional



O primeiro enunciado, intitulado “O manifesto de Ronaldo Fraga no *SPFW*” e classificado como *constante* conforme as categorias aspectuais, traz uma resenha – ou análise – do desfile do estilista mineiro Ronaldo Fraga no *SPFW N41*. Ocorrido no primeiro dia do evento (25 de abril), o desfile de Ronaldo Fraga trouxe como temática para a sua coleção de verão 2017 os refugiados de diversas partes do mundo.

Imagem 24. Matéria “O manifesto de Ronaldo Fraga”, publicada no portal *M de Mulher* no dia 25 de abril. Disponível em <<http://mdemulher.abril.com.br/moda/Elle/o-manifesto-de-ronaldo-fraga-no-spfw>>. Acesso em 06/08/16.

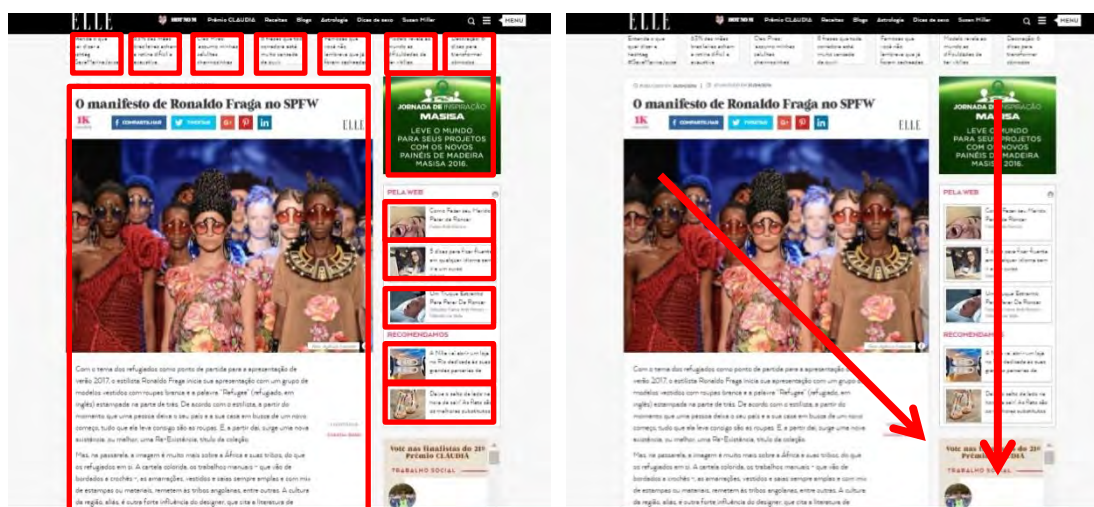


No topo da página, em vez da barra fixa do portal *M de Mulher*, encontrada, por exemplo, na página que reunia todo o conteúdo sobre o *SPFW N41*, está localizada uma barra fixa da revista *Elle Brasil*. A barra ainda mantém sua horizontalidade e as mesmas seções designadas como “Hot no M”, mas traz agora o logotipo de *Elle*, bem como a cor preta – pertencente ao projeto gráfico da publicação – no lugar da tonalidade de rosa, relacionada ao portal da editora Abril. O que se depreende, portanto, é que *Elle Brasil* e o portal *M de Mulher* trabalham na cobertura do *SPFW N41* em um processo de co-destinação, caracterizado ainda pelas categorias de englobante (*M de Mulher*) e englobado (*Elle*). Na página própria da matéria, no entanto, assume uma maior importância o destinador *Elle Brasil*, responsável diretamente pela produção do conteúdo jornalístico. O logotipo de *Elle* pode ser novamente observado no canto superior direito da matéria, funcionando como uma espécie de selo de identificação do enunciador deste determinado texto, figurativizado pelo seu logotipo.

Os elementos do corpo da página permanecem os mesmos previstos pelo projeto gráfico do portal e encontrados em outras páginas do *M de Mulher*: chamadas para matérias mais recentes no espaço superior, embaixo de uma publicidade; chamadas para outras matérias recomendadas em *Elle Brasil*; atalho para a página do *Facebook* de *Elle Brasil*; atalho para um formulário de assinante de *Elle Brasil* e outras peças publicitárias. Na verticalidade do lado direito, portanto, encontra-se uma miscelânea de *links* divididos entre matérias de *Elle*, outras mídias de *Elle* e publicidade. Além da verticalidade, a página é marcada ainda pela presença da figura geométrica do retângulo, sendo ele o responsável por agrupar e separar todos os enunciados listados acima.

As diversas fotografias criam, dessa maneira, uma orientação de leitura na topologia da página, guiando o olhar do usuário, que entra no enunciado pela foto maior posicionada na parte superior da matéria. O título, por sua vez, é veiculado em negrito para destacar-se do corpo da matéria e para demarcar o início da leitura, obedecendo à sua função de explicar, em poucas palavras, a principal ideia ou ocorrência do texto jornalístico. Na lateral, os diversos *links* para outras matérias (também compostos por fotografia + chamada) estabelecem a orientação de cima para baixo, reiterando a direção da leitura e remetendo o enunciatário, ao fim da matéria, para outros enunciados veiculados no mesmo portal.

Imagens 25a e 25b. Organização da página da web em formas retangulares (16a) e orientação vertical de cima para baixo na leitura e disposição dos elementos.



A matéria propriamente dita pode ser dividida em três partes: o título, os ícones transmidiáticos e o corpo do texto (neste, incluso texto verbal escrito e imagens). O título, escrito em fonte serifada de cor preta, utiliza uma tipografia que faz parte do projeto gráfico do portal *M de Mulher*, e não da revista *Elle Brasil*, o que determina que o arranjo estético em questão é o do sítio da web que hospeda o conteúdo de *Elle* e não o da publicação impressa. Nele, lê-se: “O manifesto de Ronaldo Fraga no *SPFW*”. No dicionário *Michaelis Online*, o substantivo “manifesto” carrega a seguinte definição:

Manifesto (s.m.)

- 1 Declaração pública para finalidade diversas.
- 2 Declaração pública em que o chefe de uma nação ou um partido político, um grupo de pessoas ou um único indivíduo esclarece determinadas posições ou decisões.
- 3 Declaração escrita veiculada pela diplomacia de um Estado a outra nação.
- 4 O documento escrito em que constam quaisquer dessas declarações.

A palavra “manifesto” é usada aqui, portanto, para figurativizar o posicionamento do estilista durante o desfile e, portanto, o caráter político da coleção e da apresentação de Ronaldo Fraga no *SPFW N41*. Segundo o título de *Elle*, ao abordar a temática da crise de refugiados – um dos principais assuntos debatidos em âmbito internacional ao longo dos anos de 2015 e 2016 – o estilista estaria assinando uma espécie de declaração de seu posicionamento, figurativizado por meio do desfile. No título, é utilizada ainda a expressão “no *SPFW*” como forma de delimitação do espaço no qual tal manifesto foi apresentado: não em um *lookbook* ou em um ponto de venda, mas em um desfile no maior evento de moda da América Latina, espaço de grande visibilidade.

Abaixo do título estão localizados ícones de compartilhamento direto para redes sociais *Facebook*, *Twitter*, *Pinterest*, *Linkedin* e *Google +*. Cada rede social é figurativizada em seus respectivos ícones a partir do cromatismo (azul escuro para *Facebook*, azul claro para o *Twitter*, por exemplo) e da logomarca características delas. As redes sociais *Facebook* e *Twitter*, no entanto, ganham um maior destaque, pois seus ícones são maiores e trazem os termos “Compartilhar” (*Facebook*) e “Tweetar” (*Twitter*). Isso ocorre, pois, entre as cinco redes sociais citadas, essas são as duas nas quais o perfil de *Elle Brasil* possui um maior número de seguidores e é atualizado com uma maior frequência. O uso dos dois verbos no infinitivo delimita a ação que se espera do enunciatário e instala um *dever fazer*.

Ao lado dos ícones, um número contabiliza o número de compartilhamentos da matéria realizado a partir dos ícones das redes. Na matéria em questão, a contabilidade chegou a “1K” (mil compartilhamentos). O “k”, abreviação de *kilo* (quilo, em português), é comumente usado no ambiente virtual como medida para mil unidades. O seu uso, então, reforça um determinado sistema linguístico característico da internet, também responsável pelo uso de termos como “*share*” (compartilhar, em português).

No corpo do texto verbal, percebe-se uma intercalação entre fotos e blocos de textos verbais. Ao todo, são três fotos e três parágrafos, divididos na seguinte ordem: foto, parágrafo, parágrafo, foto, parágrafo, foto. O que se percebe, portanto, é que a matéria inicia e acaba com uma fotografia, de modo que, mesmo em um texto classificado segundo os gêneros jornalísticos como opinativo, cuja informação está na crítica feita pelo repórter sobre o desfile expressa na substância verbal, a substância visual ainda ocupa um lugar de grande importância, regendo a leitura do objeto sincrético.

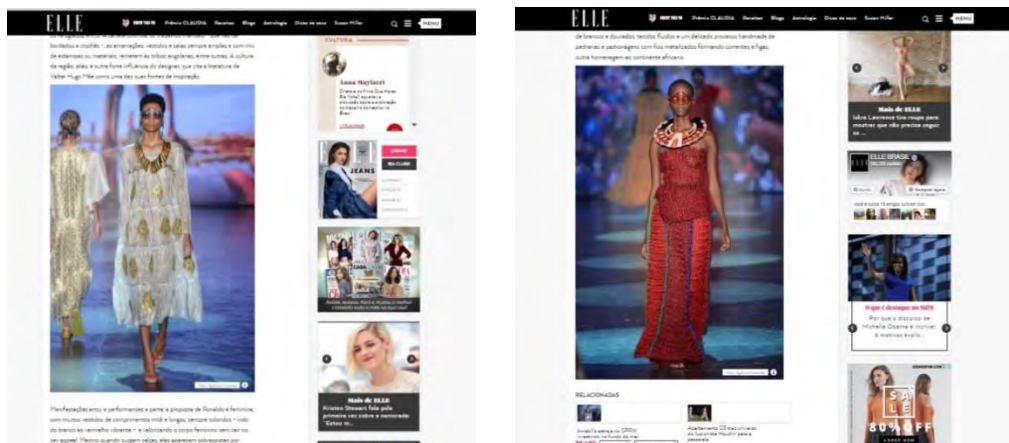
Ao lado do primeiro parágrafo, encontra-se a assinatura do repórter responsável pela matéria. Nesse caso, a editora de moda Chantal Sordi. Ao manter a assinatura de um jornalista em uma matéria, *Elle Brasil* instala no discurso a figura enunciativa do narrador, figurativizada por meio da assinatura com o nome de quem escreveu o texto. Ao instalar a instância enunciativa de um narrador, *Elle Brasil* reforça o caráter subjetivo do texto opinativo (resenha do desfile do estilista Ronaldo Fraga), pois, ao transformar Chantal Sordi em um actante do enunciado, aproxima as instâncias do enunciado e da enunciação. Além disso, a assinatura da repórter é um *link* que, caso clicado, leva o leitor a uma página que reúne todas as matérias escritas pela jornalista, que funciona, em um processo metonímico, como uma espécie de figurativização do autor pela obra.

A primeira foto, disposta horizontalmente, traz uma profusão de modelos no que parece ser a linha final do desfile – momento em que todas as modelos participantes voltam juntas à passarela para uma última rodada, acompanhadas ou não do estilista responsável pela coleção. Enquadrados em um meio primeiro plano, da cintura para cima, os corpos das mulheres ocupam quase que a totalidade da fotografia, reforçando o efeito de sentido de profusão de pessoas aglomeradas em um mesmo espaço, reiterando, dessa forma, a temática da crise dos refugiados, anunciada como mote da coleção. Em um primeiro plano, três

modelos (duas negras e uma caucasiana, que ocupa a posição central da foto) olham fixamente para frente, encarando o enunciatário em um semblante sério, reforçado pela gestualidade dos corpos retos, com braços rentes ao corpo. A linguagem gestual, no entanto, contrasta com o multicolorismo observado no vestuário das modelos e em seus ornamentos, exagerados e orgânicos.

Se, na primeira foto, a horizontalidade dá a ver a variedade de cores e corpos expostos no desfile, bem como a sua reunião, nas duas fotografias seguintes, a verticalidade reforça o contorno do corpo humano, visto por completo, dos pés à cabeça, em que se pode ter uma noção completa das composições construídas entre vestuário, acessórios e beleza desfiladas pela marca. A fotografia, no entanto, é sacada a partir do ponto de vista do *pit* – espaço localizado ao final da passarela onde fotógrafos e cinegrafistas se reúnem para o registro de um desfile de moda –, ou seja, um olhar frontal para a passarela, possível apenas a partir deste determinado espaço. Tais fotos possuem, portanto, um destinatário localizado fora da sala de desfile, batidas de um ponto de vista que não é o do convidado sentado na plateia, seja primeira fila ou não. Está aqui instalado um *alhures*, em um processo de debreagem enunciativa espacial, o que produz um efeito de sentido de objetividade. Isso ocorre, em grande parte, pois as fotos são produzidas por agência fotográfica (os créditos estão localizados no canto direito inferior das fotos), de modo que, no momento em que são batidas, os fotógrafos não sabem por quem ou como elas serão usadas, mantendo, assim, uma objetividade fotográfica.

Imagens 26a e 26b. Fotografias de corpo inteiro que dão a ver a produção completa desfilada pela coleção de Ronaldo Fraga.



A jornalista inicia o bloco textual verbal explicando a temática do desfile, bem como a ideia por trás da coleção, conforme o discurso da própria marca Ronaldo Fraga:

Com o tema dos refugiados como ponto de partida para a apresentação de verão 2017, o estilista Ronaldo Fraga inicia sua apresentação com um grupo de modelos vestidos com roupas brancas e a palavra "Refugee" (refugiado, em inglês) estampada na parte de trás. De acordo com o estilista, a partir do momento que uma pessoa deixa o seu país e a sua casa em busca de um novo começo, tudo que ela leva consigo são as roupas. E, a partir daí, surge uma nova existência, ou melhor, uma Re-Existência, título da coleção. (SORDI, Chantal, 2016).

Ao utilizar a expressão "de acordo com", a jornalista instala no discurso a instância do interlocutor, figurativizado aqui pelo estilista Ronaldo Fraga, que explica ao leitor, ele mesmo, por meio do uso do discurso indireto, a proposta da sua coleção. Nesse trecho, percebe-se uma tentativa da jornalista de afastar-se do enunciado, utilizando-se da delegação de vozes para criar um efeito de sentido de objetividade. A exceção a tal objetividade ocorre apenas no uso dos parênteses para explicar a tradução da palavra "refugiado" em inglês. Ao traduzir o termo para o leitor, Chantal deixa claro a opção pelo uso do idioma pelo estilista, de modo que a temática dos refugiados, escrita em inglês, trabalhada por Ronaldo Fraga refere-se a um *alhores*, e não a um *aqui e agora*. Embora *Elle Brasil* faça comumente uso de várias palavras na língua inglesa em seus textos, elas são termos ligados ao universo semântico da moda. Como "Refugee" não está incluso nesse critério, faz-se necessária a tradução para o português.

O que se observa nos parágrafos seguintes, no entanto, é colocação da subjetividade da jornalista em discurso, ao iniciar o segundo parágrafo pela conjunção adversativa "mas":

Mas, na passarela, a imagem é muito mais sobre a África e suas tribos, do que os refugiados em si. A cartela colorida, os trabalhos manuais - que vão de bordados a crochês -, as amarrações, vestidos e saias sempre amplas e com mix de estampas ou materiais, remetem às tribos angolanas, entre outras. A cultura da região, aliás, é outra forte influência do designer, que cita a literatura de Valter Hugo Mãe como uma das suas fontes de inspiração. (SORDI, Chantal, 2016).

Dessa forma, a jornalista cria um contraponto ao discurso veiculado pela própria marca sobre o desfile. Apesar de afirmar que a inspiração para o processo criativo de Ronaldo Fraga foi a crise de refugiados na Europa (a maioria, originários do Oriente

Médio), a leitura da jornalista do desfile apresentado identifica elementos que remetem a culturas africanas (mais especificamente, a “tribos angolanas”, usando como exemplo a intertextualidade que Ronaldo Fraga possui com o escritor português nascido em Angola Valter Hugo Mãe). Segundo a editora de moda, existem, portanto, dois discursos em jogo no desfile da marca: o de Ronaldo Fraga sobre si mesmo e o da própria coleção. Enquanto o primeiro remete à condição de refugiado, ou seja, indivíduo que, por algum motivo (ambiental, político, bélico, etc), teve de deixar seu país natal em busca de asilo, o segundo estaria relacionado a sociedades africanas, com sua estética colorida, geométrica e festiva, figurativização da própria natureza e cultura do continente. No nível fundamental, é possível representar ambos os discursos pelas categorias do conteúdo /opressão/ vs. /liberdade/, respectivamente.

Ao longo do texto opinativo, a jornalista não emite nenhum juízo de valor sobre o desfile, eximindo-se de qualificá-lo enquanto bom ou ruim. Ela preocupa-se em fazer a sua leitura da coleção apresentada na passarela, realizando uma espécie de processo tradutório para o leitor. Ao fazê-lo, ela utiliza-se de um vocabulário próprio da moda, sem explicar ou pormenorizar a definição dos termos utilizados. Presume-se, portanto, um enunciatário com as competências cognitivas necessárias para compreender o texto veiculado em *Elle Brasil*.

No segundo enunciado, classificado na categoria aspectual *fortuito*, temos a matéria “Começa hoje o *SPFW N41!* Saiba tudo sobre o evento aqui”, publicada no dia 25 de abril, primeiro dia do evento. A matéria segue a mesma estrutura do enunciado anterior, mantendo os elementos do projeto gráfico do portal *M de Mulher*. Novamente, o enunciado pode ser dividido em três partes: o título, os ícones transmidiáticos e o corpo do texto (texto verbal e imagens).

Imagem 27. Matéria “Começa hoje o *SPFW N41!* Saiba tudo sobre o evento aqui”, publicada no dia 25 de abril no portal *M de Mulher*. Disponível em <<http://mdemulher.abril.com.br/moda/Elle/comeca-hoje-o-spfw-n41-saiba-tudo-sobre-o-evento-aqui>>. Acesso em 06/08/16.



No título “Começa hoje o *SPFW N41!* Saiba tudo sobre o evento aqui”, há a utilização de um verbo no presente do indicativo (“Começa”) indicando um tempo de concomitância, demarcado por um presente pontual que coincide, no momento de referência, ao enunciado a à enunciação. Tal concomitância é reforçada pelo uso do advérbio temporal “hoje”, delimitando uma pontualidade no evento, apesar do seu aspecto durativo (terminaria apenas no fim da mesma semana). Ao final da primeira frase, temos um ponto de exclamação. O sinal gráfico produz um efeito de sentido eufórico e indica a importância da informação contida na primeira frase. Além disso, ele também reforça a ideia de concomitância ao sugerir urgência ao enunciado.

Na segunda frase do título, há o uso do verbo no imperativo (“saiba”), que termina por instalar, em uma debreagem de segundo grau, a instância discursiva do interlocutor/interlocutário, na medida em que o narrador se dirige diretamente ao leitor. O uso do imperativo instala um *dever fazer*, tornando a manchete um enunciado modalizante prescritivo. Ainda na segunda frase, há a utilização do advérbio de lugar *aqui*, demarcando o espaço da cena enunciativa e gerando uma debreagem enunciativa espacial. No título da matéria existe, portanto, uma necessidade de delimitar uma proximidade entre enunciador e enunciatário por meio de debreagens enunciativas temporais, actoriais e espaciais, bem

como de modalizar tal enunciatário a seguir o percurso narrativo proposto pela matéria de *Elle Brasil*.

A foto postada, disposta na horizontal, retrata a fila final de um desfile de moda, bem como a sua plateia. A imagem não possui legenda e o texto não fala sobre nenhum desfile específico, de modo que é possível presumir que a fotografia se refere a algum desfile de moda anterior, sem nomeá-lo ao leitor, e é apenas ilustrativa, ou seja, seu objetivo é o de figurativizar uma circunstância de um desfile de moda do *SPFW* para o enunciatário da página da web de *Elle Brasil*. Nessa figurativização, estão presentes enquanto atores as modelos e a plateia. Numa situação de um desfile de moda, os dois representam, respectivamente, os interlocutores (debreagem de segundo grau do destinador marca ou estilista), e os interlocutários (destinatários, em uma primeira instância).

Ao lado do primeiro parágrafo, na assinatura do repórter, há ainda outra imagem: a foto do jornalista responsável pela matéria. Dessa forma, além do nome e do *link* para uma página com a coletânea das últimas matérias escritas pelo repórter, a foto participa do processo figurativo de investimento semântico no jornalista como actante da enunciação (narrador) e como ator do enunciado. Tal processo de debreagem enunciativa – demarca-se aqui uma relação *eu/tu* entre destinador e destinatário – produz um efeito de sentido de aproximação entre *Elle Brasil* e o seu público leitor, bem como reforça o contrato fiduciário existente em tal relação, já que expõe o jornalista que escreveu a matéria em vez de deixá-lo anônimo, conferindo uma maior credibilidade ao meio de comunicação.

No bloco textual verbal, o jornalista põe-se enquanto interlocutor, dirigindo-se diretamente à leitora (interlocutária) da postagem. Tal debreagem pode ser conferida a partir da presença da segunda pessoa do singular (*tu*) em pronomes e em flexões verbais, como em “Do dia 25 até o dia 29 deste mês vamos *te* bombardear com as notícias mais quentes sobre o evento que acontece, desta vez, no Pavilão (*sic*) da Bienal no Parque do Ibirapuera” e “Para explicar essa e muitas outras mudanças, *leia* aqui uma entrevista que fizemos com Paulo Borges, a mente por trás de toda essa reforma”. Tal enunciatário ainda é caracterizado pela revista segundo alguém do sexo feminino por meio da flexão de gênero realizada em termos qualificantes, como em “Está *ansiosa* para saber o que eles vão apresentar?”.

Ao mesmo tempo em que instala um *tu* no discurso, o enunciado de *Elle Brasil* coloca-se como um *nós*, espécie de amplificação da primeira pessoa do singular. O recurso também pode ser observado a partir das flexões verbais e do uso de pronomes possessivos. São exemplos os trechos: “(...) *vamos* te bombardear com as notícias mais quentes” e “(...) *nossas* redes sociais estarão fervendo durante os próximos dias”. Dessa forma, ao utilizar a primeira pessoa do plural em vez da terceira pessoa (singular ou plural), *Elle Brasil* provoca um efeito de sentido de subjetividade, evidenciando o sujeito em questão (revista, jornalistas, etc) no lugar do seu papel social.

Na construção do texto, é interessante observar o uso de expressões informais, próximas da língua falada. Termos como “bombardear”, “deixar na mão” e “fervendo” dão a ver um simulacro de leitora jovem, o que vai ao encontro dos dados demográficos do público leitor da revista, que indicam uma maioria de 37,8% com idade entre 20 e 29 anos. A adequação da linguagem a um vocabulário usado pelo enunciatório provoca, dessa forma, um efeito de sentido de aproximação entre *Elle Brasil* e sua leitora. Além disso, tais expressões dão a ver a instantaneidade característica da relação enunciativa na web, que “bombardeia” seus leitores com informações 24h por dia.

Fora o emprego de uma linguagem específica conforme o seu simulacro de leitora, *Elle Brasil*, na matéria em questão, vale-se dos recursos proporcionados pela plataforma midiática para a instalação de *hiperlinks*. Os *hiperlinks* aparecem de dois modos diferentes: inseridos em frases ao longo do texto ou em uma lista, ao final. Aqueles inseridos ao longo do texto estão diretamente relacionados às informações veiculadas e à narrativa desenvolvida pela matéria, funcionando quase como uma espécie de aposto, responsável por acrescentar novos dados – nesse caso, informações sobre o *SPFW N41*. Caso a matéria tivesse sido publicada na mídia impressa, por exemplo, tais informações estariam, provavelmente, no próprio texto. Os dispostos no final do texto, por outro lado, estão relacionados à temática do *SPFW N41*, mas não diretamente, funcionando como informações complementares. Eles estão precedidos pelo sinal gráfico “+”, utilizado aqui, assim como na revista digital, para indicar uma adição de informação, modalizando um sujeito de falta a partir de um *querer fazer*, mas também de um *dever fazer*, na medida em que as informações adicionais são sugeridas para que o leitor esteja completamente inteirado sobre “tudo” do *SPFW*.

Em ambos os casos, no entanto, é possível notar a demarcação do *link* não só por meio de componentes do campo da expressão (a fonte utilizada está em negrito e sublinhada), mas também pelo uso da palavra “aqui”, como em “*Aqui* vão os *links* nos quais eles adiantam tudo para a *ELLE*”. O “aqui” é utilizado para demarcar o espaço da enunciação (nesse caso, o ambiente virtual). O que acontece, então, é uma frequente autorreferencialização do site para ele mesmo, indicando novos percursos de leitura que fazem com que o leitor continue em interação com *Elle Brasil*. O *lá*, por outro lado, é usado para indicar um lugar diferente do *aqui*, como em “(...) o evento que acontece, desta vez, no Pavilão (sic) da Bienal no Parque do Ibirapuera. Por *lá*, vão acontecer 39 desfiles”.

Além dos *links*, a matéria instala novos percursos de leitura para o enunciário por meio do projeto transmídia de *Elle Brasil*. Em um dos parágrafos, tem-se:

Para não te deixar na mão, nossas redes sociais estarão fervendo durante os próximos dias. No nosso *Instagram*, as resenhas serão postadas ao término de cada apresentação e, pelo *Facebook*, faremos transmissões ao vivo para te dar informações in loco, sempre registrando momentos ou com convidados para lá de especiais. Aliás, preparamos um pequeno guia para acompanhar tudo isso via social media da melhor maneira possível! (CAMARGO, Pedro, 2016).

Ao falar sobre o *SPFW N41*, a revista toma o cuidado de anunciar à sua leitora como se dará a cobertura do evento nas diversas mídias de *Elle Brasil*. É colocada, portanto, uma fórmula prescritiva de como acompanhar a cobertura jornalística atravessando o projeto transmídia da publicação. Espera-se aqui que a leitora entre em um papel temático a partir de um fazer operatório de seguir as indicações para as diversas mídias. Para que isso seja possível, a revista indica inclusive uma matéria anterior, chamada “Guia para acompanhar e postar cada minuto do *SPFW*”³² e publicada no dia 20 de abril, que contém uma espécie de “pequeno guia” em que a revista ensina ao leitor como usar determinados recursos do *Instagram* e indica alguns perfis a serem seguidos na mesma rede social. Entre eles, o *@ElleBrasil*.

Por fim, faz-se necessário um olhar cuidadoso sobre um erro de digitação encontrado na matéria. Na frase “O São Paulo Fashion Week começa hoje! Do dia 25 até o

³² Disponível em <<http://mdemulher.abril.com.br/moda/Elle/guia-para-acompanhar-e-postar-cada-minuto-do-SPFW>>. Acesso em 31/02/16.

dia 29 deste mês vamos te bombardear com as notícias mais quentes sobre o evento que acontece, desta vez, no Pavilhão (*sic*) da Bienal no Parque do Ibirapuera” o correto seria “Pavilhão” e não “Pavilão”, como escrito. Erros de digitação ou de ortografia não são raros em matérias online. Isso ocorre, em grande parte, devido ao pequeno tempo de produção, já que a maioria dos textos escritos exclusivamente para a internet são produzidos e postados em um pequeno intervalo de tempo, com o objetivo de produzir um efeito de sentido de “tempo real” ou “ao vivo”. Como consequência, diminui-se, muitas vezes, o nível de cuidado e atenção que os jornalistas têm com as matérias, aumentando, assim, a probabilidade de uma manipulação mal sucedida.

A terceira matéria selecionada como *corpus*, marcada enquanto a categoria aspectual *periódico*, é a “Os melhores cliques de *street style* do quarto dia do *SPFW N41*”, publicada no dia 29 de abril – último dia da semana de moda. O enunciado consiste em uma galeria de fotografias (47, no total) batidas nos corredores ou nas imediações dos locais de desfiles do *SPFW N41*, na Bienal do Parque do Ibirapuera, de determinadas pessoas – anônimas ou não – que circularam pelo local e que foram selecionadas como ícones de estilo pela publicação.

Imagem 28. Matéria “Os melhores cliques de *street style* do quarto dia do *SPFW N41*”, publicada no dia 29 de abril no portal *M de Mulher*. Disponível em <<http://mdemulher.abril.com.br/moda/Elle/os-melhores-cliques-de-street-style-do-quarto-dia-do-spfw-n41>>. Acesso em 06/08/16.



Novamente, a matéria obedece, em sua área externa (categoria englobante), à mesma configuração plástica dos enunciados anteriores, inseridos no portal *M de Mulher*. Em sua totalidade englobada, contudo, a matéria adquire um formato de uma galeria de fotos, isto é, conjunto de fotografias apresentadas ao leitor em uma sequencialidade e que estão agrupadas de acordo com uma única temática. Pelo seu formato jornalístico, a matéria difere-se plasticamente dos enunciados vistos aqui anteriormente.

Em sua parte superior, o enunciado continua com o mesmo formato de título e ícones de compartilhamento direto nas redes sociais. O título “Os melhores cliques de *street style* do quarto dia do *SPFW N4I*” chama atenção inicialmente pelo uso do adjetivo “melhores”. Dessa forma, *Elle Brasil* atua na construção desta matéria enquanto objeto de valor, investindo-a de valores semânticos (nesse caso, os “melhores cliques”), modalizando o enunciatário conforme um *querer fazer* a partir de uma manipulação por tentação, em que se propõe um objeto-valor positivo a partir de uma dimensão pragmática. A palavra “cliques”, substantivo que carrega o qualificante “melhores”, é aqui utilizada a partir das figuras de linguagem da onomatopeia, em que palavras são utilizadas a fim de representar determinado som, e da metonímia, que toma a parte pelo todo. Assim, “cliques” (o plural do barulho feito pela máquina fotográfica) figurativiza as imagens selecionadas para a galeria de fotos. O uso dessas figuras de linguagem novamente aproxima o sistema linguístico daquele comum ao simulacro de leitora jovem da revista.

Os “cliques”, no entanto, possuem ainda o qualificante “de *street style*”. Traduzido para “estilo de rua”, em português, o *street style* consolidou-se no campo da moda como um estilo fotográfico que tem como plano de fundo cenários urbanos de, na maioria das vezes, grandes cidades e que retrata indivíduos cujo estilo próprio é julgado enquanto algo “na moda” ou moderno. Esse tipo de fotografia tornou-se mais popular ao longo dos anos 2000, com o surgimento e o crescimento de blogs de moda, como o *The Sartorialist* e o *Garance Doré*.

O título ainda demarca uma temporalidade específica: “do quarto dia de *SPFW N4I*”. Postada no dia 29 de abril – quinto dia do evento – a matéria refere-se a uma não-concomitância pontual; mais especificamente, a uma relação de anterioridade entre o momento do acontecimento e o momento de referência presente. Tal relação, no entanto, é

estabelecida apenas por uma questão cronológica, não se fazendo presente a partir do uso de verbos flexionados no pretérito ou de advérbios ou locuções adverbiais como “ontem” ou “semana passada”. Há, portanto, uma tentativa de neutralização da temporalidade enunciativa na busca por um efeito de sentido de simultaneidade e de rapidez, características dos textos da web.

Abaixo do título, é possível observar a presença de uma galeria de fotos. A galeria dispõe apenas uma foto de cada vez, diagramada no centro do espaço dedicado à matéria e com um fundo branco. Nas laterais, pequenos círculos na cor rosa trazem setas que apontam para a direita ou para esquerda, conforme a margem em que estão localizadas. No canto inferior direito de cada foto, em cinza e em itálico, está disposto o crédito (nome do fotógrafo) de cada imagem. Na base da foto, está ainda uma barra com algumas das outras imagens (as próximas imagens conforme a sequência estabelecida na galeria) dispostas lado a lado, em pequenos retângulos.

O que a disposição dos elementos plásticos nos dá a ver, portanto, é que o rosa continua como elemento cromático responsável por provocar o descontínuo no projeto gráfico do portal *M de Mulher*, chamando o olhar do leitor e guiando-o na leitura e no manuseio dos elementos do site. Novamente, a circularidade (presente nas setas responsáveis por passar a sequência de fotos) é utilizada para indicar uma alteridade, conduzindo o leitor a um outro enunciado. A forma geométrica retangular, por sua vez, funciona como indicativo da possibilidade desses novos enunciados, que priorizam, no seu fazer manipulatório, a valorização das imagens veiculadas.

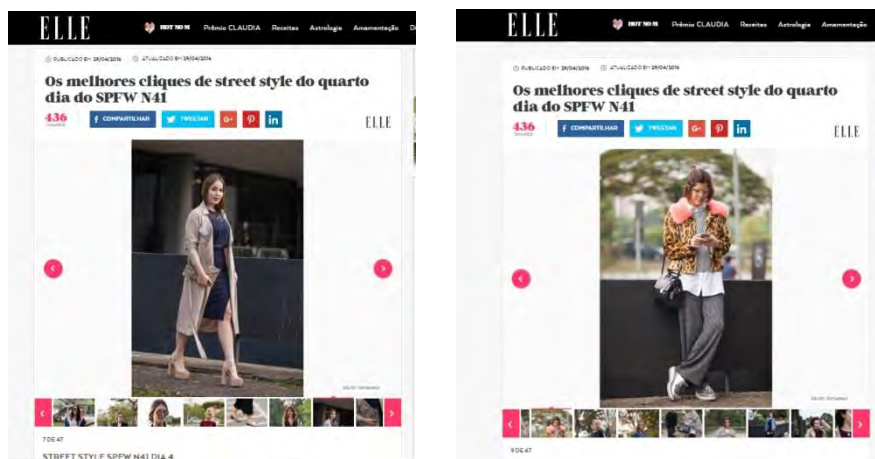
Nas fotos, são vistas mulheres – jovens, em sua maioria – retratadas em um cenário urbano (o que termina por estabelecer uma intertextualidade com a primeira capa da revista *Elle* francesa). A opção de cenário indica uma preferência pelo exterior em vez do interior, o que indica uma dimensão /pública/ das práticas sociais, em oposição a práticas /privadas/. Embora não exista nenhum traço, nas fotos, que caracterize determinada localidade, sabe-se que tal cenário (ou rua), trata-se, na verdade, das imediações do local dos desfiles do *SPFW N41*, no Parque do Ibirapuera, zona sul da cidade de São Paulo. O que estaria em jogo, dessa forma, não seria um espaço definido pela categoria /público/, mas pelo termo complexo /público-privado/ ou /não-privado/, pois o Parque do Ibirapuera possui livre

acesso pela população, mas tem seu uso regulado por uma série de regras e horários. A não-particularização da espacialidade nos cenários das fotos, portanto, traz a dimensão /pública/ apenas como um efeito de sentido, o que termina por generalizar (em oposição a particularizar) o cenário, fazendo com que o leitor concentre-se nas mulheres fotografadas (figura) em vez do cenário (fundo).

As mulheres são retratadas, em sua maioria, com um olhar direto para a câmera ou em uma pose para a mesma. Existe ainda, no entanto, uma pequena parcela de fotos em que as mulheres não aparentam conhecimento sobre estarem sendo fotografadas. Em ambos os casos, no entanto, chama a atenção a gestualidade das figuras: quase sempre, em movimento. As linguagens cinética e gestual são utilizadas aqui para provocar um efeito de sentido de dinamicidade e velocidade característicos ao ambiente urbano, cenário das fotografias do *street style*. Além disso, o movimento busca uma espécie de espontaneidade, em oposição à produção e preparação comum às fotografias de editoriais de moda.

Levando em consideração os regimes de visibilidade propostos por Landowski (1992), podemos pensar ainda a postura de tais mulheres a partir das relações que elas estabelecem com um observador (*querer ver*), nesse caso, o leitor de *Elle Brasil*. Embora esteja correto presumir que, ao deixarem-se ser fotografadas, tais mulheres assumem um *querer ser visto* (ostentação, manutenção de papéis públicos), elas também são capazes de, em determinado momento, assumir visibilidades diversas, como um *não querer não ser visto* (sem constrangimento, publicização de papéis privados).

Imagens 29a e 29b. Mulheres e seus diferentes regimes de visibilidade nas fotografias da matéria “Os melhores cliques de street style do quarto dia do SPFW N41”.



Além da utilização das linguagens cinética e gestual com objetivo de provocar um efeito de sentido de espontaneidade, as mulheres fotografadas não possuem qualquer tipo de identificação – a legenda presente nas fotos é sempre a mesma: “STREET STYLE SPFW N41 DIA 4”. O anonimato das interlocutoras foge do padrão editorial geralmente seguido em *Elle Brasil*, que comumente usa modelos de projeção nacional ou internacional em seus ensaios fotográficos. O que está em jogo, portanto, é a posição enunciativa do *ela* (termo complexo de não-tu + não-eu), que é tido como um lugar que pode comportar uma infinidade de sujeitos ou nenhum. A revista estabelece, assim, um espaço de construção identitária a partir da relação identidade *vs.* alteridade, abrindo para uma “pessoa qualquer” – ou “Sr. Todo Mundo”, como coloca Landowski (2012) – o seu espaço de visibilidade. Desse modo, mesmo jogando com a posição enunciativa do *ela*, ao fotografar mulheres anônimas, a revista produz um efeito de sentido de aproximação.

O último enunciado a ser trabalhado, inserido na categoria aspectual *ocasional*, é a matéria “Fio de nylon é usado como truque de make no backstage do SPFW”, publicada no dia 26 de abril – segundo dia de SPFW N41. No texto, *Elle Brasil* fala sobre a utilização de uma nova técnica de maquiagem na produção da beleza das modelos que desfilaram nas passarelas do evento.

Imagem 30. Matéria “Fio de nylon é usado como truque de make no backstage do SPFW”, publicada no dia 26 de abril no portal *M de Mulher*. Disponível em <<http://mdemulher.abril.com.br/beleza/Elle/2-belezas-com-elementos-inusitados-para-copiar-ja>>. Acessado em 06/08/16.



Assim como os enunciados anteriores, a matéria está inserida no projeto gráfico do portal *M de Mulher*, mantendo o mesmo arranjo estético da sua parte englobante. No título, lê-se “Fio de nylon é usado como truque de make no backstage do *SPFW*”. Aqui, a revista procura apresentar a leitora a um “truque” de beleza, observado durante a semana de moda e o qual ela pode aplicar em sua rotina diária. Existe, portanto, uma modalização do enunciatário a partir de um *querer fazer* – um fazer manipulatório por sedução – e um processo de doação de competências (o truque de maquiagem).

No título, também chama atenção o uso de palavras na língua inglesa. No enunciado de *Elle Brasil*, “maquiagem” vira “*make*” e “bastidores” transforma-se em “*backstage*”. Como já mencionado anteriormente, o uso de termos em inglês reitera o caráter internacional do título e a temática da moda e do luxo trabalhadas pela publicação – dois universos em que a maioria dos termos nascem na língua inglesa e são difundidos como tal. Além disso, existe na internet uma preferência pelo uso de palavras indexáveis em inglês, o que facilita a difusão da matéria em dispositivos de busca, bem como nas redes sociais. Mais uma vez, a revista adequa o seu sistema linguístico às práticas comunicacionais de seu enunciatário.

O título é seguido por uma foto horizontal enquadrada em close-up, plano em que a câmera se encontra bem próxima do objeto fotografado, de maneira que ele passa a ocupar quase todo o cenário, sem deixar muito espaço para o fundo. Nela, é possível enxergar apenas o rosto da modelo, que se mistura ao cenário da fotografia a partir da continuidade cromática do bege. O olhar, dirigido à leitora, torna-se o ponto de atenção da foto por meio da descontinuidade cromática e da topologia. Assim, o olhar do enunciatário se encontra com o olhar da modelo, que figurativiza a temática principal da matéria.

No texto, tem-se novamente a instalação do par enunciativo interlocutor/interlocutária, dirigindo-se diretamente à leitora (interlocutária) da postagem. Tal debreagem pode ser conferida a partir da presença da segunda pessoa do singular (tu) em flexões verbais, como em “Ficou curioso? Nós explicamos melhor” e “O melhor de ambos os casos? São versões copiáveis e adaptáveis para a vida real. Inspire-se!”. Ao contrário da matéria anterior “Começa hoje o *SPFW N41!* Saiba tudo sobre o evento aqui”, no entanto, o texto não traz o enunciatário demarcado enquanto alguém do gênero

feminino, adotando a flexão no masculino em “Ficou curioso?”. Prova-se, assim, que não existe uma padronização entre os jornalistas a respeito de como referir-se ao interlocutor (feminino ou masculino), o que coloca em jogo o fazer operatório da revista e, em consequência, o seu contrato de veridicção, que se refere ao dizer verdadeiro da revista.

A instalação do interlocutário também pode ser observada por meio do uso reiterado de frases interrogativas, registradas em “Ficou curioso? Nós explicamos melhor”, “O motivo? Dar volume às pálpebras sem chamar muita atenção” e “O melhor de ambos os casos? São versões copiáveis e adaptáveis para a vida real”. A estrutura frasal de pergunta e resposta reiterada ao longo do texto funciona como estratégia enunciativa de manipulação ao inserir o leitor dentro do enunciado (na forma de interlocutário), que age como simulacro de uma situação real de comunicação (FIORIN, 1996). Têm-se, portanto, um efeito de sentido de aproximação.

Tal efeito de sentido é reforçado ainda pelo uso do *nós*, que evidencia o sujeito em questão (revista, jornalistas, etc) no lugar do seu papel social. O *nós* aparece ora como amplificação da primeira pessoa do singular (*eu*), como em “Nós explicamos melhor”; ora em substituição a uma terceira pessoa indeterminada em um processo de embreagem actancial, no lugar da generalidade de pessoas, como em “(...) fora do uso em que estamos acostumados a vê-los, para dar vida às criações dos beauty artists”.

Assim como a matéria “Começa hoje o *SPFW N4I!* Saiba tudo sobre o evento aqui”, o texto “Fio de nylon é usado como truque de make no backstage do *SPFW*” também possui um erro cometido pelo autor. Dessa vez, no entanto, o erro não é de digitação, mas de publicação. No penúltimo parágrafo da matéria, é possível perceber que a tipografia utilizada não é a mesma do resto da notícia – parte do projeto gráfico do portal *M de Mulher*. A distinção, no entanto, não é proposital, de modo a provocar um descontínuo ou delimitar um outro tipo de conteúdo ou bloco textual, mas um descuido do autor da matéria.

Imagem 31. Mudança na tipografia na matéria “Fio de nylon é usado como truque de make no backstage do SPFW” .

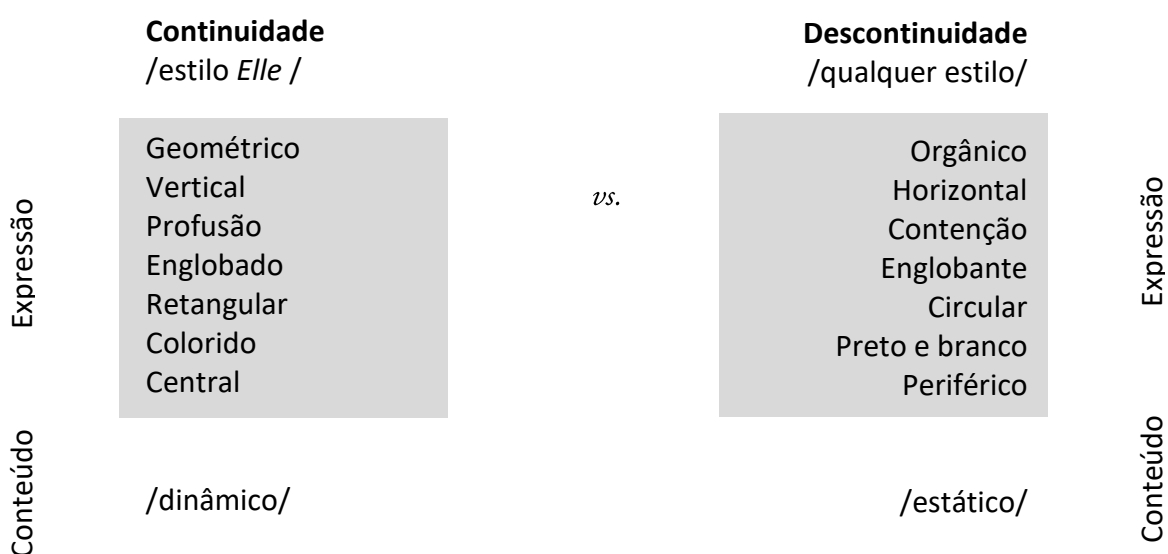
Na mesma apresentação, a cabeleireira Juliana Barbosa optou por uma dose caprichada de óleo de hidratação para criar o efeito molhado nos fios, que receberam o produto mesmo no couro cabeludo. O objetivo foi criar o acabamento sem perder a maleabilidade, o que geralmente acontece quando usa-se gel ou spray de fixação.

O melhor de ambos os casos? São versões copiáveis e adaptáveis para a vida real. Inspire-se!

Assim como no caso anterior, o equívoco mostra que, devido ao seu curto tempo de produção e, muitas vezes, a serem publicadas quase que imediatamente, sem revisão, as matérias da página da web de *Elle Brasil* estão mais propensas a uma falha no regime de manipulação.

Da análise dos três enunciados selecionados acima, chegamos então à sistematização das categorias temáticas observadas no plano da expressão e manifestadas no plano do conteúdo. Admitimos aqui que os enunciados de *Elle Brasil* na página da web produzem articulações do tipo semissimbólicas, que se definem não pela correspondência par a par entre elementos isolados dos dois planos, mas pelas relações estabelecidas entre as categorias da expressão e do conteúdo. Tais categorias são articuladas a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/, conforme visto a seguir:

Esquema 12. Sistematização das categorias encontradas nos enunciados da página da web de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/.



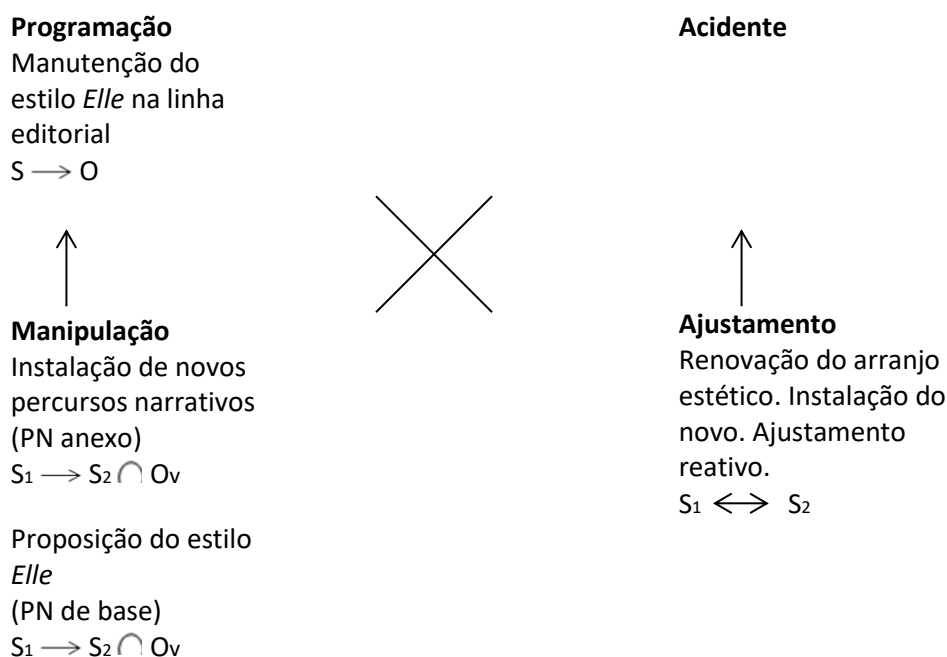
No nível narrativo, temos um programa narrativo de base que traz um destinatário/enunciário (S2) que se encontra inicialmente em estado de privação de seu objeto de valor (estar na moda) e deve percorrer um caminho para aquisição de competências para construir um modo de presença identitária. O destinador/enunciador (S1) detém essas competências cognitivas e exerce um fazer manipulatório sobre a leitora, regendo o sujeito de estado na busca do seu objeto de valor e modalizando-a de acordo com as proposições de estilo impostas pela revista a partir da cobertura de grandes eventos, como o *SPFW N41*. Nesse contexto, o objeto de valor está revestido de valores que caracterizam uma mulher segundo o estilo *Elle*.

Após o convencimento identificado a partir do regime da manipulação, é possível observar a presença do regime da programação. Do ponto de visto do destinador, tal fazer operatório é a própria periodicidade da revista, que é produzida e circulada mensalmente a partir da mesma linha editorial. No entanto, a manutenção desse papel temático (manutenção da linha editorial, cobertura de eventos agendados) pode levar à usura do sentido, conforme posto por Greimas em *Da Imperfeição* (2002). Para evitá-la, *Elle Brasil* renova o seu arranjo estético a cada edição, utilizando a dimensão sensível como um artifício na construção do sentido. Essa forma de ajustamento, que se dá por meio do contágio reativo, conforme visto anteriormente, é realizada com o objetivo de promover o novo dentro da programação prevista da mídia, de modo que, ao mudar a ordem sintagmática da publicação, ainda que as temáticas trabalhadas (cobertura anual de semanas de moda como o *SPFW*, por exemplo) e o arranjo estético permaneçam os mesmos, transformam-se os modos de parecer, que são retomados com um novo semantismo. Nessa situação, a possibilidade da ocorrência de um acidente é praticamente nula, já que as matérias veiculadas no site são editadas previamente e, caso necessário, posteriormente.

Na página da web, é importante ressaltar ainda o aumento da probabilidade de uma manipulação mal sucedida. Isso ocorre devido à rapidez com que as matérias são publicadas na internet, o que deixa pouco tempo para que o texto seja revisado pelo próprio repórter ou por outrem. Em grandes coberturas jornalísticas, como o *SPFW*, essa velocidade soma-se ao grande volume de material que tem que ser produzido por cada repórter, diminuindo ainda mais o nível de atenção com cada texto. A revista, no entanto, é capaz de promover,

caso queira, uma nova manipulação: na web, as matérias podem ser re-editadas ou postadas novamente.

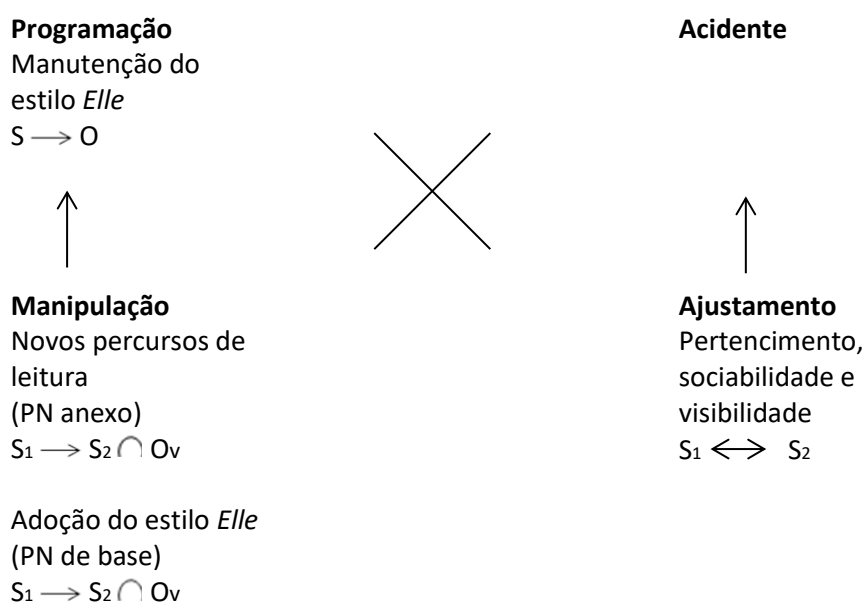
Esquema 13. Regimes de interação e de sentido identificados na página da web de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatador.



O percurso narrativo seguido pelo leitor da página da web, por sua vez, também passa pelos diferentes regimes de interação de sentido. Admitido enquanto sujeito de vontade, o destinatário é manipulado a adotar o estilo proposto por *Elle*, o que, do seu ponto de vista, pode ser considerado como uma “motivação decisória” (LANDOWSKI, 2014), no caso de uma primeira compra ou primeira leitura, ou uma “motivação confiança” (LANDOWSKI, 2014), no caso de um assinante ou um leitor regular. No regime da manipulação, existe também aqui a presença de um programa narrativo anexo a partir do uso de *links*. Ao dar continuidade ao consumo da publicação, no entanto, o destinatário/enunciatário adquire competências e passa a assumir um papel temático pré-definido que a manterá sob a expectativa de um desempenho programado, que é a adoção desse estilo. Tal continuidade, leva o leitor, a partir dos conteúdos apresentados em *Elle Brasil*, a vivenciar novas experiências advindas da constante renovação de competências cognitivas por meio do estilo, podendo levá-lo ao pertencimento social enquanto valor, à

sociabilidade a partir da possibilidade de interação com diferentes sujeitos a partir da adoção de determinado estilo e, em última instância, a uma maior visibilidade. Esse tipo de ajustamento, contudo, continua na instância do ajustamento reativo, ou seja, mediado pelo veículo de comunicação. Nesse caso, a possibilidade de um acidente continua pequena, devido ao caráter do ajustamento em questão.

Esquema 14. Regimes de interação e de sentido identificados na página da web de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatário.

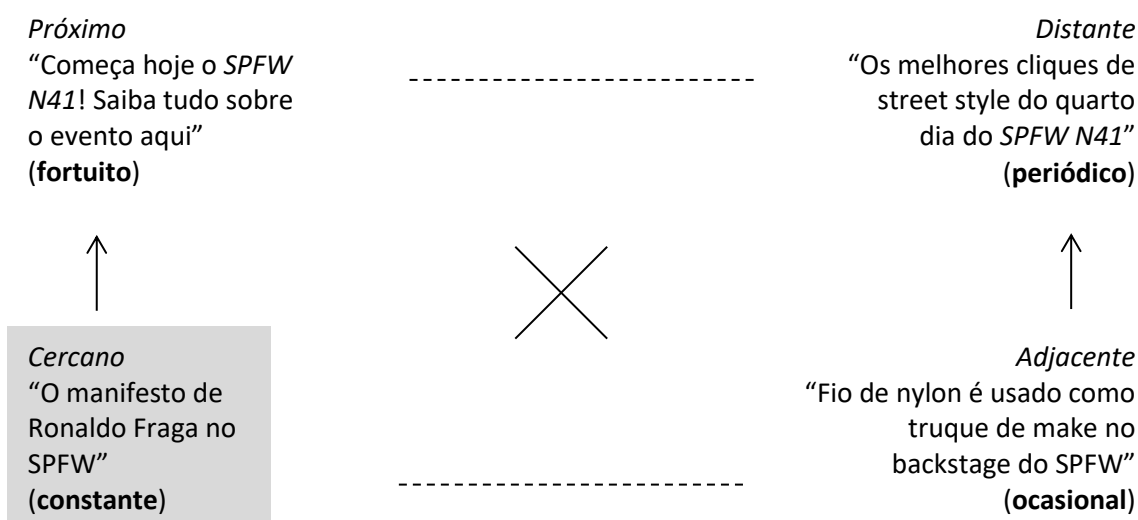


Em termos da relação estabelecida entre enunciador e enunciatário, uma das problemáticas centrais desta pesquisa, podemos ainda classificar os enunciados analisados na página da web de *Elle Brasil* de acordo com a oposição entre /próximo/ vs. /distante/ e dos subcontrários /não-distante/, trabalhado aqui por meio do termo /cercano/, e /não-próximo/, categoria /adjacente/. Na página da web, o enunciado “Começa hoje o *SPFW N4I!* Saiba tudo sobre o evento aqui” pode ser classificado na categoria /próximo/, pois estabelece uma relação *eultu* com o leitor a partir de estratégias discursivas como a delegação de vozes, o uso de verbos na segunda pessoa do subjuntivo e no imperativo e o uso prolífico de *links*. A postagem “O manifesto de Ronaldo Fraga no *SPFW*” pode ser enquadrada na categoria /cercano/, pois, embora permaneça falando sobre um *ele*, o texto jornalístico do gênero opinativo instala o jornalista (metonímia do destinador *Elle Brasil*) enquanto ator da

enunciação, ocupando a posição de narrador, sem utilizar-se da delegação de vozes a outros sujeitos e da instalação de outros interlocutores para narrar os fatos, artifício comum no texto jornalístico de gênero informativo.

A matéria “Fio de nylon é usado como truque de make no backstage do *SPFW*” encaixa-se na categoria /adjacente/, pois, apesar de falar de um *ela*, o enunciado nos dá a ver um *ela* que se encontra no regime de visibilidade do /não querer não ser visto/ (no camarim), em uma publicização dos papéis privados, o que termina por criar um efeito de sentido de maior proximidade. Já a matéria “Os melhores cliques de *street style* do quarto dia do *SPFW N41*” encontra-se na posição /distante/, pois se referem a um *ela* e a um *alhores* e um *então*, criando um efeito de sentido de distanciamento. O quadrado semiótico abaixo expõe a problemática:

Esquema 15. Quadrado semiótico das posições enunciativas identificadas nos enunciados da página da web de *Elle Brasil*.



A partir do quadrado semiótico proposto acima, que relaciona os enunciados escolhidos enquanto recorte do *corpus* a partir das categorias aspectuais na página da web de *Elle Brasil* e as relações enunciativas estabelecidas entre a revista e suas leitoras nesta plataforma midiática, é possível perceber que a posição /próximo/ é ocupada pelos enunciados considerados enquanto *fortuito* na página da web, a posição /distante/ é preenchida pelos enunciados *periódicos*, a /adjacente/, pelos enunciados da categoria

aspectual *ocasional*, e, por fim, a categoria enunciativa /cercano/ (/não-distante/) é que abarca a maioria dos enunciados veiculados no site de *Elle Brasil*, classificados como *constante*.

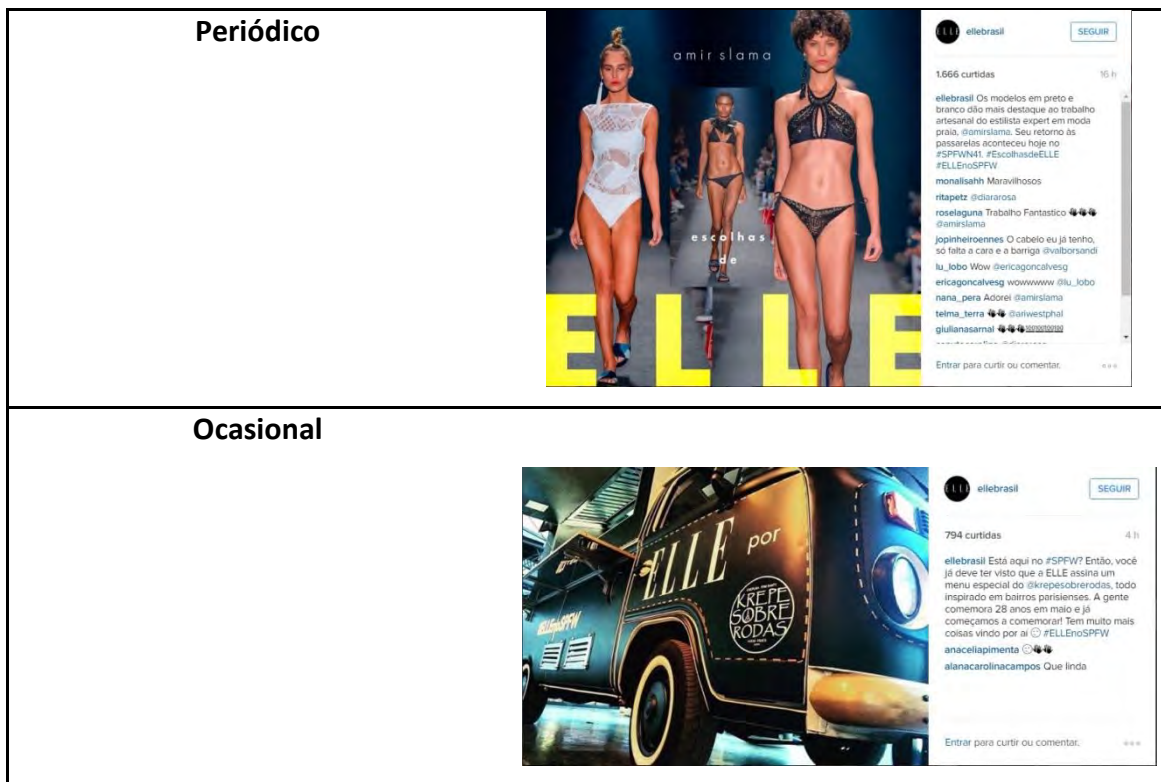
4.2 *Instagram*

Na cobertura de *Elle Brasil* no *SPFW N41*, o *Instagram* foi a rede social com o maior volume de postagens. Ao todo, foram realizadas 181 publicações durante os cinco dias (25 a 29 de abril) da semana de moda, o que totaliza uma média de 36 posts por dia. As postagens tinham início, geralmente, no começo da manhã (por volta das 8 horas) e continuavam até o fim das ocorrências relativas ao *SPFW* – o que poderia ser às 22 horas ou às 2 horas da manhã do dia seguinte.

Para compreender o grande volume de postagens no *Instagram*, no entanto, é preciso antes fazer uma breve explanação sobre o funcionamento da rede social. Ao contrário do *Facebook*, que filtra as postagens que aparecem nos *feeds* de notícias³³ a partir de algoritmos que levam em conta a relevância e a pertinência de determinados perfis ou assuntos com base no comportamento individual de cada usuário, o *Instagram* organiza as postagens que aparecem em seu *feed* por ordem cronológica. Ou seja, os posts sucedem-se uns aos outros em tempo real na espacialidade da rede social, de modo que a importância e a temporalidade de cada post são verificadas pelas categorias topológicas /alto/ (novo) vs. /baixo/ (velho).

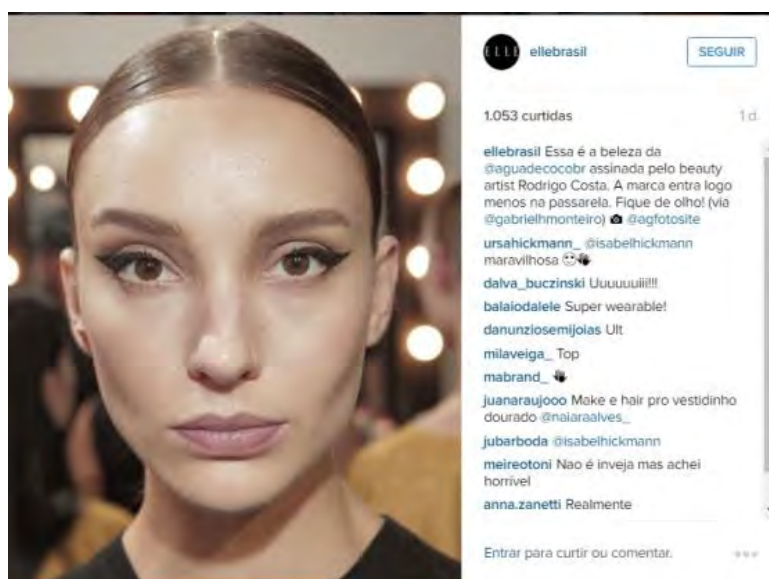
A organização dos enunciados do *Instagram* em uma topologia a partir da sua temporalidade (estabelecida pela materialidade e pela linguagem digital do aplicativo) faz com que os usuários da rede social produzam um maior volume de postagens distribuídas espaçadamente ao longo do dia, de modo a manter-se sempre no *feed* de notícias de seus usuários. Em termos aspectuais, é possível afirmar que a lógica do *Instagram* está em seu aspecto incoativo: é necessário estar sempre recomeçando o processo enunciativo para manter-se no espaço de visibilidade proporcionado pela rede social.

³³ Nas redes sociais, *feeds* de notícias são os espaços que reúnem e atualizam em tempo real os conteúdos e postagens de perfis e páginas selecionados pelo usuário.



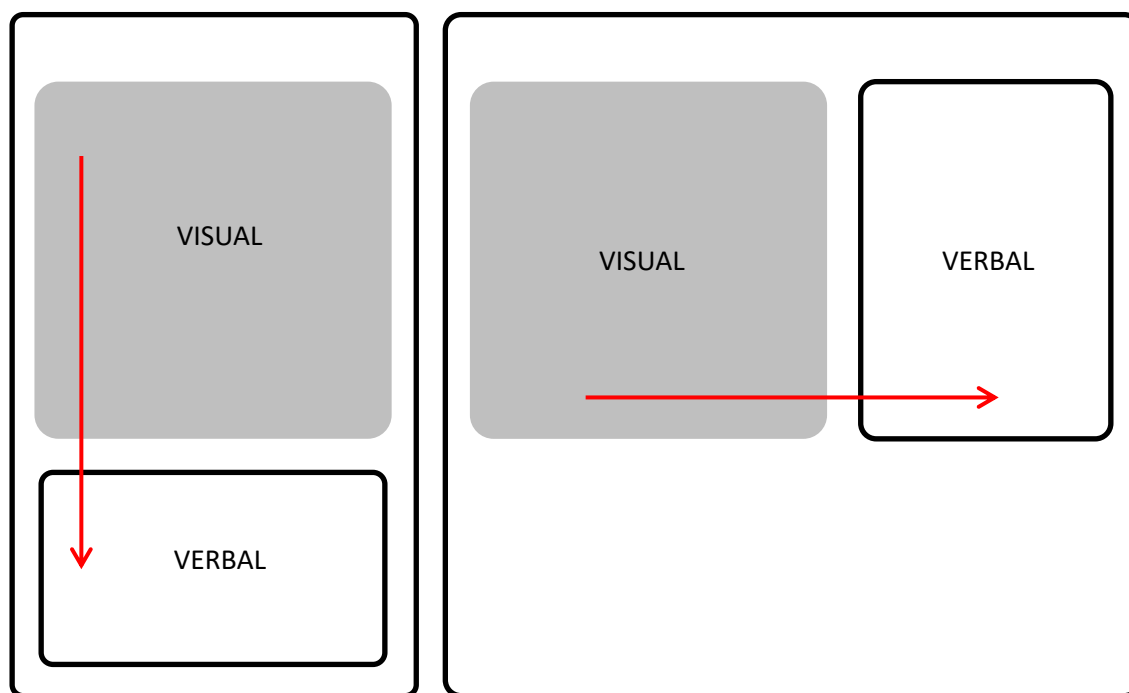
A análise do *Instagram* inicia-se pelo enunciado classificado na categoria aspectual *constante*. Publicado no dia 28 de abril, o post fala sobre a maquiagem das modelos fotografadas nos bastidores do desfile da *Água de Coco*. A postagem foi realizada minutos antes do desfile da marca no *SPFW N41*:

Imagem 32. Postagem de *Elle Brasil* sobre o desfile da marca *Água de Coco*, no dia 28 de abril de 2016. *Screenshot* da publicação visualizada pela página do *Instagram* na internet.



Para a análise, dividiremos a postagem em três partes: a imagem, a legenda da imagem e os comentários feitos pelos usuários. Rede social de compartilhamento de fotos, o *Instagram*, como era de se esperar, prioriza a substância visual sobre a verbal. Quando visualizada pelo aplicativo em algum dispositivo eletrônico de leitura (*tablet* ou *smartphone*), as fotos precedem suas legendas e seus respectivos comentários. Na leitura pela página da web (como na imagem acima), a fotografia está ao lado da legenda e dos comentários. Em ambos os casos, no entanto, é possível fazer a homologação entre as oposições topológicas /alto/ vs. /baixo/ e /esquerda/ vs. /direita/ com a maior importância que a foto possui sobre a substância verbal.

Esquema 16. Distribuição das substâncias verbais e visuais nos dois tipos possíveis de visualização do *Instagram*: pelo aplicativo (direita) e pela página da web (esquerda).



A imagem postada, assim como a maioria das outras veiculadas por *Elle Brasil* em seu perfil na rede social, possui o formato quadrado, característico do *Instagram*. A figura geométrica remete às fotografias de câmeras como a *Polaroid*, máquina fotográfica sucesso durante a segunda metade do século XX que revelava instantaneamente as fotos tiradas, impressas em papel pelo próprio equipamento. Além do formato das fotos, o *Instagram*

estabelece intertextualidade com a marca de câmeras fotográficas a partir do seu antigo logotipo³⁴ – uma releitura das antigas câmeras *Polaroides*.

Imagens 33a e 33b. Logomarca da rede social *Instagram* (direita) e máquina fotográfica *Polaroid* (esquerda): intertextualidade entre os arranjos sincréticos.



A intertextualidade existente entre o *Instagram* e as câmeras *Polaroides* nos dá a ver a recuperação, em uma rede social de compartilhamento de fotos, da temática da instantaneidade presente nas antigas câmeras. A concomitância entre a captura e a revelação de uma foto numa câmera *Polaroide* é figurativizada, no *Instagram*, pela captura e compartilhamento da fotografia na rede social. A prática, portanto, é aqui ressignificada: se, com a *Polaroide*, a apreciação da fotografia por outros sujeitos se dava em uma temporalidade e uma espacialidade compartilhadas, a partir da materialidade do papel, no *Instagram*, ela se dá por um processo enunciativo de um *então* e um *alhores*, mas que possui a concomitância enquanto efeito de sentido, e por uma materialidade eletrônica. Nessa lógica, se, no passado, a imagem era produzida e circulada no âmbito do /privado/, na rede social fotográfica, ela torna-se o principal enunciado veiculado num domínio /público/, espaço de visibilidade entre os usuários e seguidores inseridos no *Instagram*.

Voltando à análise da imagem, o enunciatário entra em sua leitura a partir do olhar da modelo. Ao manter o contato direto com a câmera, em um enquadramento de *close*, em que a figura humana encontra-se retratada do peito para cima, a modelo instala-se na enunciação enquanto interlocutora, delimitando no usuário, por outro lado, um

³⁴ A rede social *Instagram* trocou a sua logomarca em maio de 2016.

interlocutário. Tal relação passa a ser, na imagem, um *eu/tu*, em vez de um *ele* de quem se fala, o que provoca um efeito de sentido de aproximação entre enunciador e enunciatário.

O rosto da modelo – principal foco de atenção da foto e espacialidade na qual se realiza a temática da beleza e dos bastidores do desfile, em que os valores da marca estão figurativizados – encontra-se ainda cercado por pontos de luz fora de foco existentes no fundo da fotografia. Os pontos de luz demarcam a categoria cromática /luminoso/, em oposição ao /opaco/ presente no resto do fundo da figura, emoldurando o rosto da modelo e dirigindo o olhar do enunciatário ao olhar dela. Tal orientação a partir da distribuição topológica dos elementos (/fundo/ e /figura/) é reforçada ainda pela circularidade da luz que reitera a circularidade dos olhos da modelo – órgão do corpo humano responsável, por sua vez, por captar a luz.

Na legenda da foto, podemos ler “Essa é a beleza da @aguadecoco assinada pelo beauty artist Rodrigo Costa. A marca entra logo menos na passarela. Fique de olho! (via @gabrielhmonteiro) @agfotosite”. O efeito de sentido de aproximação obtido a partir da imagem é reiterado aqui pelo uso do pronome demonstrativo “essa”, que indica o espaço da cena enunciativa e refere-se ao espaço do enunciatário, aproximando, desse modo, o usuário da rede social dos bastidores do desfile.

A relação de aproximação entre enunciador e enunciatário é também apresentada aqui com o uso do verbo “ficar” na segunda pessoa do presente do subjuntivo, em “fique de olho!”. O uso do verbo instala o enunciatário como um interlocutário, além de funcionar como uma espécie de comando ou conselho responsável por modalizar o enunciatário a partir de um *dever* – o de acompanhar o desfile da *Água de Coco* e as informações de *Elle Brasil* sobre o *SPFW N41* a partir do seu perfil no *Instagram*.

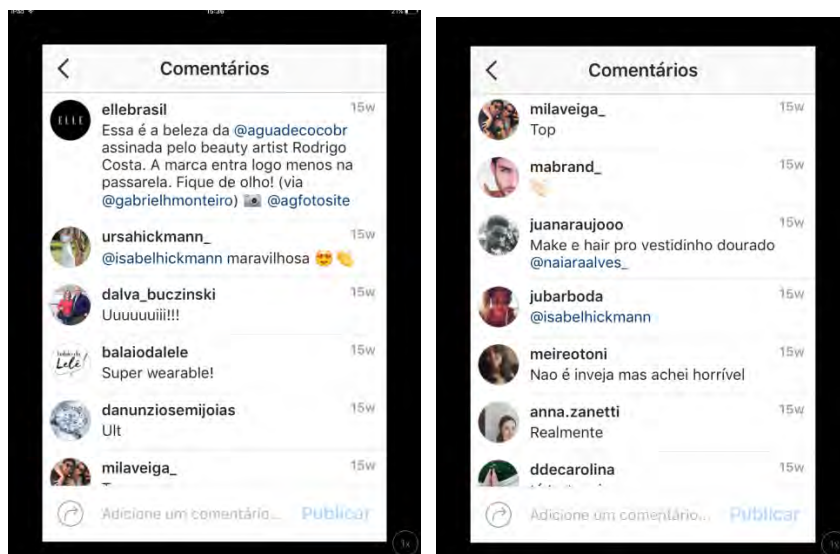
Por fim, o efeito de sentido de aproximação é obtido ainda a partir de uma debreagem enunciativa temporal. Na frase “A marca entra logo menos na passarela”, podemos notar a presença da expressão “logo menos”, variação de “logo mais”, comumente usada como uma locução adverbial de tempo que indica a proximidade com o evento do qual se fala. Ao utilizar “menos” em vez de “mais” na expressão, *Elle* diminui o intervalo de tempo do qual se fala, buscando um efeito de sentido de concomitância (ou de quase concomitância) entre a postagem nos bastidores e o desfile em questão.

Ainda na substância verbal, *Elle* utiliza-se do *hiperlink* a partir de dois recursos próprios à rede social *Instagram* (e a outras que seguem um modelo semelhante): a utilização do símbolo @ (arroba) para se referir a um perfil de um usuário. Utilizado também em endereços de email, o arroba é aqui usado pelo seu significado na língua inglesa: *at* (a preposição “em”, em português). Dessa maneira, utiliza-se o arroba para demarcar determinado endereço, responsável por figurativizar o usuário da rede social.

Nesse enunciado, o arroba aparece três vezes, em @aguadecoco, em @gabrielhmonteiro e @agfosite. Os três perfis aqui demarcados representam os sujeitos responsáveis pela co-enunciação da postagem em questão: a marca, presente na imagem a partir da modelo/interlocutora (@aguadecoco), o jornalista de *Elle* Gabriel Monteiro, que escreveu a postagem (@gabrielhmonteiro), e a agência de notícias que capturou e forneceu a fotografia (@agfosite). O que se percebe, portanto, é um processo de embreagem enunciativa actancial, em que os três co-enunciadores são instalados enquanto actantes do enunciado, em uma espécie de “assinatura” dos diferentes componentes que compõe a postagem jornalística.

Por fim, na parte relativa aos comentários, contabilizamos um total de 1053 curtidas e 11 comentários. As curtidas funcionam como uma sanção positiva do enunciatário em relação à performance de *Elle Brasil*, que é a cobertura jornalística do *SPFW N41* e a seleção das melhores proposições de estilo observadas na semana de moda. Os comentários, por sua vez, são um diálogo estabelecido entre enunciador (*Elle Brasil*) e enunciatário (usuário da rede social) e pelos enunciatários entre si. Desse modo, se, em determinado momento, um usuário pode ser classificado enquanto enunciatário, em outro, caso ele utilize a seção de comentários, torna-se enunciador.

Imagens 34a e 34b. Comentários de usuários na postagem sobre o desfile da marca *Água de Coco*.



Nos comentários, também é importante destacar a presença de substâncias verbais e visuais distribuídas em uma espacialidade. Em alguns comentários, há o uso de *emojis*, pequenos ideogramas criados por companhias telefônicas japonesas durante os anos 1990 utilizados comumente em trocas de mensagens de aplicativos eletrônicos e que figurativizam, em sua maioria, expressões faciais, objetos de uso comum, lugares, climas e animais. Em dois casos, notamos a presença de emojis que remetem ao movimento de palmas de mão. Os usuários, desse modo, figurativizam as palmas, uma prática comum de sanção positiva ao fim de um desfile de moda (performance), criando um efeito de sentido de aproximação entre enunciador e enunciatário, que se coloca no lugar da plateia do desfile.

A substância visual também está presente nos avatares – imagens responsáveis por identificar e figurativizar os usuários da rede social. Essas imagens instalam os atores da enunciação como actantes do enunciado, em um processo de embreagem enunciativa actancial. Tais actantes, no entanto, têm seu espaço e seu fazer demarcado pela /circularidade/, em oposição à categoria eidética da /retangularidade/, presente nas fotografias postadas no *Instagram*.

Na substância verbal, os comentários nos dão a ver um fazer sancionador por parte dos usuários, que pode ser ora positivo, ora negativo. Exemplos disso são os comentários “maravilhosa”, “top” e “não é inveja mas achei horrível” (sic). Já as marcações de usuários

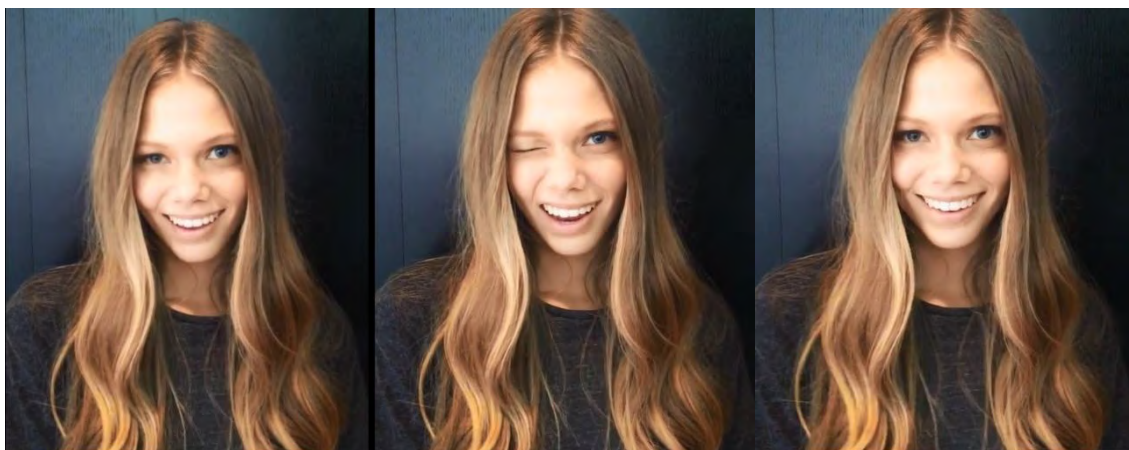
funcionam aqui como uma espécie de convite à conversa sobre determinado assunto (nesse caso, aquele da postagem realizada por *Elle Brasil*).

Na categoria *fortuito*, está a postagem feita a partir do *Boomerang* sobre os bastidores do desfile da marca *Vix*. Criado pelo próprio *Instagram*, o *Boomerang* é um aplicativo que transforma dez fotos sequenciais em vídeos curtos que são reproduzidos infinitamente em um loop para frente e para trás. A postagem foi realizada minutos antes do desfile.

Imagem 35. Postagem de *Elle Brasil* sobre o *backstage* da marca *Vix*, no dia 26 de abril de 2016. *Screenshot* da publicação visualizada pela página do *Instagram* na internet.



O enunciado é composto por um pequeno vídeo, a legenda do mesmo e a área de comentários. No vídeo, é possível ver uma modelo, enquadrada do peito para cima, sorrindo e piscando o olho. O formante cromático expõe a oposição entre a cor preta presente na parede do fundo da foto e o branco da pele da modelo, bem como o amarelo presente no seu cabelo. A diferença entre as respectivas categorias cromáticas distribuídas na topologia do vídeo guia o olhar do usuário para o rosto da modelo, espacialidade na qual se é possível identificar a beleza (composição de maquiagem e cabelo) da marca proposta pela postagem.



A linguagem cinética, somada à linguagem gestual da modelo, reproduz uma piscadela, expressão facial caracterizada pelo movimento de fechar e abrir apenas um dos olhos. Socialmente, um piscar de olhos pode figurativizar uma relação amistosa, uma sinalização positiva de assentimento ou até mesmo um flerte. A piscadela também pode funcionar em paralelo a determinada linguagem verbal (oral, no caso de uma situação comunicacional presencial entre dois sujeitos) a partir de uma relação em que a linguagem gestual pode indicar que o que se fala não é um dizer verdadeiro e, portanto, não deve ser levado a sério. Em todos os casos, no entanto, a piscadela geralmente implica em uma relação de intimidade entre os dois sujeitos, enunciador e enunciatário.

No enunciado em questão, as substâncias visual e cinética atuam reforçando uma informação contida na legenda (verbal escrito), figurativizando uma espécie de brincadeira realizada na maquiagem da modelo, conforme expõe o trecho:

Enquanto esperamos a apresentação da Osklen, já visitamos o backstage da @vixswim, estreante deste #SPFW. A beleza, assinada por @danielhernandezdh, traduz o clima praiano que tanto tem a ver com o estilo de Paula Hermanny. O truque de make fica por conta das sardas fakes, feitas com sombras marrom avermelhada e molhada, aqui na modelo @baumgartnerju (via @nathalialevy e @pedrojcamargo) #ELLEnoSPFW.

O que se pode perceber, portanto, é que as linguagens visual e cinética reforçam a artimanha (“sardas fakes”) realizada pelo maquiador e aqui informada por *Elle Brasil*. Aquilo que estava, então, na categoria do /não-ser/ e na dimensão da /mentira/ é aqui

revelado pela revista como “truque de make”, previsto enquanto uma doação de competências modais de *Elle Brasil* para seu enunciatário. Em última instância, a relação entre linguagens no arranjo sincrético provoca um efeito de sentido de aproximação entre enunciador e enunciatário, que estabelecem uma relação *eu/tu* por meio da modelo (interlocutora).

Ainda sobre a legenda da foto, é importante observar o uso do verbo na primeira pessoa do plural, em “Enquanto esperamos a apresentação da Osklen (...)”. O uso da primeira pessoal do plural dilui o *eu* da enunciação em um anonimato, de modo que não é o indivíduo que fala em seu próprio nome, mas em nome da equipe inteira que compõe a cobertura jornalística do *SPFW N41* de *Elle Brasil*, reconhecendo, dessa maneira, o processo de co-enunciação que permeia, por natureza, o fazer jornalístico. Há aqui então uma embreagem actancial enunciativa, em que uma pessoa é empregada com o valor de outra. O processo de embreagem actancial também pode ser observado a partir do uso do arroba para criar *links* para os perfis de outros usuários da rede social. Assim como no enunciado anterior, *Elle* instala, por meio do uso do *hiperlink*, os atores da enunciação enquanto actantes do enunciado.

A postagem teve 1358 curtidas e dez comentários. Entre eles, novamente podemos enxergar comentários que demonstram uma sanção pragmática por parte dos enunciatários – ora positiva, ora negativa –, bem como a convocação de outros usuários da rede social para realizar uma determinada interação na espacialidade e sobre a temática delimitada na postagem de *Elle Brasil*.

Imagens 37a e 37b. Comentários da postagem sobre os bastidores da marca *Vix*.



Novamente, temos o visual utilizado para figurativizar a linguagem gestual dos sujeitos, bem como os seus estados patêmicos. O verbal, por sua vez, é amplamente usado para circunscrever uma sanção positiva (“Que fofaaaa. Linda!”) e para convocar novos sujeitos para interação, transformando os enunciatários de outrora em enunciadores (“To apx @baumgartnerju perdeu @victordebrassi”).

Na categoria *periódico*, temos uma postagem publicada no dia 28 de abril que fala sobre as “Escolhas de *Elle*” no desfile da marca de moda praia *Amir Slama*. A postagem foi realizada no mesmo dia do desfile, com a diferença de aproximadamente uma hora.

Figura 38. Postagem de *Elle Brasil* sobre o desfile da marca *Amir Slama*, no dia 28 de abril de 2016. Screenshot da publicação visualizada pela página do *Instagram* na internet.



É possível perceber que a totalidade visual é composta pela montagem de três fotografias capturadas no momento do desfile justapostas às frases “*Amir Slama*” e “Escolhas de *Elle*”. Há na imagem, desse modo, a existência ainda de duas substâncias da expressão (verbal e visual), com a ressalva de que o verbal aqui, devido ao uso da linguagem tipográfica, adquire consistências estéticas e estésicas e também pode ser trabalhado a partir de suas qualidades visuais. É o verbal, inclusive, o responsável por guiar a leitura do enunciatário. Ao ocupar o preenchimento inteiro da imagem, as fotografias funcionam como a categoria topológica /fundo/, ao passo em que as frases, distribuídas ao longo da imagem, atuam como /figura/, destacando-se e chamando a atenção do leitor/usuário.

Na parte superior, está demarcada a marca responsável pelo desfile (*Amir Slama*), de modo que o verbal circunscreve aqui o enunciador do desfile que, no enunciado, ocupa a posição enunciativa de um *ele*, ou seja, de quem se fala. Esse *ele*, no entanto, é figurativizado na imagem por três *elas* – as três modelos nas três imagens escolhidas por *Elle*, que funcionam como interlocutoras do fazer prescritivo da marca, sancionado aqui pela revista. Temos, portanto, por meio da distribuição dos elementos na imagem e da utilização de duas linguagens diferentes a passagem de vozes entre a marca e suas modelos.

Tal passagem de vozes é reforçada pelo formante cromático. Nas fotografias, predomina o uso das cores preto, branco e cinza, que ocupa o fundo da passarela e, conseqüentemente, o fundo da imagem. Essas são as cores presentes ainda na figurativização da marca *Amir Slama* pela substância verbal, grafada em branco. O nome *Elle* aparece aqui então expresso em um amarelo vibrante, bastante saturado, o que reforça o caráter quente da cor e o seu efeito de sentido de aproximação, além de destacar a revista enquanto actante da enunciação, em um processo de embreagem enunciativa actancial. A revista, dessa maneira, reforça a si mesma como principal actante do enunciado.

A verticalidade dos corpos das fotografias dá a ver a maneira do sujeito de estar no mundo – este, um sujeito de fazer. É a mesma verticalidade do nome “*Elle*”, conforme mencionado em capítulos anteriores. Na montagem dos elementos visuais, os corpos aparecem intercalados com as letras, de modo que a verticalidade figurativiza que “estar na moda” é “estar em *Elle*”, que, por meio da horizontalidade do seu nome, oferece ao seu enunciatário diversas possibilidades de fazê-lo.

As fotos, por sua vez, são distribuídas na topologia com duas imagens na metade e uma terceira fotografia centralizada, em um tamanho menor, no meio. A disposição das imagens, somada à linguagem gestual das modelos nas fotos, que caminham na passarela, produz uma profundidade, o que termina por criar um efeito de sentido de movimento e, portanto, de dinamicidade da substância visual. Tal efeito de movimento provoca ainda, em última instância, uma aproximação entre enunciador e enunciatário, pois recupera a pontualidade do desfile de moda, ocorrência da qual se fala, em que as modelos se movimentam sobre a passarela.

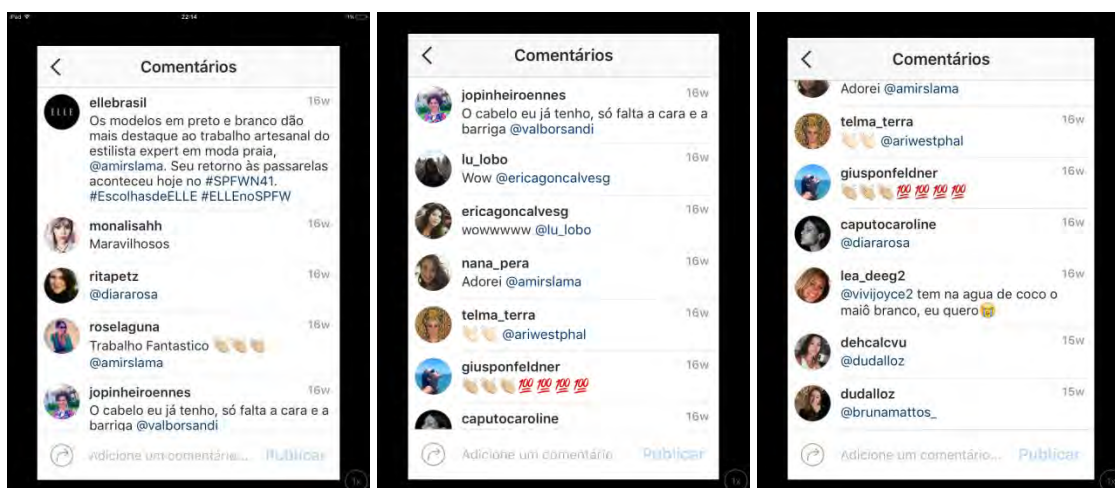
Passando à segunda parte do enunciado a ser analisada, a legenda, nós temos: “Os modelos em preto e branco dão mais destaque ao trabalho artesanal do estilista expert em moda praia, @amirslama. Seu retorno às passarelas aconteceu hoje no #SPFWN41. #EscolhasdeELLE #ELLEnoSPFW”. O pequeno tamanho deste recorte verbal reforça, mais uma vez, a importância da substância visual sobre a verbal, que funciona apenas como uma espécie de apêndice responsável por complementar a produção de sentido no arranjo sincrético da postagem na rede social.

Na legenda da foto, é possível perceber um esforço de *Elle Brasil* em construir a marca *Amir Slama* como um destinador competente, detentor de um *saber* e um *poder* dentro do campo da moda brasileira. A frase “expert em moda praia” qualifica o sujeito diante da seguidora da revista no *Instagram*, de modo que *Elle* utiliza as modelos do desfile da marca e suas proposições de estilo como modos prescritivos de estar na moda.

Na substância verbal, *Elle* vale-se do recurso do arroba para marcar outros perfis nas redes sociais, como “@amirslama”. Desse modo, na sua legenda, *Elle* instala um novo percurso de leitura que, caso aceito, levará o enunciador até a marca e ao *ethos* construído por ela mesma a partir das imagens postadas em seu perfil. No enunciado em questão, a revista também utiliza o recurso das *hashtags*, como em #SPFWN41, #EscolhasdeELLE e #ELLEnoSPFW. O uso das *hashtags* dimensiona a proporção que determinado assunto toma na rede social: #SPFWN41 teve 27.374 menções, #EscolhasdeELLE, 248, e #ELLEnoSPFW, 2.433.

Por fim, voltamo-nos à terceira seção de análise do enunciado, os comentários. Na postagem em questão, foram, ao todo, 1666 curtidas e 13 comentários.

Imagens 39a, 39b e 39c. Comentários da postagem sobre o desfile da marca *Água de Coco*.



No caso do enunciado em questão, é importante observar o uso de vários emojis que encenam o movimento de palmas. Os usuários, desse modo, figurativizam as palmas, uma prática comum de sanção positiva ao fim de um desfile de moda (performance), criando um efeito de sentido de aproximação entre enunciador e enunciatário, que se coloca no lugar da plateia do desfile (enunciatários da marca *Amir Slama*). No verbal, existe a divisão entre os comentários em si e a marcação de outros usuários nas redes sociais. Os comentários (como “maravilhosos” e “adorei”) também indicam os usuários enquanto sujeitos responsáveis pela sanção da performance da revista, que, por sua vez, refere-se a uma outra performance anterior, o desfile da marca *Amir Slama*. Já as marcações de usuários funcionam aqui como uma espécie de convite à conversa sobre determinado assunto (nesse caso, aquele da postagem realizada por *Elle Brasil*). Exemplo são os comentários trocados entre duas usuárias: “wow @ericagoncalvesg”, que responde com um “wowwww @lu_lobo”.

Por fim, em ocasional, está a postagem realizada no dia 26 de abril sobre um *food truck* de *Elle Brasil* em parceria com a marca *Krepe Sobre Rodas* que circulou pelos corredores do *SPFW N41*. A postagem foi publicada por volta das 18 horas.

Imagem 40. Postagem de *Elle Brasil* sobre o seu *food truck* no *SPFW N41*, no dia 26 de abril de 2016. Screenshot da publicação visualizada pela página do *Instagram* na internet.



A fotografia é registrada a partir de um ângulo contra-plongée, enquadramento em que a câmera está localizada abaixo do objeto retratado, mas faz com que o espectador veja a cena de baixo para cima. A utilização desse ângulo engrandece o sujeito fotografado, colocando na posição topológica do /alto/ a logomarca da revista *Elle*, em um processo de embreagem enunciativa actorial, dispondo o enunciador (agora, actante do enunciado) em uma relação de superioridade em relação ao seu enunciatário (cujo ponto de vista está localizado embaixo). A linguagem cinematográfica, dessa forma, é usada para instalar o enunciador como actante do enunciado e colocá-lo em uma posição de superioridade, de modo que o olhar do leitor direciona-se para o enunciador *Elle*.

A orientação de leitura é reforçada ainda pelo cromatismo. O fundo preto da imagem faz com que os elementos dispostos nas cores brancas (entre eles, a logomarca de *Elle Brasil*) se sobressaiam aos olhos do enunciatário. Esses elementos, por conta do enquadramento, são dispostos em uma diagonal, que cria uma linha de leitura do canto esquerdo para o direito, provocando um efeito de sentido de dinamismo e, até mesmo, de movimento, figurativizando o *fazer* de vanguarda de *Elle Brasil* na moda brasileira e no *SPFW N41*: um sujeito que busca estar à frente de seu tempo. A combinação entre preto e branco reitera também o projeto gráfico, e, portanto, a identidade, da publicação, reforçando a figuratividade da presença da revista no veículo.

Entre os elementos destacados, é importante observar a *hashtag* #ELLEnoSPFW, grafada no veículo e localizada no canto esquerdo da foto. O uso da *hashtag* em um ambiente que não é o virtual modaliza o destinatário conforme um *querer fazer*, que é fotografar os objetos de *Elle Brasil* – nos quais a revista encontra-se figurativizada – e utilizar a *hashtag* para demarcar a pontualidade da sua presença na semana de moda, além de incluir-se no grupo de leitores de *Elle Brasil*, o que termina em um ganho de visibilidade pelo destinatário, que se torna destinador.

Outro elemento plasmado no arranjo sincrético da fotografia por meio da linguagem verbal escrita é a logomarca da outra marca que, no caso do *food truck*, atua em co-enunciação com *Elle Brasil*. Aqui é possível reconhecer novamente o uso da circularidade como alternativa para demarcar a alteridade da publicação. Essa categoria eidética é utilizada para circunscrever o sujeito que não é *Elle Brasil*. É interessante notar também o detalhe existente no contorno do traçado do *food truck*: linhas descontínuas que remetem a uma costura sobre couro. O formante eidético do plano da expressão figurativiza assim o campo no qual *Elle Brasil* realiza a sua performance: o campo da moda.

Na legenda da foto, é possível ler:

Está aqui no #SPFW? Então, você já deve ter visto que a *ELLE* assina um menu especial do @krepesobrerodas, todo inspirado em bairros parisienses. A gente comemora 28 anos em maio e já começamos a comemorar! Tem muito mais coisas vindo por aí #ELLEnoSPFW.

Logo na primeira frase, podemos observar a interrogação “Está aqui no #SPFW?”. Ao direcionar a pergunta ao usuário da rede social, *Elle Brasil* instala no discurso a figura do interlocutário, em um processo de debreagem enunciativa actancial, em que a enunciação se dá a partir de um *eut/tu*. O efeito de sentido de aproximação é reforçado ainda pela debreagem enunciativa espacial por meio do uso do advérbio “aqui”, delimitando uma espacialidade que é a mesma do interlocutário.

No resto da legenda, a revista explica que o *food truck* é uma iniciativa em parceria com uma outra marca e que possui um menu inspirado em bairros parisienses em comemoração aos 28 anos de *Elle Brasil*. Ao optar por um restaurante sobre rodas que reúne no cardápio diferentes tipos de crepes, comida tipicamente francesa, a publicação

recupera a anterioridade de *Elle* enquanto um título de origem francesa, figurativizado pela opção gastronômica e pelo menu “inspirado em bairros parisienses”. Assim, em comemoração ao seu aniversário, a revista reforça a identidade de publicação originalmente francesa, recuperando, desse modo, os valores a ela relacionados, como elegância, vanguarda e originalidade.

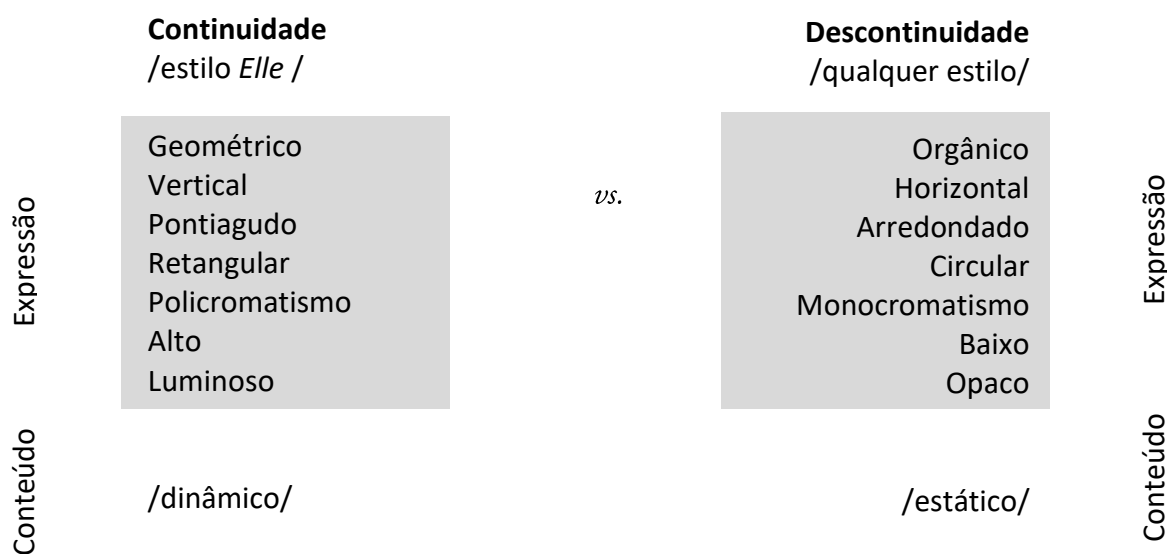
Se comparada às postagens anteriores, o enunciado em questão teve menos retorno dos outros usuários da rede social, alcançando apenas 794 curtidas e dois comentários. Em ambos, é possível observar uma sanção positiva por parte dos usuários: um a partir da linguagem visual, por meio do uso de emojis, outro com a linguagem verbal (“Que linda”).



Imagem 41. Comentários da postagem sobre o *food truck* de *Elle Brasil*.

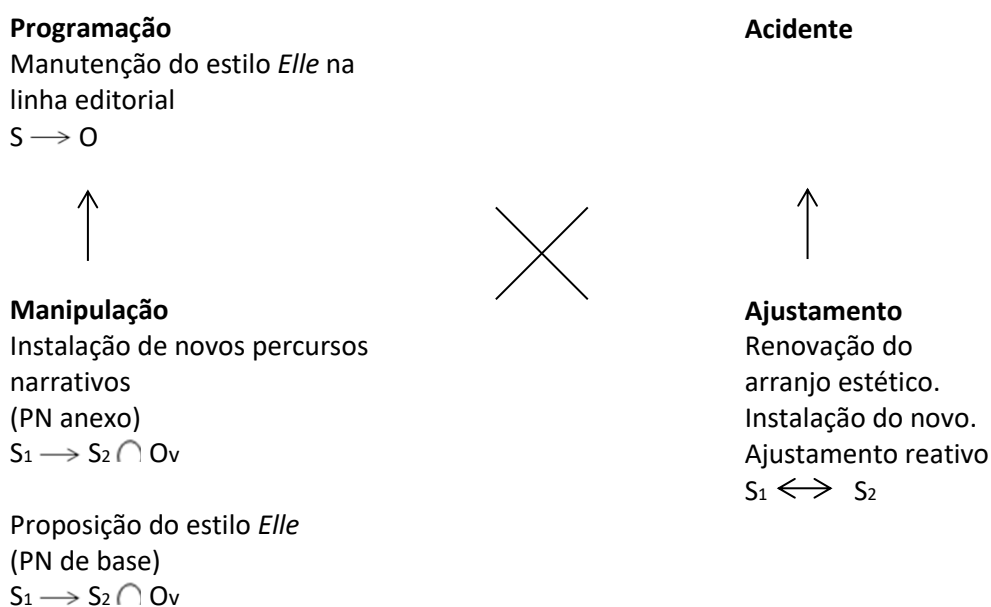
A partir da apreensão dos formantes do plano da expressão e de suas homologações no plano do conteúdo, chegamos à tabela da sistematização dos dois planos nas postagens de *Elle Brasil* na rede social *Instagram*:

Esquema 17. Sistematização das categorias encontradas nos enunciados do *Instagram* de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/.



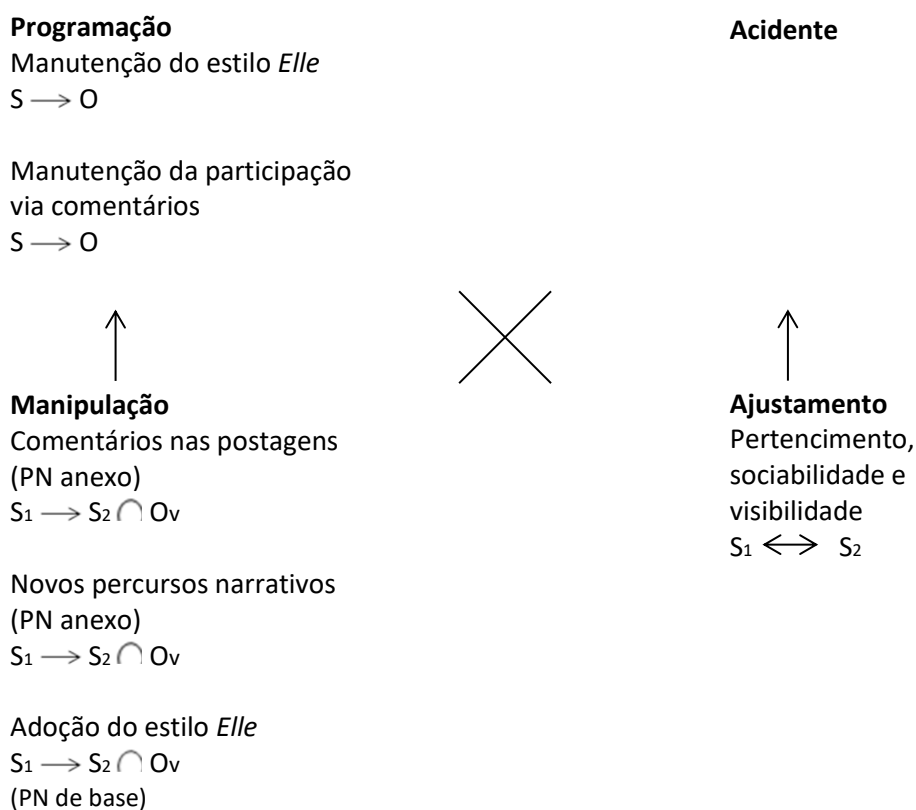
No nível narrativo, além do programa narrativo de base, semelhante ao de outras mídias, que traz um destinador/enunciador (S1) que exerce um fazer manipulatório sobre a leitora, existe um programa narrativo anexo a partir do recurso do *hiperlink* nas menções a outros usuários da rede social. A ocorrência do regime do acidente aqui também é próxima de nula, pois os comentários podem ser deletados e as próprias postagens podem ser editadas posteriormente pelo destinador.

Esquema 18. Regimes de interação e de sentido identificados no *Instagram* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinador.



O percurso narrativo do destinatário, no entanto, sofre alterações em relação à mídia anterior. Além da existência de um programa narrativo anexo devido ao uso de *hiperlinks* e, conseqüentemente, a instalação de novos percursos de leitura no mesmo suporte material, é importante reconhecer a troca de posições enunciativas nas ocasiões em que os usuários fazem um comentário na postagem e, desse modo, tornam-se enunciadores. Nesse caso, devido ao caráter reativo do ajustamento observado, a possibilidade de um acidente também é próxima de zero.

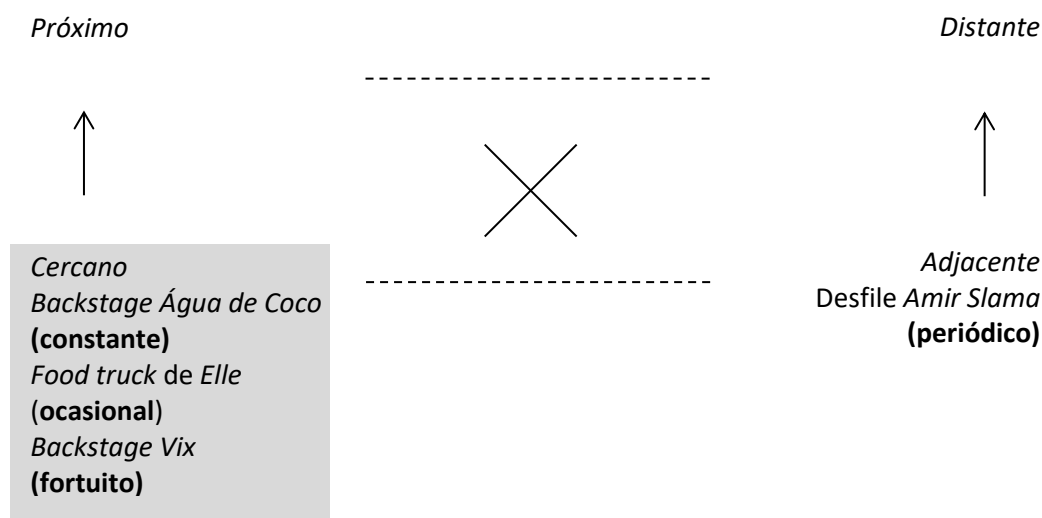
Esquema 19. Regimes de interação e de sentido identificados no *Instagram* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatário.



Sobre o quadrado traçado a partir dos efeitos de sentido produzidos pelo processo da enunciação, as postagens no perfil do *Instagram* de *Elle Brasil* nos mostram que a revista buscava usar processos de debreagens actoriais, temporais e espaciais na tentativa de criar um efeito de sentido de aproximação entre enunciador e enunciatário, procurando, inclusive, estabelecer uma relação de concomitância entre os eventos relatores e os posts publicados. Além disso, a partir da utilização de recursos da rede social, como o uso do

arroba e das *hashtags*, a publicação tentou instalar como actantes do enunciado os atores da enunciação, figurativizados nas postagens por meio da substância verbal.

Esquema 20. Quadrado semiótico das posições enunciativas identificadas nos enunciados do *Instagram* de *Elle Brasil*.



A maioria dos enunciados veiculados no perfil do *Instagram* de *Elle Brasil* podem ser classificados conforme a categoria /cercano/ (/não-distante/). Isso ocorre porque neles há a instalação de interlocutores e interlocutários no discurso, bem como a demarcação de um *aqui* e um *agora*. Os processos de debreagem enunciativa, contudo, não ocorriam os três ao mesmo tempo e não existia uma concomitância de fato entre o tempo da enunciação e do enunciado. Já a postagem sobre o desfile da marca *Amir Slama* pode ser classificada enquanto adjacente (não-próximo), pois, apesar de delimitar a temporalidade como no mesmo dia do acontecimento, ela ainda refere-se a um *ele* e a um *alhores*.

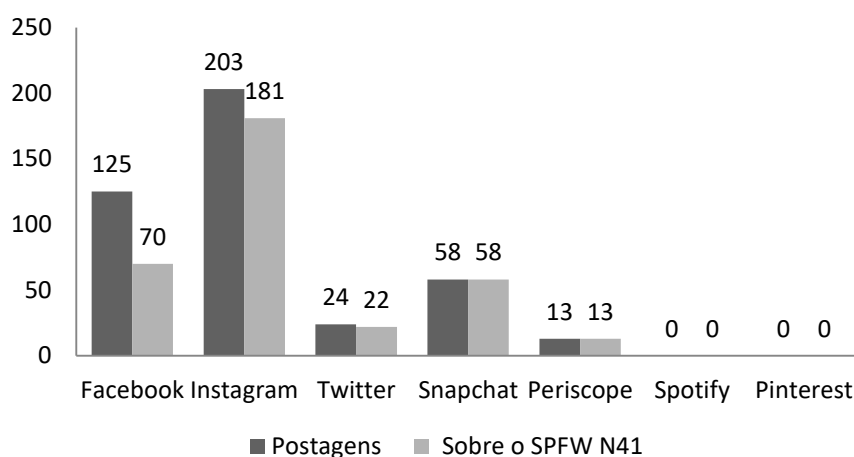
4.3 Facebook

Rede social mais popular do mundo conforme o seu número de usuários ativos³⁵, o *Facebook* foi a segunda plataforma mais acionada por *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41*. Ao longo dos cinco dias do evento, foram realizadas 70 postagens sobre as

³⁵ Informação retirada do portal Statista, disponível em <<https://www.statista.com/statistics/265773/market-share-of-the-most-popular-social-media-websites-in-the-us/>>. Acesso em 19 de setembro de 2016.

ocorrências da semana de moda no perfil de *Elle Brasil*. Ao contrário de outras redes sociais, no entanto, que dedicaram o seu uso exclusivamente a notícias relacionadas ao *SPFW N41*, o *Facebook* dividiu espaço entre a semana de moda e postagens relacionadas a outras temáticas. A proporção obtida entre os assuntos trabalhados nas postagens do perfil de *Elle Brasil* em suas redes sociais referente ao período entre 25 e 29 de abril pode ser observada no gráfico abaixo:

Tabela 3. Temática das postagens de *Elle Brasil* em suas redes sociais durante a cobertura do *SPFW N41*.



A maior recorrência de outros assuntos ocorre pois o *Facebook* possui um recurso que permite o agendamento de postagens, que pode ser realizado previamente pelo administrador da página. A ferramenta permite que o administrador marque a publicação de um post para até seis meses no futuro, com precisão de data e horário. Quando o horário for atingido, o post torna-se automaticamente visível para os seus leitores. Desse modo, *Elle* foi capaz de agendar publicações sobre “matérias frias” (ou seja, aquelas que não requerem publicação imediata à sua produção), não referentes ao *SPFW N41*, que possuíam *link* externo para conteúdo no portal *M de Mulher*. Ainda assim, por tratar-se do principal evento na moda brasileira durante a semana – e, até mesmo, durante o semestre – o *SPFW N41* ocupou lugar de destaque como a principal pauta durante o intervalo entre os dias 25 e 29 de abril na página do *Facebook* de *Elle Brasil*.







Apesar de ser a segunda rede social mais acionada pela revista durante o evento, a cobertura da semana de moda a partir do *Facebook* não funcionou de forma independente. Todas as postagens realizadas continham um *link* para uma matéria publicada na página da

web de *Elle Brasil* no portal *M de Mulher*. Para que houvesse uso do *Facebook*, portanto, era necessário que já houvesse um post previamente escrito e publicado no portal, o que prejudicou o uso da rede social como plataforma midiática demarcada por uma temporalidade instantânea, a exemplo do ocorreu em aplicativos como o *Instagram* e o *Snapchat*.

Embora as postagens do *Facebook* estivessem diretamente ligadas a matérias publicadas no portal *M de Mulher*, outros elementos próprios dos conteúdos veiculados na rede social, como o texto anexado ao *link* publicado, bem como a possibilidade da realização de comentários por parte dos usuários a partir de linguagens verbal escrita e visual (uso de emojis, gifs ou imagens), tornam os posts da rede social um arranjo sincrético próprio, detentor de uma nova totalidade significativa em relação às outras plataformas midiáticas da revista. Além disso, é possível destacar ainda um segundo grupo de postagens realizadas a partir do *Facebook*: as transmissões via *Facebook Live*. Lançado em 2015, a ferramenta permite a transmissão de vídeos em tempo real. Durante a transmissão, é possível curtir, comentar e até compartilhar o *link* para *streaming*. A partir do uso do recurso, determinadas postagens de *Elle Brasil* se valem de outro arranjo sincrético de linguagens, produzindo enunciados próprios à rede social.

Em relação à categorização aspectual feita no capítulo anterior sobre as postagens feitas no *Facebook*, temos, na categoria aspectual *constante*, a postagem realizada no dia 26 de abril sobre o desfile da estilista Adriana Degreas. Em *fortuito*, encontra-se a postagem feita sobre o estilo dos convidados do terceiro dia de *SPFW*, no dia 28. Em *periódico*, a transmissão via *Facebook Live* realizada no dia 28 de abril sobre o balanço do dia com a jornalista Chantal Sordi e, em *ocasional*, uma entrevista do dia 27 de abril, também realizada pelo *Facebook Live*, com a cantora Karol Conka.

Tabela 4. Enunciados selecionados como *corpus* do Facebook de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais.

Categoria aspectual	Enunciado
<p style="text-align: center;">Constante</p>	 <p>ELLE BRASIL Ontem às 18:21 · 🌐</p> <p>Origamis na lycra se misturaram a sutiãs com enfeites-ouriço, espinhosíssimos. Lembra dos famosos biquínis com sutiã de coco? Eles voltaram.</p>  <p>Adriana Degreas leva modelagens inusitadas à moda praia</p> <p>Meio japonesas, meio índias são as moças da exótica coleção de Adriana Degreas para o próximo verão. A designer segue em seu trabalho de levar modelagens... MDEMULHER.ABRIL.COM.BR</p>
<p style="text-align: center;">Fortuito</p>	 <p>ELLE BRASIL Ontem às 10:58 · 🌐</p> <p>Desfiles como Reinaldo Lourenço, Á La Garçonne e Lenny Niemeyer reuniram várias fashionistas.</p>  <p>Quais foram o looks que as convidadas usaram no terceiro dia de SPFW 🟢</p> <p>Este campo genérico trata a saída do campo legenda do bloco card, e tem um template específico que está no tema mdemulher. MDEMULHER.ABRIL.COM.BR</p>
<p style="text-align: center;">Periódico</p>	 <p>ELLE BRASIL fez uma transmissão ao vivo. 20 h · 🌐</p> <p>Tudo sobre o quarto dia de SPFW com Chantal Sordi</p>  <p>7,2 mil visualizações</p> <p>👍 Curtir 💬 Comentar ➦ Compartilhar</p>

Ocasional



No primeiro enunciado, classificado de acordo com a categoria aspectual constante, temos a postagem com a matéria publicada no dia 26 de abril no portal *M de Mulher* sobre o desfile da marca de moda praia *Adriana Degreas*. O post foi publicado às 18h21, cerca de duas horas após o desfile, ocorrido às 16h.



Imagem 41. Postagem sobre o desfile de Adriana Degreas no *Facebook* de *Elle Brasil*.

O formato das postagens do *Facebook* pode ser dividido em quatro áreas: o *status*, localizado na parte superior; a fotografia, o título e a abertura da matéria, todos os três originários da resenha publicada na página da web, e, por fim, os comentários dos leitores. Assim como outras redes sociais, o *Facebook* dá maior destaque ao sistema linguístico visual, que se encontra localizado no centro da topologia da postagem, ocupando uma área maior em relação aos outros componentes do post construídos a partir da linguagem verbal escrita. É a partir da visualidade, portanto, que o usuário adentra a leitura do enunciado. O percurso realizado pelo olhar do enunciatário, no entanto, não tem início no texto verbal localizado acima da foto, mas no título da sua matéria e em sua abertura, dispostos na parte inferior da postagem:

Imagem 42. Ordenação do fluxo de leitura nas postagens realizadas no *Facebook*: fotografia, legenda e status.



Isso ocorre pois existe uma diferença no tamanho da fonte entre os três blocos textuais verbais. O título, escrito em uma fonte serifada de maior tamanho e localizado logo abaixo da fotografia, funciona como o segundo ponto de atenção da topologia da postagem,

de modo que o olhar do enunciatário, antes concentrado na foto, segue o seu fluxo de leitura de cima para baixo. Em seguida, as serifas da tipografia utilizada no título permitem um fluxo de leitura que guia o enunciatário para o bloco textual verbal abaixo, que contém a abertura da foto utilizada na postagem e originária da matéria do site de *Elle Brasil*. Apenas depois de passar pelo arranjo entre fotografia e texto verbal escrito, delimitados aqui por uma retangularidade, o enunciatário dirige-se ao texto verbal escrito localizado na parte superior, que funciona como uma espécie de complemento às informações vinculadas à matéria sobre o desfile.

A fotografia, primeira área do enunciado a ser analisada, é disposta na postagem em uma posição horizontal, determinada pelo projeto editorial da própria rede social, que adota o mesmo formato para todas as postagens com *links*. Desse modo, podemos homologar as categorias do plano da expressão /horizontal/ e /retangular/ com a categoria do plano do conteúdo /externo/, já que ambas dão a ver a passagem do enunciado para uma espacialidade que se encontra fora da rede social. Dentro da horizontalidade da fotografia, no entanto, estão inseridos os corpos das modelos em movimento durante o desfile. É nessa verticalidade que se encontra o estilo e o modo de ser sancionado e construído por *Elle Brasil* em suas plataformas midiáticas.

A disposição das modelos – uma de frente para a câmera, avançando, e outra de costas, retornando –, caracteriza o ritmo de um desfile, em que os diversos corpos sucedem-se entre si, encadeando a proposição do estilo e, portanto, dos valores da marca, e figurativiza o caráter cíclico da própria moda, em que o novo é substituído por algo mais novo, continuamente. Ainda na foto, é possível perceber uma gradação que vai do /escuro/, localizado na parte esquerda, onde está a plateia do desfile, e o /claro/, luminosidade que emana da primeira modelo em direção à segunda e destaca os corpos ao olhar do leitor.

No título, abaixo, é possível ler “Adriana Degreas leva modelagens inusitadas à moda praia”. A estilista Adriana Degreas é aqui construída por *Elle Brasil* enquanto um sujeito de fazer, responsável por provocar mudanças no campo da moda brasileira. A performance da *designer* é “levar modelagens inusitadas à moda praia”. O termo “modelagens”, identificado aqui gramaticalmente como objeto direto, está associado ao universo semântico da moda, mais especificamente, a um fazer ligado à moda, que é o de

produção de uma peça do vestuário. Ao optar pela palavra “modelagens” em vez de “modelos”, por exemplo, a revista demarca o seu enunciatário como alguém que detém um *saber* a partir das operações próprias do campo da moda.

O adjetivo ligado ao substantivo “modelagens” é o termo “inusitadas”. Definido como “algo que foge aos padrões”, “surpreendente” ou “incomum”, o qualificante “inusitadas” revela um traço transgressor da proposta da estilista no *SPFW N41*, característica avaliada enquanto eufórica no campo da moda, que busca a construção do novo a partir da quebra de padrões estabelecidos. Por fim, o título demarca ainda a área específica de atuação da *designer*: “moda praia”. A expressão delimita, portanto, um fazer particular dentro da moda brasileira, relacionando o valor “inusitadas” com um determinado setor de vestuário.

Na construção da postagem do *Facebook*, a legenda da foto, disposta abaixo do título, pode funcionar como uma espécie de abertura ou “sutiã”, pequena linha de texto utilizada abaixo do título para destacar informações importantes sobre determinada matéria. No enunciado em questão, têm-se: “Meio japonesas, meio índias são as moças da exótica coleção de Adriana Degreas para o próximo verão. A designer segue em seu trabalho de levar modelagens...”. O trecho é, na verdade, o início da matéria publicada no site de *Elle Brasil* sobre o desfile de Adriana Degreas. Ao veicular o *link* da resenha no *Facebook*, o formato da rede social transforma o início do texto verbal vinculado ao *link* em uma abertura para a postagem, de modo que é a partir do início da leitura da própria matéria que *Elle Brasil* exerce o seu *fazer fazer*, instalando um novo percurso de leitura ao seu enunciatário.

A manipulação identificada nesse recurso, próprio da rede social, é a por tentação, de modo que se tem algo que é prometido pelo manipulador – nesse caso, a leitura do texto. Ao ler as primeiras linhas da resenha, fazer interrompido pelo uso da reticência, o usuário entra em contato com o descontínuo, de modo que a continuidade da matéria encontra-se apenas em outra espacialidade, a da página da web. “Para o próximo verão”, *Elle* revela apenas que as “moças” da coleção de Adriana Degreas são “meio japonesas, meio índias”, sem chegar a falar sobre as modelagens, traço julgado pela revista como o de maior importância dentro do desfile, utilizado para a composição do título.

O usuário obtém mais informações apenas a partir da leitura do *status* da postagem, localizado acima da fotografia: “Origamis na lycra se misturam a sutiãs com enfeites-ouriço, espinhosíssimos. Lembra dos famosos biquínis com sutiã de coco? Eles voltaram”. A temática da orientalidade apresentada no início da matéria publicada no site de *Elle Brasil* localizado abaixo do título é, portanto, reiterada no *status*, figurativizada a partir de expressões como “origamis”. A temática da moda praia, por outro lado, é figurativizada por “enfeites-ouriço” e “sutiã de coco”. E as “modelagens”, citadas no título, são observadas a partir do uso de termos ligados ao vestuário e a formas, como “origamis” (dobraduras japonesas), “espinhosíssimos” e “sutiã coco” (formato do sutiã).

Pode-se perceber, portanto, que, neste enunciado veiculado no *Facebook* de *Elle Brasil*, a figurativização das temáticas observadas no desfile da estilista Adriana Degreas é feita, em grande parte, a partir da linguagem verbal escrita, que descreve os detalhes das peças da nova coleção lançada no *SPFW N41*. A fotografia – que retrata aqui as modelos na passarela durante o evento noticiado – ocupa, portanto, a função de chamar a atenção do leitor ao iniciar o seu percurso de leitura pela topologia da postagem e criar um efeito de sentido de verossimilhança, aproximando enunciadador e enunciatário.

Tal efeito de sentido de proximidade pode ser observado ainda na frase “Lembra dos famosos biquínis com sutiã de coco? Eles voltaram”. Ao levantar a questão dirigindo-se ao leitor, *Elle Brasil* passa a atuar a partir da instância enunciativa do interlocutor. Apesar de proceder a partir de uma relação *eu/tu*, em um processo de debreagem enunciativa actorial, a frase refere-se a um *alhores*, em uma debreagem enunciativa temporal. O traço pode ser identificado por meio do uso do verbo “lembra”, que demarca um determinado intervalo temporal que se encontra no passado. É lá, segundo a revista, onde a estilista buscou suas referências para trazer novamente ao público uma determinada peça de roupa, reforçando, portanto, o caráter cíclico da moda.

Apesar de ter registrado 123 curtidas e cinco compartilhamentos, a postagem sobre o desfile da estilista Adriana Degreas obteve apenas um comentário. Nele, uma usuária afirma: “amei o desfile de adriana degreas..essa pecada (sic) oriental tropical nas roupas..e o make forte de azul e amarelo incrível desfile impecável”. No comentário, é possível perceber que a usuária não obedece a determinadas regras da língua portuguesa, comentando erros

de digitação, pontuação e ignorando o uso de letras maiúsculas. A linguagem, no entanto, aproxima-se do que ficou conhecido como “internetês”, neologismo utilizado para designar determinados usos da língua comuns ao ambiente virtual, como a abreviação de palavras, a ausência de pontuação, uso restrito de caracteres e uso da fonética em detrimento da etimologia. Tal linguagem, portanto, está ligada a uma rapidez característica das interações estabelecidas no ambiente virtual, bem como da língua falada, o que reforça o efeito de aproximação entre *Elle Brasil* e sua leitora, que atua aqui enquanto enunciador.

Assim como em outras redes sociais, a usuária aqui trabalha enquanto destinatador julgador, exercendo uma sanção positiva sobre o desfile de Adriana Degreas, classificado como “incrível” e “impecável”. Ela assume o verbo em primeira pessoa (“amei”) para dar sua opinião sobre a coleção da estilista, em um processo de debregagem enunciativa actorial, reiterando a aproximação entre a usuária e a revista. Ao comentar sobre a “pecada (sic) oriental tropical” e a “make forte de azul e amarelo”, a usuária se constrói enquanto um sujeito que detém determinado *saber* em um espaço de visibilidade que é a página no *Facebook* de *Elle Brasil*.

Na categoria aspectual *fortuito*, temos a postagem feita sobre o estilo dos convidados do terceiro dia de *SPFW*, no dia 28. O post, realizado às 10h30 da manhã, trata sobre a matéria do portal M de Mulher intitulada “Quais foram os looks que as convidadas usaram no terceiro dia de *SPFW*”:



Figura 43. Postagem sobre o estilo das convidadas do *SPFW N41* no *Facebook* de *Elle Brasil*.

Matérias e postagens sobre *street style* foram publicadas todos os dias durante a semana do *SPFW N41*. Em cada uma delas, o formato adotado era o da galeria de fotos, conforme visto anteriormente na análise da página da web de *Elle Brasil*. Diariamente, contudo, as galerias traziam novas personalidades fotografadas em diferentes ambientes da Bienal do Parque do Ibirapuera, local de desfiles da semana de moda, considerada aqui enquanto espaço de visibilidade frequentado por sujeitos marcados por um *querer ser visto*. Tais fotografias, no entanto, eram tiradas de forma espontânea em determinada oportunidade, sem que houvesse agendamento prévio com as personalidades envolvidas.

Na imagem, podemos observar uma mulher fotografada em movimento em um ambiente urbano de difícil identificação. O rosto da personagem, no entanto, é reconhecível para boa parte dos leitores de *Elle Brasil*: trata-se da blogueira de moda Camila Coelho, autora do blog *Super Vaidosa*. Apesar de tentar construir um simulacro de “flagrante” a partir de recursos do plano da expressão como a linguagem cinética e o plano de fundo urbano, a gestualidade da blogueira, que encara a câmera sorrindo, em uma expressão de cordialidade, bem como o fato dela ser familiar aos leitores de *Elle*, revela que a

escolha da personagem da foto, bem como da própria foto para a composição da galeria de *looks* de *street style*, não foi à toa. É por meio de Camila Coelho, que atua aqui como interlocutora, que a revista exerce o seu fazer manipulatório, levando o enunciatário a navegar no novo percurso de leitura proposto.

No título da postagem, lê-se “Quais foram os looks que as convidadas usaram no terceiro dia de SPFW”. O pronome relativo “quais” presume um verbo no imperativo, como “saiba” ou “veja”, suprimido na frase em questão, ou um ponto de interrogação, também inexistente no título veiculado na postagem. Em ambos os casos, o leitor é interpelado pela revista, em uma relação *eu/tu* que estabelece a presença de um interlocutário. O termo “quais” indetermina ainda os qualificantes atribuídos aos “looks” das convidadas do *SPFW*, estabelecendo um *fazer fazer* e um *dever fazer* que propõe a continuidade da informação em outra espacialidade, a da página da web.

Ao falar sobre o estilo dos sujeitos que circulavam pelo *SPFW*, *Elle Brasil* utiliza-se do termo “*look*”. Bastante difundida no campo da moda, a palavra “*look*” (“aparência”, em uma tradução aproximada do inglês para o português) refere-se a uma determinada composição de vestuário. Ao utilizá-la, portanto, a revista reforça o uso de um determinado universo semântico reconhecido por suas destinatárias, marcado, em grande medida, pelo uso de palavras na língua inglesa. O *look* resume ainda o que pode ser considerado como a proposta completa de estilo veiculada por *Elle Brasil* a partir de sua postagem, disponível no site da publicação.

Na continuação da frase, a revista se vale do termo “convidadas” para designar as pessoas fotografadas e divulgadas enquanto proposições de modo de ser por *Elle Brasil*. Ao utilizar “convidadas”, o enunciador delimita um grupo seletivo de pessoas que receberam o convite para participar dos desfiles da semana de moda, jogando com a categoria do plano do conteúdo /particular/, que encontra sua oposição na categoria /geral/. Esses mesmos sujeitos, por sua vez, são construídos por *Elle Brasil* enquanto sujeitos detentores de um *saber* e de um *poder*, capazes de atuarem enquanto interlocutores da própria revista.

O título tem ainda demarcado em si uma determinada temporalidade e uma espacialidade. A expressão “terceiro dia do SPFW” funciona, em termos aspectuais, como uma delimitação de uma pontualidade (“terceiro dia”) na qual a ocorrência é registrada por

Elle Brasil (os *looks* das convidadas). Essa pontualidade auxilia o registro jornalístico e a proposta da publicação de fazer uma galeria de melhores *looks* todos os dias do evento, fazendo com que o leitor não confunda as postagens das diferentes datas. O termo “SPFW” é utilizado também para demarcar a pontualidade, que é a ocorrência do evento, transcorrido ao longo de uma semana, bem como o espaço de visibilidade no qual os sujeitos fotografados estão inseridos: a maior semana de moda do Brasil.

No bloco textual abaixo do título da foto, observa-se a seguinte frase: “Este campo genérico trata a saída do campo legenda do bloco card, e tem um template específico que está no tema mdemulher”. O trecho parece ser uma mensagem automática veiculada a partir do algoritmo que permite o compartilhamento de postagens de sites no *Facebook* e que utiliza automaticamente as primeiras linhas da matéria para preencher o espaço abaixo do título. Como a notícia original veiculada no portal *M de Mulher* não possui texto verbal, sendo constituída apenas por uma galeria de fotos, o bloco foi preenchido com uma mensagem automática incompreensível ao leitor.

A ausência de uma abertura coesa para o *link* postado na rede social compromete o contrato de verificação estabelecido entre destinador e destinatário. Ao não se utilizar do espaço, *Elle Brasil* deixa que um algoritmo seja responsável pela veiculação de conteúdo, fazendo com que a própria rede social se torne, nesse espaço, a responsável pela produção do enunciado. O trecho funciona, desse modo, como uma manipulação mal sucedida da publicação.

No *status* da postagem, podemos observar a frase “Desfiles como Reinaldo Lourenço, À La Garçonne e Lenny Niemeyer reuniram várias fashionistas”. Ao construir o *SPFW* como o espaço de visibilidade no qual foram fotografadas suas proposições de estilo, *Elle Brasil* se vale de marcas de grande reconhecimento entre os seus leitores e dentro do campo da moda, como as citadas acima. As convidadas de tais desfiles seriam, portanto, esses sujeitos competentes que a revista utiliza como interlocutário em sua galeria de fotos.

Elas são aqui ainda apresentados como “fashionistas”. Anglicismo advindo da palavra “*fashion*” (“moda”, em português), o termo “*fashionista*” é comumente usado para designar uma pessoa muito interessada em moda ou que trabalha na indústria, de modo que, novamente, o texto verbal escrito é utilizado por *Elle Brasil* para construir os seus

interlocutores e suas proposições de estilo, veiculados, na página da web, a partir do sistema visual, como sujeitos competentes dentro da moda brasileira.

A postagem, que obteve 113 curtidas e um compartilhamento, registrou dois comentários. Em ambos, os usuários utilizam o recurso do *Facebook* que permite a marcação de outros usuários da rede social, alertando-os para determinada postagem. No primeiro comentário, há apenas a marcação, enquanto, no segundo, a marcação vem acompanhada da palavra “fraco”. Tanto no primeiro como no segundo comentário existe, portanto, uma convocação de outro usuário para uma conversa sobre determinada temática proposta pela postagem da revista, instalando, portanto um *fazer fazer*, bem como um *dever fazer*. No segundo caso, no entanto, o usuário assume a posição de destinador julgador, sancionando negativamente a matéria veiculada por *Elle Brasil*.

Em *periódico*, temos a transmissão via *Facebook Live* realizada no dia 28 de abril sobre o balanço do dia com a jornalista Chantal Sordi. Os “balanços do dia” a partir da ferramenta da rede social eram realizados periodicamente durante o *SPFW N41* (25 a 29 de abril) ao final de cada dia de desfiles. As transmissões eram realizadas ao vivo por dois jornalistas de *Elle Brasil* – um diante da câmera, fazendo os comentários, e outro filmando e auxiliando com o uso da ferramenta do *Facebook* – e, comumente, tratavam sobre os principais desfiles e apresentações do dia, deixando ainda um tempo livre para respostas a perguntas enviadas por usuários.

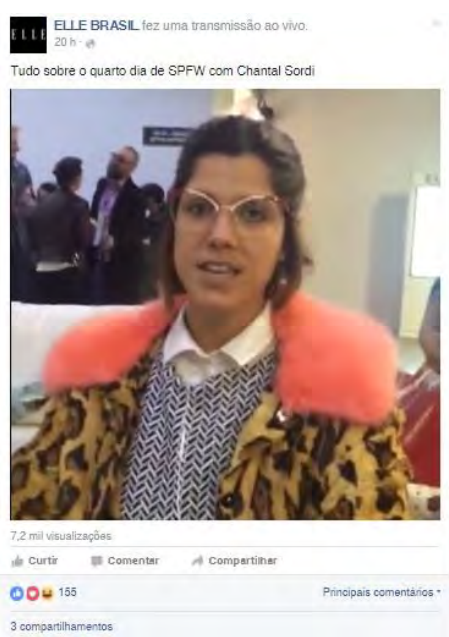


Imagem 44. Transmissão via *Facebook Live* sobre o balanço do dia realizada por *Elle Brasil*.

A transmissão tem início com a jornalista Chantal Sordi sentada na sala de imprensa da Bienal do Ibirapuera ao final de mais um dia de desfile no *SPFW N41*. Chantal é enquadrada da cintura para cima e é filmada por um outrem, o que deixa suas mãos livres para gesticulação. A gravação é auxiliada por um fone de ouvido com microfone embutido da marca *Apple* usado pela repórter, o que nos permite concluir que o vídeo está sendo captado por um celular *iPhone* ou por um *tablet*. Em ambos os casos, o dispositivo para a operacionalização do vídeo é amador – o mesmo usado por milhões de usuários da rede social para a captação dos seus próprios vídeos e fotos –, o que termina por criar um efeito de sentido de aproximação entre *Elle Brasil* e o seu enunciatário.

Em suas primeiras palavras, a jornalista explica aos usuários/espectadores o propósito e o funcionamento da transmissão via *Facebook Live*:

Boa noite, *Elle boys and girls*. Estamos aqui na sala de imprensa da Bienal do Ibirapuera pra fazer um balanço do penúltimo dia dessa temporada de verão 2017. Eu vou repassar tudo o que rolou hoje... É... Já tem algumas tendências, enfim. Eu vou repassando rapidinho pra não encher o saco de vocês e aí vocês podem ir perguntando de vez em quando o que vocês acharem.

Chantal cumprimenta o seus espectadores com “*Elle boys and girls*”. A expressão, comumente usada por jornalistas de *Elle Brasil* para se referir aos seus leitores em transmissões de vídeos, nos dá a ver a importância do uso da língua inglesa no universo semântico adotado por *Elle* e por seus leitores, que é o universo semântico próprio do campo da moda, utilizado pela mídia especializada em sua sobertura. Além disso, o emprego da expressão em inglês reforça o caráter internacional do título francês, publicado hoje em várias partes do mundo, e da própria semana de moda, retratada pela revista como uma ocorrência de importância internacional.

No trecho, a jornalista varia entre a utilização da primeira pessoa do plural e a primeira pessoa do singular. Ao usar “estamos”, ela amplia a primeira pessoa, incluindo o resto da equipe de *Elle Brasil* que se encontra na sala de imprensa e auxilia na transmissão via *Periscope*. Além disso, o “estamos” pode ser interpretado ainda como uma inclusão do usuário/espectador, em uma adição de um *eu + você*. Ao modificar o uso do pronome pessoal, em “Eu vou repassar” e “Eu vou repassando”, ela demarca a sua posição enquanto interlocutora de *Elle Brasil* e enquanto sujeito responsável pelas informações e comentários

emitidos durante a transmissão. É também ela, Chantal Sordi, a quem o usuário deve se dirigir em caso de dúvida ou comentário.

Nesse mesmo trecho, na medida em que a jornalista delimita sua instância enunciativa de interlocutora, instala a figura do interlocutário, como em “pra não encher o saco de vocês” e “e aí vocês podem ir perguntando de vez em quando o que vocês acharem”. A utilização do termo “vocês” faz referência a uma segunda pessoa amplificada, admitindo a pluralidade de sujeitos alcançados a partir da transmissão do *Facebook Live*. Ainda nesse momento, é possível perceber o reconhecimento que a interlocutora faz do seu interlocutário como sujeito de vontade dentro da manipulação exercida (“pra não encher o saco”), admitindo a possibilidade de interrupção da transmissão de acordo com a volição do interlocutário.

Há também um fazer prescritivo, indicando de que forma a transmissão funcionará. Além de mencionar qual a temática trabalhada pela transmissão e esclarecer a pontualidade temporal e espacial na qual os sujeitos estão inseridos (“penúltimo dia dessa temporada de verão 2017”), a repórter organiza de que forma se dará a interação discursiva entre ela e os usuários que acompanham o *streaming*: “e aí vocês podem ir perguntando de vez em quando o que vocês acharem”. Ou seja, ainda que a transmissão abra as possibilidades de transitividade discursiva, permitindo a troca de posições entre enunciador e enunciatário, tal movimento é realizado a partir de regras estabelecidas pelo enunciador – que podem, no entanto, serem cumpridas ou não.

No decorrer da transmissão, a jornalista comenta todos os desfiles do dia acompanhados pela equipe de *Elle Brasil*: *Patrícia Vieira*, *Glória Coelho*, *Água de Coco*, *Salinas*, *Amir Slama*, *Murilo Lomas*, *João Pimenta* e *Helô Rocha*. Os comentários sobre cada desfile trazia elementos em comum. A repórter sempre descrevia as principais reiteraões na expressão das peças das coleções, destacando os formantes cromáticos (“vestidos femininos e uma cartela de cores que variou de um verde-esmeralda, que, aliás, é uma cor que apareceu bastante hoje, a uns alaranjados”, sobre Patrícia Vieira), eidéticos (“As assimetrias apareceram de todas as formas, então você tinha o blazer que era mais curto de um lado e mais longo do outro, as saias, também assimétricas, e mangas em tamanhos diferentes”, sobre Glória Coelho), matéricos (“A gente teve muitas aplicações de pedraria em biquíni, o

que deu um efeito bem bacana”, sobre Água de Coco) e topológicos (“em alguns momentos em que ela pegava um vestido leve, ela pôs um colete de couro em cima”, sobre Helô Rocha).

Além das descrições dos formantes da expressão observados nas coleções, a jornalista ressaltava a temática trabalhada por cada estilista, de modo que temos a latinidade em Patrícia Vieira (“A gente começou o dia com a Patrícia Vieira, que se inspirou em Cuba pra fazer a coleção dela”); o minimalismo em Glória Coelho (“A Glória se manteve ao seu estilo. Ela trabalhou o minimalismo, as construções arquitetônicas”); o tropicalismo da Água de Coco (“Água de Coco desfilou uma coleção inspirada na Amazônia, mas não só a Amazônia que fica dentro do Brasil, a Amazônia em sua extensão inteira”); a esportividade da Salinas (“a referência da Salinas foi mais pop/esporte, com Miami como fonte de inspiração”); o urbano de Murilo Lomas (“foi pro lado mais comercial, urbano”); o militarismo em João Pimenta (“E depois a gente teve um desfile mais militar, com jaquetas secas com *shapes* amplos”) e a nordestinidade em Helô Rocha (“Helô Rocha que acabou de desfilou uma coleção inspirada no Cangaço”).

Em alguns momentos, Chantal abandona o fazer descritivo das coleções para emitir o seu julgamento ou a sua opinião sobre determinado aspecto do desfile, como em “Muito bonita a coleção pro *beachwear*, assim, muito sofisticado”, sobre Água de Coco; “Muitas peças bacanas que eu gostaria de usar e estão numa coleção masculina. Então, enfim, essa coisa do *genderless* tá cada vez maior e pode”, sobre João Pimenta, e “As jaquetas são maravilhosas, um trabalho feito manual de couro sobre couro e tachas. Muito bonito. Os acessórios também, os sapatos. Acho que eles vão ser os hits de Helô Rocha”, sobre Helô Rocha. Nesse momento, a jornalista reforça a sua função de interlocutora de uma publicação especializada que atuar enquanto destinador julgador do campo da moda brasileira, responsável por emitir um parecer sobre as posições de estilo dos outros atores desse campo (estilistas, marcas, etc).

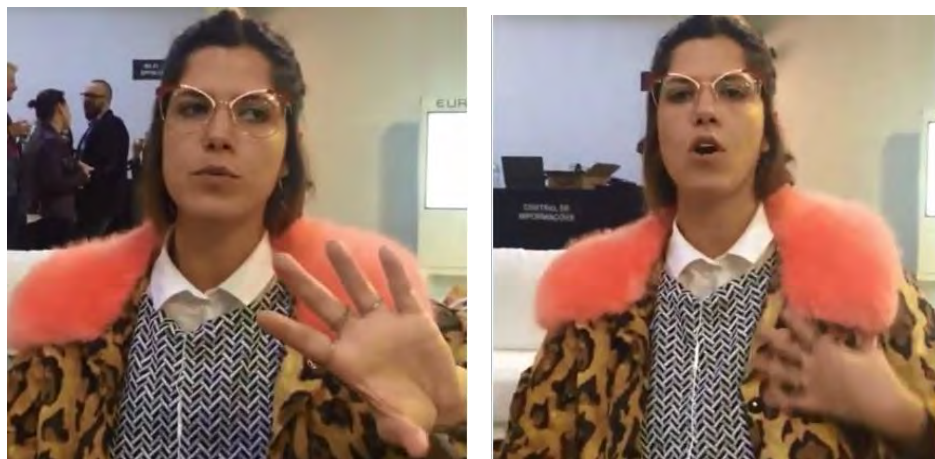
Durante a fala da jornalista, era comum o uso de expressões próprias do campo da moda para a descrição das coleções, como “comprimentos mídis”, “aplicações em pedraria” e “*looks* monocromáticos”. Em muitos casos, essas expressões são acompanhadas de anglicanismos, como “*shapes oversized*”, “*look boyish*”, “*beachwear*” e “*genderless*”. O

vocabulário é semelhante ao observado em outras mídias de *Elle Brasil*. Assim como em outras plataformas, a grande presença de termos na língua inglesa nos dá a ver o gênero internacional de *Elle Brasil* como publicação especializada. Embora a revista trate prioritariamente da moda brasileira, utilizando o idioma português, utiliza-se de expressões em inglês consolidadas no universo semântico de uma moda de caráter global.

Ao longo do *streaming*, a jornalista realiza sua análise dos desfiles de forma contínua, sem se equivocar ou interromper a transmissão. O único momento em que isso acontece é quando Chantal refere-se ao desfile do estilista Murilo Lomas, estreante no *SPFW*: “Tivemos dois desfiles masculinos, que foi o Murilo... Gente... Murilo Moura... Lomas... Gente, desculpa. É que a gente não... O nosso forte não é o masculino”. É possível concluir que a ocorrência de um erro – considerado aqui enquanto uma falha no fazer manipulatório de *Elle Brasil* – é maior em transmissões realizadas ao vivo (nesse caso, via *Facebook Live*). Tal probabilidade aumenta ainda mais por se tratar de jornalistas formados e inseridos em uma lógica da mídia impressa que, até alguns anos, não trabalhava com produtos audiovisuais. Diante do equívoco, no entanto, a repórter pede desculpas ao usuário, reforçando, desse modo, o contrato de fidedignidade estabelecido entre a revista e o seu leitor.

Além do texto verbal falando, é importante observar ainda o uso da linguagem gestual feito pela jornalista durante a transmissão. Sentada e enquadrada da cintura pra cima, com um microfone embutido no fone de ouvido, ela possui as mãos livres para gesticular, o que faz com frequência:

Imagens 45a e 45b. Gestualidade da repórter Chantal Sordi durante a transmissão realizada via *Facebook Live*.



Por vezes, a linguagem gestual é utilizada em uma relação sincrética de união com a linguagem verbal falada, de modo que ambas atuam em conjunto no processo de significação. A mão para a direita ou para esquerda, por exemplo, pode significar /dentro/ ou /fora/, enquanto que um esticar de braços para fora do *frame* faz referência a um *alhores*. O enrolar da mão é usado ainda para indicar a continuidade de uma mesma temática abordada pela jornalista, ao passo que, para falar do formato ou de um tecido de determinada roupa, a interlocutora toca o próprio corpo. Em um momento, inclusive, ao responder a uma pergunta de um usuário sobre modelagem, a repórter tentou demonstrar em si mesma e, em seguida, “desenhar” no ar na tentativa de figurativizar uma modelagem vista no desfile da *Água de Coco*:

Imagens 46a e 46b. Gestualidade é utilizada para auxiliar na figurativização de modelagens observadas nos desfiles do *SPFW N41*.



O que pode se perceber, portanto, é que a linguagem gestual da transmissão via *Facebook Live* de *Elle Brasil* difere daquela adotada por repórteres de telejornais, geralmente mais comedida e programada. Sem o auxílio de imagens durante o *streaming*, a jornalista se vale da linguagem gestual para figurativizar os principais traços e temáticas observadas nos desfiles do *SPFW N41*. Ao fazê-lo, ela auxilia a compreensão por parte do enunciatário, que passa a ter contato com um objeto sincrético complexo cujo processo de significação se dá a partir de diferentes sistemas linguísticos.

Por fim, passamos agora à análise dos comentários dos usuários durante a transmissão de *Elle Brasil* via *Facebook Live* do dia 28 de abril. Ao todo, a postagem registrou 155 curtidas, três compartilhamentos e 26 comentários realizados em tempo real. Podemos classificar os comentários em dois grupos: os que se dirigiam a outros usuários da rede social e aqueles que se dirigiam a Chantal Sordi, jornalista responsável pela transmissão.

Imagens 46a, 46b e 46c. Comentários observados na transmissão sobre o balanço do dia realizada via *Facebook Live* por *Elle Brasil*.



No primeiro grupo, temos, assim como em outras redes sociais, comentários em que um outro usuário da rede social é marcado, na tentativa de iniciar um diálogo sobre a temática da postagem ou de chamar a atenção de outro sujeito para o enunciado veiculado por *Elle Brasil*. Na maioria das vezes, contudo, além da marcação existe uma breve explicação da importância da postagem ou do aspecto o qual o usuário julgou interessante destacar para o outro, como em “Fabio Arnold Li Lily resumo do 4o dia SPFW PhD” ou “Sharon Erckmann Gralha ao vivoooo”.

No segundo grupo, é possível observar a presença de comentários sobre a performance da jornalista e perguntas direcionadas à temática trabalhada por *Elle Brasil* durante a transmissão – os desfiles do penúltimo dia do *SPFW N41*. Entre as avaliações sobre a performance da repórter, a maioria dizia respeito à sua aparência, avaliada ora como positiva (“Chantal maravilhosa como sempre!! E esse casaco mona?? Amei”), ora como negativa (“Credo! Parece uma mendiga louca”). Em nenhum momento, no entanto, a performance de Chantal enquanto jornalista – clareza na transmissão da informação, texto envolvente, comentários pertinentes – é avaliada ou questionada, de modo que é possível concluir que a sua construção enquanto jornalista de moda – e, assim, interlocutora de *Elle Brasil* – depende, aos olhos do público que assiste à transmissão ao vivo do *Facebook Live*, mais do seu /parecer/ do que do seu /ser/. E, nesse caso, o seu /parecer/ está diretamente ligado à construção da aparência a partir do vestuário.

Os questionamentos sobre a aparência da jornalista ainda estão presentes mesmo naquelas perguntas direcionadas à transmissão, como em “chantal, amamos o seu look! Quais são os créditos?”. Nesse comentário, é possível perceber que a curiosidade pelos “créditos”, ou seja, pelas marcas das peças que a repórter está usando, nos dá a ver que, para o público de *Elle Brasil* no *Facebook*, a jornalista/interlocutora – que, agora, aparece aos seus leitores a partir da linguagem audiovisual – também ocupa o papel temático de sujeito responsável pela proposição do estilo sancionado pela revista. Seu vestuário, portanto, aparece como desejável e consumível aos olhos do enunciatário da revista.

Entre as perguntas relacionadas ao quarto dia de *SPFW N41*, estão algumas como “Quais as cores que mais se destacaram?”, “Qual desfile de hoje foi o seu favorito?” e “E qual foi o que te surpreendeu por ser modelagens diferentes?”. As perguntas são dirigidas à

avaliação pessoal da jornalista, interlocutora de *Elle Brasil*. Para os leitores de *Elle*, portanto, a cobertura da semana de moda passa por uma dimensão mais subjetiva, levando em conta o olhar e a opinião dos jornalistas envolvidos, do que por uma dimensão objetiva, geralmente estabelecida por veículos jornalísticos.

Nem todas as perguntas, no entanto, foram lidas pela repórter responsável pela gravação da transmissão via *Facebook Live*. Apenas quatro foram repassadas a Chantal: “O Júlio tá perguntando quais desfiles você percebeu que tem mais o *feeling* verão”, “O Júlio também tá perguntando quais modelagens surpreenderam mais”, “Gabriela perguntou qual foi o desfile preferido de hoje” e “E, por último, créditos do seu *look*. Tão apaixonados pelo casaco”. Ao referir as perguntas à repórter, a outra jornalista de *Elle* transforma o que era um discurso direto entre o leitor e Chantal Sordi (na linguagem verbal escrita veiculada nos comentários) em um discurso indireto (a partir da linguagem verbal falada). Tal conversão, no entanto, mantém a identificação do usuário que elaborou o questionamento, que tem o seu nome lido ao vivo durante o *streaming*.

Desse modo, mesmo que a plataforma do *Facebook Live* permita que os usuários façam perguntas e interajam em tempo real com quem participa da transmissão, tal interação é mediada pelas jornalistas, que escolhem o que ler no ar, de que forma lê-lo e como respondê-lo. No enunciado em questão, por exemplo, nenhum comentário com crítica negativa à aparência da jornalista foi lido ao vivo pela outra repórter. Por mais, portanto, que exista a presença do regime de ajustamento, o veículo de comunicação busca moldar as interações estabelecidas no ambiente virtual de volta à sua programação e ao seu controle.

Por fim, chama atenção ainda a variedade de linguagens as quais os usuários do *Facebook* se utilizam para se expressarem na caixa de comentários. Além da linguagem verbal escrita, destacam-se as linguagens visuais a partir do uso de emojis, GIF's e fotografias, como nos exemplos abaixo:

Imagens 47a e 47b. Uso do sistema de linguagens visual nos comentários da transmissão via *Facebook Live*: humor e ironia.



Nos duas fotografias publicadas, à direita e à esquerda, temos o que pode ser classificado como “memes”, expressão usada para descrever um conceito de imagem ou vídeo relacionado ao humor que se espalha com facilidade pelo ambiente virtual. Em ambos os casos, as imagens são responsáveis por figurativizar emoções ou estados de espírito que auxiliam na produção global do sentido estabelecida pelo texto verbal escrito. Ao atuar enquanto sistema semiótico no processo de significação, tais fotografias provocam o riso por, na maioria das vezes, vincularem uma situação inusitada ou extraordinária a um comentário banal.

Na segunda imagem à esquerda, temos o que ficou conhecido como “figurinha” ou “sticker” do *Facebook*, conjunto de imagens sobre determinada temática que pode ser baixado e usado pelos usuários da rede social em comentários ou no *chat*. Assim como as imagens, as figurinhas – geralmente animadas – possuem o objetivo de figurativizar determinada emoção ou expressão fácil do usuário. O que se pode perceber, portanto, é a importância do uso de sistemas linguísticos visuais e audiovisuais no ambiente virtual para se fazer compreender, de modo que a linguagem verbal escrita é vista, por vezes, como insuficiente para a interação por meio da rede social.

Por último, temos o enunciado classificado em *ocasional*: uma entrevista do dia 27 de abril, também realizada pelo *Facebook Live*, com a cantora curitibana Karol Conka. A

cantora, que frequentou alguns desfiles da semana de moda, foi entrevistada pelo jornalista Matheus Evangelista em uma transmissão que durou cerca de onze minutos.

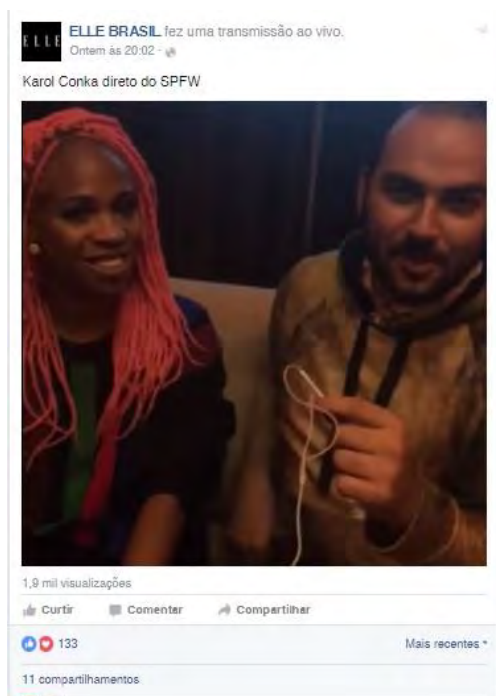


Imagem 48. Transmissão via *Facebook Live* da entrevista com a cantora Karol Conka.

A entrevista tem início com uma breve apresentação realizada pelo repórter sobre a convidada e sobre a temática da transmissão:

Olá, tudo bem? Sou Matheus Evangelista e eu estou novamente aqui num *talk* da *Elle* em pleno *São Paulo Fashion Week*. E a nossa convidada de hoje é ninguém mais ninguém menos que Karol Conka. É a nova fashionista do pedaço. Posso falar assim? Porque é mesmo...

Em suas primeiras palavras, o jornalista apresenta-se ao público como o interlocutor responsável pela entrevista, bem como delimita a espacialidade – e, desse modo, a temporalidade – e que a transmissão ao vivo ocorre, o *SPFW N41*. Ele caracteriza o formato jornalístico do *streaming* como “*talk*” (“conversa”, em português), optando pelo uso do termo na língua inglesa em vez do seu sinônimo em português. Tal substituição nos dá a ver o sincretismo de idiomas na construção do vocabulário utilizado em *Elle Brasil*, em que jornalistas comumente misturam termos em inglês a frases construídas no idioma português.

Ao apresentar a convidada para a entrevista, o repórter a constrói a partir de sua atuação enquanto sujeito no campo da moda (“É a nossa fashionista do pedaço”), deixando de lado a sua profissão e o seu currículo no campo da música. É possível perceber, portanto, que a cantora Karol Conka é selecionada como entrevistada por *Elle* não por suas competências e por sua visibilidade como artista, mas pelas suas competências como ícone de estilo para o público leitor da revista.

Esse papel temático é trabalhado ao longo das primeiras perguntas da entrevista:

MATHEUS: Ano passado... Ano passado não, temporada passada, essa mulher aqui arreventou a Bienal num show ao vivo depois do desfile da *Ellus* de inverno. E, nessa temporada, hoje, ela já começou o dia com *Reinaldo Lourenço*, abalando as estruturas todas, e agora acabou de sair do desfile da *À La Garçonne* comandado pelo Alexandre. Karol qual é o seu envolvimento com moda? Você agora é a fashionista da vez? É isso mesmo? Me conta.

KAROL: É o que dizem por aí, né?

MATHEUS: (risos)

KAROL: Eu gosto muito da moda. Acho que a moda tem uma relação muito grande com a música. Pra quem não sabe, eu faço música, gente. (risos)

MATHEUS: Além de fashionista, faz música...

Na primeira fala do diálogo, o jornalista continua a construir a cantora como um sujeito detentor de um *saber* e um *poder* dentro do campo da moda, explicando o porquê dela ser considerada uma *fashionista*, para, depois, perguntá-la sobre o seu envolvimento com a moda. Em sua resposta, Karol Conka esclarece que, para ela, a sua atuação na moda se dá em relação com a sua atuação na música, ironizando a apresentação do repórter, que a introduziu enquanto “*fashionista*”, com “Pra quem não sabe, eu faço música, gente”. O repórter, no entanto, reforça a temática em torno da qual deve girar a entrevista: “Além de fashionista, faz música”, delimitando que, à *Elle*, interessa prioritariamente a imagem que a cantora possui como alguém responsável por propor um estilo sancionado pela revista e, em um segundo momento, pelos seus leitores e usuários na rede social.

É interessante observar ainda no trecho acima que Matheus Evangelista estabelece um diálogo ora com o público que assiste à transmissão – o que acontece, por exemplo, quando o repórter utiliza o pronome da terceira pessoa do singular “ela” para descrever a curitibana –, ora entre duas pessoas (ele e Karol), delimitado aqui por um “me conta”. A cantora, por sua vez, admite o seu interlocutário enquanto um sujeito ampliado, reforçado

diversas vezes durante a entrevista com o uso a expressão “gente” para se referir a quem se fala.

A temática da moda continua a ser prevalente ao longo da entrevista, como no trecho abaixo:

MATHEUS: Você gosta de desfile, gosta das trilhas, gosta do universo...

KAROL: Eu gosto do desfile, eu gosto da trilha, eu gosto do universo mesmo. É... tudo me agrada. No meu show, é um festival de *looks* loucos. Eu tenho...

MATHEUS: Você que escolhe? São feitos pra você?

KAROL: Alguns feitos pra mim, outros esperando alguém tombástica pra usar. Então eu conto com a luz de dois *stylists*, o Rodrigo Polack e a Ana Boogie.

MATHEUS: São ótimos...

KAROL: São ótimos. Gente, eles dão assim um toque final.

MATHEUS: Você opina também? Você opina também?

KAROL: Óbvio. Em tudo. Eles me dão opções e eu escolho. Essa aqui hoje eu achei que tinha mais a ver comigo.

MATHEUS: É Ju Jabour...

KAROL: Sim. Ju Jabour maravilhosa. Achei que tinha mais a ver comigo e com o rolê de hoje. Mas eles sempre me apresentam um leque de possibilidades maravilhosas, assim.

No diálogo, percebemos a importância dada pelo jornalista à construção do estilo pessoal da cantora Karol Conka. Ao fazer a pergunta “Você que escolhe?”, o repórter deseja descobrir quem atua enquanto principal destinador da imagem da curitibana: ela ou outro profissional do campo da moda. Em sua resposta, ela afirma que, na verdade, seu figurino dentro e fora dos palcos é construído a partir de um processo de co-destinação entre ela e seus *stylists*, que são então sancionados pelo repórter de *Elle* como “ótimos”.

Ao longo da entrevista, o repórter interrompe a cantora no meio da sua fala em diversos momentos. A interrupção acontece, na maioria das vezes, não com o objetivo de engrenar uma nova pergunta, mas para acrescentar um comentário ou apontar determinado fato do discurso de Karol Conka, como em “são ótimos”, sobre os *stylists* da artista, ou “É Ju Jabor”, sobre a marca da roupa que ela usava no momento da transmissão. A descontinuidade causada pelo jornalista quebra o fluxo de fala da entrevistada, mantendo suas respostas em um menor intervalo de tempo, acelerando o ritmo da conversa. Em termos aspectuais, é possível classificar a entrevista a partir da sua característica incoativa, em que um mesmo raciocínio sofre, por vezes, uma ruptura a ponto de não conseguir ser concluído ou ter de ser reiniciado.

Tal incoatividade nos dá a ver a prática do jornalista enquanto entrevistador, que assume o tempo da instantaneidade e da rapidez do ambiente virtual e, particularmente, da transmissão em tempo real. A ansiedade do repórter em realizar comentários em cima da fala da cantora revela ainda que, embora a entrevista possa ser vista enquanto diálogo direto em que há trocas de posições enunciativas entre entrevistador e entrevistado e a transmissão via *Facebook Live* admita, inclusive, a participação dos usuários da rede social por meio dos comentários, o processo de destinação ainda é comandado, em última instância, por *Elle Brasil* que, a partir da atuação do seu interlocutor, corrige, sanciona e acrescenta às informações de estilo recebidas pela entrevistada.

Além disso, a constante interrupção distancia a entrevista realizada por meio da ferramenta *Facebook Live* do formato visto regularmente em entrevistas ao vivo de telejornais ou outros programas jornalísticos, em que o entrevistador possui geralmente um roteiro de perguntas e exime-se de comentar ou validar como positivo ou negativo as respostas dadas pelo seu entrevistado. O diálogo visto no enunciado de *Elle Brasil* aproxima-se, portanto, de uma conversa informal entre dois sujeitos, o que, combinado com o compartilhamento temporal entre eles e os usuários/espectadores, termina por criar um efeito de proximidade entre a revista e seus leitores.

A forte subjetividade identificada na entrevista pode ser identificada ainda em outros trechos, como o abaixo:

MATHEUS: Me fala desse cabelo.

KAROL: Esse cabelo aqui...

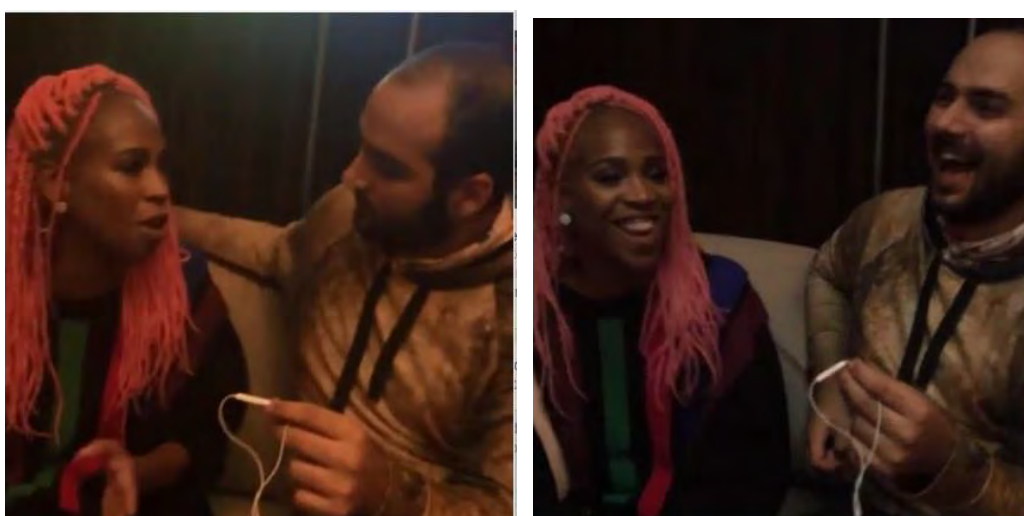
MATHEUS: Eu sinto uma inveja.

KAROL: O nome dessa trança é *twist*. É meu amigo Alberto Canalis que faz lá em Curitiba. Ou eu arrasto ele aqui pra São Paulo. Eu tenho duas casas: uma em Curitiba e outra aqui em São Paulo. Aí quando eu tou em Curitiba ele faz lá, quando eu tou aqui, ele faz aqui.

Ao utilizar pronomes na primeira pessoa do singular, como “me” ou “eu”, o interlocutor, em um processo de debreagem actancial enunciativa, estabelece uma relação *eu/tu* entre ele e a entrevistada, o que provoca um efeito de sentido de proximidade estendido ao usuário/espectador que assiste à transmissão em tempo real. Tal demarcação não é comum em textos jornalísticos, que por vezes optam pelo uso da terceira pessoa, ou, no caso de entrevistas, buscam a neutralização do *eu*, em vez de acentuá-lo.

O efeito de sentido de proximidade é reforçado também pela gestualidade dos dois sujeitos. Sentados lado a lado em um sofá em um dos ambientes da Bienal do Ibirapuera, a cantora e o jornalista mantêm quase nenhuma distância física, de modo que os dois aparecem, na maior parte do tempo da transmissão, enquadrados pela câmera do dispositivo móvel que realiza a gravação. A proximidade chega a ser tanta que, para se manter confortável, o repórter repousa o seu braço por detrás da entrevistada.

Imagens 49a e 49b. Proximidade entre entrevistador e entrevistada na transmissão via *Facebook Live*: necessidade de enquadramento e captação do áudio.



A proximidade física pode ser explicada ainda pelo material utilizado para a transmissão: um *smartphone* ou *tablet* cuja lente não possui um grande ângulo que permita um aumento do campo de visão. Desse modo, a verticalidade estabelecida pela imagem enquadrada os corpos dos dois sujeitos em conversa em um pequeno espaço, forçando com os dois se aproximem para que sejam filmados e vistos pelos usuários da rede social. A utilização de tais dispositivos eletrônicos para a realização do *streaming* limita ainda o potencial de captação do áudio, aqui realizado por meio do fone de ouvido com microfone embutido acessório ao aparelho. Tal característica termina por também provocar a aproximação entre os dois para que haja uma boa qualidade do áudio durante a transmissão.

Além das perguntas realizadas pelo repórter, a entrevista segue conduzida com a participação dos usuários da rede social. A interação, contudo, é mediada por uma segunda

jornalista, que auxilia na gravação e é responsável por selecionar e ler as perguntas enviadas pelos leitores. Assim como na transmissão anterior, nem todos os questionamentos enviados são lidos pela repórter e, aqueles que são, são refreaseados pela jornalista que ora demarca o usuário autor da pergunta, como em “Karol, a Marina tá perguntando quando você começou a sua transição capilar”, ora não, como em “Karol, tão perguntando aqui como você conheceu seus *stylists*”.

No primeiro caso, o usuário responsável pela questão tem seu nome lido durante a transmissão de *Elle* e recebe créditos pela participação, o que funciona na sua construção enquanto sujeito no campo da moda em um espaço de visibilidade delimitado pelo perfil no *Facebook* da maior revista de moda do país. Já no segundo, o sujeito responsável pela pergunta mantém-se indefinido pelo uso da expressão “tão perguntando”, de modo que o valor aqui não mais reside na visibilidade proporcionada pela transmissão, mas em ter sua dúvida respondida pela cantora, em uma espécie de diálogo mediado.

Por diversas vezes, a participação da segunda jornalista na transmissão é comprometida por conta da captação do áudio. Como o repórter entrevistador utiliza o microfone unidirecional embutido no fone de ouvido, a segunda jornalista, atrás da câmera e, portanto, distante do microfone, não tem a sua fala captada com precisão, o que, por vezes, torna a sua participação incompreensível para os usuários/espectadores que acompanham o *streaming*. Apenas os seus enunciatários que compartilham da mesma espacialidade – Karol Conka e Matheus Evangelista – são capazes de compreendê-la por completo. Nesse caso, temos, portanto, uma falha na manipulação realizada por *Elle Brasil* causada pela tecnologia e pelo manuseio do equipamento utilizado para a transmissão em tempo real.

A postagem contabilizou um total de 1,9 mil visualizações, 133 curtidas e 11 compartilhamentos. Ao todo, 21 comentários foram realizados durante o *streaming*. Entre eles, assim como no post anterior, podemos identificar comentários direcionados precisamente a outros usuários e comentários direcionados à personalidade entrevistada por *Elle Brasil*, a cantora Karol Conka.

Imagens 50a e 50b. Comentários realizados na transmissão via *Facebook Live* da entrevista com a cantora Karol Conka.



Os comentários de marcação de outros usuários, do mesmo modo que na transmissão anterior, representam uma tentativa de iniciar um diálogo sobre a temática da postagem ou de chamar a atenção de outro sujeito para o enunciado veiculado por *Elle Brasil*. Nessa postagem, no entanto, apenas dois comentários apresentaram essas características, sendo que em apenas um deles a pessoa marcada também respondeu: “Morriiiii. Precisamos ver ela”.

A maioria dos comentários realizados durante o *streaming* continham perguntas, elogios ou comentários direcionados à cantora curitibana. Ao contrário da postagem anterior, todos os comentários sobre Karol Conka aqui carregam uma sanção positiva, como em “Ela é incrível”, “Linda, nega arraza (sic)” ou “Maravilhosa”. Pode-se perceber, portanto, que cantora já é percebida pelos leitores de *Elle Brasil* enquanto um destinador competente tanto no campo da música, como no campo da moda brasileira.

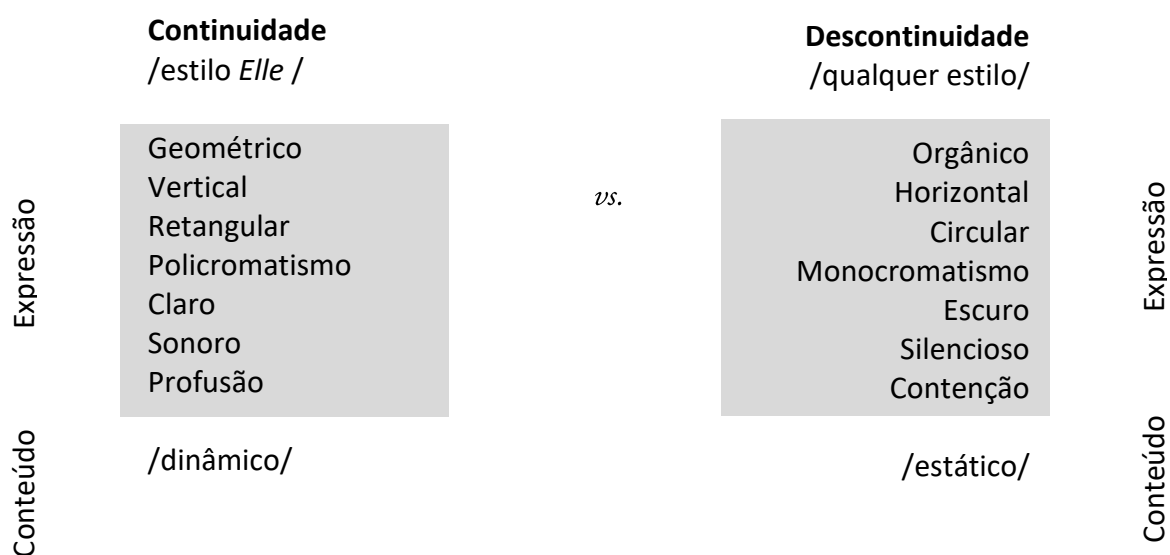
As perguntas, por sua vez, giravam em torno dessas duas temáticas: moda e música, sendo a primeira preponderante sobre a segunda. Sobre a construção do seu estilo pessoal, observaram-se questões como “Carol onde você conheceu seus stylists??”, “Quais os

estilistas favoritos da lynda (sic)?” e “Oi Karol!! Quando começou a sua transição capilar?”. Sobre música, perguntou-se “O que ela acha do novo disco da Beyonce?”, entre outras.

É importante registrar que, em ambos os casos, as perguntas eram ora dirigidas à própria cantora (“Carol quem são suas inspirações? Na música, na moda, na vida?), ora dirigidas ao jornalista de *Elle*, que deveria encaminhá-la à entrevistada (“Como ela vê o cenário da música brasileira e como e (sic) ser uma mulher negra fazendo tanto reboliço e trazendo empoderamento para outras mulheres negras?”). O primeiro grupo possui um maior número de registros do que o segundo, de modo que é possível afirmar que, para a maioria dos usuários/espectadores da transmissão via *Facebook Live* a conversa se deu diretamente entre eles e Karol Conka, sem a mediação dos jornalistas de *Elle Brasil*. Tal diálogo direto pode ser considerado, no entanto, apenas como um simulacro, pois eram os jornalistas responsáveis por selecionar e encaminhar as questões à cantora.

A partir da apreensão dos formantes do plano da expressão e de suas homologações no plano do conteúdo, chegamos à tabela da sistematização dos dois planos nas postagens de *Elle Brasil* na rede social *Facebook*:

Esquema 21. Sistematização das categorias encontradas nos enunciados do perfil do *Facebook* de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/.



No nível narrativo, o programa narrativo de base, semelhante ao de outras mídias, traz um destinador/enunciador (S₁) que exerce um fazer manipulatório sobre a leitora. Tal *fazer fazer* leva a um fazer operatório que é a continuidade da proposição do estilo de *Elle Brasil*. Para evitar a usura do sentido, promove-se então uma renovação do arranjo estético. No caso do *Facebook*, o ajustamento não é apenas reativo, podendo chegar, em alguns casos, ao ajustamento *stricto sensu*. Tal interação pode ocorrer, por exemplo, em transmissões via *Facebook Live*, onde os usuários podem enviar suas perguntas e comentários em tempo real. Mesmo que os comentários permaneçam restritos a determinada espacialidade na postagem, existe a possibilidade dos dois sujeitos serem levados a um *fazer junto*, provocando uma descoberta consigo mesmo a partir da instalação de um gosto pela moda e pelas suas ocorrências, como um desfile em uma semana de moda. Essa modalidade de ajustamento pode levar ainda, nessa plataforma, à possibilidade do risco de um regime do acidente. Devido ao caráter ao vivo da transmissão e dos comentários realizados, é possível que haja um choque entre percursos narrativos regidos pelo acaso, provocando, assim, a ocorrência de um acidente.

Esquema 22. Regimes de interação e de sentido identificados no *Facebook* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinador.

Programação

Manutenção do estilo *Elle* na linha editorial
S → O

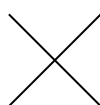


Manipulação

Instalação de novos percursos narrativos
(PN anexo)
S₁ → S₂ ∩ O_v

Proposição do estilo *Elle*

(PN de base)
S₁ → S₂ ∩ O_v



Acidente

Risco da ocorrência do acaso na transmissão ao vivo

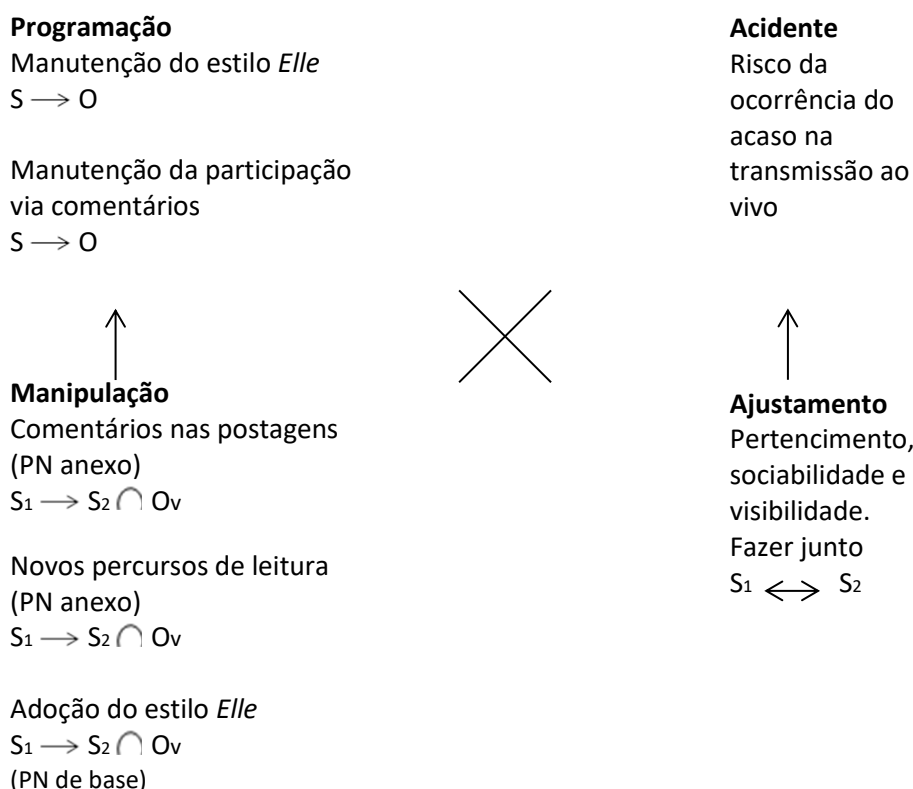


Ajustamento

Renovação do arranjo estético.
Instalação do novo.
Fazer junto.
S₁ ↔ S₂

O percurso narrativo do destinatário, por sua vez, carrega, além da existência de um programa narrativo de base e de um programa narrativo anexo a partir da instalação de novos percursos narrativos, um segundo programa narrativo anexo ligado à possibilidade da realização de comentários nas postagens, o que leva, em última instância, a uma troca de posições enunciativas nas ocasiões em que os usuários fazem um comentário na postagem e, desse modo, tornam-se enunciadores. À semelhança do que ocorre no programa narrativo do destinador, o ajustamento aqui também pode ser, em alguns casos, considerado como mais que reativo, mas *stricto sensu*, devido ao *fazer junto* existente entre destinador e destinatário. Novamente, tal *fazer junto* pode levar à ocorrência do regime do acidente, caso os dois percursos narrativos se choquem ao acaso.

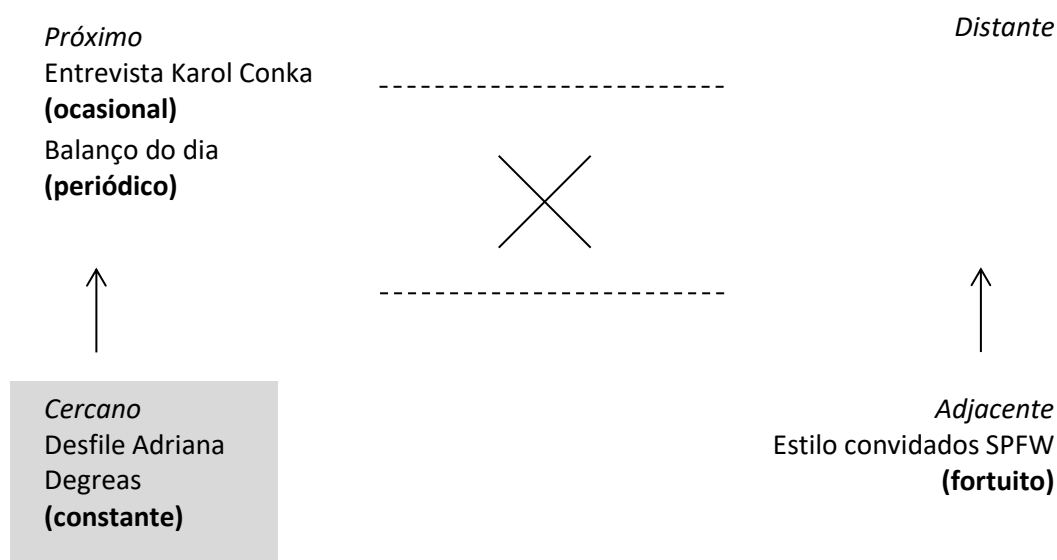
Esquema 23. Regimes de interação e de sentido identificados na revista digital de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatário.



No quadrado traçado a partir dos efeitos de sentido produzidos pelo processo da enunciação, observamos que *Elle Brasil* atua no *Facebook* a partir de estratégias enunciativas que se referem a um *alibures* (os *links* para as matérias postadas no portal *M de Mulher*), mas

que, por vezes, estabelecem uma relação *eu/tu* com seus enunciatários. É, portanto, uma maneira de aproximar o leitor que se encontra distante da notícia postada em outra espacialidade, bem como de engajá-lo no diálogo mantido a partir dos comentários. Nas transmissões via *Facebook Live* é importante destacar ainda a possibilidade de troca de posições enunciativas entre enunciador e enunciatário, demarcando uma relação de reflexividade entre os dois sujeitos. Tal interação, no entanto, é mediada pelos interlocutores de *Elle Brasil*.

Esquema 24. Quadrado semiótico das posições enunciativas identificadas nos enunciados da *Facebook* de *Elle Brasil*.






Na posição /próximo/, temos os dois enunciados cujas postagens foram realizadas a partir da ferramenta *Facebook Live*. Executados em tempo real, os dois *streamings* permitiam o compartilhamento temporal entre a revista e seus leitores, bem como a participação deles nas transmissões em si por meio do envio de perguntas. Em /cercano/, está a postagem sobre o desfile da estilista Adriana Degreas que, embora fale sobre um *ele*, um *então* e um *alhures*, procura, por meio de estratégias discursivas, estabelecer uma relação *eu/tu* com o usuário da rede social. Por fim, em /adjacente/, observa-se a postagem sobre o estilo dos convidados do *SPFW*, que também fala sobre um *ele*, um *então* e um *alhures*, mas, apesar de não instalar o enunciatário no enunciado em uma relação *eu/tu*, permite, a partir da própria estrutura da rede social, a interação entre usuários por meio de comentários.

4.4 Revista impressa

Mídia de base do projeto transmídia de *Elle Brasil*, a revista impressa encontra-se estabelecida no mercado editorial brasileiro enquanto um título voltado para o público feminino, especializado em moda e de publicação mensal. Devido à sua periodicidade, a revista poderia adotar dois tipos de posturas jornalísticas ao cobrir o *SPFW N41*: tratar o evento na edição veiculada no início do mês do abril enquanto agendamento, a partir de matérias sobre apostas ou previsões do que seria apresentado por marcas e criadores ou matérias com informações sobre o evento em si (instalando um *aqui* e um *agora* em um processo de *debreagem* enunciativa), ou realizar a cobertura da semana de moda, com matérias sobre as ocorrências observadas durante o *SPFW N41* (um *alhores* e um *então*, numa *debreagem* enunciativa, tomando como referência a data de publicação do título). A revista organizou-se a partir da segunda opção.

Devido às datas do *SPFW N41* (25 a 29 de abril), a publicação de conteúdos sobre a semana de moda, no entanto, ocorreu apenas nas edições de maio e junho. A edição de abril não trouxe nenhum material sobre o evento. A de maio – lançada inclusive em uma festa durante a *fashion week* – publicou apenas uma nota avisando que a cobertura do evento poderia ser lida na página da web de *Elle*. Já em junho, por conta do distanciamento temporal, o espaço destinado ao evento foi diminuto: apenas duas pequenas notas jornalísticas e uma matéria de três páginas publicada na seção *Preview* sobre as principais tendências de moda observadas. As quatro publicações são tratadas aqui enquanto quatro enunciados distintos e organizadas abaixo conforme a classificação proposta no capítulo anterior:

Tabela 7. Enunciados selecionados como *corpus* na mídia impressa de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais.

Categoria aspectual	Enunciado
<p style="text-align: center;">Constante</p>	
<p style="text-align: center;">Fortuito</p>	
<p style="text-align: center;">Periódico</p>	

Iniciamos a análise dos enunciados veiculados na revista impressa de *Elle Brasil* sobre a cobertura do *SPFW N41* com uma publicação classificada na categoria aspectual *constante*. Veiculada na edição de junho de 2016, a nota “*SPFW* com amor” está incluída na seção *Insiders*, que reúne um conjunto de notas jornalísticas sobre os bastidores daquele determinado mês. Localizada no início da revista, a seção está inserida na topologia interna da publicação em uma região permeada por conteúdos de apenas uma página e de matérias no formato vitrina³⁶. Esses conteúdos editoriais são geralmente veiculados em páginas pares, enquanto as páginas ímpares são ocupadas por publicidade.

Em sua configuração, a revista impressa de *Elle Brasil* adota um espelho – espécie de mapa que determina a distribuição do material editorial em uma revista – do tipo “miolo nobre”, segundo a classificação proposta por Fátima Ali (2009). Conforme a autora, esse tipo de formatação, bastante comum no mercado editorial, mantém em torno do centro da revista as matérias mais longas ou os investimentos editoriais da publicação, que demandam maior atenção do leitor ou possuem maior impacto visual. O início possui seções curtas ou matérias mais leves, mantendo um ritmo ascendente até o chamado “miolo nobre”. No caso de uma revista de moda como *Elle Brasil*, o “miolo nobre” é ocupado por investimentos editoriais que são, geralmente, os editoriais de moda, definidos como um formato próprio do jornalismo especializado impresso³⁷ que consiste em uma sequência de fotos na qual uma tendência da moda é representada por modelos que usam combinações de vestuário responsáveis por apontar possibilidades do vestir-se – tudo, de acordo com os padrões sancionados pela revista.

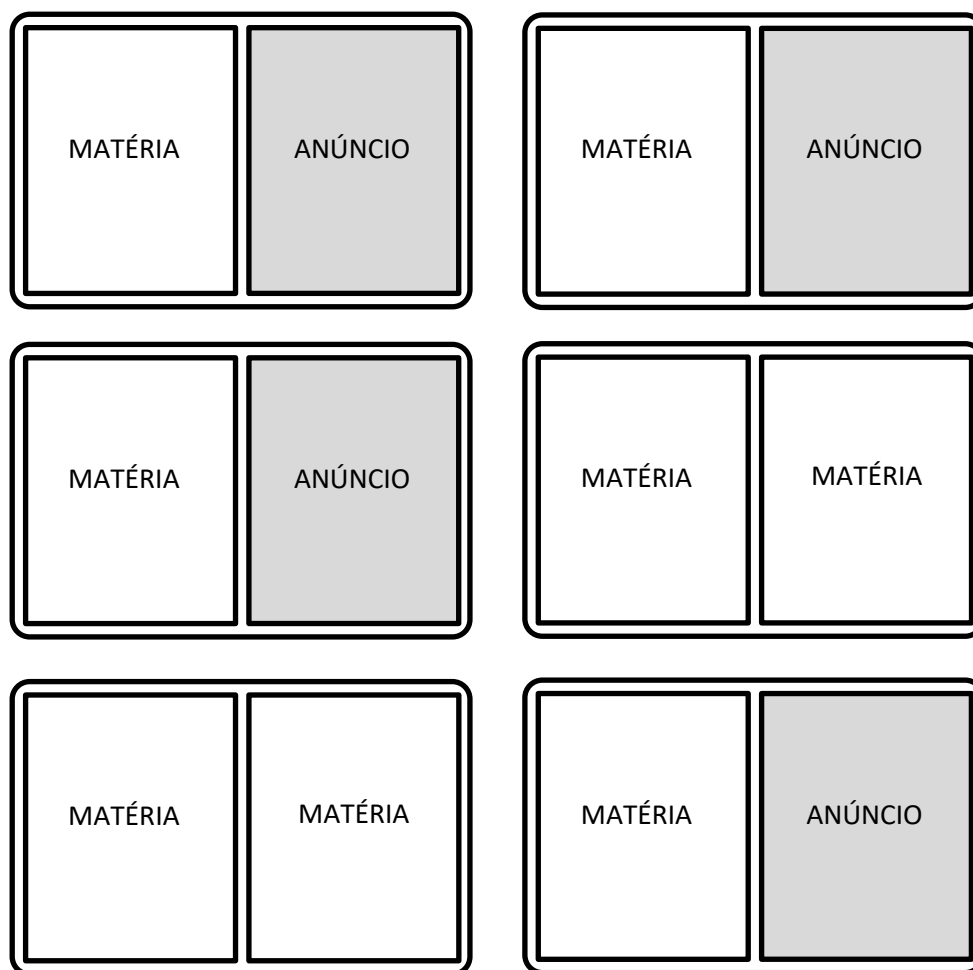
Essa conformação da topologia inaugura um ritmo de leitura da revista a partir da sensorialidade rítmica geral proporcionada pela relação entre o arranjo sincrético de

³⁶ O termo vitrina é empregado como um formato jornalístico – bastante trabalhado por revistas femininas e revistas de moda – em que diversos produtos são agrupados de acordo com uma característica em comum. Sua página é composta pelos seguintes elementos: título, abertura ou pequenos textos, fotos e legendas.

³⁷ Hoje, no entanto, já existem experiências de editoriais de moda veiculados e adaptados para os formatos vídeo e digital.

linguagens e os conteúdos publicados. Tal ritmo pode ser encarado enquanto um intervalo recorrente de agrupamentos assimétricos e que reproduzem a mesma formatação (GREIMAS e COURTÉS, 2013) e não está ligado apenas ao plano da expressão, mas à homologação estabelecida entre expressão e conteúdo. Assim, o ritmo encontrado na revista impressa por *Elle Brasil* criará, por meio da articulação entre relações de espaço e tempo a partir de uma aspectualidade incoativa, percursos figurativos e temáticos identificados ao longo da publicação.

Esquema 33. Breve representação do modelo de espelho do tipo “miolo nobre”, conforme visto em *Elle Brasil*.



O projeto editorial da revista faz com que o espelho seja repetido mensalmente, salvo pequenas alterações. Esse fazer operatório de *Elle Brasil*, calcado no princípio da regularidade, estabelece papéis temáticos para as seções da revista, de modo que o leitor habitual é capaz de achar determinado assunto mesmo sem consultar o sumário. *Elle Brasil*

atualmente é dividida nas seguintes seções, agrupadas em seis editorias (*Preview, Estilo, Moda, Beleza, Cult, Lifestyle*): *Carta da Diretora, Insiders e Colaboradores, Online, Preview, Nas Ruas, Fashionista, Expert, New Designer, Acessórios, Tendência, Modos de Usar, Trending Topics, Agenda, Última Palavra*. Nem todo conteúdo veiculado em uma seção, no entanto, está vinculado a uma editoria, da mesma forma que nem toda matéria publicada em uma editoria está incluída em uma seção.

Esse é o caso do enunciado “*SPFW com amor*”, publicado na seção *Insiders e Colaboradores*, que não se encontra vinculada a nenhuma editoria. Tal seção, assim como a *Carta da Diretora* e a *Online*, é um dos primeiros conteúdos editoriais da revista – precedidos apenas pela capa, por anúncios e pelo sumário – e estão ligados a um *saber fazer* de *Elle Brasil*. Mais especificamente, a um *saber fazer* figurativizado em enunciados que mostram os bastidores da produção das edições impressas, o *modus operandi* de grandes coberturas e que indicam outros conteúdos veiculados nas outras plataformas que compõem o projeto transmídia de *Elle Brasil*.

Por tratar-se de uma nota, o enunciado ocupa um pequeno espaço na página e é articulado plasticamente por meio de um arranjo que entrelaça as diversas notas ao longo de duas páginas espelhadas em uma temática. Nesta edição, as várias notas são organizadas a partir de uma chamada principal: “Alô Produção! Em maio, teve desfile, festa e novidades na redação. Veja os bastidores desta edição intensa”. Pode-se perceber, portanto, que o texto verbal demarca maio como a temporalidade na qual a edição foi produzida, criando uma debreagem temporal enunciativa (*então*) e, ao mesmo tempo, uma embreagem actancial enunciativa, ao usar o “desta edição”.

Imagem 61. Página dupla da seção *Insider* da edição de junho de 2016: várias notas jornalísticas articuladas a partir de uma mesma temática.



A começar pela análise dos componentes do plano da expressão, é possível perceber que as páginas organizam-se a partir de diferentes grades e colunagens, de modo que a topologia do enunciado é marcada por agrupamentos distintos entre texto verbal e foto. Em ambas as páginas, é possível perceber que o projeto gráfico cria uma divisão em que, na primeira metade, existem duas colunas enquanto que, na segunda, sete. Na página da esquerda, essa divisão acontece aproximadamente na metade da revista. Na página ímpar, por outro lado, a divisão acontece após o segundo terço da folha.

Imagem 62. A colunagem que se modifica na metade da página confere um maior dinamismo ao projeto gráfico de *Elle Brasil*.



A estrutura das colunas obedece ao modelo de “grades modulares” (ALI, 2009), classificação na qual as páginas são divididas em várias unidades, o que permite uma maior flexibilidade em relação ao *design* gráfico. Modelos desse tipo facilitam a colocação de fotos pequenas e elementos visuais mais irreverentes, como é o caso da página. A maior quantidade de colunas permite organizar com um peso igual as fotos e as legendas presentes na sub-seção *Colaboradores*, por exemplo. Na página da esquerda, ela possibilita o uso de uma foto recortada de corpo inteiro, bem como da inserção do desenho de dois celulares na forma de molduras. É ainda possível observar que, embora existam margens na esquerda e na direita, essas margens são, por vezes, transgredidas, com a introdução de fotos que extravasam as colunas, provocando um descontínuo no projeto gráfico da revista.

A mudança de colunagem nas duas porções de ambas as páginas confere um maior dinamismo à leitura das notas, que pode ser assim fracionada em diferentes blocos enunciativos compostos por texto verbal e fotografia, distribuídos ao longo da topologia da revista, conforme vemos abaixo:

Imagem 63. Texto verbal e imagem formam blocos enunciativos organizados na sua distribuição pela topologia das duas páginas.



A organização dos enunciados ao longo das duas páginas se dá conforme o agrupamento de blocos composto por textos verbais e visuais arranjados no espaço. Em todos os casos, no entanto, é possível perceber um predomínio da substância visual da expressão, de modo que os textos verbais vinculados às fotografias funcionam apenas como espécie de legendas. São as imagens espalhadas ao longo das páginas as responsáveis por criar linhas de leitura que orientam o olhar do enunciatário e, desse modo, o seu percurso de leitura, coordenado para que todos os enunciados possam ser contemplados e para que o fluxo de leitura da revista como um todo se mantenha de modo contínuo.

Tal orientação de leitura por meio de imagens é possível devido ao projeto gráfico da revista que permite que uma imagem seja disposta superposta a outra, de modo que as fotografias invadem outras fotografias, provocando ainda um efeito de sentido de casualidade, como se elas estivessem jogadas de modo aleatório em cima de uma mesa ou de um quadro em branco, em um cenário que lembra o momento de pré-edição de uma revista ou de outra publicação, em que são selecionadas as fotos que comporão o produto final vendido nas bancas. Tal efeito de casualidade reitera a ideia da temática *Backstage*

proposta na seção *Insiders*: mostrar ao leitor os bastidores da revista, provocando uma intimidade ou aproximação entre enunciador e enunciatário.

Imagem 64. Com o predomínio da substância visual da expressão, as imagens guiam o percurso de leitura do enunciatário.



Em relação ao cromatismo, o *spread* mantém a relação entre as categorias /colorido/ vs. /preto e branco/, que estão relacionadas, respectivamente, ao registro de eventos publicados na revista e a personalidades que ajudaram a compor a edição em questão. É possível concluir, dessa forma, que o uso do preto e branco nas fotos dos profissionais responsáveis pela edição instala uma embreagem enunciativa actorial, de modo que aqueles que falam (o *eu* de uma relação *eu/tu*) passam a ser aqueles de quem se fala (*ele*). O processo de embreagem é reiterado pelo efeito de sentido de atemporalidade do cromatismo preto e branco, que guarda uma relação de menor iconicidade entre o objeto semiótico (fotografia/ significante) e as figuras do mundo natural (fotografado/ significado).

No projeto gráfico da revista, por sua vez, chama atenção a substância visual da expressão articulada a partir de uma linguagem gráfica e de uma linguagem tipográfica. A tipografia utilizada na revista impressa de *Elle Brasil* mantém, nos mesmos enunciados, oposições constantes entre /serifado/ e /não-serifado/, que, por sua vez, podem ser

escolhidos a partir de variações (itálico, negrito ou regular), orientações (horizontal ou vertical) e caixa da letra (caixa alta e caixa baixa). Apenas duas famílias de fontes são utilizadas em cada caso e as tipografias são modificadas apenas a partir de suas variações e tamanhos (romano, itálico, negrito, caixa alta, etc), o que atribui continuidade e unidade ao projeto gráfico adotado pela revista em sua edição impressa.

Nos blocos textuais verbais, a opção é uma fonte serifada, que, por possuir fluidez entre as linhas de seus caracteres, facilita a leitura, sendo adequada, portanto, a agrupamentos maiores de textos verbais. Os títulos das notas, por sua vez, são escritos tanto em fontes serifadas como em fontes não-serifadas, havendo, no entanto, um predomínio deste último tipo. Quando utilizada, a fonte não-serifada é sempre grafada totalmente em letras maiúsculas, podendo ser condensada (de maior peso), normal ou em negrito (também de maior peso). Já a fonte serifada observada nos títulos das notas é sempre grafada em itálico. Estilo de fonte próxima à escrita cursiva, o itálico é comumente utilizado em projetos gráficos para dar ênfase a determinadas porções do texto ou a palavras estrangeiras. Nesse caso, ele é utilizado para enfatizar o título (e, portanto, o enunciado em questão), utilizando uma fonte da mesma família tipográfica dos blocos textuais, mas com a variação do itálico e grafada em um maior corpo. Dessa forma, preserva-se a harmonia e confere-se dinamicidade ao projeto gráfico.

O efeito de sentido de dinamicidade é reiterado ainda pelas variações impostas às fontes não-serifadas. Nos títulos das notas, é possível notar a mistura entre grafias da mesma tipografia em negrito (*bold*) e regular, bem como da utilização da variação condensada na mesma família tipográfica. A variação de peso acontece da mesma forma: a primeira palavra é grafada em negrito e as outras em regular. Tal reiteração obedece à ênfase dada pelo próprio padrão de leitura ocidental: da esquerda para direita, de cima para baixo. O negrito, dessa forma, exerce o papel manipulatório, de *fazer fazer* o enunciatário executar a leitura de todas as notas ao longo das páginas de *Elle Brasil*, por meio da instalação de um descontínuo em seu projeto gráfico.

A linguagem gráfica, por sua vez, utiliza-se do recurso da figuratividade na produção de sentido dos enunciados presentes na seção *Insiders* da edição de julho de 2016 de *Elle Brasil*. Nas duas páginas, é possível observar o recurso sendo aplicado duas vezes: no

desenho do contorno de um *iPhone*, na página ímpar, e na moldura de uma foto polaroide, na página par.

O contorno do *iPhone*, *smartphone* da marca *Apple* e celular que ocupa hoje o posto de produto mais desejado (e, portanto, mais representativo) entre os equipamentos de telefonia, é utilizado na nota “Bem colado”, que fala sobre os 45 mil *patches*³⁸ distribuídos na edição impressa de maio de 2016 e sobre as postagens realizadas com fotografias deles na rede social *Instagram* a partir da *hashtag* #serfelizELLEgal. Nesse caso, a linguagem gráfica, concretizada no plano da expressão a partir do desenho de um *iPhone*, une-se à linguagem fotográfica para recriar a prática comunicacional na rede social *Instagram* de postagem de fotografias com o uso de *hashtags* – neste exemplo, uma *hashtag* criada e divulgada pela revista. *Elle Brasil* reforça, dessa forma, sua presença enquanto enunciador no ambiente virtual e em diferentes plataformas midiáticas, além de conferir visibilidade às ações publicitárias da revista, instalando, a partir do uso de fotos de sujeitos dentro do contorno do *iPhone*, um interlocutor na cena enunciativa, provocando uma maior aproximação entre enunciador e enunciatário. Tal espaço de visibilidade funciona ainda como uma espécie de promessa ao enunciatário que, ao adotar o percurso narrativo proposto pela revista, poderá ter sua foto veiculada na publicação ou vista pelos outros leitores a partir da indexação da *hashtag*.

O desenho da moldura da foto polaroide, por outro lado, figurativiza um tipo específico de fotografia, evidenciado a partir da materialidade do papel utilizado para a impressão de fotos que utilizam a tecnologia. Esse tipo de fotografia, cuja revelação e concretização em materialidade é diferente da eletrônica/digital (impressão no papel) pois acontece de forma quase que instantânea, é comumente utilizado nos bastidores de desfiles de moda para testar a composição entre vestuário, cabelo e maquiagem das modelos, bem como para servir de amostra do padrão a ser replicado pelos diferentes profissionais responsáveis pela produção do desfile. Por esse motivo, a linguagem gráfica, nesse caso, reitera a temática de “bastidores” proposta ao longo de toda a seção.

Passamos, agora, ao enunciado “*SPFW* com amor”. A nota, publicada na página par da seção *Insiders*, busca resumir alguns fatos relativos à cobertura do *SPFW N41* de *Elle*

³⁸ Espécie de adesivo de tecido (geralmente uma palavra ou um desenho) que pode ser costurado ou aplicado a partir do calor em peças de roupa.

Brasil, realizada no final do mês de abril – quase dois meses antes da publicação da edição de junho. Por esse motivo, a nota é composta de um título, um bloco textual verbal e três fotos que o acompanham e que possuem o objetivo de figurativizar as diversas temáticas envolvidas nesta cobertura jornalística.

Imagem 65. Nota “SPFW com amor”, publicada na edição de junho de 2016 de *Elle Brasil*: figurativização da cobertura da semana de moda.



Na foto superior, é possível observar os editores de moda de *Elle Brasil* Chantal Sordi, Vivi Whiteman, Marcel Maia e a diretora de redação da revista, Susana Barbosa, sentados na primeira fila de um desfile. A primeira fila é considerada como o espaço de maior visibilidade e de maior importância para aqueles que atendem a um desfile de moda, de modo que apenas convidados seletos e alguns membros da imprensa especializada são escolhidos para comporem a chamada “fila A”. Ao mostrar seus jornalistas na primeira fila, *Elle Brasil* se constrói enquanto um forte destinador do campo da moda brasileira, reconhecido e sancionado pelos outros sujeitos que o compõe, como estilistas, marcas e, até mesmo, outros jornalistas.

A foto inferior traz outro grupo de jornalistas, também responsáveis pela cobertura de *Elle Brasil* no SPFW N41, na área externa dos pavilhões da Bienal do Parque do Ibirapuera, local onde historicamente acontecem a maioria dos desfiles da semana de moda. Se, dentro das salas de desfiles, os repórteres e editores de *Elle* ocupam a fila A,

figurativizando a importância da revista enquanto destinador na moda brasileira, do lado de fora, seus repórteres são fotografados enquanto ícones de estilo, em um tipo de fotografia que se assemelha às fotos de “*street style*”, em que pessoas que se destacam na multidão são fotografadas enquanto proposta única de um estilo pessoal. Uma ideia semelhante pode ser observada na foto da jornalista Vivi Whiteman recortada e disposta à direita do bloco textual verbal. Assim como na foto inferior, nesta imagem, é possível perceber novamente um integrante da equipe de *Elle Brasil* sendo apontado pela publicação enquanto ícone de estilo.

Nos três casos, é possível concluir que *Elle Brasil* se vale de seus jornalistas para figurativizar para o leitor a atuação da publicação durante a cobertura do *SPFW N41*, em um processo metonímico em que os repórteres e editores são, em última instância, a própria revista. Além disso, é importante destacar como *Elle* instala esses interlocutores em seu discurso: jornalistas de prestígio no universo da moda brasileira (convidados da primeira fila) e que figurativizam, eles mesmos, o estilo e a moda propostos pelo título. Dessa forma, *Elle* constrói esses interlocutores como atores que possuem competências modais (*saber e poder*) para realizar a performance de mostrar e interpretar as ocorrências da maior semana de moda do Brasil para os seus leitores. A revista, assim, reforça, a partir de seus interlocutores, o contrato de verificação estabelecido com seus destinatários.

A mesma ideia é reiterada pelo verbal presente na nota. O título “*SPFW com amor*” demarca o tipo de cobertura realizado pela revista. A linguagem verbal é aqui utilizada para mexer com as competências estéticas dos sujeitos enunciatários, que se põem, por meio de sua própria sensibilidade, em contato com o discurso proposto pela revista. A expressão “com amor” induz o sujeito competente a ajustar-se à temática afetiva colocada pelo enunciador. O leitor é então sensibilizado pelo plano do sensível presente no texto verbal, que apreende o inteligível proposto pelo título da nota jornalística. O título qualifica ainda o fazer jornalístico de *Elle Brasil* enquanto uma atividade afetiva, dotando o enunciador (bem como os interlocutores-jornalistas, retratados nas fotos) de, além de fortes competências modais, competências estéticas que os fazem ver e interpretar a moda enquanto fazer capaz de mexer com os estados de alma e com os estados de ânimo dos sujeitos nela envolvidos (produtores, consumidores, etc). A construção é reiterada ainda, no

arranjo plástico, por meio da verticalidade do título, que é a mesma verticalidade da foto recortada da jornalista, apresentada ao leitor sorrindo, em um estado eufórico, assim como “com amor”.

No corpo verbal da nota “*SPFW* com amor”, a “equipe da *ELLE*” (assim grafada) continua sendo o principal ator do enunciado. Aqui, no entanto, é trabalhado o paradoxo existente entre as temporalidades dos desfiles de moda e das coleções neles apresentadas – área alvo da principal mudança ocorrida no *SPFW N41*. Tradicionalmente, as coleções de verão são apresentadas durante o inverno no hemisfério sul, da mesma forma como coleções de inverno são desfiladas no verão. No *SPFW*, esse intervalo de tempo de seis meses entre as passarelas e a chegada das coleções nas lojas deverá ser encurtado até as edições de 2017, como já mencionado nos capítulos anteriores. O processo, que teve início já nesta última semana de moda, foi a principal novidade da 41ª edição do evento, ocorrida entre os dias 25 e 29 de abril de 2016, que passou a se chamar *SPFW N41* em vez de *SPFW Verão 2017* (nomenclatura usual de anos anteriores).

A relação paradoxal entre as duas temporalidades – um *então* do próximo verão desfilado nas passarelas e um *agora* do inverno paulistano – manteve-se nesta edição. Para demarca-las, o texto coloca “O frio paulistano chegou junto com a 41ª edição do São Paulo Fashion Week”, referindo-se à queda das temperaturas do inverno paulistano – que, até então, mantinha temperaturas mais elevadas – nas semanas do final do mês de abril, ocorrência que recebeu destaque nas redes sociais e no noticiário nacional. E depois completa com: “Mas a equipe de *Elle Brasil*, que passou os dias no Pavilhão da Bienal, estava mesmo interessada era no verão 2017”. Dessa forma, a equipe de jornalistas é construída enquanto sujeito coletivo cujo objeto de valor são os desfiles e as coleções de verão 2017, e não a moda apresentada pelos transeuntes do evento e pelos paulistanos, circunscritos na temporalidade do inverno de 2016.

O segundo enunciado selecionado para a análise na revista impressa de *Elle Brasil* é o classificado dentro da categoria aspectual *fortuito*: a nota jornalística “Cobertura total”, publicada na seção *Online* da edição de maio de 2016. Lançada durante o *SPFW N41*, em uma festa promovida pela *Elle Brasil* em parceria com a grife para a qual o estilista Alexandre Herchovich desfilou uma coleção na semana de moda, a *À La Garçonne*, a

revista foi divulgada enquanto uma edição especial de aniversário de 28 anos da *Elle Brasil* cujo tema era “otimismo em tempos difíceis”. Nesta edição, a modelo sudanesa Alek Wek foi fotografada em quatro opções de capa que traziam *emoticons* preenchendo o logotipo de *Elle*, recurso gráfico encontrado ainda dentro da revista em outras seções e matérias.

Imagens 66a e 66b. Duas das quatro opções de capa da edição de maio de 2016 de *Elle Brasil* com a modelo sudanesa Alek Wek: temática do “otimismo em tempos difíceis”.



Além das capas comemorativas, a edição especial veio acompanhada de quatro tipos diferentes de *patches*³⁹ inclusos na embalagem da revista como um brinde às leitoras (as opções eram as palavras “*happy*”, “*fun*”, “*dance*” e “*love*”, respectivamente “feliz”, “diversão”, “dança” ou “dance” e “amor” ou “ame”, em português). Paralelo ao seu lançamento, foi divulgada ainda uma campanha veiculada em diversos meios – cinema, televisão aberta, televisão fechada, mídias OOH⁴⁰ digitais e estáticas, rádios, revistas, jornais e site – intitulada #serfelizELLEgal (grafada dessa forma, em formato *hashtag*), composta ainda de

³⁹ *Patch* ou emblema consiste num pedaço de tecido de qualquer formato, mas normalmente retangular ou circular, com uma inscrição de um símbolo, *slogan* ou imagem que é preso ou costurado em casacos, bolsas, camisas, calças e outras peças de vestuário.

⁴⁰ Abreviação de mídia *out of home* (fora de casa, em português), a mídia OOH reúne plataformas encontradas em ambientes diversos e que não estão classificados enquanto veículos “tradicionais”. Exemplos de mídia OOH são elevadores, metrô, ônibus, aeroportos, entre outros.

um *hotsite* ⁴¹(www.serfelizELLEgal.com.br), onde as leitoras podiam customizar suas fotos com diversos ícones criados pela revista, semelhantes aos publicados na edição impressa, e compartilhá-las nas redes sociais utilizando a *hashtag* que dava nome à ação publicitária.

Para celebrar uma edição comemorativa de aniversário de 28 anos, *Elle Brasil* valeu-se portanto de um projeto gráfico diferente do adotado nos outros meses e que permeou todas as páginas e conteúdos da edição de maio de 2016. A seção *Online*, publicada no início do espelho de *Elle* assim como a seção *Insiders*, tratada na análise anterior, não foi exceção. Composta de pequenas notas acompanhadas de imagens, a seção tem como objetivo selecionar para a leitora da revista impressa as principais matérias publicadas exclusivamente no portal *M de Mulher*, direcionando, dessa forma, a enunciatório para outras plataformas midiáticas que compõe o projeto transmídia do título.

Imagem 67. Seção Online de *Elle Brasil*: principais matérias publicadas no portal *M de Mulher* e novidades nas redes sociais.



Assim como na seção *Insiders*, o arranjo plástico do plano da expressão da seção *Online* prioriza a substância visual, distribuída ao longo da topologia do *spread* de modo a

⁴¹ *Hotsite* é o termo usado para indicar um site momentâneo criado para destacar determinado conteúdo especial. *Hotsites* geralmente têm projetos gráficos e editoriais próprios e uma vida útil pré-determinada

criar blocos de enunciados compostos por textos e imagens e a orientar a leitura do enunciatário a partir das fotografias. Nessa edição, contudo, merece destaque o uso da linguagem gráfica, que figuratiza a temática do otimismo contida em toda a edição e demarca este determinado arranjo estético como um descontínuo no projeto gráfico da revista, lançada enquanto uma edição especial – ou seja, uma edição única.

Tal linguagem gráfica se vale, em grande medida, de pequenos desenhos que lembram o formato *emoji*. Em trocas de mensagens telefônicas, os *emojis* são comumente usados enquanto substância visual capaz de atuar na produção de sentido em relação à substância verbal, de modo a possibilitar um discurso mais complexo entre os dois sujeitos, podendo estabelecer relações de complementariedade ou contrariedade de sentido, reforçando ou contradizendo determinados enunciados.

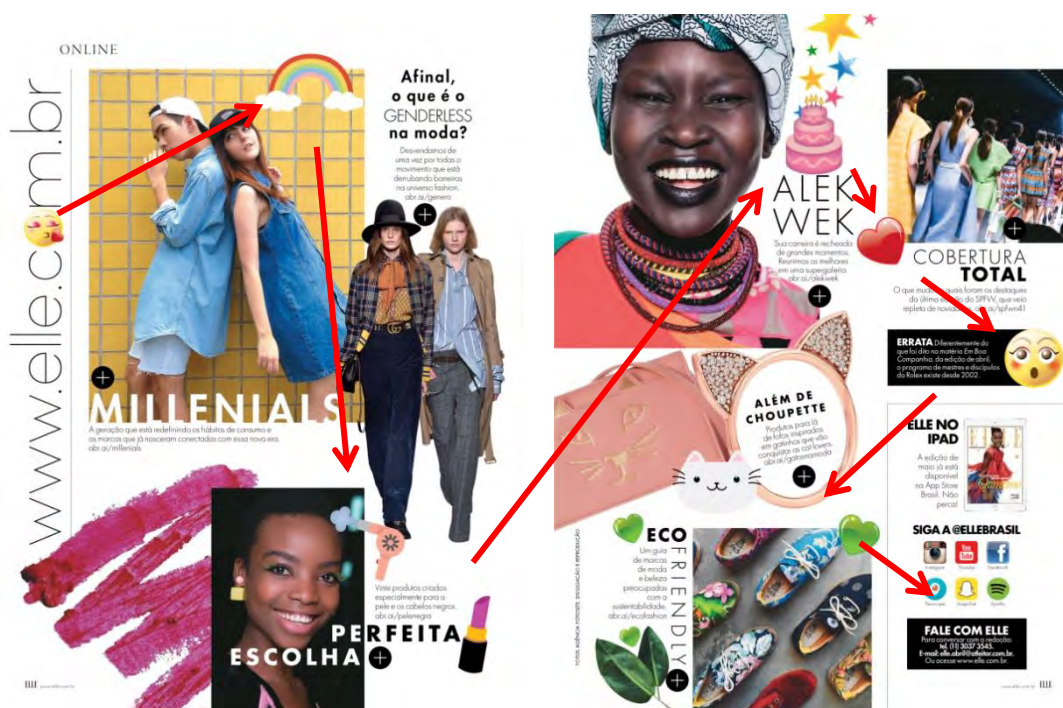
No caso dos enunciados veiculados nas duas páginas da seção *Online*, é possível observar que o uso da linguagem gráfica dentro da substância visual estabelece com as substâncias verbal e espacial relações de complementariedade, reforçando a ideia do sincretismo por união, já expressa no capítulo anterior, enquanto classificação para os enunciados encontrados na mídia impressa de *Elle Brasil*. Exemplos disso são a figura de um gato ao lado da nota “Além de choupette”, que fala sobre acessórios e vestuário inspirados no animal, e a de um bolo de aniversário na nota “Alek Wek”, que divulga o *link* para os melhores momentos da carreira da modelo capa da edição de aniversário de *Elle*.

Estabelecido a partir dos *emojis*, o percurso de leitura na página *Online* da edição impressa de maio de 2016 têm início no canto esquerdo superior – ponto de maior atenção da página devido ao ritmo de leitura ocidental –, onde encontramos um *emoji* de um rosto de olhos fechados (e maquiados) soltando um beijo que se torna um coração substituindo o a letra “O” no endereço *www.elle.com.br*, fixado na vertical da margem esquerda da página esquerda – posição prevista no projeto gráfico da seção. A expressão facial, dessa forma, figurativiza a temática da afetividade, que aparece, no arranjo plástico, em cima do próprio enunciador, de modo que o enunciador *Elle* é detentor de um fazer caracterizado pelo afeto, produzindo um efeito de sentido de aproximação com o enunciatário. Visualmente, a circunferência da letra “O” dá lugar à circunferência do rosto retratado por meio do *emoji*, de modo que é possível ainda depreender a construção “com (do endereço eletrônico)

amor” ou “com afeto” enquanto caracterizante do fazer prescritivo de *Elle* dentro do campo da moda e do campo do jornalismo especializado brasileiro.

Apesar de estar publicada na mídia impressa, a seção *Online* faz referência a uma outra espacialidade, que é o *alhores* da página na web de *Elle Brasil*, identificada, no arranjo plástico, a partir do peso ocupado pelo endereço da web. A partir do uso da linguagem gráfica dos *emojis*, cria-se, portanto, uma continuidade entre a temática presente na edição impressa e nos conteúdos publicados no site da revista, produzindo, dessa forma, um percurso de leitura para o leitor/usuário/seguidor de *Elle Brasil* dentro do projeto transmídia da revista.

Imagem 68. Os *emojis* guiam o percurso de leitura na seção *Online* da *Elle Brasil* de maio de 2016.



A verticalidade do endereço do site localizado na página da esquerda é reiterado pelo outro percurso de leitura estabelecido dentro do projeto transmídia de *Elle* a partir de sua mídia impressa: o das redes sociais. A partir da distribuição dos *emojis* pela topologia do *spread*, o olhar do leitor é levado à margem direita inferior, outro ponto de atenção da página, onde estão localizados e agrupados em um bloco vertical os ícones (novamente figurativizados por meio da linguagem gráfica na substância visual) referentes às outras plataformas que compõe o projeto transmídia do título.

Nesse bloco, é possível ver na parte superior, em destaque, a chamada “*Elle* no iPad”, grafada em caixa alta e em negrito. No bloco verbal abaixo, lê-se: “A edição de maio já está disponível na App Store Brasil. Não perca!”. A substância verbal alerta assim o enunciatário da concomitância do lançamento das duas versões da revista, a impressa e a digital. Ao adotar o modo verbal imperativo em “não perca”, bem como o ponto de exclamação, o enunciador instala um *fazer fazer*, estabelecendo uma relação de manipulação por tentação, em que o objeto de valor é a própria edição digital da revista *Elle Brasil*, figurativizada pela fotografia de uma das capas da publicação de maio de 2016 diagramada ao lado do texto verbal, o que termina por reforçar tal fazer manipulatório.

Na parte inferior do bloco, o enunciatário é levado a outro título grafado novamente em caixa alta e em negrito “Siga *Elle* nas redes sociais”, localizado acima dos ícones das redes sociais e de suas respectivas legendas. Novamente, o enunciador se vale do uso do modo imperativo (“Siga”) para mexer com a volição do enunciatário por meio de um regime manipulatório que pretende instalar um papel temático a partir de um fazer operatório de leitura e uso dos conteúdos produzidos por *Elle Brasil* em diversas plataformas midiáticas.

Por fim, na base do bloco, é possível ver, em um destaque causado pelo contraste cromático entre preto e branco e fundo e figura, uma caixa de “Fale com *ELLE*”, onde se leem abaixo as diversas formas proposta de contato entre o leitor e a revista: telefone, email e site. Vale destacar ainda que o leitor aqui não é convidado a entrar em contato ou a fazer reclamações ou sugestões – prática enunciativa comumente adotada em seções de “Fale conosco” ou de “Espaço do leitor” em veículos de comunicação – mas a “conversar com a redação”. Ao fazê-lo, *Elle Brasil* propõe uma relação interacional de menor desigualdade e de maior transitividade entre enunciador e enunciatário, propondo aqui um regime de ajustamento em que os dois sujeitos ajustam-se mutualmente em um *fazer sentir* proporcionado por uma relação de igualdade, o que termina por provocar um efeito de sentido de proximidade entre enunciador e enunciatário, tratados aqui em uma relação enunciativa actorial *eultu*.

Na nota “Cobertura total”, selecionada aqui enquanto *corpus* de análise, chama atenção a presença de um emoji no canto superior direito, que cria uma linha de leitura

com outro emoji da nota “Errata” e faz com que o olhar do enunciatário deslize sobre a totalidade do texto verbal e da fotografia que o acompanha. Nela, podemos enxergar o cenário de modelos caminhando na passarela durante a linha final de um desfile de moda, momento em que toda a coleção é reapresentada ao público. A foto, no entanto, possui um enquadramento aproximado e foi batida após a passagem das modelos, que se encontram todas de costas, de modo que não há nenhum elemento capaz de identificar a marca desfilada, a semana de moda ou o ano. A substância visual é utilizada aqui de forma genérica apenas para compor o projeto gráfico da seção (que publica sempre um texto acompanhado de uma imagem, com exceção da nota “Errata”) e complementar a ideia de “cobertura de uma semana de moda”, sem especificar, no entanto, de que semana de moda se está falando.

Imagem 69. Na nota “Cobertura total”, a substância visual é acionada apenas para manter o fazer operatório de *Elle Brasil*.



Essa informação está presente, em seguida, apenas no bloco textual verbal, já que o título da nota, “Cobertura total”, também não faz nenhuma referência a algum evento específico. No corpo do texto verbal, o leitor é então esclarecido de que a “Cobertura total” da qual se fala é, na verdade, a cobertura do *SPFW* 2016: “O que mudou e quais os destaques da última edição do *SPFW*, que veio repleta de novidades. abr.ai/SPFWn41”. No

bloco verbal, dessa forma, fala-se da semana de moda, mas sem trazer nenhuma nova informação sobre o evento, que acontecia na mesma semana em que a edição de maio de 2016 foi lançada.

A temática presente no texto é a da novidade, responsável por permear a prática jornalística de *Elle Brasil* enquanto veículo de comunicação, de modo que sempre se busca o “novo” em uma cobertura jornalística, figurativizado aqui na expressão “repleta de novidades”. Além da novidade, o fazer jornalístico de *Elle Brasil* é configurado ainda a partir do uso do termo “destaques”, que demarca a revista enquanto forte destinador julgador da moda brasileira, responsável por separar as principais ocorrências do *SPFW* para o seu leitor, para quem o “estar na moda” é encarado como objeto de valor.

Por fim, a nota traz um *link* direto para a página do portal *M de Mulher*, que agrupou todo o conteúdo produzido por todas as revistas femininas do grupo Abril sobre o *SPFW N41*. É interessante notar a presença de um endereço da web publicado numa revista impressa, cuja materialidade não permite o acesso a partir do recurso hipertextual dos *links*. Ao instalar este percurso de leitura, o enunciador presume competências modais de *saber* e *poder* do enunciatário, que deverá conduzir-se para o ambiente online da revista ao digitar o endereço do site em algum navegador de internet.

Novamente, a revista constrói em “Cobertura total” um discurso sobre si mesma, demarcando sua área de atuação enquanto destinador do campo da moda brasileira e prescrevendo uma atividade programada de leitura aos seus enunciatários. Devido à temporalidade da produção e distribuição da revista e do *São Paulo Fashion Week*, o texto verbal, assim como o visual, exime-se de circunscrever de forma contundente a temporalidade do evento. O que pode ser observado, por conseguinte, é a construção de um sistema enunciativo de não-concomitância com o momento de referência e o momento do acontecimento, mas que busca, ao apagar as marcas de temporalidade do enunciado, presentificar a cobertura realizada por *Elle Brasil* no ambiente virtual.

No último enunciado selecionado enquanto *corpus* da análise da revista impressa de *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41* temos a matéria “De olho no alvo”, publicada na edição de junho de 2016 e classificada conforme as categorias aspectuais enquanto *periódico*. Veiculada na editoria *Preview* e na seção *Passarela*, a matéria de três páginas se

propõe a oferecer à leitora de *Elle* uma reunião das principais tendências observadas durante o *São Paulo Fashion Week*. Localizada na primeira metade do espelho da revista, a editoria *Preview* reúne, de forma rápida e didática, as principais tendências vistas no mês nas ruas, em passarelas e em coleções nacionais e internacionais.

Na matéria “De olho no alvo”, tais tendências são agrupadas segundo cinco grandes grupos: “Terra, sol & verde”, “Acessórios fun & maxi”, “Sport chic”, “Estampas de viagem” e “Curto + longo”. Em cada um destes grupos, a produção de sentido é articulada a partir das substâncias visuais e verbais, com claro predomínio da primeira a partir do uso da linguagem fotográfica como principal estratégia enunciativa para figurativizar as tendências escolhidas por *Elle* como destaque do *SPFW N41*. Distribuídas ao longo da topologia das três páginas, as fotografias são reunidas em diferentes montagens que evidenciam a performance das modelos na passarela, o vestuário e a produção de moda em si ou detalhes como acessórios, cabelos ou maquiagem. Tais mudanças são articuladas a partir do enquadramento e do tratamento visual dado às fotografias originárias dos desfiles da semana de moda.

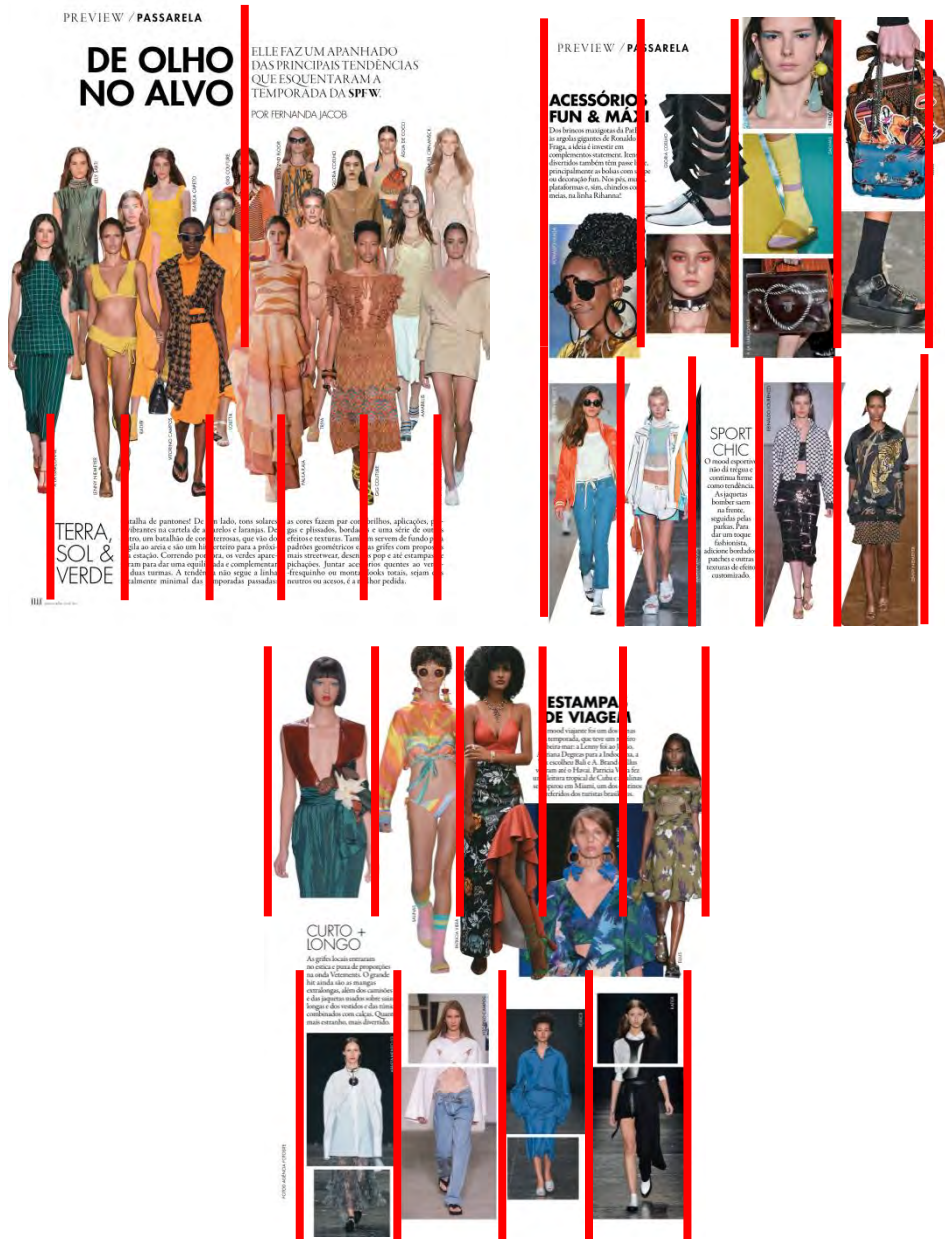
Imagens 70a, 70b e 70c. Matéria “De olho no alvo” da edição de junho de *Elle Brasil*: principais tendências observadas nas passarelas do *SPFW N41*.





Nas três páginas, é possível perceber o uso de diferentes colunagens, alteradas durante a metade das páginas. Na primeira delas, existem duas colunas na parte superior e cinco na parte inferior; na segunda, quatro superiores e cinco inferiores e, na terceira, o inverso: cinco superiores e quatro inferiores. A mudança de colunas, bem como a quebra das margens laterais, confere uma maior dinamicidade ao projeto gráfico da revista e faz extravasar a moda das páginas de *Elle Brasil* para o mundo exterior. Os limites, dessa forma, existem apenas para serem ultrapassados – figurativização do fazer transgressor também caracterizante da própria moda, que, a cada temporada, quebra com antigos padrões estabelecidos e realiza novas posições de ser e estar no mundo.

Imagens 71a, 71b e 71c. Colunagens diferentes e ultrapassagem das margens estabelecidas: fazer transgressor da moda que extravasa para o mundo.



Tal distribuição de colunas evidencia a verticalidade presente nas fotografias dos corpos das modelos. A categoria topológica figurativiza a verticalidade do próprio ser humano e o seu fazer e estar no mundo. A verticalidade, desse modo, propõe o paradigmático de combinações possíveis por meio das coleções apresentadas nas passarelas do *SPFW N41*, instalada em termos enunciativos a partir da delegação de vozes a interlocutoras (modelos). A horizontalidade, por outro lado, está presente na substância verbal e marca a mudança de vozes para o narrador jornalista responsável pela matéria – no

caso, a repórter Fernanda Jacob. As duas categorias topológicas (/vertical/ vs. /horizontal/) são reforçadas, ainda, respectivamente, pelas categorias cromáticas /colorido/, presente nas fotografias, e /preto e branco/, do texto verbal. Assim, pelo eidético e pelo cromático distribuídos na topologia, *Elle Brasil* informa à sua leitora o que se passa na moda.

Em cada agrupamento temático, destaca-se a linguagem fotográfica, que se torna predominante em toda a substância visual e guia o olhar do leitor, bem como a sua compreensão e interpretação do verbal. Tal linguagem, organizada a partir do projeto gráfico da revista, dá a ver a reunião de vários corpos, postos lado a lado, como uma espécie de exército de mulheres responsáveis por figurativizar as diversas fórmulas de ser vistas ao longo dos desfiles do *SPFW N41* e sancionadas por *Elle Brasil*. Na primeira página, onde lemos o intertítulo “Terra, sol e verde”, são contabilizadas 17 fotografias de modelos, diagramadas enquanto imagens recortadas (o fundo da fotografia é, portanto, a própria página da revista) e dispostas lado a lado e sobrepostas, de modo a criar um efeito de profundidade e movimento. Nessa página, a profusão de corpos indica ao enunciatário que essa (“Terra, sol e verde”) é a principal tendência observada ao longo da semana de moda e que, dessa forma, mereceu um maior destaque na edição.

Ao longo das duas outras páginas, as fotografias dos desfiles são apresentadas ao leitor com diferentes enquadramentos e tratamentos gráficos. Em “Acessórios: fun e máxi”, as fotos são todas tomadas a partir de um plano detalhe, adotando um ponto de vista aproximado e que permite ao enunciatário visualizar com clareza os acessórios retratados. Esse tipo de enquadramento é aqui adotado, pois, em fotos tiradas em um plano mais aberto, em que o corpo da modelo pudesse ser visto por completo, os acessórios (brincos, óculos, sapatos, etc), estariam em uma escala muito pequena. O uso do plano detalhe gera, então, um efeito de sentido de aproximação entre enunciador e enunciatário.

No intertítulo “Estampas de viagem” também é possível observar o uso de um tipo diferente de enquadramento. Aqui, foram publicadas duas fotos tiradas em plano americano, em que a figura humana é enquadrada do joelho para cima. A opção por um plano mais fechado do que o de corpo inteiro se dá, novamente, por uma especificidade da tendência da moda trabalhada. Assim como os acessórios, que demandavam uma maior aproximação para uma melhor leitura, as estampas e padronagens vistas em determinadas

peças de vestuário durante os desfiles também necessitavam de um enquadramento mais fechado para que o enunciatório tivesse uma maior compreensão a respeito do assunto do qual se fala.

Já no intertítulo “Curto + longo”, que se refere às novas proporções observadas em algumas peças desfiladas durante do *SPFW N41*, a revista se utiliza de uma interferência gráfica em cima das fotografias, dividindo-as em blocos correspondentes a um terço e dois terços da imagem original. As divisões, no entanto, não acontecem sempre no mesmo ponto, de modo que as imagens mantêm diferentes proporções, com o corte sendo realizado conforme a peça de vestuário (camisa, saia, etc) em destaque e que figurativiza a temática proposta. Tais cortes criam um efeito de sentido de movimento – reiterado pela gestualidade das modelos, que caminham na passarela – e de disrupção, provocado aqui pelo descontínuo gerado em cima das fotografias. Essa ruptura é a mesma provocada pela nova tendência, realçada aqui a partir do uso da linguagem gráfica.

No verbal, podemos observar o uso da substância verbal em complementariedade à substância visual dominante. No título, é possível ler, em caixa alta, a frase “De olho no alvo”, seguida por um texto de abertura que traz: “*Elle* faz um apanhado das principais tendências que esquentaram a temporada da *SPFW*”. O título nos traz, portanto, a moda – mais especificamente, as tendências desfiladas no *SPFW N41* – como o alvo a ser atingido, ou o objeto de valor a ser alcançado. A temática que está em jogo é a de um desafio ou a de um objetivo, que, para ser alcançado, precede de determinadas competências modais do sujeito-enunciatório, que deverá ter *saber* e *poder* necessários para atingir o alvo. Por outro lado, a expressão “de olho” dá a ver um momento do percurso narrativo que antecede a performance (atingir o alvo, por assim dizer), o que nos leva a crer que é a partir da leitura da revista – e desta matérias, em especial – que o sujeito será competencializado por *Elle Brasil* para realizar sua performance.

No texto de abertura, temos *Elle* figurativizada enquanto um actante, em um processo de embreagem enunciativa actancial, de modo que o sujeito da enunciação é posto de volta no próprio enunciado. A revista reforça então o seu papel temático enquanto destinador doador das competências necessárias para que o sujeito-enunciatório seja capaz de executar sua performance. Ainda no mesmo trecho, é possível destacar o uso do termo

“apanhado”, reiterando a organização da substância visual conforme uma verdadeira coletânea de imagens, usadas como referência no fazer manipulativo da revista, e do verbo “esquentaram”, utilizado aqui para sinalizar o paradoxo entre a estação trabalhada enquanto temporalidade pelas marcas em seus desfiles (verão) no período do outono paulistano, marcado por baixas temperaturas.

Os títulos dos intertítulos trazem frases nominais, que não possuem verbos. Isso ocorre, em grande medida, devido à periodicidade e às características editoriais do formato revista. Ao contrário de um jornal diário, que traz na grande maioria de seus títulos períodos marcados pela presença de um verbo, qualificando, dessa maneira, ações, em revistas, é comum o uso de títulos curtos, com poucas palavras e que não possuem verbo. A ausência do verbo, nesse caso, é utilizada para que o título não esteja associado a uma determinada ação circunscrita em uma temporalidade específica, o que terminaria por “envelhecer” a publicação, de periodicidade mensal. Além disso, títulos curtos facilitam a diagramação de elementos visuais conforme o projeto gráfico da revista, que prioriza o uso de imagens.

Nesses intertítulos, bem como nos textos aos quais eles fazem referência, é comum o uso de palavras na língua inglesa, mesmo quando o termo em questão é um cognato do seu sinônimo em português, como em “Sport chic”. Tal utilização constante do idioma reitera o caráter internacional do título e a temática da moda e do luxo trabalhadas pela publicação – dois universos em que a maioria dos termos nascem na língua inglesa e são difundidos como tal, como “streetwear”, “pop”, “look” e “mood”, grafados dessa forma, sem o uso do itálico ou de aspas, recursos gráficos comumente utilizados para destacar estrangeirismos. Além dos termos em inglês, o anglicanismo se faz presente também pelo uso do sinal “&”, conhecido como *ampersand*, espécie de monograma que representa a conjunção aditiva “e” e bastante comum no idioma inglês. O *ampersand* pode ser observado nos intertítulos “Terra, sol & verde” e “Acessórios fun & máxi”. Esse traço enunciativo revela, portanto, que os termos em inglês utilizados por *Elle Brasil* não são tratados como palavras estrangeiras, mas como integrantes do universo semântico da moda, universo compartilhado por suas leitoras, que aparecem como sujeitos competentes para a leitura e a compreensão da revista.

Nos intertítulos e nos corpos das matérias, é interessante observar o uso comum de sinais gráficos. Em “Curto + longo”, o advérbio “mais” encontra-se figurativizado pelo sinal gráfico “+”. Este sinal está associado a um efeito de sentido eufórico, além de figurativizar o destinatário como um sujeito de falta – componente do programa narrativo de base da revista –, que está sempre em busca de “mais”. Outro sinal gráfico muito utilizado é o ponto de exclamação “!”. O uso deste ponto aproxima o discurso de *Elle* de um discurso falado, provocando um efeito de sentido de maior proximidade entre enunciador/enunciatário, em um processo de debreagem enunciativa, instalando também um *aqui* e um *agora*, reflexo da dinamicidade da própria moda, que trabalha em torno da constância da mudança e da novidade.

Nos blocos textuais, que se articulam a partir de objetivo proposto de apresentar as principais tendências observadas nas passarelas do *SPFW N41*, a informação é construída a partir de um campo semântico muito próprio da moda, de forma que o enunciatário precisa possuir as competências modais para interpretar determinadas frases como “A tendência não segue a linha totalmente minimal das temporadas passadas: as cores fazem par com brilhos, aplicações, pregas e plissados, bordados e uma série de outros efeitos e texturas”. Nesse exemplo, é possível notar que não há qualquer explicação do que era a “linha totalmente minimal das temporadas passadas” ou do que são “aplicações, pregas e plissados, bordados”, de modo que a publicação trabalha com um simulacro de leitor que acompanha os últimos acontecimentos da moda e está em dia seu vocabulário específico e com os seus conceitos.

Apesar de projetar um leitor que possui determinadas competências, na construção de seus textos, *Elle Brasil* se coloca constantemente como sujeito doador de competências modais de *saber fazer* e *poder fazer*. Tal traço aparece ora de forma mais latente, a partir da utilização de verbos no imperativo, como em “Para dar um toque fashionista, adicione bordados, patches e outras texturas de efeito customizado”, responsáveis por instalar um *querer* e um *dever* no enunciatário; ora de forma mais eufêmica, a partir do uso do verbo no infinitivo, que não ordena, mas aconselha, como em “Juntar acessórios quentes ao verde-fresquinho ou montar looks totais, sejam eles neutros ou acesos, é a melhor pedida”, indicando qual ação deve ser tomada ou qual performance deve ser realizada.

Nos textos verbais, também é possível perceber a forte presença das marcas, apresentadas aqui enquanto atores instalados no discurso. Elas aparecem ora como sujeitos da ação, como em “(...) a Lenny foi ao Japão, Adriana Degreas para a Indochina, a Vix escolheu Bali e A. Brand e Ellus voaram até o Havaí”, ora como qualificantes de determinados objetos, como em “Dos brincos maxigotas da PatBo às argolas gigantes de Ronaldo Fraga, a ideia é investir em complementos statement”. Em ambos os casos, a revista destaca as marcas como as responsáveis pela consolidação das tendências de moda retratadas na matéria, especialmente as marcas de maior visibilidade no mercado e na mídia especializada e que possuem um maior reconhecimento entre o público leitor, como *PatBo* ou *Ronaldo Fraga*.

A partir da apreensão dos formantes do plano da expressão e de suas homologações no plano do conteúdo, chegamos à tabela da sistematização dos dois planos nos enunciados da mídia impressa de *Elle Brasil*:

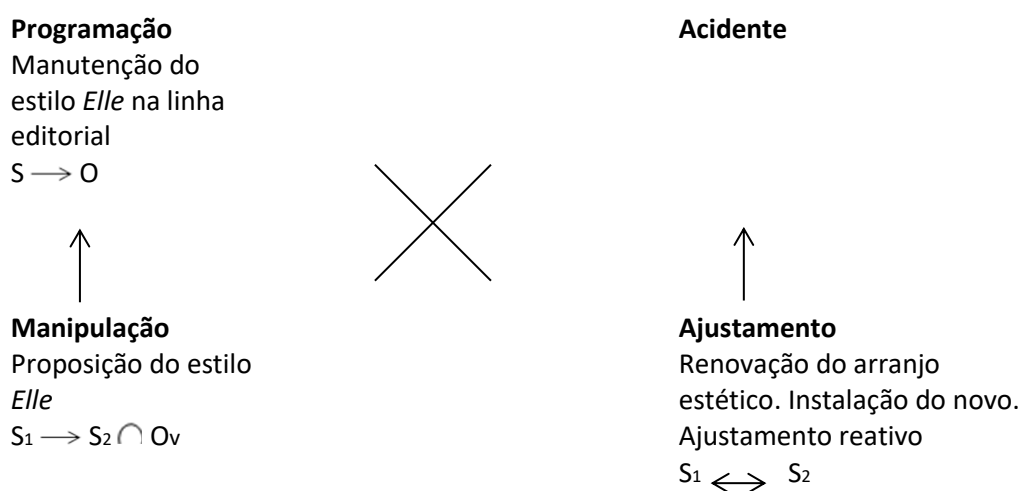
Esquema 34. Sistematização das categorias encontradas nos enunciados da mídia impressa de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/.



No nível narrativo, temos um programa narrativo de base semelhante ao observado em outras mídias, que traz um destinatário/enunciatário (S2) que se encontra inicialmente em estado de privação de seu objeto de valor (estar na moda) e deve percorrer um caminho

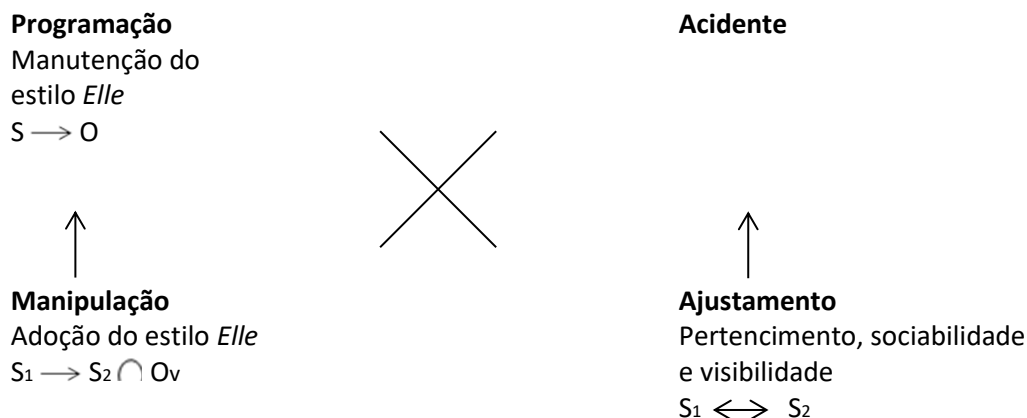
para aquisição de competências para construir um modo de presença identitária. O destinador/enunciador (S1) detém essas competências cognitivas e exerce um fazer manipulatório sobre a leitora, que passa a adquirir um papel temático. O ajustamento é aqui novamente tratado enquanto reativo e a probabilidade da ocorrência do regime do acidente é praticamente nula, pois a revista é produzida e editada durante um mês inteiro e obedece a uma rígida linha editorial.

Esquema 35. Regimes de interação e de sentido identificados na mídia impressa de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinador.



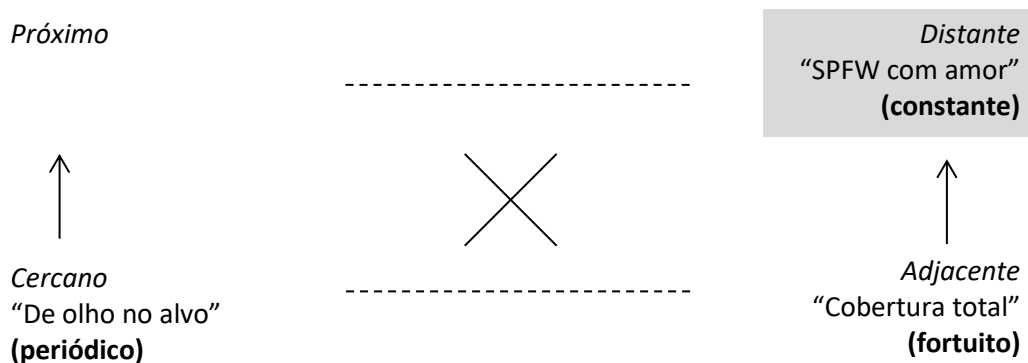
O percurso narrativo seguido pelo leitor da mídia impressa, por sua vez, também é semelhante ao observado nas mídias anteriores. Admitido enquanto sujeito de vontade, o destinatário é manipulado a adotar o estilo *Elle*. Ao dar continuidade ao consumo da publicação, no entanto, o destinatário/enunciário adquire competências e passa a assumir um papel temático pré-definido que a manterá sob a expectativa de um desempenho programado a partir da manutenção desse estilo. Tal continuidade, no entanto, pode levar o leitor aos valores de pertencimento social, sociabilidade a partir da possibilidade de interação com diferentes sujeitos a partir da adoção de determinado estilo e, em última instância, a uma maior visibilidade. Nesse caso, a possibilidade de um acidente continua pequena, devido ao caráter do ajustamento em questão.

Esquema 36. Regimes de interação e de sentido identificados na mídia impressa de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatário.



Em termos da relação estabelecida entre enunciador e enunciatário, a revista esforça-se para aproximar-se do leitor valendo-se de recursos discursivos como a figuratividade, o uso de temáticas como afeto e diversão, além de adotar uma posição enunciativa de uma relação *eultu*. Tal aproximação, no entanto, ainda é mediada por temporalidades e espacialidades não compartilhadas, bem como por uma relação de desigualdade estabelecida entre enunciador e enunciatário. Dessa maneira, temos na posição O quadrado semiótico abaixo expõe a problemática:

Esquema 37. Quadrado semiótico das posições enunciativas identificadas nos enunciados da mídia impressa de *Elle Brasil*.



Entre as matérias, o enunciado "De olho no alvo" foi classificado enquanto /cercano/ (não-distante) pois, apesar de se referir a um ela (tanto na substância verbal, como na substância visual), por tratar-se de uma resenha sobre as principais tendências do *SPFW*

N41, o enunciador instala o jornalista ora como narrador (na maior parte do enunciado) das principais ocorrências da semana da semana, ora como interlocutor responsável por aconselhar a leitora sobre os diversos usos das propostas apresentadas pela substância visual distribuída na verticalidade da página da revista. Apesar de também falar sobre um *ela*, a nota jornalística “Cobertura total” enquadrou-se no subcontrário /adjacente/ (não-próximo) devido à instalação de um novo percurso de leitura que conta com a participação do enunciatário (que então, em determinado momento do percurso narrativo, torna-se enunciador) para que seja concluído. Já a outra nota jornalística, “SPFW com amor”, encontra-se identificada como /distante/, já que, apesar dos esforços de aproximar enunciador e enunciatário ao transformar *Elle Brasil* em um actante do enunciado, a matéria permanece referindo-se a um ele, a um *alhures* e a um *então*. A posição /próximo/ encontra-se vazia na mídia impressa.

Nos enunciados da revista impressa de *Elle Brasil*, portanto, é possível observar que a categoria aspectual *constante* ocupa a posição enunciativa /distante/ - sendo esta, assim, a posição que melhor caracteriza a maioria dos enunciados desta plataforma midiática. Na posição /cercano/ estão os enunciados classificados enquanto *periódicos* e, na posição /adjacente/, os enunciados *fortuitos*. A categoria /próximo/ encontra-se aqui vazia, de modo que não é possível utilizar esta posição enunciativa para caracterizar as relações estabelecidas entre enunciador e enunciatário na revista impressa.




4.5 Revista digital

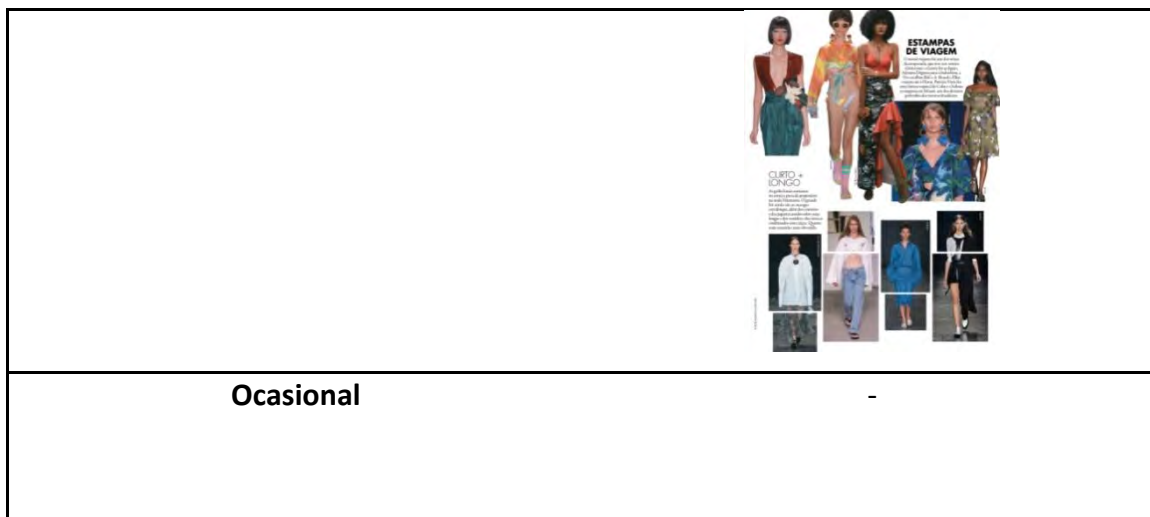
Conforme mencionado no capítulo anterior, a revista digital de *Elle Brasil* atua como uma versão para dispositivos de leitura eletrônica (*tablets* e *smartphones*) da edição produzida para a mídia impressa. Dessa forma, com o objetivo de não tornar o texto repetitivo ou cansativo, na análise dos enunciados selecionados como *corpus* para a revista digital, deteremo-nos no exame das diferenças que esta guarda com os conteúdos veiculados da mídia impressa. São essas distinções observadas entre revista impressa e digital as responsáveis por diferentes efeitos de sentido, por diferentes interações entre enunciador e

enunciatório e, em última instância, por diferentes papéis que cada plataforma ocupa no projeto transmídia de *Elle Brasil*.

Os enunciados escolhidos enquanto *corpus* para a revista digital são, portanto, os mesmos veiculados na mídia impressa, organizados conforme o quadro abaixo:

Tabela 8. Enunciados seleccionados como *corpus* na revista digital de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais.

Categoria aspectual	Enunciado
<p align="center">Constante</p>	 <p>SPFW COM AMOR</p> <p>O frio paulistano chegou junto com a 41ª edição do São Paulo Fashion Week. Mas a equipe de ELLE, que nos dias do Pavilhão da Bienal, estava mesmo interessada era no verão 2011</p>
<p align="center">Fortuito</p>	 <p>COBERTURA TOTAL</p> <p>O que mudou e quais foram os destaques da última edição do SPFW, que está repleta de novidades, abt.ai/sgfw11</p> <p>ERRATA O fechamento do mês foi para novembro de 2010. Compartilhe sua edição de abril, o programa de mentoria do programa de Rêde existe desde 2002.</p>
<p align="center">Periódico</p>	 <p>PREVIEW / PASSARELA</p> <p>DE OLHO NO ALVO</p> <p>ELLE FAZ UM APANHADO DAS TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS QUE ENRIQUECERÃO AS TENDÊNCIAS DA MFW</p> <p>PREVIEW / PASSARELA</p> <p>ACESSÓRIOS FUN & MAXI</p> <p>As tendências de acessórios para o verão 2011 são: óculos de sol grandes, bolsas grandes e acessórios com estampas e cores vibrantes.</p> <p>TERRA SOL & VERDE</p> <p>As tendências de acessórios para o verão 2011 são: óculos de sol grandes, bolsas grandes e acessórios com estampas e cores vibrantes.</p> <p>SPORT CHIC</p> <p>As tendências de acessórios para o verão 2011 são: óculos de sol grandes, bolsas grandes e acessórios com estampas e cores vibrantes.</p>



Antes de iniciar a análise dos enunciados selecionados, contudo, faz-se necessária uma breve passagem por uma seção publicada apenas na edição digital de *Elle Brasil*: a seção *Ajuda*. Localizada nas primeiras páginas da revista – após apenas da capa (ou capas, se a edição vier com mais de uma opção) e da publicidade veiculada nela – a seção é publicada mensalmente em todos os números do título. O objetivo desta página é trazer instruções para o uso de recursos que são exclusivos da revista digital, apontando para o leitor os diferentes recursos visuais e suas homologações com o plano do conteúdo, prescrevendo determinado uso do arranjo sincrético da plataforma midiática, conforme visto abaixo:



Imagem 72. Seção *Ajuda* na revista digital de *Elle Brasil*: fazer prescritivo de como usar os recursos específicos da plataforma midiática.

Centralizado no alto da página e grafado com letras minúsculas, está o título da seção *Ajuda*. Apesar de utilizar uma letra pertencente à família tipográfica prevista no projeto gráfico de *Elle Brasil*, o título, bem como o resto da página, não obedece ao arranjo estético padronizado e proposto ao longo da revista. Ele se demarca, portanto, enquanto uma espécie de apêndice ao material jornalístico e publicitário que compõem a publicação. Ou, de forma mais específica, um manual de instruções, localizado no início da leitura e que cujo objetivo é ordenar a navegação e o uso das páginas subsequentes.

Na imagem central, temos o desenho de um *iPad*, *tablet* produzido pela marca *Apple*, figurativizando o dispositivo de leitura eletrônico utilizado pelo enunciatário de *Elle Brasil*. Na tela do *tablet*, existe uma imagem em movimento que é a mesma imagem usada como interface para a leitura da revista digital. Dentro da imagem, é possível ler “As matérias são lidas horizontalmente”, escrito em caixa alta. A linguagem cinética é aqui acionada, portanto, para figurativizar a forma correta de leitura da revista, exercida a partir da substância tátil responsável por organizar e ordenar o arranjo sincrético e a passagem entre as substâncias visuais, verbais e audiovisuais.

Na lateral direita, estão presentes quatro ícones e suas respectivas legendas explicativas. Os ícones dizem respeito à página de navegação da revista no *tablet*. São eles: “Biblioteca”, “Voltar”, “Sumário” e “Visualizar”. Em três deles, a revista faz uso de verbos no imperativo, como em “Ative a barra de navegação”, legenda de “Visualizar”. Na parte inferior da página, estão dispostos outros ícones sob o título de “Interatividade” – dessa vez, aqueles que podem ser encontrados nas páginas da revista digital –, cujas legendas contêm apenas uma palavra, e não uma frase inteira explicativa: “Ver mais”, “Rolagem” e “Player”. Na base da página, é possível ler ainda, quase que no formato de uma nota de rodapé, a nota “Remover edições: Toque no ícone de engrenagem na biblioteca, selecione ‘Remover edições’, escolha as edições que não quer mais manter no device e toque em Remover”.

O que se pode depreender da página *Ajuda* é o amplo uso da figuratividade como recurso discursivo para facilitar a compreensão e a interpretação do leitor de uma maneira rápida e simples, de modo que ele não desvie o seu tempo e a sua atenção da leitura da revista para tentar compreender os seus recursos de navegação. Nas legendas dos ícones, verbos no infinitivo reforçam o fazer prescritivo da revista. O objetivo aqui é, portanto,

competencializar o enunciatório com determinador *saber*, mas também instalar um *dever* a partir do uso de ícones ao longo das páginas. Diante da doação de competências modais exercidas por *Elle Brasil*, constrói-se um papel temático: o de leitor de revista digital. Tal papel temático será exercido ao longo da leitura de toda a revista. Em paralelo, competencializa-se o leitor a adentrar na nova era de *Elle Brasil*.

De volta ao *corpus* selecionado para esta plataforma midiática, temos o primeiro enunciado, classificado na categoria aspectual *constante*, a nota “SPFW com amor”. A análise do plano da expressão, bem como das homologações com o plano do conteúdo, é a mesma da adotada para a mídia impressa e descrita no tópico anterior deste capítulo. Existe, no entanto, um detalhe curioso que difere as notas jornalísticas veiculadas nas duas mídias: na publicada na revista digital, existe um pequeno equívoco na linguagem gráfica, localizado na margem direita do bloco textual. Na imagem abaixo (imagem 12), é possível perceber que as letras finais das palavras “passaram” e “2016” foram cortadas devido, provavelmente, a algum problema com a diagramação envolvendo o contorno da imagem ao lado, que parece estar sobreposto a esta parte do bloco textual.

Imagens 73a e 73b. Nota “SPFW com amor” na revista digital: pequeno erro de diagramação.



O erro não prejudica por completo a compreensão do texto, mas é algo incomum para publicações de alta tiragem, especialmente em revistas de publicação mensal como *Elle Brasil*. Apesar de ter sido publicado na versão da revista digital disponível para compra nos dispositivos eletrônicos de leitura, o equívoco não foi repetido na edição impressa. O diferente sistema de distribuição dos dois meios pode ter contribuído para que a página fosse consertada, já que a edição digital encontra-se disponível para compra a partir do primeiro dia do mês, enquanto a edição impressa chega às bancas geralmente no final da primeira semana do mês. Não há, no entanto, como determinar ao certo a causa do problema ou o porquê do erro não ter sido reproduzido na edição impressa.

O que nos interessa, portanto, é a ocorrência, nesse caso, de uma manipulação mal-sucedida. Por tratar-se de uma linguagem ainda relativamente nova – em comparação com a mídia impressa, por exemplo – e dependente do funcionamento e da operação correta de determinados equipamentos eletrônicos e servidores de rede, ainda que os sujeitos responsáveis (jornalistas, *designers*, etc) em uma primeira instância pela produção da revista digital possuam as devidas competências modais, existe uma maior probabilidade de uma falha da manipulação na revista digital. Esta, maior do que a existente na mídia impressa, que possui maior tempo de produção.

No enunciado “Cobertura total”, além dos mesmos elementos visuais e textuais advindos da matéria publicada na revista impressa, é possível observar a presença de um *hiperlink*, figurativizado pelo sinal aditivo “+”, localizado em cima da fotografia e acima do título da nota. Grafado em preto e branco, o ícone obedece ao projeto gráfico da revista, reproduzindo as mesmas cores e a mesma tipografia utilizada para demarcar seções, editorias, títulos, etc. Mais uma vez, o “+” é aqui utilizado para produzir um efeito de sentido eufórico e demarcar um sujeito de falta que está, nesse caso, em busca de mais informações sobre o *SPFW N41*.



Imagem 74. O sinal gráfico “+” revela a presença de um *hiperlink* para uma página no portal *M de Mulher*.

Ao clicar no ícone, o leitor é direcionado para uma aba na página do portal *M de Mulher* que reuniu todo o conteúdo produzido sobre o *SPFW N41* por todas as publicações voltadas para o público feminino da editora, como *Elle*, *Manequim*, *Nova*, etc. O mesmo direcionamento poderia ocorrer caso o leitor digitasse o *link* localizado no final do texto verbal em algum navegador de internet. Como *tablets* e *smartphones* possuem acesso à web, é possível instalar no enunciado um *link* direto para qualquer página da web, de modo que com apenas um clique o leitor é redirecionado a outro sítio. Nesse caso, instala-se aqui um outro percurso narrativo possível, o da leitura de outras matérias a partir do *link* do enunciado.

Por fim, no último enunciado selecionado como *corpus*, temos a repetição das páginas publicadas na edição impressa, sem a adição de nenhum elemento extra ou sem mudança no arranjo plástico. Faz-se necessário, no entanto, abordar aqui a presença da substância tátil enquanto elemento significativo no arranjo sincrético da revista digital. Conforme mencionado no capítulo anterior, na revista digital, a substância tátil é a responsável pela passagem de páginas e pela utilização de outros recursos que permitem a leitura em tais dispositivos eletrônicos, de modo que é a tatilidade que articula as outras substâncias presentes no arranjo sincrético da revista digital.

Ainda que a substância tátil esteja presente na mídia impressa – a passagem de páginas também se dá por meio do tato –, na interação entre enunciatador e enunciatário a partir de plataformas midiáticas como *tablets* e *smartphones*, a tatilidade adquire novas

funções e abre novas possibilidades significativas. Tais funções são acionadas a partir da linguagem cinética, em movimentos intuitivos, ou seja, que possuem alto grau de figuratividade, como o *tap* (tocar, em português), simples toque na tela, responsável por acionar determinada função; o *pinch* (pinçar), mover dois dedos da mesma mão em direção um ao outro, utilizado para dar *zooms*; o *swipe* (deslizar), movimento horizontal do dedo na tela, geralmente usado para passar à próxima peça a ser visualizada, e o *flick* (chicotear), movimento vertical de deslizamento do dedo na tela, utilizado para avançar dentro de uma determinada peça.

Os quatro movimentos básicos para leitura em dispositivos eletrônicos que dispõem do recurso *touchscreen* revelam um alto grau de figuratividade: os movimentos são semelhantes aos já operados pelos sujeitos em outras instâncias das práticas cotidianas, como, por exemplo, o movimento *tap*, que se assemelha ao apertar de um botão ou um interruptor. Não é possível, no entanto, afirmar que a articulação entre expressão e conteúdo se dá aqui a partir de um sistema simbólico, em que os elementos dos dois planos são diretamente correspondentes. No caso de revistas digitais desenvolvidas para estas plataformas de leitura, é correto falar em sistemas semissimbólicos, pois ainda são necessários outros elementos do plano da expressão (ícones, barras de rolagem, setas, etc) para que o enunciatário articule por completo o sentido e realize a leitura.

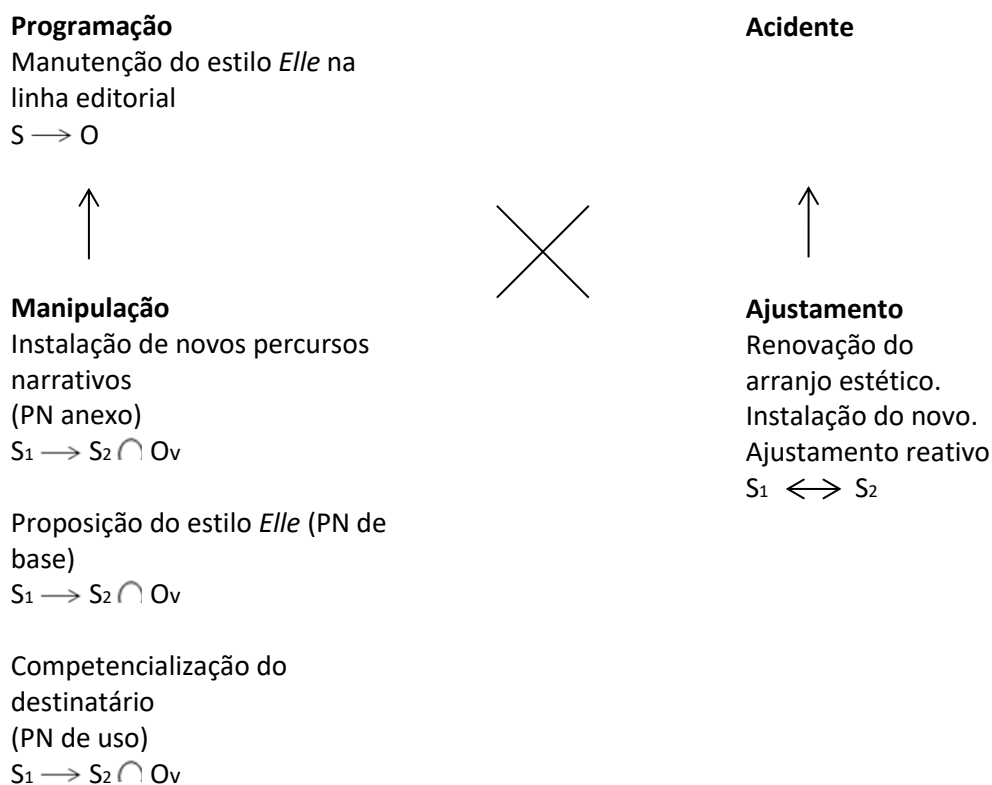
A partir da apreensão dos formantes do plano da expressão e de suas homologações no plano do conteúdo, chegamos à tabela da sistematização dos dois planos, semelhante ao observado na mídia impressa:

Esquema 38. Sistematização das categorias encontradas nos enunciados da revista digital de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/.



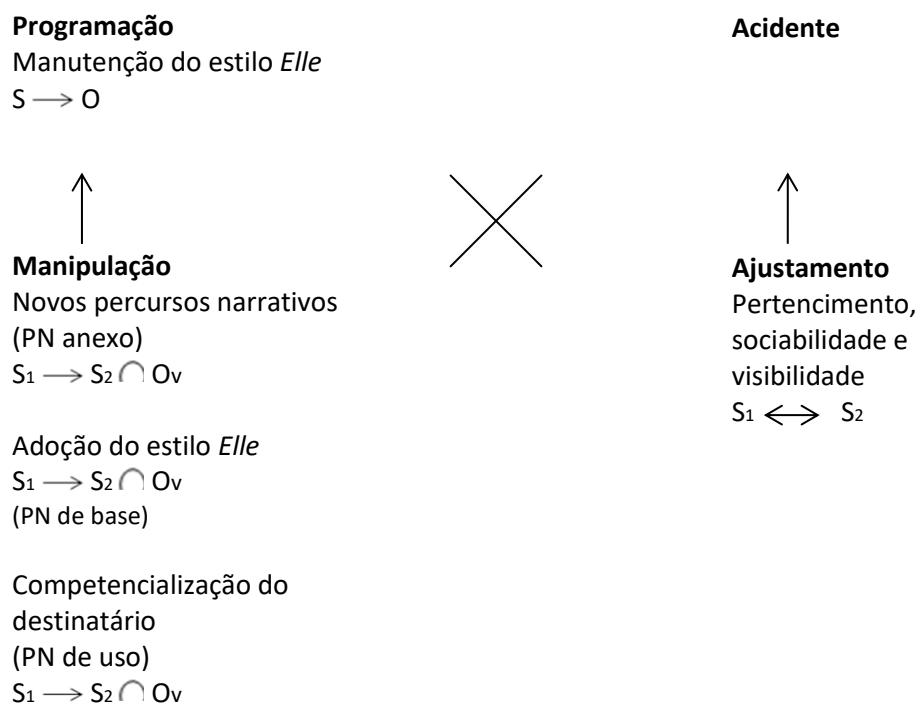
No nível narrativo, além do programa narrativo de base, semelhante ao de outras mídias, que traz um destinador/enunciador (S1) que exerce um fazer manipulatório sobre a leitora, regendo o sujeito de estado na busca do seu objeto de valor e modalizando-a de acordo com as proposições de estilo impostas pela revista, é importante reconhecer a existência de um programa narrativo de uso, programa narrativo necessário ao cumprimento do PN de base. Nesse caso, o programa narrativo de uso é um *fazer ser* exercido pelo destinador *Elle Brasil* em cima do destinatário leitora, que é modalizada segundo as competências cognitivas necessárias para a operação adequada da leitura da revista digital.

Esquema 39. Regimes de interação e de sentido identificados na mídia impressa de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatador.



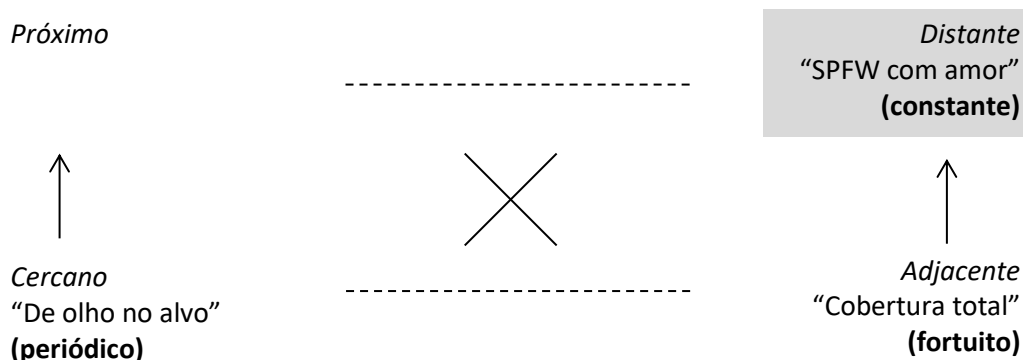
O percurso narrativo do destinatário permanece semelhante ao indicado na mídia impressa de *Elle Brasil*, com a exceção da presença de um programa narrativo de uso necessário para a leitura da revista e de um programa narrativo anexo devido ao uso de *hyperlinks* e, conseqüentemente, a instalação de novos percursos de leitura no mesmo suporte material. Nesse caso, também devido ao caráter reativo do ajustamento observado, a possibilidade de um acidente também é próxima de zero.

Esquema 40. Regimes de interação e de sentido identificados na revista digital de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatário.



Sobre o quadrado traçado a partir dos efeitos de sentido produzidos pelo processo da enunciação, a revista digital de *Elle Brasil* possui as mesmas estratégias enunciativas utilizadas na revista impressa (por veicular as mesmas matérias no mesmo projeto gráfico). Apesar da existência do recurso do *hiperlink*, aqui também há a instalação de um único percurso alternativo de leitura, assim como na mídia impressa. Mas, se na revista impressa tal recurso é figurativizado pela substância verbal, na revista digital, ele é concretizado pela substância visual, que assume as formas da expressão gráfica e eletrônica, e é acionado pela substância tátil na mesma materialidade. A diferença aqui, portanto, não se faz por meio das relações entre enunciador e enunciatário identificadas nas matérias, mas pelo tipo de sincretismo identificado e por novas possibilidades interacionais.

Esquema 41. Quadrado semiótico das posições enunciativas identificadas nos enunciados da mídia impressa de *Elle Brasil*.



Dessa maneira, mantém-se a mesma classificação de matérias presente na mídia impressa, em que o enunciado “De olho no alvo” foi classificado enquanto /cercano/ (não-distante), a nota jornalística “Cobertura total”, como /adjacente/ (não-próximo), e a nota “SPFW com amor, como /distante/. O que se pode depreender, portanto, é que, durante a cobertura do *SPFW N41*, *Elle Brasil* não opta por estabelecer uma nova relação enunciativa entre enunciador e enunciatário, modificando o seu arranjo sincrético a partir de diferentes materialidades e linguagens, mas mantendo as mesmas matérias, sem adição de novos conteúdos jornalísticos.


4.6 *Periscope*

Aplicativo lançado pela rede social *Twitter*, o *Periscope* é uma ferramenta que realiza transmissões de vídeos ao vivo via *streaming*, forma de distribuição de dados em uma rede por meio de pacotes, frequentemente utilizada para distribuir conteúdo multimídia online. O aplicativo permite, além das transmissões em tempo real, a participação dos usuários espectadores a partir pequenos corações que aparecem na tela (acionados pelo toque direto no ecrã) e de comentários, que também aparecem na tela, por cima do que está sendo filmado.

No *SPFW N41*, o *Periscope* foi uma das plataformas midiáticas utilizadas por *Elle Brasil* para realizar a transmissão dos desfiles. Por esse motivo, todas as postagens realizadas

na rede social encontraram-se classificadas conforme as mesmas substâncias da expressão acionadas, o mesmo tipo de sincretismo e a mesma temática trabalhada, o que terminou por resultar no seguinte quadro construído a partir das categorias aspectuais:

Tabela 5. Enunciados selecionados como *corpus* no *Periscope* de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais.

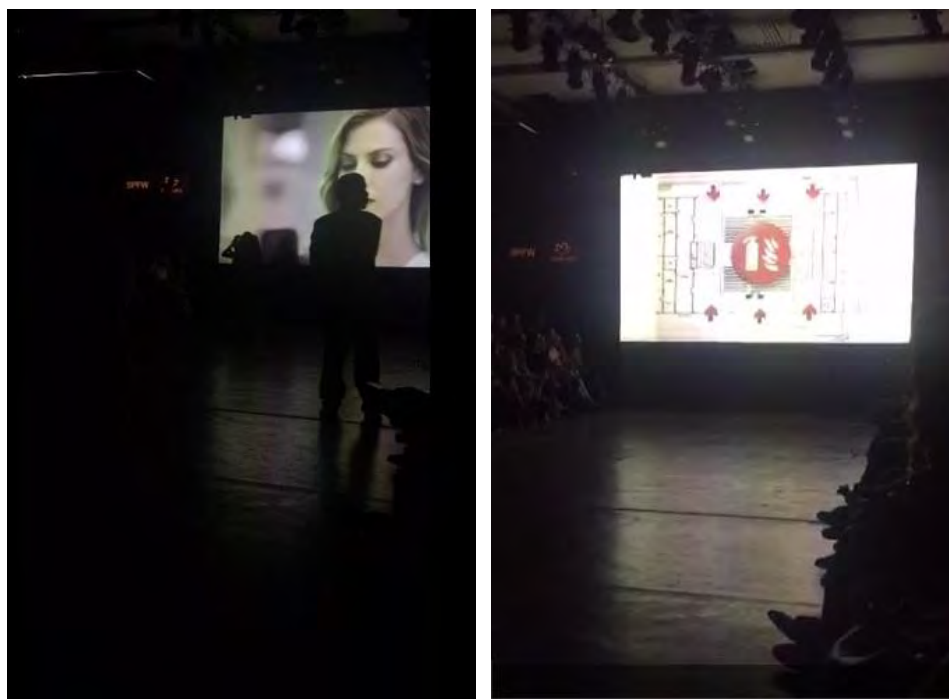
Categoria aspectual	Enunciado
<p style="text-align: center;">Constante</p>	
<p style="text-align: center;">Fortuito</p>	<p style="text-align: center;">-</p>
<p style="text-align: center;">Periódico</p>	<p style="text-align: center;">-</p>
<p style="text-align: center;">Ocasional</p>	<p style="text-align: center;">-</p>

Desse modo, como todos os enunciados foram classificados na mesma categoria aspectual – e levando em conta a complexidade dos mesmos –, optou-se por trabalhar com apenas uma transmissão enquanto *corpus* para a análise do *Periscope*. A transmissão escolhida é a realizada no dia 26 de abril (segundo dia de *SPFW N41*) sobre o desfile da estilista mineira Juliana Jabour, filmada e comentada pela editora de *Elle Brasil* Chantal Sordi.

Para organizar a análise do enunciado, vamos dividi-lo em duas partes: a transmissão e os comentários dos usuários da rede social, lembrando que ambos atuam em sincronia e simultaneamente. A transmissão, com duração de 13min57s, tem início antes mesmo do desfile, no momento em que os convidados do evento ainda estão tomando os seus assentos e os patrocinadores são anunciados na sala. Nesse momento, a jornalista aproveita para informar o usuário sobre o desfile que será transmitido e adiantar eventuais problemas que poderiam acontecer durante a filmagem.

No vídeo, é possível identificar a sala em que ocorrerá o desfile, que permanece com as luzes apagadas. As únicas fontes de iluminação são aquelas advindas do telão que reproduz peças publicitárias dos patrocinadores e avisos de segurança dos organizadores do evento. A maioria da plateia já se encontra sentada em seus lugares, com exceção de algumas pessoas que ainda se movimentam pela sala.

Imagens 51a e 51b. Momento inicial da transmissão: luzes apagadas antes do início do desfile.



No áudio, é possível distinguir duas formas da expressão: os sons de fundo, reproduzidos pelo sistema eletrônico instalado na sala de desfile, e a fala da repórter. Este, contudo, apesar de se encontrar mais perto do dispositivo de captação, aparece ao

enunciatório em um volume mais baixo do que aquele, que toma conta da transmissão. Por esse motivo, por diversas vezes, torna-se difícil de ouvir os comentários da repórter. Neste primeiro momento, a fala da jornalista é descontínua, construída a partir de comentários diversos, em vez de um monólogo coeso sobre determinada temática: “Oiê (sic). A gente tá entrando aqui na *Elle Brasil* pelo *Periscope*. A gente tá transmitindo agora o desfile da Juliana Jabour, a temporada verão 2017”.

Nesta primeira frase, podemos perceber que a jornalista cumprimenta o usuário/espectador da transmissão, instalando, desse modo, um interlocutário na cena enunciativa. Ao utilizar a interjeição “oiê” para fazê-lo, a interlocutora estabelece ainda as bases de uma relação informal com o seu respectivo interlocutário, produzindo um efeito de sentido de aproximação. Há ainda, a partir do uso da expressão “a gente”, uma diluição do *eu* da enunciação, em que a jornalista assume aqui a pluralidade do fazer jornalístico, ainda que seja a responsável única, em uma primeira instância, pela transmissão via *Periscope*. Por fim, o uso do gerúndio, como em “tá entrando” e “tá transmitindo” indica, em termos aspectuais, uma ênfase no aspecto durativo da transmissão, evidenciando uma relação de concomitância entre a temporalidade do enunciado e a da enunciação, produzindo, também, um efeito de sentido de aproximação.

Na continuação da transmissão, a substância visual permanece a mesma (o cenário não se altera). Por esse motivo, a jornalista esforça-se em explicar ao interlocutário os próximos momentos do desfile – e, portanto, da transmissão –, que deverão alterar, assim, o vídeo que está sendo reproduzido:

Estamos transmitindo o desfile da Juliana Jabour, que faz uma coleção havaiana/Califórnia. A gente tá aqui vendo o telão. Isso quer dizer que daqui a pouco vai começar. Daqui a pouco vai rolar uma escuridão, mas não desliguem o celular. É normal, tá? Então esperem um pouquinho. No momento que ficar um *blackout*, eu prometo que não vou abandoná-los.

O que ocorre, então, é uma espécie de fazer descritivo proposto pela interlocutora, que instala um *dever fazer* e no espectador da transmissão com a frase “então esperem um pouquinho”. Tal *dever fazer* é precedido da antecipação da descrição do que seria visto em alguns instantes pelo enunciador, o que reforçou o contrato de veridicção estabelecido entre revista e leitor e, portanto, o fazer manipulatório de *Elle Brasil*. Essa descrição da cena

seguinte reforça os formantes cromáticos do plano da expressão do objeto sincrético, em que as oposições entre /claro/ e /escuro/ e entre /policromático/ e /monocromático/ estão ligadas, em última instância, às categorias do conteúdo /vida/ e /morte/, de modo que, ao se deparar com uma tela preta, uma interpretação comum do espectador seria presumir um encerramento ou uma falha da transmissão, o que o levaria, portanto, a deixar o espaço.

O efeito de aproximação e a concomitância observada na primeira frase da transmissão continua com o uso de verbos no gerúndio, como “estamos transmitindo”; do advérbio espacial “aqui”, em “a gente tá aqui vendo o telão”, e da expressão “daqui a pouco”, em “daqui a pouco vai começar” e “daqui a pouco vai rolar uma escuridão”. É importante ressaltar ainda que a concomitância não aparece aqui enquanto efeito de sentido, mas como categoria utilizada para caracterizar a relação entre o momento da enunciação, o momento do acontecimento e o momento de referência.

Além disso, o contrato de veridicção, bem como o efeito de sentido de aproximação, é reforçado ainda pela frase “No momento que ficar um *blackout*, eu prometo que não vou abandoná-los”. Com a expressão, a jornalista não só apenas destaca a figura do interlocutário presente na cena enunciativa, mas reconhece a relação pressuposta entre enunciador e enunciatário como premissa fundamental da comunicação e realça o papel do jornalista enquanto ator da enunciação que ora funciona como narrador, ora como interlocutor, em um processo de delegação de vozes que aumenta a dinâmica discursiva de *Elle Brasil*.

Em seguida, a jornalista continua, sem que haja grandes mudanças no vídeo da transmissão, a comentar sobre o desfile de Juliana Jabour, fornecendo ao espectador/usuário informações sobre a coleção da estilista:

Então, pra quem não sabe, Juliana Jabour faz uma coleção inspirada no Havaí e na Califórnia com uma coisa meio anos 70. A gente vai ver cor, vai ver Venice Beach, *skateboard*, *surfboard*. Pensem nos *boys* da Califórnia. Provavelmente a gente vai ver muita cor, uma coisa meio *street*, meio *lush*, com maxiaccessórios que Juliana até já postou no *Instagram*. Uma foto de um brinco absurdo que ela vai apresentar aqui. Teremos bandanas fazendo as vezes de *chokers*.

Primeiro faz-se importante notar o uso, novamente, da expressão “a gente” como sujeito da frase “A gente vai ver cor, vai ver Venice Beach, skateboard, surfboard”. Aqui a

jornalista utiliza a expressão como a primeira pessoa no plural (nós), indicando que o conjunto de pessoas se trata dela e dos interlocutários. Assim, ambos os sujeitos são colocados em co-presença, de modo que, a partir do ponto de vista do vídeo da transmissão, o espectador assiste, assim como a repórter, ao desfile em tempo real. Após usar a expressão “a gente”, a jornalista se dirige aos interlocutários com um verbo flexionado no imperativo: “Pensem nos boys da Califórnia”. Dessa vez, Chantal demarca ainda a sua audiência enquanto plural: não se está falando com apenas um indivíduo – como, muitas vezes, é estabelecida a relação entre veículo de comunicação e leitor em outras plataformas midiáticas –, mas com um grupo de espectadores que possuem a possibilidade de se manifestar também em tempo real.

Outro traço que chama a atenção no trecho destacado é a abundância de termos na língua inglesa – característica já identificada na produção jornalística de *Elle Brasil* ao longo de outras mídias. Para qualificar a coleção de Juliana Jabour, a jornalista usa palavras como “skateboard”, “surfboard”, “boys”, “street”, “lush” e “chokers”. Em alguns casos, como em “skateboard” (a prancha do skate) e “chokers” (espécie de gargantilha), a escolha advém de termos específicos que já estão incorporados à língua portuguesa ou carecem de uma tradução precisa. Já ao utilizar termos como “boys” ou “street”, a jornalista refere-se a um universo semântico específico do campo da moda, que se constrói a partir de gírias e expressões adaptadas do inglês, de modo que “boys” possui um semantismo diferente das traduções “garotos” ou “meninos”, tornando-se responsável por demarcar uma aproximação com um simulacro de destinatário jovem e atualizado com as gírias e expressões próprias ao campo da moda.

A presença de gírias e expressões próprias ao mundo da moda também é perceptível a partir do uso de palavras como “maxiacessórios” em vez de “acessórios grandes” ou “absurdo” como adjetivo que implica um juízo de valor positivo ao substantivo “brinco”. Outro traço que demarca o simulacro de destinatário como um sujeito que partilha o código linguístico utilizado pelos atores que constituem o campo da moda é a expressão “uma coisa meios anos 70”. Ao utilizá-la para descrever a coleção, a jornalista refere-se à moda da década de 70 – caracterizada, principalmente, pelo movimento hippie –, sem, no entanto, especificá-la ou defini-la. Presume-se, portanto, que, ao citar os anos 70, o

destinatário já recupere uma série de figurativizações e temáticas instaladas em um contexto cultural compartilhado por ambos.

Depois de descrever a coleção a ser desfilada e, posteriormente, reforçar novamente a iminência do apagar de luzes, a repórter responsável pela transmissão estabelece um diálogo com outro jornalista de *Elle Brasil*, o editor de moda Marcel Maia, sentado ao seu lado na plateia:

CHANTAL: Marcel Maia, nosso *stylist* e editor de moda, de todas as nossas capas absurdas e editoriais mais lindos. Obviamente vocês já sabem. Ele tá aqui falando da jaquetinha de couro.

MARCEL: Tem uma jaqueta de couro maravilhosa que Chantal Sordi que está aqui do meu lado pira.

CHANTAL: Bota aí com esse brinco e manda a modelo arrancar pra mim. Aloka (risos).

CHANTAL: Gente, mas eu tenho que ver essa jaqueta porque eu não consegui ir no *backstage*..

Na conversa – firmada apenas a partir da fala, sem que o segundo jornalista seja mostrado na câmera, que continua a apontar para a passarela vazia e escura – instala-se, assim, um novo ator da enunciação, que funciona ora como interlocutor, ora como interlocutário, em uma delegação de vozes própria dos diálogos diretos. No caso de um discurso direto desse tipo, existe inicialmente uma debreagem interna de segundo grau, em que a repórter/narradora passa a assumir o papel de interlocutora em uma situação que os dois jornalistas são, também, actantes do enunciado. Tal pluralidade de vozes observada na instância do enunciador está em consonância com a pluralidade de vozes possível a partir da plataforma midiática *Periscope* a partir do recurso dos comentários em tempo real.

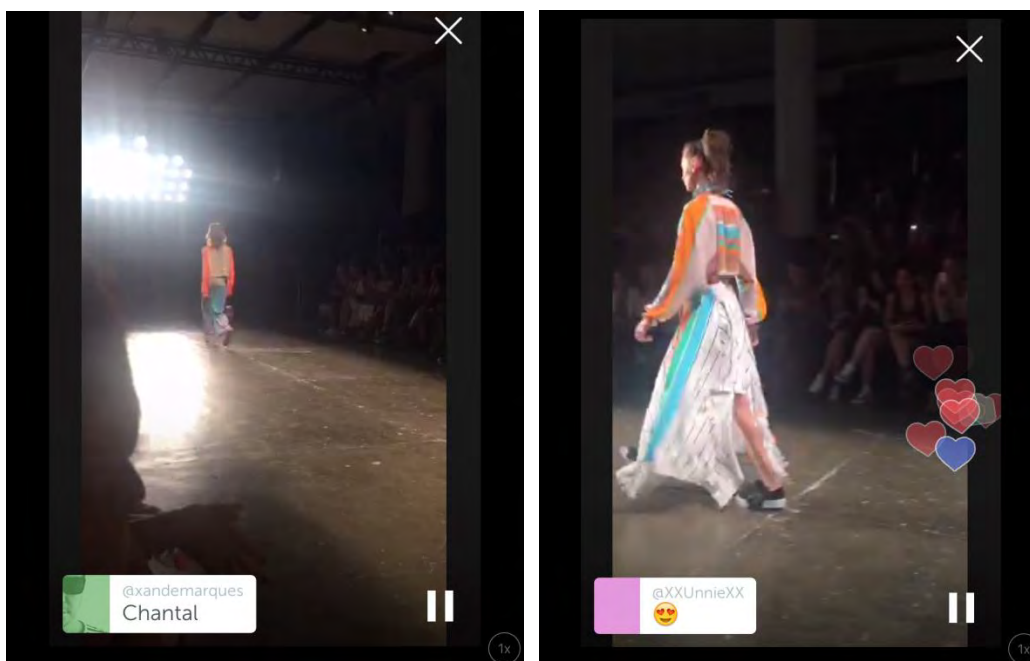
No início do diálogo, Chantal Sordi apresenta o seu colega de *Elle Brasil* com “Marcel Maia, nosso *stylist* e editor de moda, de todas as nossas capas absurdas e editoriais mais lindos. Obviamente vocês já sabem”. Desse modo, a jornalista constrói o *ethos* discursivo do seu parceiro de transmissão e, portanto, do seu interlocutor/interlocutário durante o desfile da estilista Juliana Jabour. Ao falar “obviamente vocês já sabem”, dirigindo-se aos usuários/espectadores em referência às qualidades do editor de moda, a jornalista cria ainda uma relação de familiaridade – e, desse modo, de proximidade – entre

os destinatários e a equipe de jornalismo de *Elle Brasil*, cujos integrantes são conhecidos por seus leitores.

No restante da conversa, Marcel Maia faz referência a uma das peças do desfile de Juliana Jabour: “Tem uma jaqueta de couro maravilhosa que Chantal Sordi que está aqui do meu lado pira”. A repórter, responde, então, com “Bota aí com esse brinco e manda a modelo arrancar pra mim. *Aloka* (risos)”, ao qual completa: “Gente, mas eu tenho que ver essa jaqueta porque eu não consegui ir no *backstage*”. O que se percebe, portanto, é o tom jocoso e informal com o qual os dois jornalistas de *Elle* interagem entre si, demonstrando uma intimidade que é, em dado momento, estendida aos usuários/espectadores (em “Gente, mas eu...”). Além do efeito de sentido de informalidade, o diálogo ainda ajuda a construir a expectativa dos enunciatários sobre as peças que serão desfiladas, instalando em seus enunciatários um *querer ser*.

Ao final da conversa entre os dois jornalistas, Chantal Sordi sinaliza que o desfile terá início: “Começando a Juliana Jabour, temporada verão 2017 no São Paulo Fashion Week, gente!”. Nesse momento, a sala se ilumina, a trilha sonora do desfile tem início e as modelos começam o desfile:

Imagens 52a e 52b. Início do desfile: ponto de vista da jornalista, sentada na primeira fila.



Na transmissão do desfile, é possível notar, a partir da linguagem audiovisual, o ponto de vista adotado pela jornalista/narradora, localizada na metade da primeira fila. A posição é considerada como de privilegio no mundo da moda. A partir das imagens em movimentos transmitidas via *streaming* do *Periscope* é possível, portanto, que o próprio usuário/espectador assuma tal posição, colocando-se ele também na primeira fila, espacialidade de alta visibilidade em um desfile de moda. Tal linguagem audiovisual é marcada ainda pela verticalidade, que é a mesma verticalidade dos corpos filmados que desfilam sobre a passarela, prescrições dos modos de ser propostos por Juliana Jabour e reiterados por *Elle Brasil*.

A partir do início do desfile, o volume de comentários realizados em tempo real pelos usuários aumenta, o que termina por resultar, muitas vezes, em um diálogo direto entre o usuário e a jornalista responsável pela transmissão. No exemplo abaixo, um usuário pergunta à Chantal Sordi: “Sabe de quem é o estilo?”, em referência ao profissional conhecido como *stylist*, a quem cabe a criação de conceitos e a combinação de peças durante um desfile de moda. A jornalista prontamente responde: “Dani Ueda, gente. A Ju Jabour que é a diretora criativa da marca dela e o Dani Ueda assina o *styling*”.

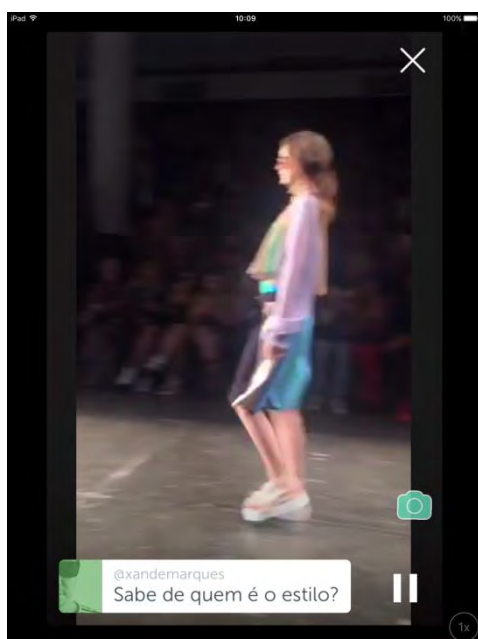


Imagem 53. Comentário realizado durante a transmissão via *Periscope*.

Na conversa travada entre os dois sujeitos, é possível perceber que, apesar de apenas um usuário ter feito a pergunta sobre o estilo do desfile, a jornalista responde dirigindo-se a

uma segunda pessoa do plural, demarcada pelo vocativo “gente”. Desse modo, apesar de ter sido interpelada por um único indivíduo, e interlocutora dirige-se a um sujeito ampliado, em referência a uma segunda pessoa do plural (vós), indicada pelo uso do termo “gente”, que carrega um semantismo relacionado a um coletivo de pessoas. A jornalista, portanto, nos revela que, embora muitas vezes a interação a partir dos comentários possa remeter a um diálogo direto entre um *eu* e um *tu*, o caráter público da transmissão – característica dos veículos de comunicação, que organizam seus enunciados visando a grandes públicos consumidores de informação – estabelece, em grande parte, uma interação entre um *eu* e um *vós*, que funciona aqui enquanto um *tu* ampliado.

Tal delegação de vozes, no entanto, é dinâmica e indica, dentro de uma mesma transmissão, a passagem entre as diferentes pessoas da enunciação. Ao contrário do exemplo anterior, em resposta ao comentário de outro usuário que comenta “A coleção de Pijama kkkkkk”, a jornalista afirma: “Lilian, o pijama agora é tendência de novo, né?”.

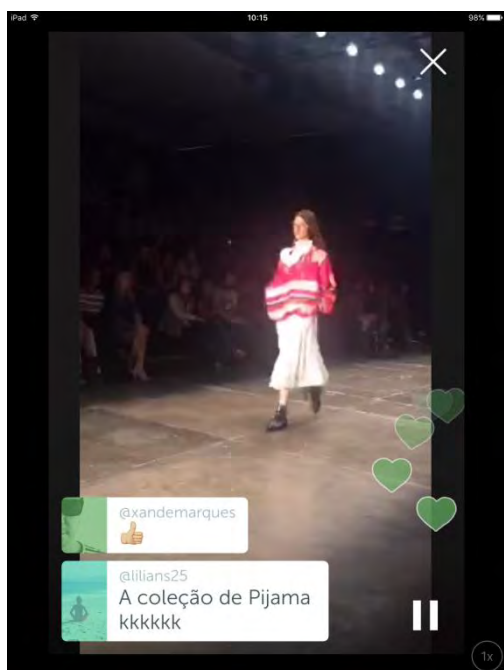


Imagem 54. Comentário realizado durante a transmissão via *Periscope*.

Nesse exemplo, Chantal Sordi usa o nome da usuária para se referir diretamente a ela, estabelecendo um diálogo *eu/tu* e, portanto, uma relação de proximidade entre enunciador e enunciatário. Ao fazê-lo, ela desdobra o comentário realizado sobre a coleção da estilista Juliana Jabour, explicando à leitora as referências de estilo presentes nas peças do

desfile, situando-as em um contexto macro e global das tendências de moda observadas no momento, ratificando, assim, as escolhas da *designer*. A resposta da jornalista ajuda a construir a revista *Elle Brasil* enquanto destinador julgador da moda brasileira, delimitando, ainda, apesar da possibilidade de flexibilidade entre as posições enunciativas, a relação de desigualdade existente entre o destinador doador de competências e o seu destinatário.

Ao exercer tal possibilidade de troca de posições enunciativas, no entanto, os destinatários também podem atuar, a seu modo, enquanto destinadores julgadores do desfile transmitido em *Elle Brasil*. Tal fato pode ser observado em comentários simples, como “Lindo”, “Mais ou menos” ou “Bacana”, ou mais elaborados, como em “Não custo (sic) essas saias com pontas” e “A cartela tá boa Tb”. Em ambos os casos, contudo, os sujeitos que antes se comportavam como enunciatários passam a exercer a posição de enunciadores que, ora conversam entre si, ora diretamente com a jornalista de *Elle Brasil*. Os usuários da rede social aproveitam-se, portanto, do espaço de visibilidade promovido pela revista para construírem-se como sujeitos competentes enquanto consumidores da moda brasileira.

Nesse caso, além da performance observada na passarela, os usuários comentam ainda sobre a transmissão realizada por *Elle Brasil*. Em determinado momento, um dos usuários comenta “Sua voz tá muito longe”, em referência à narração da repórter, cuja voz encontrava-se, muitas vezes, em um volume mais baixo do que o da trilha sonora do desfile, o que prejudicava a compreensão de algumas falas da jornalista. Em resposta ao comentário, Chantal Sordi explica: “Eu sei. Eu não tenho fone, amor. Então eu vou ficar quietinha”. Segundos depois, um outro usuário responde com “Naaao (sic)! Pode comentar” e “Por favor”. A jornalista retorna, então, a realizar comentários sobre o desfile.

O que se pode extrair da interação acima é que, embora a qualidade do áudio da transmissão de *Elle Brasil* estivesse ruim – provocada, nesse caso, por uma falta do equipamento adequado – e prejudicasse, portanto, a compreensão da fala da jornalista pelos seus enunciatários, os usuários da rede social preferiam continuar a escutá-los do que se contentarem com o silêncio da repórter. Assim como em um momento anterior da transmissão, em que a jornalista alerta os usuários para a falta de luz na sala de desfile – e, desse modo, a quase que ausência da substância visual –, o silêncio de Chantal Sordi

também poderia ser interpretado a partir das categorias do conteúdo /vida/ e /morte/, prejudicando, assim, o contrato de fidedignidade estabelecido entre *Elle Brasil* e seus leitores. O objeto de valor em jogo nesse caso não é apenas a transmissão do desfile da estilista Juliana Jabour no *SPFW N41* – que também era transmitido, no mesmo momento, por outros usuários do *Periscope* presentes na semana de moda –, mas a transmissão e os comentários realizados pelo destinador *Elle Brasil* a partir de sua interlocutora, Chantal Sordi.

A importância da jornalista enquanto interlocutora responsável pela transmissão do desfile também pode ser comprovada em trechos como esse abaixo em que ela conversa com outro jornalista de *Elle Brasil*, Marcel Maia:

CHANTAL: Taí (sic) a jaqueta que o Marcel falou, de couro. É a minha cara. Ele sabe que é a minha cara mesmo.

CHANTAL: Realmente eu acho que as jaquetas são os itens mais desejáveis dessa coleção. Vamo (sic) ver ela (a jaqueta de couro) de novo.

CHANTAL: Nossa, vou falar com a Daiane pra ir lá no *backstage* pra roubar essa jaqueta e sair correndo.

MARCEL: Roubar não pode. Roubar é feio.

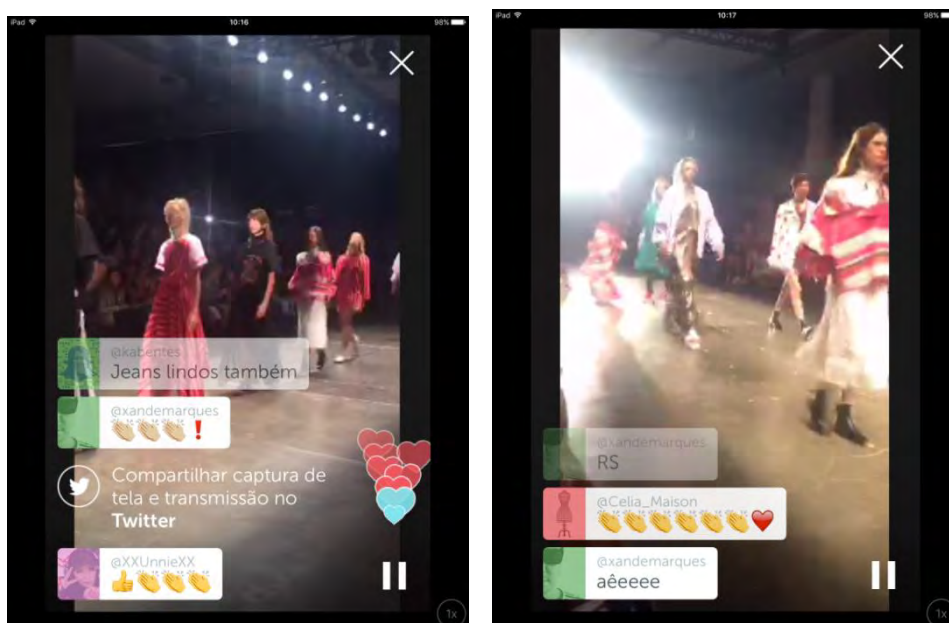
CHANTAL: Não, vou pegar emprestado. Amanhã a gente tem festa na *Elle* e eu já vou usar esse como produção.

O diálogo faz referência ao diálogo anterior entre os dois jornalistas sobre uma jaqueta de couro da nova coleção de Juliana Jabour. A jornalista reconhece que a jaqueta mencionada em momentos anteriores da transmissão “é a cara dela mesmo”, acrescentando que “as jaquetas são os itens mais desejáveis”. Aos poucos, a jornalista constrói a jaqueta enquanto objeto de desejo (tão desejável que, para tê-la, vale até mesmo “roubar e sair correndo”) a partir da figurativização dela mesma na peça de vestuário, indicando aos usuários/espectadores da transmissão que ela é um sujeito competente dentro do campo da moda brasileira, de modo que o gosto da jornalista pode ser tomado enquanto o gosto de *Elle Brasil* ou, ainda, enquanto o “bom gosto”, o “estar na moda”. A construção da jornalista como sujeito de grande importância na semana de moda passa ainda pela sua rede de contatos com os diferentes atores do *SPFW N41* (“falar com a Daiane”) e seu livre acesso a diferentes espaços do evento (“ir lá no *backstage*”), de modo que, ao final do diálogo, ela conclui afirmando que vai pedir a jaqueta emprestada para a festa que *Elle Brasil* promoveria durante o evento.

Outro traço importante da enunciação de *Elle Brasil* nas transmissões realizadas pelo aplicativo *Periscope* é o efeito de sentido de co-presença, dado a partir da temporalidade compartilhada e de um simulacro de espacialidade compartilhada, construído por intermédio da atuação da jornalista interlocutora. Tal estratégia discursiva pode ser observada, por exemplo, em frases como “Eu acho que o look que eu mais gostei é esse aqui. Amei essa jaqueta”. O uso do advérbio “aqui”, bem como do pronome demonstrativo “essa”, demarcam a cena enunciativa e indicam uma relação de proximidade de quem fala com sobre o que se fala. Devido à instantaneidade da transmissão em tempo real, tal relação de proximidade entre a cena enunciativa e o enunciado é estendida – em termos de efeito de sentido – aos usuários da rede social que assistem ao desfile via aplicativo.

Ao final da transmissão, os usuários da rede social fazem uso da linguagem gráfica, utilizando, na maioria das vezes, o emoji que figurativiza palmas, para celebrar o final do desfile e a estilista responsável pela coleção. A prática é a mesma executada pelos espectadores do desfile presentes no Pavilhão da Bienal, que vivenciam, presencialmente, o desfile de Juliana Jabour. Desse modo, ao utilizar-se desse recurso discursivo, os enunciatários reforçam o efeito de sentido de co-presença, figurativizando, na plataforma virtual, o que está acontecendo na cena do desfile.

Imagens 55a e 55b. Sanções positivas por meio da linguagem visual nos comentários realizados durante a transmissão via *Periscope*.

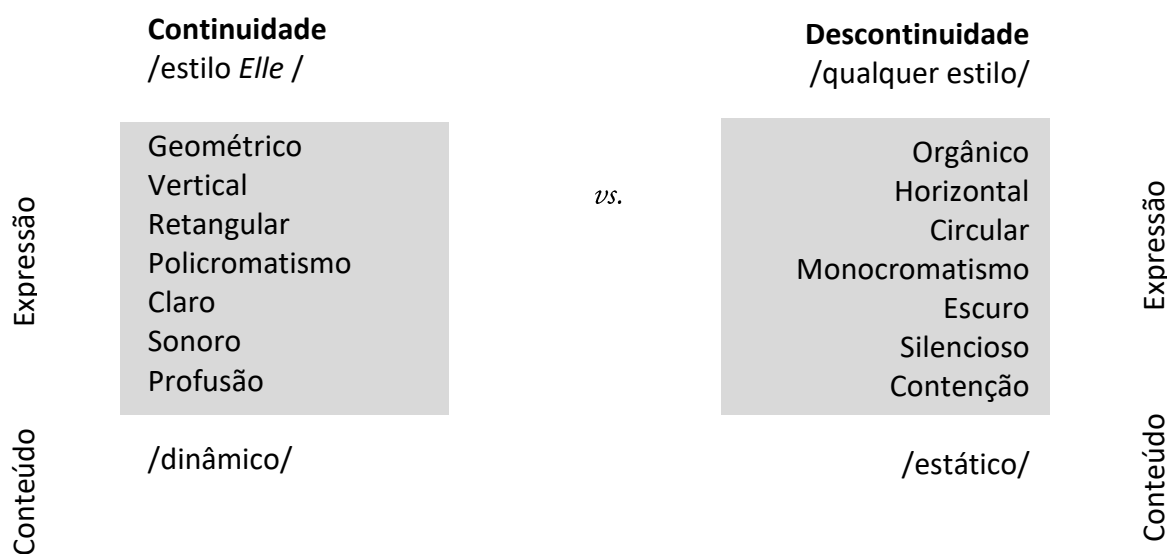


Além das palmas, os usuários da rede social comentam a sua avaliação do desfile, em uma espécie de resenha resumida em uma ou duas frases, como em “Jeans lindos também”, “As jaquetas foram as peças mais bonitas”, “Adoro Juliana”, “Menos as saias” e “As saias não rolaram”. Pode-se perceber, portanto, que a sanção do desfile é ora positiva, ora negativa. Após a leitura dos comentários, a jornalista responsável pela transmissão emite sua opinião: “Bom, jaquetas *it* peças e as saias não rolaram”, ratificando o posicionamento dos enunciatários e, desse modo, sancionando positivamente a sanção dos destinatários em relação à performance do desfile.

Ao fim, Chantal Sordi despede-se da transmissão com “E a gente volta já pra conferir o desfile da *Pat Bo*. Beijos”. A jornalista, portanto, agenda o usuário para a próxima transmissão a ser realizada por *Elle Brasil* no *Periscope*. Tal agendamento, no entanto, não informa o horário do retorno à rede social, demarcado apenas pelo advérbio “já”, responsável por indicar uma brevidade no intervalo temporal estabelecido. A ausência de informações exerce um poder manipulatório sobre o destinatário que deverá manter-se atento – ou, pelo menos, online – a fim de acompanhar o desfile da marca *Pat Bo* pelo *Periscope* de *Elle Brasil*. Ao despedir-se com a expressão “Beijos”, a jornalista reitera, novamente, a relação de proximidade estabelecida com os seus enunciatários durante a transmissão.

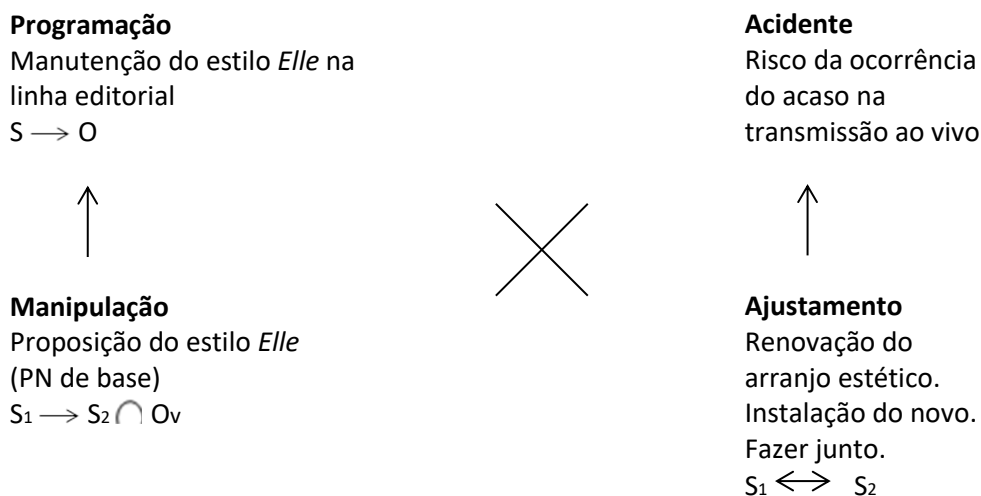
A partir da apreensão dos formantes do plano da expressão e de suas homologações no plano do conteúdo, chegamos à tabela da sistematização dos dois planos nas postagens de *Elle Brasil* na rede social *Periscope*:

Esquema 25. Sistematização das categorias encontradas nos enunciados do perfil do *Periscope* de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/.



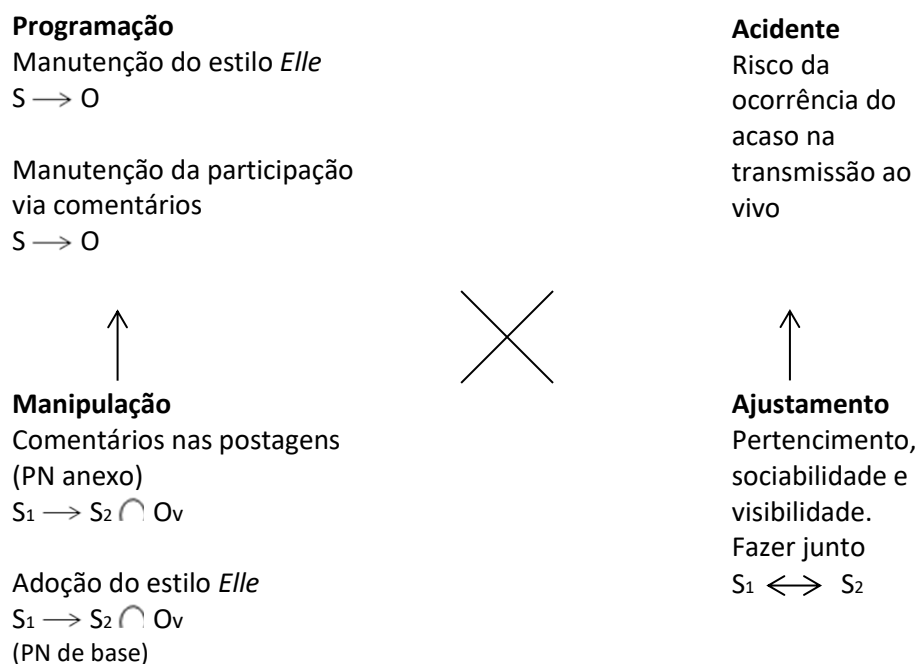
No nível narrativo, o programa narrativo de base, semelhante ao de outras mídias, traz um destinador/enunciador (S1) que exerce um fazer manipulatório sobre a leitora. Tal *fazer fazer* leva a um fazer operatório que é a continuidade da proposição do estilo de *Elle Brasil*. Para evitar a usura do sentido, promove-se então uma renovação do arranjo estético. No caso do *Periscope*, no entanto, o ajustamento não é apenas reativo, mas *stricto sensu*, pois os dois sujeitos são levados a um *fazer junto*, que é a própria transmissão e a realização de comentários sobre os desfiles tanto pela jornalista, como pelos seus enunciatários. Em uma última instância, tal *fazer junto* leva os sujeitos a uma descoberta consigo mesmo a partir da instalação de um gosto pela moda e pelas suas ocorrências, como um desfile em uma semana de moda. Essa modalidade de ajustamento pode levar ainda, nessa plataforma, à possibilidade do risco de um regime do acidente. Devido ao caráter ao vivo da transmissão e dos comentários realizados, é possível que haja um choque entre percursos narrativos regidos pelo acaso, provocando, assim, a ocorrência de um acidente.

Esquema 26. Regimes de interação e de sentido identificados no *Periscope* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinador.



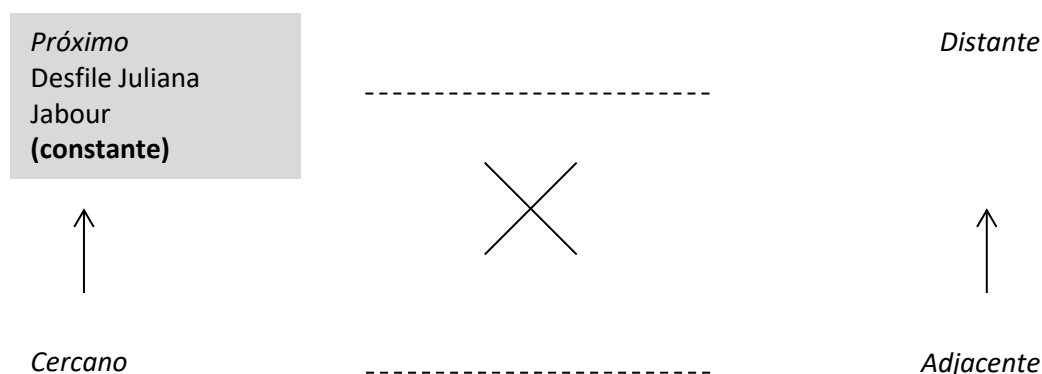
O percurso narrativo do destinatário, por sua vez, carrega, além da existência de um programa narrativo de base, um programa narrativo anexo ligado à possibilidade da realização de comentários ao vivo nas postagens, o que leva, em última instância, a uma troca de posições enunciativas nas ocasiões em que os usuários fazem um comentário na postagem e, desse modo, tornam-se enunciadores. À semelhança do que ocorre no programa narrativo do destinador, o ajustamento aqui também pode ser considerado como mais que reativo, mas *stricto sensu*, devido ao fazer junto existente entre destinador e destinatário. Novamente, tal *fazer junto*, no entanto, pode levar à ocorrência do regime do acidente, caso os dois percursos narrativos se choquem ao acaso.

Esquema 27. Regimes de interação e de sentido identificados no *Periscope* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatário.



Sobre o quadrado traçado a partir dos efeitos de sentido produzidos pelo processo da enunciação, é possível concluir que as transmissões ao vivo realizadas a partir do *Periscope* utilizam estratégias discursivas que buscam criar um efeito de sentido de aproximação entre enunciador e enunciatário, estabelecido, em grande medida, por meio da temporalidade compartilhada e de recursos que ocasionam uma debreagem enunciativa eu/tu e um simulacro de espacialidade compartilhada. Nesse jogo enunciativo, ocupa uma grande importância a figura do interlocutor, exercida aqui pelo jornalista, que se constrói enquanto sujeito competente diante do seu público, tornando-se o responsável por construir e sancionar o estilo de *Elle Brasil* nos diferentes desfiles do *SPFW N41*. Nas transmissões via *Periscope* é importante destacar ainda a troca de posições enunciativas entre enunciador e enunciatário, demarcando uma relação de reflexividade entre os dois sujeitos.

Esquema 28. Quadrado semiótico das posições enunciativas identificadas nos enunciados do *Periscope* de *Elle Brasil*.



Classificados todos na mesma categoria aspectual, os enunciados do *Periscope* de *Elle Brasil* podem ser aqui rotulados a partir da categoria enunciativa /próximo/. Isso ocorre devido aos efeitos de sentido de proximidade provocados por debreagens enunciativas temporais, actoriais e espaciais. Além de tais estratégias discursivas, a temporalidade compartilhada gera um efeito de sentido de verossimilhança que provoca efeitos de co-presença, fazendo com que o enunciatário sinta-se na própria sala de desfile, espaço da enunciação.




4.7 *Twitter*

Rede social de *microblogging* cujas postagens não podem ultrapassar 140 caracteres, o *Twitter* foi uma das redes sociais menos utilizadas por *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41*, contabilizando um total de 22 posts durante a semana do evento. Entre as postagens, no entanto, mais da metade (13) eram notificações automáticas das transmissões de desfiles realizadas pela revista a partir do *Periscope*, aplicativo de *streaming* de vídeos pertencente à rede social. Todas as postagens, no entanto, obedeciam ao mesmo formato proposto pela plataforma: comentários veiculados a partir da linguagem verbal escrita, sem o uso de imagens ou vídeos, com a exceção das postagens vinculadas ao *Periscope*, que continham uma imagem do vídeo da transmissão.

Em relação às categorias aspectuais, os enunciados veiculados no *Twitter* de *Elle Brasil* foram divididos conforme a seguir: em *constante*, a postagem sobre a transmissão via

Periscope do desfile da marca *Apartamento 03*, no dia 25 de abril; em *fortuito*, a postagem sobre a transmissão da entrevista com Karol Conka no *Facebook Live* de *Elle*, no dia 27 de abril, e, em *periódico*, a postagem sobre a beleza do maquiador Rodrigo Costa para o desfile da *Salinas*, do dia 28 de abril. A categoria aspectual *ocasional* é aqui vazia pois nenhuma postagem representou o /não-contínuo/ na cobertura jornalística de *Elle Brasil* pela rede social *Twitter* no *SPFW N41*.

Tabela 6. Enunciados selecionados como *corpus* no *Twitter* de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais.

Categoria aspectual	Enunciado
<p style="text-align: center;">Constante</p>	
<p style="text-align: center;">Fortuito</p>	
<p style="text-align: center;">Periódico</p>	

No primeiro enunciado, temos a postagem sobre a transmissão via *Periscope* do desfile da marca *Apartamento 03*, no dia 25 de abril – primeiro dia de *SPFW N41*. Ao veicular o *link* para a transmissão, a postagem pode ser dividida em duas partes: a parte superior, onde está escrito, de fato, o que o usuário desejava publicar no microblogging, e a parte inferior, que contém a imagem, o *link* e a legenda para o *streaming* do *Periscope*.



Imagem 56. Postagem no *Twitter* sobre a transmissão realizada concomitantemente no *Periscope* de *Elle Brasil*.

Na primeira seção, é possível ler “AO VIVO no *#Periscope*. Apartamento 03 @ SPFW verão 2017 por Fernanda Jacob”. Em caixa alta e no início da frase, a expressão “AO VIVO” encontra-se destacada do texto verbal escrito, de modo que essa é a informação mais importante conforme o enunciatário *Elle Brasil*. A importância está na concomitância entre a temporalidade do enunciado e da enunciação, de modo que a transmissão veicula o fato noticiado (o desfile) ao vivo. Como o sincretismo se dá aqui a partir da concentração, de modo que o acesso ao *streaming* ocorre por meio do *link* – posto, neste enunciado, por

meio da linguagem visual –, cria-se então uma urgência, pois, caso o enunciatório não acesse a transmissão durante o intervalo do desfile, ele a perderá.

O que se pode perceber é que a partir das qualidades visuais do sistema verbal escrito – mais especificamente, da sua linguagem tipográfica – dá-se uma importância para a instantaneidade (e do consumo) da informação veiculada. O mesmo recurso é utilizado em seguida, com a utilização da *hashtag* para a palavra “#Periscope”. Conforme mencionado anteriormente, as *hashtags* são utilizadas para indexar determinadas temáticas, agrupando os enunciados da rede social e facilitando o acesso por meio da busca realizada por outros usuários. No plano da expressão, no entanto, o uso de *hashtags* provoca ainda uma mudança de cromaticidade. Enquanto o resto do texto é escrito na cor preta, a palavra “#Periscope” encontra-se grafada na cor azul, em uma tonalidade mais clara e mais saturada, o que faz com que ela se destaque tanto do fundo branco, como do resto do texto verbal.

Essa tonalidade de azul é a mesma utilizada na identidade visual do *Twitter*, rede social responsável pela popularização e pelo atual uso das *hashtags* em 2007. O azul, portanto, funciona aqui como traço da expressão ligado à categoria /englobante/, pois redireciona o usuário para o universo semântico construído a partir da temática grafada na *hashtag* localizada na espacialidade virtual do *Twitter*, ao passo em que a categoria /englobado/ diz respeito à própria postagem, localizada, ela mesma, nesse mesmo universo. No caso desta postagem, ao utilizar a *hashtag* para referir-se a outra plataforma midiática e, portanto, a outra espacialidade, a cor azul está relacionada ainda à categoria /externo/, de modo que o cromatismo é uma das estratégias discursivas utilizadas por *Elle Brasil* no seu fazer manipulatório para que o usuário do *Twitter* faça seu percurso de leitura ao longo de outras plataformas midiáticas constituintes do projeto transmídia da publicação.

A utilização das qualidades visuais do texto verbal escrito para que a revista exerça o seu fazer manipulatório é reiterada ainda pela linguagem gráfica, observada aqui na utilização da logomarca do *Periscope* ao lado do nome “#Periscope”. A linguagem gráfica também destaca o termo – e, portanto, o aplicativo – da frase, auxiliando a reforçar para o leitor um *dever fazer*, que é a passagem entre o *Twitter* e a rede social *Periscope* (esta, vale lembrar, também vinculada ao serviço de microblogging), espacialidade onde se encontra de fato a informação: a transmissão em tempo real do desfile da marca *Apartamento 03*.

Inicialmente, portanto, a prescrição de *Elle Brasil* no *Twitter* promove um *dever fazer* a partir de “AO VIVO no #Periscope”, instalando, em seu processo enunciativo, um *agora* e um *alhores*, que é a diferente espacialidade na qual se dá o *streaming*.

Tal fazer prescritivo é separado do resto da frase pelo ícone gráfico inserido no texto verbal. A partir dele, lê-se o assunto da transmissão: “Apartamento 03 @ SPFW verão 2017 por Fernanda Jacob”. A ausência de verbo não constitui a frase em uma oração, de modo que a reunião de palavras funciona quase como uma mensagem telefragada, notificações transmitidas sem o uso de verbos ou preposição. A construção da frase, assim, figurativiza a rapidez de um outro meio de comunicação, hoje largamente em desuso, mas que traduz a temática da instantaneidade trabalhada pelo *Twitter*. Além disso, a ausência de verbos diminui o tamanho da frase, obedecendo à limitação imposta pela própria rede social, que impõe um máximo de 140 caracteres por postagem. A função da frase, portanto, é informar no menor tempo possível e rapidamente direcionar o leitor a outra plataforma midiática, fazendo com que ele gaste mais tempo na transmissão do *Periscope* do que lendo a postagem veiculada no serviço de *microblogging*.

Dentro da frase, o arroba é utilizado na sua tradução do inglês, “at” (“no”, em português), preposição que demarca a espacialidade onde se dá a ocorrência transmitida ao vivo por *Elle*, e não para marcar o perfil de um outro usuário da rede social – uso mais comum do sinal gráfico. A utilização do arroba “@” no lugar da preposição “no” reitera a rapidez com que a informação é veiculada na rede social, assim como diminui o número de caracteres utilizado para a construção da postagem, otimizando a compreensão da informação com o menor número de palavras possível.

Ao demarcar o evento em que era realizado o desfile transmitido, *Elle Brasil* usa a expressão “SPFW verão 2017”, em vez de *SPFW N41*, novo nome da semana de moda. Primeiro evento com a mudança do novo, que passa a não utilizar mais a estação do ano ao qual se refere, esta edição do *SPFW* ainda esforça-se em firmar o uso e, portanto, o reconhecimento pelo seu público da expressão “N41”, relacionado ao número da edição da semana de moda. Ao optar por “verão 2017”, a revista utiliza uma expressão que já faz parte do universo semântico do seu enunciatário, facilitando a compreensão da frase e, desse modo, a rapidez da sua leitura.

Para falar sobre a transmissão realizada por meio do *Periscope*, *Elle Brasil* utiliza ainda a expressão “por Fernanda Jacob”. Jornalista da revista responsável pelo *streaming* do desfile da marca *Apartamento 03*, Fernanda Jacob tem a sua assinatura também na postagem do *Twitter*. Ao fazê-lo, a revista reitera a importância da figura do repórter enquanto interlocutor na sua cobertura do *SPFW N41*. No caso do *Periscope*, ele é o responsável, em todas as instâncias, pela captação, pela transmissão e pelos comentários realizados sobre os desfiles, de modo que prevalece aqui a relação de subjetividade estabelecida entre o repórter e os usuários da rede social, em oposição à objetividade comumente observada na maioria dos textos jornalísticos.

Na parte inferior da postagem do *Twitter* está o vídeo da transmissão realizada pelo *Periscope*, veiculado com uma legenda que contém o mesmo texto da parte superior do post. Para ser assistido, no entanto, é necessário que o vídeo seja clicado pelo usuário, que será redirecionado para a página ou para o aplicativo do *Periscope*. O que se tem na postagem do *Twitter*, portanto, é uma espécie de *printscreen* (captura de tela) da transmissão, de modo que o produto audiovisual é transformado em imagem. Tal imagem, contudo, é de difícil compreensão: a ausência de iluminação na sala onde acontece o desfile faz com que o *printscreen* seja pouco nítido, atuando, na totalidade da topologia do post, quase como a figura geométrica de um quadrado negro. Com a imagem pouco nítida, portanto, o fazer manipulatório de *Elle Brasil* passa a ser exercido em uma maior medida pelo texto verbal escrito.

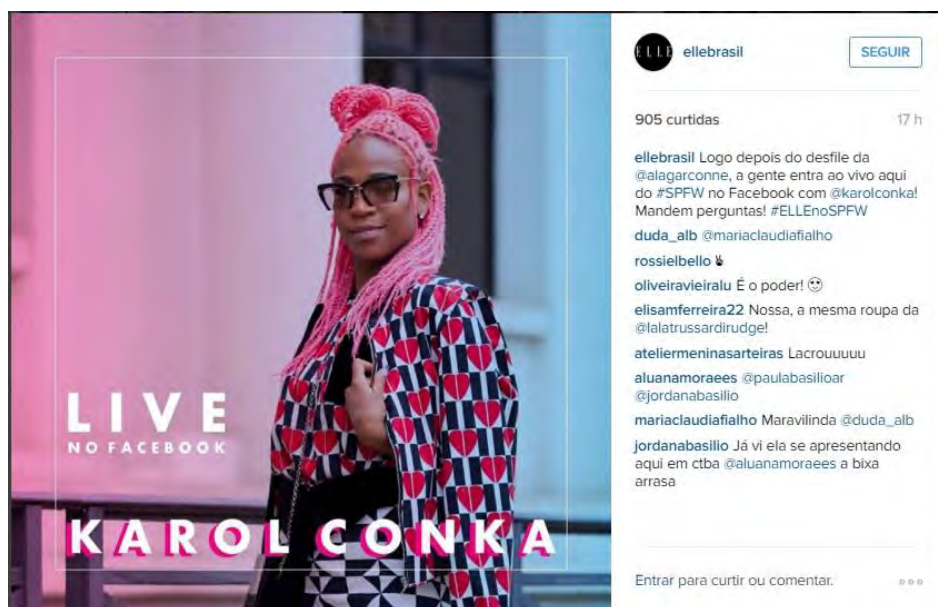
No segundo enunciado selecionado para análise no *Twitter*, temos a postagem sobre a transmissão da entrevista com Karol Conka, realizada no *Facebook Live* de *Elle*, no dia 27 de abril. O *tweet* era, na verdade, uma replicação de uma postagem realizada pela revista em seu perfil no *Instagram*, redirecionado automaticamente para o serviço de *microblogging* a partir de uma ferramenta existente na rede social fotográfica.



Imagem 57. Postagem realizada no *Twitter* de *Elle Brasil* via *Instagram*.

Na postagem, é possível ler “Logo depois do desfile da @_fabiosouza_, a gente entra ao vivo aqui do #SPFW no *Facebook* com...” antes da presença de um *link* para o *Instagram*. O objetivo do *tweet* é convidar o usuário do *Twitter* a assistir em tempo real uma entrevista realizada pelos jornalistas da revista no *Facebook* a partir da ferramenta de *streaming Facebook Live*. Tal informação, no entanto, não pode ser compreendida por completo apenas a partir do texto veiculado no *microblogging*, de modo que é necessário que o usuário acessasse o *link* para, no *Instagram*, ter acesso ao texto por completo:

Imagem 58. Postagem original do *Instagram* sobre a entrevista com a cantora Karol Conka.



Assim como no enunciado anterior, a postagem no *Twitter* funciona apenas para encaminhar o usuário a uma outra plataforma constituinte do projeto transmídia de *Elle*

Brasil. Nesse caso, tal direcionamento é realizado pelo /descontínuo/ provocado pela interrupção da frase pelas reticências "...", seguida da presença de um *link*. A direção da leitura permite, portanto, que o usuário siga o percurso narrativo prescrito pela revista por meio da presença do endereço para a postagem no *Instagram* logo após a frase pela metade.

No início da frase da postagem, há uma demarcação temporal: "Logo depois do desfile da @_fabiosouza_". O usuário @_fabiosouza_ é, na verdade, o estilista Fábio Souza, responsável pela grife *À La Garçonne*. Na postagem do *Instagram*, o perfil marcado foi o da marca (@alagarconne), mas, ao ser respondida automaticamente no *Twitter*, o perfil mudou para o do próprio estilista, que deve ter os dois perfis vinculados à mesma conta de email. O algoritmo da rede social fotográfica, desse modo, gerou uma mudança de sujeitos – da marca ao seu dono –, que, na postagem do *microblogging*, terminou por gerar um erro de concordância ("da @_fabiosouza_").

De qualquer modo, o desfile da marca *À La Garçonne* foi a pontualidade escolhida para demarcar, em um futuro próximo, o início da transmissão. A escolha do desfile como balizador temporal nos dá a ver que, durante a semana de moda, o rápido passar do tempo nas diversas plataformas virtuais de *Elle Brasil* se dá não por meio das horas do dia, mas a partir do calendário do *SPFW*. O agendamento das performances da revista ocorre, assim, a partir do horário dos desfiles, o que acaba por presumir a presença constante do enunciatário no ambiente online. Tal enunciatário permanentemente disponível não se programa por horário, mas pelas ocorrências propostas por *Elle* a partir de um calendário – ou, ao menos, a partir de um contexto temporal – já previamente conhecido, que é o da semana de moda.

A frase segue com "a gente entra ao vivo aqui do #SPFW com...". Ao utilizar "a gente", *Elle* refere-se a um sujeito ampliado, a equipe de jornalistas da publicação que trabalham na cobertura do *SPFW N41*. A expressão estabelece ainda, em um processo de debreagem enunciativa actorial, uma relação *eu/tu* entre enunciador e enunciatário, o que provoca um efeito de sentido de proximidade. Tal efeito de sentido é reitado ainda pelo uso da expressão "aqui do #SPFW", que delimita uma determinada espacialidade, figurativizando o fazer jornalístico de acompanhar de perto o fato noticiado, bem como aproximando o usuário da rede social – fisicamente distante – das ocorrências da semana de

moda. Grafado como uma *hashtag*, o termo “#SPFW” é utilizado aqui não apenas para estabelecer uma espacialidade, mas também para circunscrever, uma temática recorrente em sua cobertura ao longo da semana em todas as plataformas midiáticas, a da semana de moda.

Por fim, no último enunciado temos a postagem sobre a beleza do maquiador Rodrigo Costa para o desfile da *Salinas*, do dia 28 de abril. Assim como a postagem anterior, o *tweet* foi uma replicação de uma postagem realizada pela revista em seu perfil no *Instagram*, redirecionado automaticamente.



Imagem 59. Postagem realizada no *Twitter* de *Elle Brasil* via *Instagram*.

A frase, assim como visto anteriormente, é interrompida pela metade, gerando um /descontínuo/ que direciona o leitor ao *link* disposto em seguida: a postagem no *Instagram*. É, novamente, apenas a partir da leitura do texto que se encontra em uma outra espacialidade que é possível se ter acesso a informação completa veiculada por *Elle Brasil*: detalhes da maquiagem realizada pelo maquiador Rodrigo Costa no *backstage* do desfile da marca *Salinas*.

Imagem 60. Postagem original do *Instagram* sobre a beleza do maquiador Rodrigo Costa.



Na frase da postagem do *Twitter*, é possível ler “Cabelos propositalmente marcados e bronzeado iluminado. Essa é a proposta da beleza que Rodrigo...”. No primeiro período, *Elle* descreve as principais características da “beleza” criada pelo maquiador para o desfile da marca. Em seguida, ela demarca o sujeito de fazer responsável pela performance noticiada pela revista, Rodrigo. A construção da frase, portanto, remonta a um *ele*, a um *alhores* e a um *então*, o que determina um efeito de sentido de distanciamento entre enunciador e enunciatário.

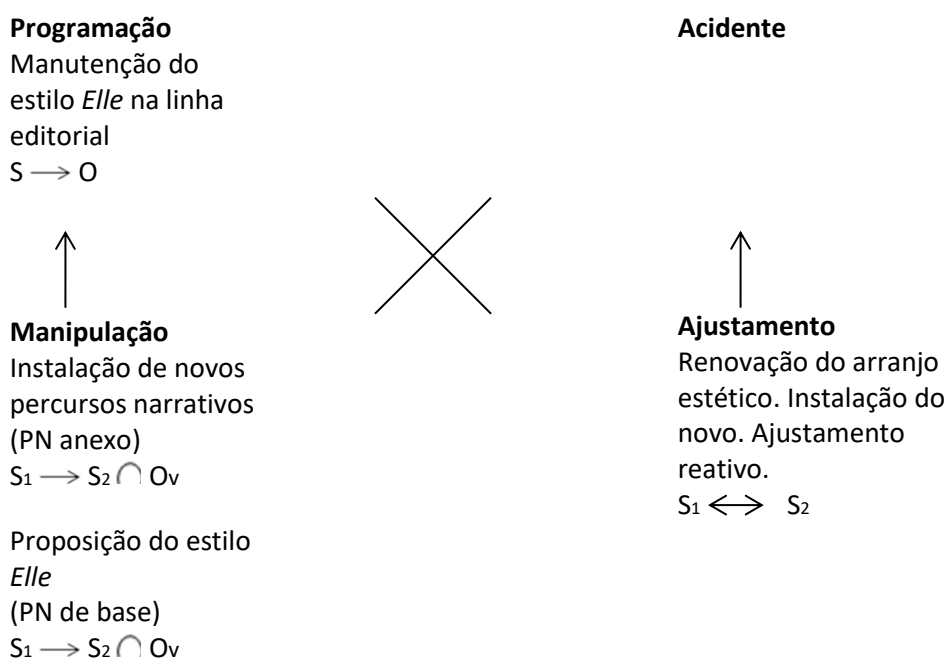
A partir da apreensão dos formantes do plano da expressão e de suas homologações no plano do conteúdo, chegamos à tabela da sistematização dos dois planos nas postagens de *Elle Brasil* na rede social *Twitter*.

Esquema 29. Sistematização das categorias encontradas nos enunciados do perfil do *Twitter* de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/.



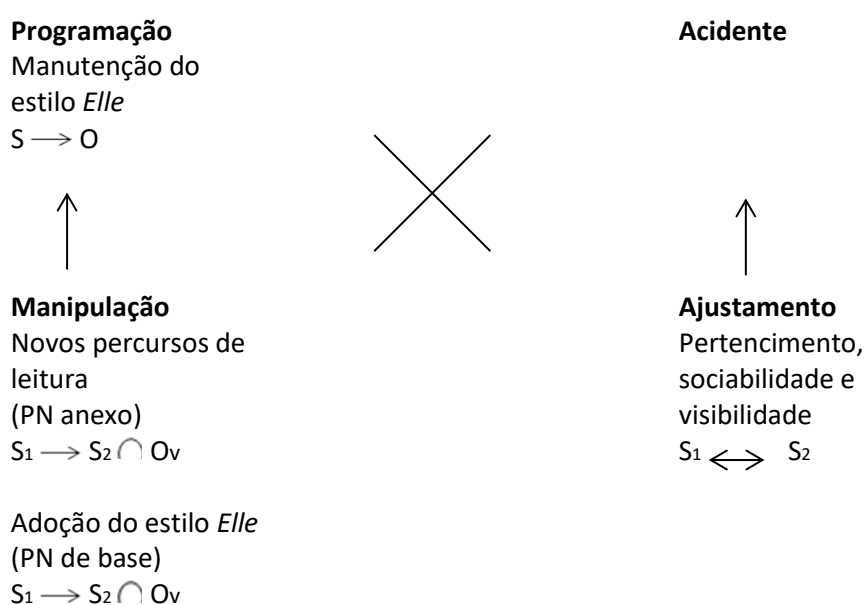
No nível narrativo, temos, além do programa narrativo de base, destaca-se a presença de um programa narrativo anexo a partir do uso de *links*. No *Twitter*, esse programa faz necessário para que o usuário tenha acesso à informação completa. Existe aqui ainda a presença dos regimes da programação e do ajustamento, que continua tratado enquanto reativo. Nesse caso, a possibilidade de um acidente permanece pequena, devido ao caráter do ajustamento em questão.

Esquema 30. Regimes de interação e de sentido identificados no *Twitter* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinador.



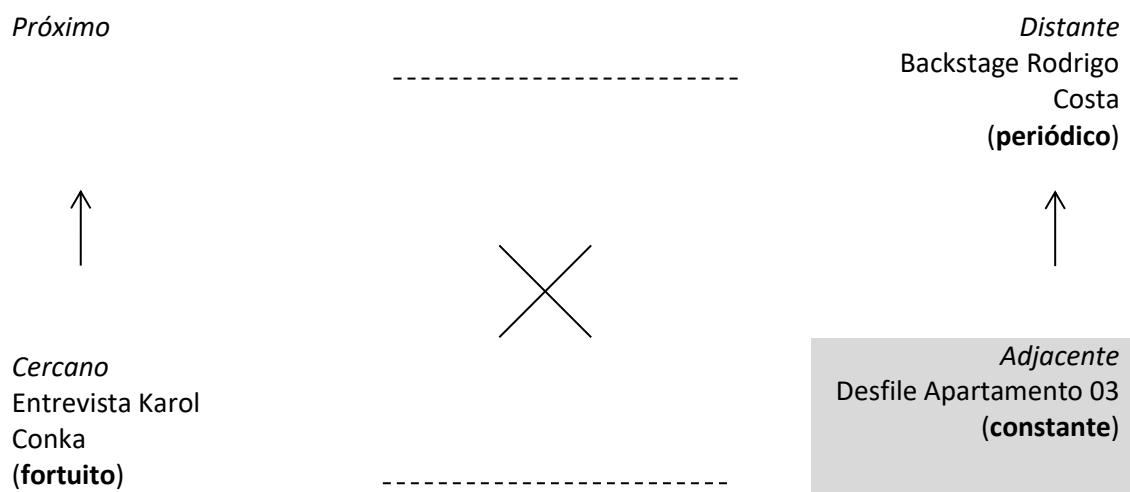
No percurso narrativo do destinatário, identificamos as presenças dos mesmos regimes de interação e de sentido. Além da existência de um programa narrativo de base, um programa narrativo anexo ligado à possibilidade de navegação pelo projeto transmídia de *Elle* por meio do uso de *links*. À semelhança do que ocorre com o destinador, o ajustamento aqui presente é do tipo reativo e a possibilidade da ocorrência de um acidente é muito baixa.

Esquema 31. Regimes de interação e de sentido identificados no *Twitter* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatário.



Sobre as relações estabelecidas a partir dos processos enunciativos, é importante destacar o *Twitter* enquanto uma rede social utilizada, dentro do projeto transmídia de *Elle Brasil*, como uma plataforma que direciona o leitor para o conteúdo veiculado em outras mídias, de modo que não foi verificado nenhum conteúdo criado especificamente para a publicação no *microblogging*. Para instalar o seu *dever fazer*, bem como o seu *fazer fazer*, para a navegação entre as diferentes mídias, o *Twitter* utiliza-se ora de uma linguagem rápida e fragmentada, com informações isoladas reunidas em uma frase, ora da interrupção do texto verbal escrito, com o /descontínuo/ exercendo um fazer manipulatório.

Esquema 32. Quadrado semiótico das posições enunciativas identificadas nos enunciados do *Twitter* de *Elle Brasil*.



O enunciado sobre o desfile da marca *Apartamento 03*, apesar de referir-se a um *alhures* e a um *ele*, anuncia ao leitor a transmissão que se dá em tempo real, de modo que a postagem, em um processo de debreagem temporal enunciativa, configura-se como um *agora*. Por esse motivo, o enunciado encontra-se classificado como /adjacente/. A postagem sobre a beleza do maquiador Rodrigo Costa no *backstage* da marca *Salinas*, por sua vez, foi qualificada enquanto /distante/, pois se refere a um *alhures*, a um *ele* e a um *então*, produzindo um efeito de sentido de distanciameto. Por fim, a postagem sobre a entrevista com a cantora Karol Conka no *Facebook Live* de *Elle* instala não apenas um *agora*, mas também um *aqui*, o que a determina como /cercano/.



4.8 *Snapchat*

Aplicativo de compartilhamento de fotos e vídeos, o *Snapchat* foi utilizado 58 vezes ao longo da semana do *SPFW N41*. Como rede social, o *Snapchat* possui a especificidade de suas postagens durarem de um a dez segundos, no máximo, e após aberto, o *post* somente poderá ser visto pelo tempo escolhido pelo remetente. Após 24h, os conteúdos são excluídos do dispositivo e também dos servidores. Também é possível adicionar filtros nas

fotos, salvar as fotos tiradas no *app* no computador e anexar arquivos ao bate-papo dentro do *Snapchat*.

Os enunciados veiculados por *Elle Brasil* durante a cobertura jornalística da semana de moda foram classificados, no capítulo anterior, conforme as categorias aspectuais propostas. Desse modo, temos na categoria *constante* um vídeo realizado durante o desfile do estilista Reinaldo Lourenço, no dia 27 de abril; na categoria *fortuito*, uma foto da entrada da Bienal do Ibirapuera, postada no dia 25 de abril; na categoria *periódico*, um vídeo do backstage da estilista Lily Sarti, também do dia 25 de abril, e, em *ocasional*, um vídeo da apresentação da marca *Vix*, do dia 26 de abril.

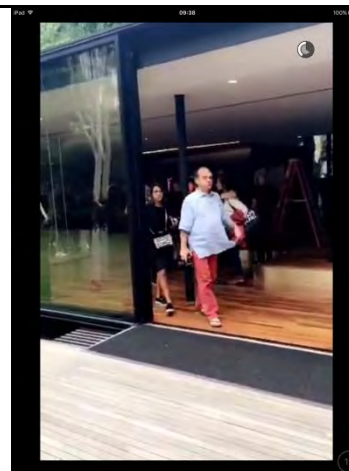
Tabela 9. Enunciados selecionados como *corpus* no *Snapchat* de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais.

Categoria aspectual	Enunciado
Constante	
Fortuito	

Periódico



Ocasional



No primeiro enunciado, temos a postagem realizada no dia 27 de abril durante o desfile do estilista Reinaldo Lourenço. O vídeo, de duração de dez segundos, mostra a linha final do desfile, ou seja, o momento em que todas as modelos participantes da apresentação desfilam em uma linha reta, uma atrás da outra, geralmente acompanhadas pelo estilista responsável pela coleção. O *post*, é importante mencionar, é o último de um conjunto de três vídeos publicados por *Elle Brasil* durante o desfile do estilista.

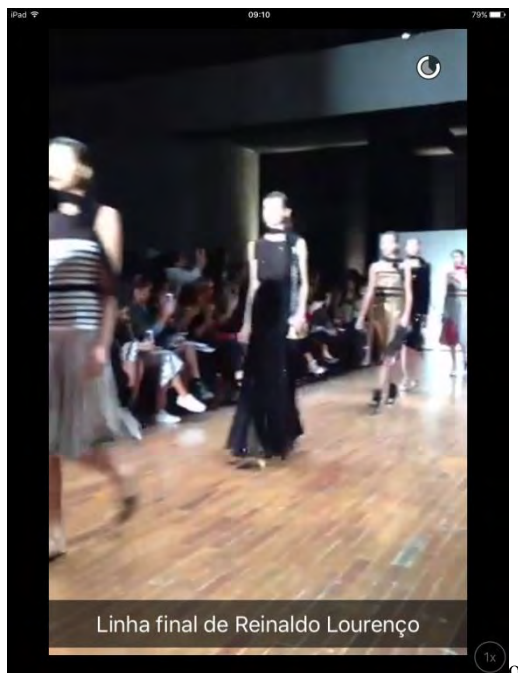


Imagem 75. Postagem sobre o desfile do estilista Reinaldo Lourenço no *Snapchat* de *Elle Brasil*.

A postagem é dividida em duas partes: o vídeo e a legenda do mesmo, plasmada aqui a partir do sistema verbal escrito. O vídeo é gravado em um enquadramento que se dá em uma verticalidade. Tal verticalidade é a mesma do corpo das modelos que desfilam as proposições de estilo de Reinaldo Lourenço sancionadas por *Elle Brasil*. O texto verbal, por sua vez, que contém a legenda, e, portanto, a explicação do fato noticiado, ocupa-se de uma horizontalidade. Desse modo, temos a categoria do plano da expressão /vertical/, bem como o sistema linguístico audiovisual-cinético, atuando em uma /abertura/, ao passo em que a categoria /horizontal/ e o sistema verbal escrito atuam em um /fechamento/.

O enquadramento do vídeo desenha ainda uma diagonalidade na topologia da tela, que orienta o olhar do usuário para o fluxo contínuo de corpos de caminham pela passarela. Durante os dez segundos do vídeo, tal fluxo não é interrompido, de modo que a continuidade figurativiza a dinâmica da própria moda e a rapidez característica da plataforma midiática em questão, cujas postagens demarcam uma pontualidade. Apesar da “linha final” apontar para o fim de um desfile, o recorte feito pela revista de tal momento pode ser qualificado, em termos aspectuais, como uma determinada pontualidade na qual não temos acesso nem ao início, nem ao fim.

Imagens 76a e 76b. Desfile do estilista Reinaldo Lourenço: movimento da linha final de modelos.



O ritmo estabelecido pelo desfilar de modelos na passarela é destacado pela cromaticidade. O chão de madeira – materialidade quente que produz o efeito de sentido de aproximação – contrasta com o fundo cinza de cimento e atrai a atenção do usuário para o que ocorre em cima da passarela. A cromaticidade é reforçada ainda pela iluminação, que estabelece uma trajetória na topologia do vídeo da esquerda (escuro) para a direita (claro), de modo que é na porção iluminada em que se encontram as proposições de estilos de *Elle Brasil*, qualificadas conforme uma dêixis eufórica.

A linguagem verbal é utilizada nesse vídeo apenas por meio da sua forma escrita, veiculada na legenda do vídeo. A legenda, grafada em uma fonte sem serifa e na cor branca, é posta sobre uma tarja negra. O recurso é aqui utilizado para que o contraste criado entre o preto e o branco possibilite a leitura da barra que permanece fixa enquanto o fundo (o vídeo) continua em movimento.

Na frase, lê-se “Linha final de Reinaldo Lourenço”. Descritiva, a legenda explica ao leitor, em poucas palavras, o que se passa no vídeo. A utilização da linguagem verbal escrita aqui se faz necessária pois, embora o vídeo faça parte de um conjunto de três postagens sobre o desfile, o usuário, a depender do horário da sua visualização, poderá ter acesso a ele de maneira isolada. A objetividade faz-se presente, portanto, para situar o enunciatário na

pontualidade da ocorrência veiculada por *Elle Brasil*. A “linha final” indica o fim do desfile do estilista.

O aspecto terminativo da cobertura do desfile pela revista no *Snapchat* é reiterado ainda pela linguagem sonora, em sua forma de som ambiente. Durante os dez segundos do vídeo, é possível escutar apenas o barulho de palmas sobre a trilha sonora. Na estrutura de um desfile, as palmas se fazem presente apenas no momento final, de modo que, durante o resto do evento, a plateia permanece em silêncio, sem manifestar-se. As palmas indicam ainda a sanção positiva da nova coleção de Reinaldo Lourenço pelos convidados presentes no *SPFW N41*.

No segundo enunciado, temos a postagem realizada sobre o *SPFW* no dia 25 de abril. A imagem veiculada foi o primeiro uso do *Snapchat* durante a cobertura da semana de moda. A fotografia, tirada na área externa da Bienal do Ibirapuera, retrata a sigla *SPFW*, responsável por sinalizar a espacialidade na qual se dava o evento:

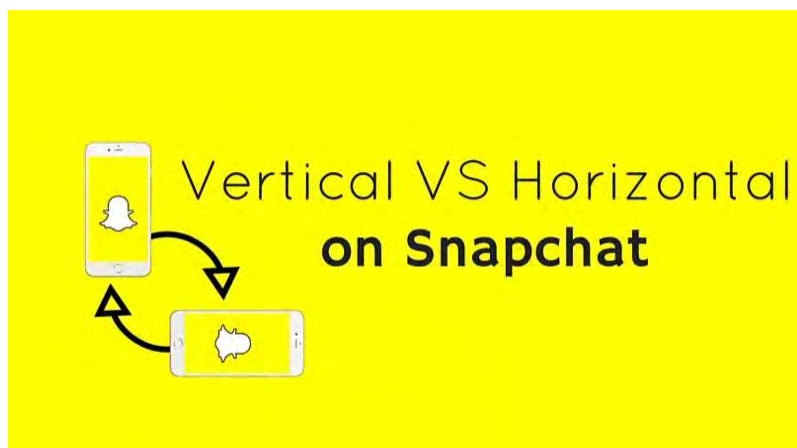


Imagem 77. Postagem sobre o início do *SPFW N41* no *Snapchat* de *Elle Brasil*.

Assim como o enunciador anterior, a imagem é aqui enquadrada a partir de uma verticalidade, apesar do objeto retratado (a placa *SPFW*) está disposto na horizontal. Isso ocorre devido ao formato do próprio aplicativo *Snapchat*, que exibe suas postagens todas na vertical, sem corrigir a orientação do vídeo/foto conforme a orientação do dispositivo

eletrônico em que ele é visualizado. Desse modo, para assistir a um vídeo gravado na horizontal, o usuário precisa virar o equipamento. Como as postagens tem duração de, no máximo, dez segundos, tal movimento compromete a visualização por completo.

Imagem 78. Diferença entre as gravações realizadas na vertical e na horizontal no aplicativo *Snapchat*. Disponível em: <<https://medium.com/Snapchat-strategy/tips-for-Snapchat-vertical-vs-horizontal-9d4328ebf369>>. Acesso em 5 de setembro de 2016.



A verticalidade do *Snapchat*, por sua vez, não condiz com o alcance da câmera de tais aparelhos – maioria das vezes utilizada na horizontal – e da própria linguagem cinematográfica – comumente associada a filmes que são mais largos do que altos –, mas com a utilização comum dos dispositivos, bem como o seu formato – também com telas mais altas do que largas. Assim, a configuração do aparelho determina o formato do aplicativo desenvolvido para tais dispositivos eletrônicos e, desse modo, a prática comunicacional observada a partir da rede social. Ao utilizar vídeos e imagens verticais no *Snapchat*, portanto, *Elle Brasil* se mostra enquanto um competente destinador no campo do jornalismo em ambientes virtuais.

Na foto, o objeto retratado está plasmado na entrada da Bienal do Ibirapuera, local dos desfiles. O sistema de linguagem verbal, concretizado aqui na forma escrita, assume, portanto, a horizontalidade. Isso ocorre tanto na placa fotografada, como na legenda postada junto com ela. Enquanto a verticalidade ocupa-se, portanto, da linguagem visual e da figurativização de ocorrências do mundo natural, a horizontalidade ocupa-se da sua

tradução em linguagem verbal. Temos, assim, novamente a relação entre /abertura/ e /fechamento/ com, respectivamente, verticalidade e horizontalidade.

Grafado em preto e branco, o nome *SPFW* ocupa toda a extensão da parede do prédio, de modo que o lugar permanece marcado enquanto a espacialidade onde se dará a semana de moda. Além disso, apesar de estar disposta em uma horizontalidade, a dimensão da placa ocupa-se ainda da horizontalidade da letra inicial de cada palavra responsável por formar a sigla: *São Paulo Fashion Week*. Tal verticalidade é a mesma dos sujeitos que adentraram pela porta localizada ao lado da porta e serão os responsáveis pela construção do evento, bem como dos sujeitos que, em uma maior dimensão, estão todos inseridos na lógica da moda.

Na composição formada pela fotografia e pela legenda, temos o termo “SPFW” ocupando a parte superior, com a legenda “Começou!” na parte inferior. Pela orientação de leitura ocidental, temos, assim, a formação da frase “SPFW começou”. A distribuição dos diferentes elementos verbais ao longo da topologia do enunciado indicam, desse modo, o início do evento e, assim, da cobertura jornalística de *Elle Brasil*. O ponto de exclamação adicionado no final da frase é responsável por euforizar tal ocorrência, demonstrando ao leitor a excitação pelo início da semana de moda.

No terceiro enunciado, temos o vídeo do *backstage* da estilista Lily Sarti, realizado no dia 25 de abril. A postagem, que tem duração de quatro segundos, mostra um corte de cabelo sendo realizado em uma das modelos momentos antes do desfile da marca.



Imagem 79. Postagem sobre o backstage de Lily Sarti no *Snapchat* de *Elle Brasil*.

A postagem possui duração de apenas três segundos. Nesse intervalo, é possível observar o rápido movimento do profissional responsável pelo corte de cabelo das modelos. A brevidade do vídeo – mais veloz do que a brevidade do próprio aplicativo, que permite gravações de até dez segundos – figurativiza a rapidez e a dinamicidade dos bastidores de um desfile de moda, em que as trocas de roupas, acessórios, cabelos e maquiagem acontecem de forma dinâmica e rápida para que o cronograma e o andamento dos desfiles não sejam atrapalhados.

O primeiro plano do vídeo traz a legenda da postagem: “Tá rolando corte de cabelo no *backstage* da Lily Sarti”. A locução verbal “tá rolando” indica a concomitância entre o momento do enunciado e momento da enunciação, o que instala um *agora* no enunciado, em um processo de debragem enunciativa temporal. A frase demarca ainda a espacialidade na qual ocorre a performance noticiada: “no *backstage* da Lily Sarti” Ainda que a frase refira-se a um outro lugar, a totalidade de sentido formada pelo texto verbal escrito em conjunção com o texto audiovisual-cinético indica a existência de um *aqui*, já que o “*backstage* da Lily Sarti” é o local filmado e retratado na postagem de *Elle Brasil*.

No segundo plano, temos os dois sujeitos responsáveis pela ação noticiada por *Elle*: o “corte de cabelo” nos bastidores do desfile. Ambos se encontram posicionados no centro do vídeo. Ao fundo, uma lâmpada amarela cria uma fonte de luz que contrasta com o

cromatismo observado no resto da imagem (escuro) e, direciona o olhar do usuário para o centro a partir da linha formada pela junção das duas paredes. É no centro do enquadramento em que se dá a performance.

No último enunciado, temos um vídeo da apresentação da marca *Vix*, do dia 26 de abril. O enunciado é composto por um vídeo de dez segundos em que a repórter anuncia a finalização da cobertura do desfile anterior – o da estilista Paula Raia – e anuncia que a revista agora se concentrará na cobertura do desfile da *Vix*.



Imagem 80. Postagem sobre o desfile da marca *Vix* no *Snapchat* de *Elle Brasil*.

Em sua fala, a repórter de *Elle Brasil* não se identifica, de modo que não é possível para o enunciatário saber quem é a interlocutora responsável pela cobertura. O anonimato da jornalista difere da posição adotada pela revista em outras plataformas midiáticas como *Facebook Live* e *Periscope*, em que havia a clara identificação do repórter responsável pela cobertura, ou no *Instagram* e na página da web, onde as matérias e postagens publicadas eram assinadas. A falta de nomeação da repórter, no entanto, pode ser explicada, em grande medida, pela limitação de tempo – dez segundos – do próprio aplicativo. A incoatividade da cobertura realizada pelo *Snapchat*, portanto, dificulta o estabelecimento de vínculos ou, ainda, de uma relação enunciativa *eultu* entre a revista e os usuários da rede social.

Durante o vídeo de dez segundos, a fala da repórter se limita a uma breve apresentação da cobertura a ser realizada por *Elle Brasil*: “Bom, depois do desfile da Paula

Raia, a gente já tá numa nova locação, na Casa Jereissati. A gente veio ver o desfile da *Vix*, que é estreante no *SPFW*. O lugar é maravilhoso”. Tal apresentação é feita aqui a partir do sistema verbal na sua forma falada, em oposição ao uso do verbal escrito, como nos enunciados anteriores. O ritmo da fala é apressado, o que, em determinados momentos, pode chegar inclusive a dificultar a compreensão da pronúncia de determinadas faladas. A rapidez da fala, no entanto, é também determinada pelo formato das postagens do aplicativo.

A jornalista inicia o seu comentário referindo-se ao desfile que estava sendo retratado nas redes sociais de *Elle Brasil*, o da estilista Paula Raia. A referência faz-se necessária devido à pontualidade em que os vídeos podem ser visualizados pelos usuários (eles somem gradualmente conforme a marca de 24h após sua veiculação). Desse modo, a repórter utiliza-se de uma anterioridade para demarcar a pontualidade da ocorrência que passa, então, a ser noticiada. A relação entre tal anterioridade e o presente é estabelecida pelo advérbio “já”, de modo a indicar uma ideia de rapidez da transição entre os dois momentos e, portanto, da atuação da revista enquanto veículo especializado na cobertura de todas as principais ocorrências da semana de moda.

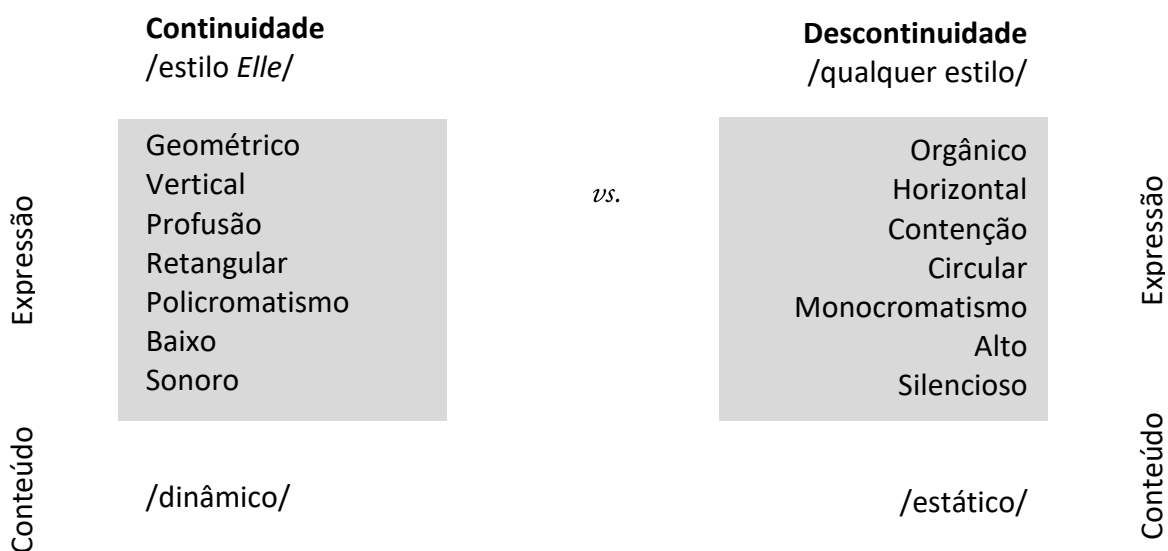
Ao longo da gravação, a jornalista refere-se a si mesma a partir da expressão “a gente”. Assim como observado em outras plataformas midiáticas de *Elle Brasil*, o pronome é comumente utilizado pelos interlocutores da revista a fim de estabelecer um sujeito da enunciação ampliado, que demarca toda a equipe de jornalistas de *Elle* responsáveis pela cobertura do *SPFW N41*. O uso do “a gente”, em substituição à primeira pessoa do plural “nós”, deixa o discurso mais informal e provoca um efeito de sentido de aproximação a partir de uma relação *eu/tu* estabelecida com os usuários da rede social.

Por fim, a repórter concentra-se em falar sobre a locação do desfile, que não será realizado na Bienal do Ibirapuera, sede da semana de moda. Ela esclarece que a apresentação ocorrerá “na Casa Jereissati”, acrescentando que “o lugar é maravilhoso”. A mudança de locação em um desfile de uma marca estreante apresentou-se, assim, como o principal valor notícia para a primeira postagem no *Snapchat* durante a cobertura do desfile da *Vix*.

Tal valor notícia é reforçado pelo sistema audiovisual-cinético. No vídeo, a repórter filma a área externa do local do desfile, mostrando brevemente ao enunciatário o ambiente da Casa Jereissati. Ao exibí-lo, a repórter realiza um breve *travelling*, movimento de câmara em que esta realmente se desloca no espaço – em oposição aos movimentos de panorâmica, nos quais a câmara apenas gira sobre o seu próprio eixo, sem se deslocar. O movimento, no entanto, é executado rapidamente, o que termina por prejudicar a resolução do vídeo, obtido pela câmara de um *smartphone*. A captação do vídeo também figurativiza, portanto, a brevidade da plataforma midiática e a velocidade da atuação jornalística de *Elle Brasil*, que “já” sai de um desfile para o outro, mantendo-se presente em todos os momentos da semana de moda.

A partir da apreensão dos formantes do plano da expressão e de suas homologações no plano do conteúdo, chegamos à tabela da sistematização dos dois planos nos enunciados do *Snapchat* de *Elle Brasil*:

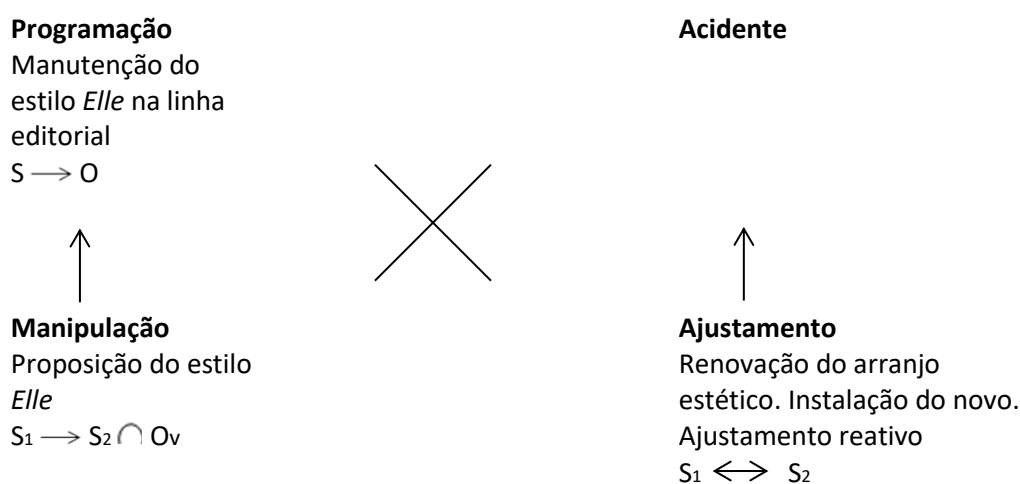
Esquema 42. Sistematização das categorias encontradas nos enunciados *Snapchat* de *Elle Brasil* a partir das categorias aspectuais /contínuo/ e /descontínuo/.



No nível narrativo, temos um programa narrativo de base semelhante ao observado em outras mídias, que traz uma destinatário/enunciatário (S2) que se encontra inicialmente em estado de privação de seu objeto de valor (estar na moda) e deve percorrer um caminho

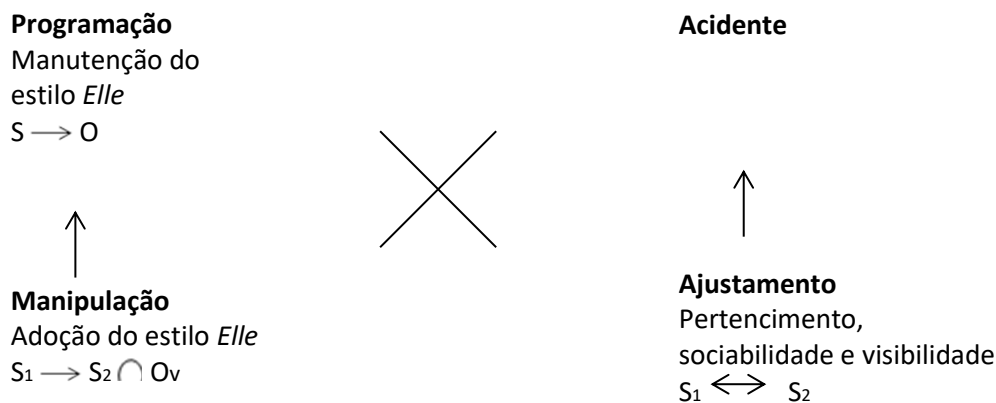
para aquisição de competências para construir um modo de presença identitária. O destinador/enunciador (S₁) detém essas competências cognitivas e exerce um fazer manipulatório sobre a leitora, que passa a adquirir um papel temático. O ajustamento é aqui novamente tratado enquanto reativo e a probabilidade da ocorrência do regime do acidente é praticamente nula, pois os vídeos podem ser enviados ou não, conforme o desejo do destinador.

Esquema 43. Regimes de interação e de sentido identificados no *Snapchat* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinador.



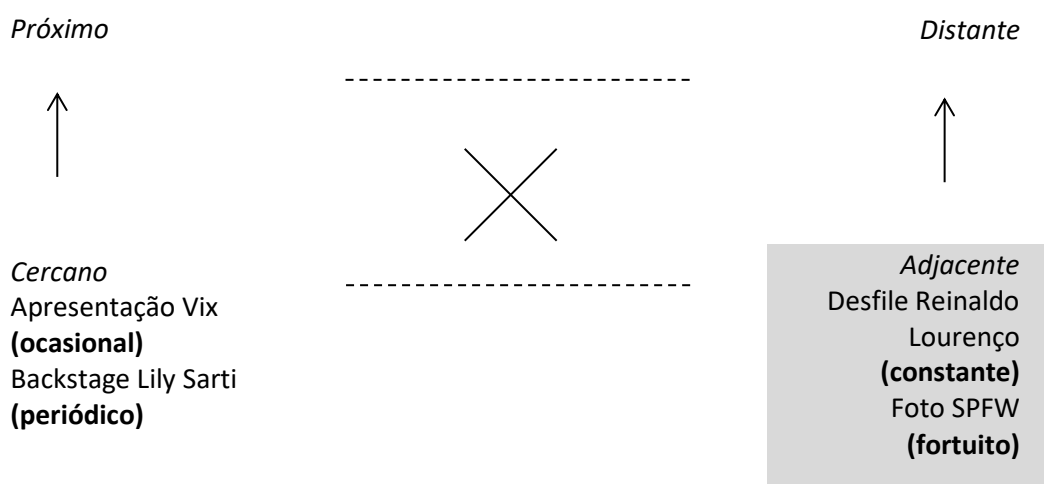
O percurso narrativo seguido pelo usuário do *Snapchat*, por sua vez, também é semelhante ao observado nas mídias anteriores. Admitido enquanto sujeito de vontade, o destinatário é manipulado a adotar o estilo *Elle*. Ao dar continuidade ao consumo da publicação, no entanto, o destinatário/enunciário adquire competências e passa a assumir um papel temático pré-definido que a manterá sob a expectativa de um desempenho programado a partir da manutenção desse estilo. Tal continuidade, no entanto, pode levar o leitor aos valores de pertencimento social, sociabilidade a partir da possibilidade de interação com diferentes sujeitos a partir da adoção de determinado estilo e, em última instância, a uma maior visibilidade. Nesse caso, a possibilidade de um acidente continua pequena, devido ao caráter do ajustamento em questão.

Esquema 44. Regimes de interação e de sentido identificados no *Snapchat* de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatário.



Em termos da relação estabelecida entre enunciador e enunciatário, a revista possui, por meio da plataforma midiática, uma temporalidade que é, muitas vezes, compartilhada com o usuário da rede social, ou, ainda, refere-se a um passado pouco distante, já que as postagens desaparecem com 24h. Por esse motivo, a cobertura do *Snapchat* faz-se a partir da brevidade e da efemeridade de seus enunciados, o que reforça o aspecto incoativo da atuação de *Elle Brasil* na plataforma midiática. Na maioria dos casos, tais enunciados referem-se a um *ele* e a um *alhores*, o que provoca um efeito de sentido de distanciamento.

Esquema 45. Quadrado semiótico das posições enunciativas identificadas nos enunciados do *Snapchat* de *Elle Brasil*.



Na categoria /adjacente/ temos, portanto, o enunciado sobre o desfile do estilista Reinaldo Lourenço (constante) e o enunciado sobre o início do *SPFW* (fortuito). Em

ambos os casos, fala-se sobre um *ele* e sobre uma ocorrência que demarca um *alhores*. A efemeridade intrínseca a todas as postagens no *Snapchat*, contudo, faz com que o usuário as visualize em um pequeno intervalo de tempo, o que cria um efeito de sentido de temporalidade compartilhada, como se a ocorrência se desse em uma espécie de tempo real. Na categoria /cercano/, por outro lado, temos a postagem sobre o backstage da marca *Lily Sarti* (periódico), que, embora fale sobre um *ele*, consegue estabelecer um *aqui* e um *agora*, e o enunciado sobre a apresentação da marca *Vix*, que estabelece uma relação *eultu* e um efeito de sentido de concomitância entre o tempo do enunciado e o tempo da enunciação.

Ao longo deste capítulo, buscamos analisar, utilizando como aparato teórico-metodológico o percurso gerativo do sentido, enunciados representativos das diferentes plataformas midiáticas por onde *Elle Brasil* realizou sua cobertura jornalística do *SPFW N41*. Partindo da categorização aspectual realizada no capítulo anterior, os diferentes enunciados foram organizados conforme sua recorrência em cada mídia. Por meio do exame do *corpus*, chegamos então às diferentes estratégias discursivas, bem como os distintos percursos narrativos (tanto do destinador, como do destinatário), em cada uma das instâncias que constituem o projeto transmídia da revista. A partir delas, foi possível delimitar as principais posições enunciativas ocupadas por *Elle* em suas plataformas.

No próximo capítulo, exploraremos de que modo se estrutura o projeto transmídia de *Elle Brasil* e como se dão as diferentes passagens enunciativas entre as diferentes plataformas midiáticas; as interações discursivas observadas entre enunciadador e enunciatário em cada uma dessas mídias e as questões de visibilidade inerentes a esta lógica comunicacional.

5.

*ELLE BRASIL E A
CONSTRUÇÃO DE
UM PROJETO
TRANSMÍDIA*

5. *Elle Brasil* e a construção de um projeto transmídia

Identificar e classificar uma prática comunicacional enquanto uma narrativa transmídia não é uma tarefa simples. Embora a temática da transmidiação tenha sido largamente abordada por diversos estudiosos do campo da comunicação ao longo da última década, constantes mudanças tecnológicas transformam, em breves intervalos de tempo, a produção e o consumo dos produtos comunicacionais, de modo que os destinadores inseridos em tal área buscam e testam diferentes alternativas para adaptar-se a novos contextos comunicacionais. Essas alternativas por vezes envolvem estratégias de coordenação entre múltiplas plataformas midiáticas com o objetivo de otimizar a produção e circulação de conteúdo. Estariam, contudo, tais estratégias inseridas no que denominados comumente de “projeto transmídia”?

Conforme apontado em capítulos anteriores, tomamos a ideia de transmidiação proposta por Fechine (2014) a partir dos postulados de Jenkins (2009). A autora a define como:

Um modelo de produção orientado pela distribuição em distintas mídias e plataformas tecnológicas de conteúdos associados entre si e cuja articulação está ancorada em estratégias e práticas interacionais propiciadas pela cultura participativa estimulada pelos meios digitais.

Para a existência de um projeto transmídia, consideraremos, portanto, os três fatores principais elencados acima: conteúdos distribuídos entre distintas plataformas midiáticas, a articulação entre essas diferentes mídias realizada a partir de práticas interacionais propiciadas pelos meios digitais e, por fim, a existência de uma cultura participativa – ou seja, um contexto em que os consumidores assumem, por vezes, o papel de destinadores de determinados conteúdos. A partir do exposto e analisado em capítulos anteriores, é possível então testar nossa hipótese inicial reiterada ao longo desta pesquisa de que a revista *Elle Brasil* operou, durante a cobertura do *SPFW N41*, sua produção de conteúdo por meio de um projeto transmídia.

No primeiro ponto, temos a distribuição de conteúdos jornalísticos por diferentes plataformas midiáticas. Durante a cobertura da semana de moda, *Elle* acionou oito mídias

distintas, cada qual movimentada a partir de determinados valores-notícia e de determinadas estratégias de enunciação e de figurativização. Ao todo, foram 397 enunciados veiculados durante os cinco dias de evento e nas edições impressa e digital dos dois meses seguintes (respeitando, portanto, a periodicidade da circulação da revista). A distribuição entre as múltiplas mídias foi desproporcional, de modo que, enquanto foram contabilizadas 181 postagens no *Instagram*, apenas quatro matérias foram publicadas na revista impressa.

A discrepância entre o volume de matérias e postagens entre as plataformas midiáticas pode ser explicada, no entanto, pelo papel temático estabelecido por cada uma dentro da cobertura realizada por *Elle Brasil*. Determinadas mídias, como o *Periscope* ou o *Snapchat*, eram acionadas, prioritariamente, para a transmissão dos desfiles. Outras, como o *Instagram*, registraram um grande número de postagens sobre os bastidores da semana de moda. A página da web, por outro lado, concentrou as matérias analíticas sobre as novas coleções apresentadas durante a semana de moda.

Tais papéis temáticos eram determinados, em grande medida, pelos sistemas de linguagem acionados em cada plataforma. Mídias que priorizavam a linguagem audiovisual, como o *Periscope*, eram utilizadas para *streamings* em tempo real, enquanto outras, como o *Instagram* ou o *Snapchat*, eram marcadas pela veiculação de enunciados pontuais em uma dinâmica incoativa: recomeçando constantemente. A revista impressa, por outro lado, mídia de base de *Elle Brasil* e publicação de circulação mensal, concentrou-se em analisar e projetar as principais tendências observadas na semana de moda.

É importante destacar ainda que os conteúdos veiculados nas diferentes plataformas midiáticas eram, em sua grande maioria, matérias, postagens ou vídeos produzidos conforme as especificidades do meio em que foram veiculados, de modo que tais conteúdos não se constituíam em meras replicações de matérias escritas para a mídia impressa ou para a página da web, mas criações voltadas para a circulação nas distintas redes sociais.

A distribuição de conteúdo entre as múltiplas plataformas nos leva ao segundo ponto do conceito de transmídiação: a articulação existente entre tais mídias por meio de interações propiciadas pelo ambiente virtual. No caso de *Elle Brasil*, essa articulação se dá, em grande medida, a partir do uso de recursos hipertextuais, como a presença de *hyperlinks* em postagens do *Facebook*, do *Instagram*, do *Twitter*, da revista digital e da página da web.

Os *links* são utilizados para articular as diferentes plataformas mesmo quando a materialidade não é a eletrônica, como no caso da revista impressa, que publicou o endereço eletrônico da página do portal *M de Mulher* responsável por reunir todo o conteúdo sobre o *SPFW N41*.

Existem ainda, contudo, outras formas de conexão entre os conteúdos veiculados nas mídias distintas. No *Periscope* e no *Facebook Live*, por exemplo, onde as transmissões eram realizadas ao vivo, era comum que o próprio repórter responsável pelo *streaming* anunciasse o horário ou o conteúdo das postagens seguintes, agendando, portanto, o consumo dos usuários da rede social. Em outros casos, ainda, como no *Snapchat* ou no *Instagram*, a linguagem verbal escrita era utilizada para divulgar os conteúdos veiculados em outras mídias.

Por fim, temos a terceira característica das narrativas transmídia: a participação dos consumidores. A prática pode ser observada, em maior ou menor medida, nas redes sociais utilizadas por *Elle Brasil* durante a cobertura da semana de moda. Na maioria delas, os destinatários possuíam a possibilidade de produção de conteúdo – tornando-se, portanto, destinadores – por meio das especificidades das plataformas midiáticas. Tal interação, contudo, dava-se de diferentes maneiras.

Em aplicativos como o *Periscope* ou nas transmissões realizadas via *Facebook Live*, os usuários comentavam as postagens em tempo real, podendo enviar, inclusive, perguntas ou comentários visualizados por outros leitores. Em outras redes sociais, como o *Facebook* e o *Instagram*, a atuação dos usuários era restrita à caixa de comentários ou à sanção positiva exercida a partir da utilização de recursos como o “curtir”. Já no *Twitter*, a produção de conteúdo por usuários, embora originada nos enunciados publicados por *Elle*, era publicada nos *feeds* deles próprios e dos seus seguidores e não no de *Elle Brasil* – não fazendo, assim, parte do *corpus* desta pesquisa.

A partir do exposto acima, é seguro afirmar que *Elle Brasil* atuou na cobertura do *SPFW N41* por meio de um projeto transmídia coeso e estruturado a partir de diferentes plataformas midiáticas. A utilização da estratégia comunicacional aqui não se faz, portanto, de forma pontual – realizada por conta de uma grande cobertura jornalística –, mas por um fazer jornalístico estabelecido de forma durativa tanto pela atuação de seus repórteres, como

pela presença em diferentes ambientes midiáticos. Embora este não seja o recorte desta pesquisa, é possível observar a presença de estratégias de transmídiação em outras coberturas realizadas por *Elle Brasil* – em semanas de moda internacionais, por exemplo – e na veiculação de conteúdo realizada no dia-a-dia de suas plataformas em ambientes virtuais, ainda que a periodicidade da revista impressa seja mensal.

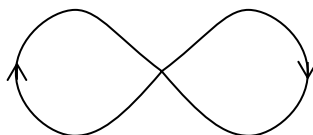
Assim, tomando o projeto transmídia como uma instância englobante cujas diversas mídias representam instâncias englobadas, podemos desenhar o percurso narrativo do projeto transmídia de *Elle Brasil*. Tal percurso admite a narrativa transmídia como uma manifestação expandida organizada por um programa narrativo de base que se liga a programas narrativos auxiliares que, juntos, dão conta do projeto transmídia.

Esquema 45. Regimes de interação e de sentido identificados no projeto transmídia de *Elle Brasil* a partir do ponto de vista do destinatador.

Programação

Manutenção do estilo *Elle* nas diferentes mídias

$S \rightarrow O$



Acidente

Risco da ocorrência do acaso em transmissões ao vivo

Manipulação

Instalação de novos percursos narrativos

(PN anexo)

$S_1 \rightarrow S_2 \cap O_v$

Ajustamento

Renovação do arranjo estético.

Instalação do novo.

Fazer junto

$S_1 \leftrightarrow S_2$

Proposição da participação do enunciatário

(PN anexo)

$S_1 \rightarrow S_2 \cap O_v$

Proposição do estilo *Elle*

(PN de base)

$S_1 \rightarrow S_2 \cap O_v$

Em seu programa narrativo de base, identificado na revista impressa, mídia de referência do projeto transmídia, *Elle Brasil* continua realizando a proposição do seu estilo. Nos programas narrativos anexos, no entanto, temos o desenrolar de estratégias

manipulatórias de articulação de um projeto transmídia, ancorado aqui na participação e no engajamento do enunciatário realizado a partir de diferentes percursos de leitura. No regime da programação, a cobertura jornalística – e, portanto, a proposição do estilo *Elle* – é mantida ao longo das múltiplas plataformas, reforçando o fazer jornalístico do título.

Ao promover diferentes espaços e possibilidades de participação do enunciatário em sua narrativa transmídia, contudo, *Elle* estimula um *fazer junto* entre enunciador e enunciatário que, muitas vezes, vai além de um ajustamento reativo, resultando em uma “tomada de gosto” por parte do enunciatário, envolvido no projeto transmídia. É nessa condição, segundo Fechine (2014, p. 130), que “o destinatário começa a *sentir* e a *fazer junto* com o destinador, movendo-se *com* e *como se fosse ele*” e, conforme Oliveira (2013), sendo esteticamente apto a colocar a si mesmo no papel actorial do outro. Tal ajustamento pode levar, em algumas plataformas midiáticas, à ocorrência do regime do acidente, advinda aqui do intercâmbio enunciativo entre *Elle Brasil* e seus leitores, que pode gerar, em determinados momentos, uma abertura na qual se assume outro papel temático.

Nesse percurso narrativo do projeto transmídia de *Elle Brasil*, optamos pelo uso da elipse em vez do quadrado semiótico trabalhado na construção do percurso narrativo de cada uma das mídias, no capítulo anterior. A escolha pode ser explicada pela dinamicidade do movimento entre posições existente no projeto transmídia, marcado pela incoatividade enunciativa, de modo que, em uma cobertura jornalística, a veiculação dos textos ocorre em um ritmo acelerado e pontual ao longo dos diversos espaços propostos pelo meio de comunicação. O projeto de *Elle Brasil*, portanto, não pode ser considerado a partir de posições e relações fixas de cada mídia, mas a partir da dinamicidade estabelecida por meio das diversas estratégias transmidiáticas arranjadas segundo um enunciador complexo, responsável por uma enunciação global.

Nas próximas páginas, levantaremos questões relativas às estratégias e práticas observadas na construção do projeto transmídia em *Elle Brasil*. Inicialmente, abordaremos a problemática relativa à enunciação nas diferentes mídias, concluindo as análises realizadas no capítulo anterior e examinando a relação estabelecida entre a passagem de vozes enunciativas e os efeitos de sentido de subjetividade e objetividade. Em seguida, discorreremos sobre as interações discursivas estabelecidas entre enunciador e enunciatário

nas diversas plataformas e qual o papel ocupado pelo destinatário na narrativa transmídia de *Elle Brasil*. Por fim, exploraremos os questionamentos relativos aos regimes de visibilidade observados nas mídias.

5.1 Estratégias enunciativas: entre a subjetividade e a objetividade jornalística

Ato pelo qual o sujeito faz ser o sentido (LANDOWSKI, 1989), a enunciação pode ser definida, segundo Greimas e Courtés (2011), como uma estrutura pressuposta à própria existência do enunciado ou como uma estrutura da comunicação. Enquanto que, na primeira situação, têm-se a existência do sujeito da enunciação, formado pelo par enunciador/enunciatário; na segunda, enunciador e enunciatário assumem-se enquanto destinador e destinatário da comunicação. Tal destinador é o responsável pelos valores e jogos e por um determinado fazer persuasivo, ao passo que o destinatário pode ocupar tanto a posição de manipulatório, como a de co-destinador, conforme trata Oliveira (2013).

Trabalhar a enunciação enquanto comunicação requer lançar um olhar sobre o fazer emissor do enunciador e o fazer receptor-interpretativo do enunciatário – ambos, obtidos a partir do exame das estruturas discursivas e semio-narrativas. Para tal, recorreremos, no capítulo anterior, ao recurso do percurso gerativo do sentido, representação dinâmica da própria produção de sentido (FLOCH, 2001), organizado em duas grandes etapas e três níveis: as estruturas semio-narrativas, que compreendem os níveis fundamental e narrativo, e as estruturas discursivas, que compreendem o nível discursivo. Cada um dos níveis é estruturado ainda um por componente sintático (tipos de operações e suas regras) e por um componente semântico (construções das unidades de sentido).

Localizado no nível discursivo do percurso gerativo de sentido, a enunciação é dividida em três subcomponentes: actorialização, temporalização e espacialização. Esses três procedimentos têm como efeito a produção de um dispositivo de atores e de um quadro temporal e espacial em que se inscreverão os programas narrativos provenientes do nível anterior (GREIMAS, COURTÉS, 2013). Tais projeções de pessoas, tempo e espaço no discurso se dão a partir de dois mecanismos: a debragem e a embreagem. Segundo Fiorin (1996, p.43), a debragem pode ser explicada como:

Debreagem é a operação em que a instância da enunciação disjunge de si e projeta para fora de si, no momento da discursivização, certos termos ligados a sua estrutura de base, com vistas à constituição dos elementos fundadores do enunciado, isto é, pessoa, espaço e tempo.

A debreagem é, dessa forma, um elemento constitutivo do enunciado e, portanto, responsável pela articulação dos elementos da enunciação. Ela pode ser de dois tipos: enunciativa, quando as projeções das três categorias são *eultu*, *aqui* e *agora*, e enunciva, quando as mesmas projeções são *ele*, *então* e *alhures*. Enquanto a primeira produz um efeito de sentido de proximidade e de subjetividade, a última simula um efeito de objetividade e distanciamento. Comum em enunciados jornalísticos, a debreagem enunciva procura apagar as marcas de um “eu” no enunciado, criando um efeito de sentido de imparcialidade e de distanciamento do enunciador em relação ao fato noticiado.

O procedimento de embreagem, por outro lado, neutraliza e “devolve” as categorias de pessoa, tempo e espaço à enunciação, denegando a instância do enunciado. Toda embreagem, no entanto, pressupõe uma debreagem anterior. A embreagem também pode ser do tipo enunciativa, quando o termo debreante é tanto enuncivo como enunciativo, mas o embreante é enunciativo; e do tipo enunciva, quando o termo debreante pode ser enunciativo ou enuncivo, mas o embreante é enuncivo.

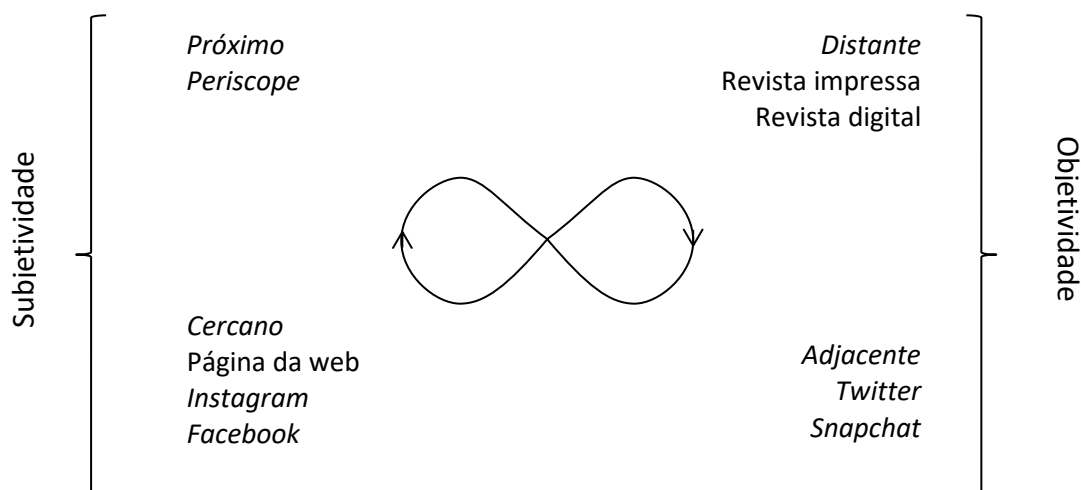
A análise da enunciação no *corpus* selecionado nas múltiplas plataformas que compõe o projeto transmídia de *Elle Brasil* nos deu a ver diferentes posições enunciativas ocupadas pela revista. Tais posições foram organizadas a partir das categorias topológicas /próximo/ e /distante/ e de seus subcontrários, nomeados como /cercano/ (não-distante) e /adjacente/ (não-próximo). Os termos dão a rede de posições proxêmicas ocupadas pelos atores. A classificação por meio das categorias possibilitou a identificação do caráter enunciativo dominante, observado em cada mídia a partir categorização dos enunciados selecionados anteriormente enquanto *constante*, conforme as categorias aspectuais propostas no capítulo anterior. Desse modo, temos:

- /próximo/: *Periscope*
- /distante/: revista impressa e revista digital

- /cercano/: página da web, *Facebook* e *Instagram*
- /adjacente/: *Twitter* e *Snapchat*

Tomando o projeto transmídia enquanto “totalidade da manifestação que resulta da articulação de enunciados correlacionados e distribuídos em distintas plataformas tecnológicas” (FECHINE, 2014, p. 121), empregamos a categorização acima na dinâmica de uma elipse semiótica que desse conta da posição enunciativa ocupada pelas diferentes mídias na totalidade significativa transmidiática de *Elle Brasil*:

Esquema 46. Elipse das posições enunciativas identificadas nas mídias constituintes do projeto transmídia de *Elle Brasil*.



A escolha da elipse pode ser explicada pelo caráter dinâmico observado nas relações estabelecidas entre as mídias de *Elle Brasil*. Ao longo da cobertura jornalística do *SPFW N41*, tais mídias foram acionadas ora concomitantemente, ora em pequenos intervalos de tempo, ou, ainda, com meses de diferença (revista impressa e revista digital). Um mesmo fato noticiado em mídias distintas adquiriu, desse modo, diferentes caracteres enunciativos, de modo que as posições entre proximidade e distanciamento estabelecidas entre enunciador e enunciatário eram também alternadas entre as plataformas constituintes do projeto transmídia.

As categorias topológicas que estruturam as relações proxêmicas são organizadas conforme duas dêixis: a da subjetividade e a da objetividade. A subjetividade está

relacionada ao movimento de aproximação, de colocação da pessoa em discurso, de modo que os seus valores encontrem-se claramente discursivizados e figurativizados. No jornalismo, a subjetividade é comumente associada ao gênero opinativo, quando o jornalista é instalado enquanto interlocutor e realiza um comentário, um julgamento ou uma leitura particular sobre determinado fato.

A objetividade, por outro lado, está ligada a um movimento de distanciamento, em que há uma espécie de apagamento do sujeito da enunciação, preocupado em noticiar um *ele*, em um *alhores* e um *então*. A objetividade tornou-se, ao longo dos séculos, uma das principais características do que ficou conhecido como o gênero informativo jornalístico. O formato, que abrange textos como notícias, reportagens e notas informativas, está associado ao papel temático clássico de um jornal diário: o noticiário de notícias “isento” de posicionamentos políticos. Como tal isenção, no entanto, faz-se impossível diante do ponto de vista epistemológico da semiótica discursiva, o que pode ser observado na imprensa é, na verdade, um simulacro de objetividade, no qual grandes veículos de comunicação utilizam-se de estratégias discursivas para criar um efeito de sentido de imparcialidade.

A partir da elipse proposta acima podemos perceber, portanto, que a posição enunciativa de *Elle Brasil* em seu projeto transmídia navega entre a subjetividade e a objetividade, conforme a plataforma midiática acionada. Semelhante ao observado durante a criação do título francês em 1945 por Hélène Lazarreff, que pôs em jogo, em seu fazer jornalístico, os valores da subjetividade e da objetividade, o movimento nos dá a ver o dinamismo com o qual a publicação atua dentro do campo da comunicação brasileira, seja ele impresso – esfera de origem da revista – ou virtual. Dentro deste último, vale ainda destacar a diversidade de plataformas midiáticas com formatos e práticas distintas, o que também requer da publicação uma grande capacidade de adaptação.

Tal adaptação, contudo, passa cada vez mais pelo estabelecimento da dêixis da subjetividade enquanto prática jornalística. As mídias classificadas como *constante* na cobertura do *SPFW N41* por *Elle Brasil* – *Facebook*, *Instagram* e página da web – estão localizadas aqui na posição /*cercano*/ (não-distante). O *Periscope*, aplicativo com 22 postagens durante a semana de moda, também. Na dêixis da objetividade, restaram os dois

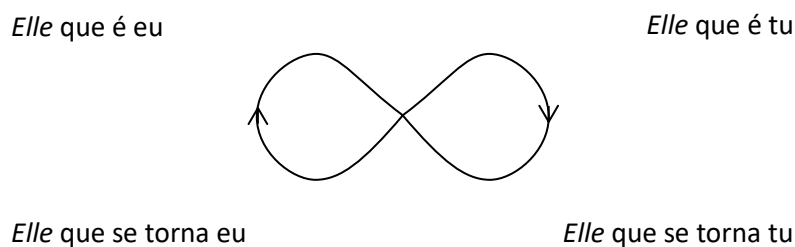
formatos de revista, publicados após a ocorrência do evento, o *Twitter*, pouco acionado, e o *Snapchat*, de caráter *fortuito*.

A predominância de uma enunciação do tipo subjetiva pode ser explicada, em grande medida, pelas práticas determinadas pelas redes sociais. Nesse ambiente, predomina a reflexividade enunciativa entre os meios de comunicação e seus leitores/usuários, que comentam e compartilham as postagens realizadas pelos veículos, bem como produzem os seus próprios conteúdos acerca das temáticas abordadas em coberturas jornalísticas. Existe, portanto, uma interação entre dois sujeitos que, por vezes, são colocados em posição de igualdade, propícios a um *fazer junto*, ainda que um *fazer junto* mediado por um fazer operatório.

Esse tipo de interação demanda uma enunciação que, por vezes, instale uma relação *eu/tu* entre enunciador e enunciatário, criando um efeito de sentido de aproximação entre ambos. Do mesmo modo, tornam-se cada vez mais populares as plataformas que permitem transmissões em tempo real do tipo *streaming*, formato caracterizado pela concomitância entre o momento do enunciado e o da enunciação e que possibilita o compartilhamento do tempo entre enunciador e enunciatário. Em ambientes marcados pelo recurso da hipertextualidade, a espacialidade é ainda delimitada conforme um *aqui* estabelecido em relação ao local onde se dá a enunciação.

A passagem de vozes durante o projeto transmídia de *Elle Brasil* deve ser vista, portanto, como um importante traço constituinte da identidade da própria revista. O traço recupera e atualiza a nomeação da publicação: *Elle*. Conforme explicitado no primeiro capítulo desta pesquisa, ao utilizar o pronome pessoal reto da terceira pessoa do singular como título, a revista formula um discurso que marca a alteridade como o lugar relacional com o qual os sujeitos operam a construção da sua identidade. *Elle* se estabelecerá, portanto, como a espacialidade capaz de comportar uma infinidade de sujeitos ou nenhum – a pessoa de quem se fala, sempre em relação, contudo, com os dois sujeitos da comunicação.

Esquema 47. Quadrado elíptico sobre relações entre as pessoas da enunciação no projeto transmídia de *Elle Brasil*.



No esquema acima, as pessoas da enunciação inseridas no processo comunicacional de *Elle Brasil* encontram-se revestidas, de modo que não é apenas o *ele* que se encontra presente nas diversas pessoas da enunciação, responsável por manter uma relação de co-presença enunciativa com o *eu* e o *tu*, mas a própria *Elle*. Nesse jogo dinâmico de posições, têm-se uma actorialização transformada e ampliada pelo fazer jornalístico no título a partir do seu projeto transmídia, constituído por meio de múltiplas plataformas agrupadas em uma enunciação global.

O que se observa, no entanto, é que, em seu projeto transmídia – e, desse modo, em seu fazer comunicacional –, *Elle* não se restringe a uma única posição, mas realiza, na verdade, uma passagem entre as diversas posições enunciativas, assumindo-se enquanto o próprio *locus* de construção identitária não apenas a partir das diversas “*Elles*” (elas) que por suas páginas circulam, mas a partir da inserção dos seus enunciatários nos seus diversos lugares de visibilidade, instalando, em um movimento de proximidade, uma relação com o *eu* e com o *tu* da comunicação.

5.2 Interações discursivas: da participação à co-destinação

Nos objetos sincréticos, a presença de diferentes linguagens em um só procedimento global de enunciação produz marcadores da enunciação, a partir dos quais é possível identificar as escolhas do enunciador. A ideia é desenvolvida abaixo por Oliveira:

A teoria semiótica trata o sujeito da enunciação como instalado no próprio objeto sincrético, no seu enunciado, materializado por um conteúdo manifesto por uma expressão que guarda as indicações desse sujeito, as marcas de instalação

ou ancoragem no discurso. Tais marcas permitem ao analista recuperar tanto o fazer global do enunciador e também aquele do enunciatário, quanto classificar o tipo de interação que enunciador e enunciatário constroem discursivamente em um simulacro das suas figuras, bem como permitem entrever os tipos de processualidades envolvidos na apreensão do sentido, na captura estésica, e as operações sensíveis que já principiam a construção da significação, cujo ordenamento deixa ver, além dos tipos de sincretismo, o próprio contexto, a situação em que interagem os sujeitos, tudo isso sendo também constitutivo da enunciação. (OLIVEIRA, 2009, p.100)

Desse modo, ainda que enunciador e enunciatários estejam distantes e não corpo a corpo, a plástica sincrética articula “experiências sensibilizantes” (OLIVEIRA, 2009, p. 98) que fazem com que o sentido seja sentido, de maneira que os procedimentos discursivos organizados pelo enunciador põem o enunciatário em uma posição de maior ou menor abertura à construção do sentido. Essa construção sensorial do objeto sincrético coloca em jogo dois corpos que sentem e fazem sentir.

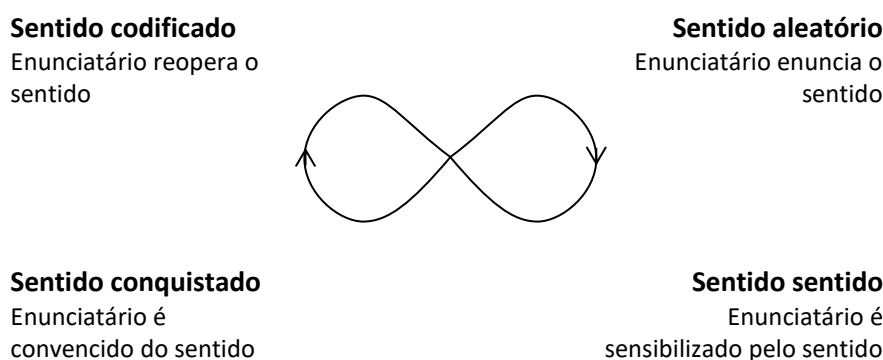
Recuperando as proposições de Landowski (1992), para quem a enunciação é o ato pelo qual o sujeito faz ser o sentido, Oliveira (2013, p.235) afirma que “é a interação que faz ser o sentido”. Por essa lógica, a interação entre enunciador e enunciatário no nível discursivo do percurso gerativo de sentido também passa a ser vista como componente importante na construção do sentido. Essas interações assumem diferentes pontos de vista, de modo que:

Com as graduações de intensidade do assumir mais ou menos participativo do sujeito, a enunciação pode ser concebida como um modo de criação de experiências com coeficientes de maior ou menos sentido ao ser vivida em que a componente estésica do sujeito complexo opera tanto na decodificação, ou na instauração quanto na participação e na apreensão compartilhada dos mundos de linguagem. (OLIVEIRA, 2013, p.241)

A partir das interações entre esses dois atores (enunciador e enunciatário), portanto, seria possível prever relações de intransitividade ou de transitividade. No primeiro caso, enunciador e enunciatário ocupam posições fixas e estabelecem um fluxo unidirecional, sendo o enunciador o doador de competências cognitivas ao enunciatário. A transitividade, por outro lado, prevê três diferentes tipos de situações: enunciador e enunciatário ocupam posições enunciativas negociadas por meio de um contrato de fúcia; enunciador e enunciatário atuam juntos, a partir de um princípio de reciprocidade, e, por fim,

enunciador e enunciatário atuam em reflexividade, co-enunciando o sentido por uma estratégia global de enunciação (OLIVEIRA, 2013).

Esquema 48. Quadrado semiótico proposto por Oliveira (2013) sobre as diferentes interações discursivas. Fonte: *As Interações Sensíveis – Ensaio de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski* (2013).



No *sentido codificado*, o enunciatário segue “pistas” mapeadas pelo enunciador e reopera o sentido. Enunciador e enunciatário têm distância física e volitiva e há intransitividade das posições e previsibilidade dos turnos. No *sentido conquistado*, o enunciador estabelece um percurso e usa estratégias para conduzir o enunciatário na leitura do sentido. Enunciador e enunciatário negociam a “boa” distância e há transitividade das posições regida pelo enunciador sem haver, no entanto, troca. No *sentido sentido*, enunciador e enunciatário fazem juntos o sentido, que se produz em co-presença no ajuste guiado pela apreensão estética. Ambos mantêm uma distância minimal. Há transitividade e flexibilidade, com troca de papéis. No *sentido aleatório*, enunciador e enunciatário co-enunciam o sentido trocando posições, mas em função de uma enunciação global. Enunciador e enunciatário não possuem distância. Há transitividade das posições e imprevisibilidade dos turnos.

Conforme levantado como hipótese desta pesquisa, são essas interações discursivas baseadas em relações de transitividade que possibilitam a própria construção de narrativas transmídias, edificadas a partir do compartilhamento do sentido e das competências estéticas dos sujeitos. A seguir, examinaremos, a partir dos resultados obtidos nas análises já

realizadas no capítulo anterior, as interações discursivas em cada uma das mídias constituintes do projeto transmídia de *Elle Brasil*.

Na revista impressa, os enunciados analisados encaixam-se na tipologia proposta por Oliveira (2013) sobre as interações discursivas prioritariamente na posição do *sentido conquistado*, estabelece um percurso e usa estratégias para conduzir o enunciatário na leitura do sentido. Desse modo, *Elle Brasil* obedece, em sua mídia impressa, a uma forma de organização tradicional de veículos de comunicação, em que o enunciatário é levado a agir pelo fazer persuasivo do enunciador e conquista o sentido a partir do seu fazer interpretativo. Tomado aqui enquanto um sujeito de vontade detentor de uma intencionalidade, o leitor realiza um fazer interpretativo a partir dos enunciados propostos por *Elle*, aumentando sua competência cognitiva por meio da doação, pela revista, de um *saber* e um *poder*.

Tomando as relações discursivas entre enunciador e enunciatário como relações dinâmicas, no entanto, em que, no mesmo objeto semiótico, pode haver troca de posições e, portanto, mudanças na transitividade entre os dois atores da enunciação, é possível observar ainda na mídia impressa de *Elle Brasil*, em menor medida, outras categorias de interações. É possível identificar a existência de um *sentido codificado* quanto o leitor é levado, por meio de uma hierarquia marcada entre as posições, a seguir uma determinada ordem do arranjo plástico da publicação. Na medida em que o enunciatário tem suas competências estéticas mobilizadas pelo arranjo estético de *Elle Brasil*, há ainda, em menor grau, um *sentido sentido*, que ocorre a partir da reiteração do *sentido conquistado*, que se normatiza como um fazer da mídia, chegando a um *sentido codificado* e, finalmente, a um *sentido sentido*.

Na revista digital, apesar da mudança no arranjo sincrético, a interação mantida entre enunciador e enunciatário permanece a mesma que a observada na mídia impressa, em que há predominância da relação do tipo *sentido conquistado*. Isso ocorre, pois, em sua revista digital, *Elle Brasil* não adiciona nenhum outro canal ou recurso que possibilite uma diferente transitividade entre enunciador e enunciatário, atendo-se ao mesmo formato tradicional da publicação impressa, em que a interação entre enunciador e enunciatário é marcada por um fazer persuasivo.

Na página da web, assim como nas duas plataformas midiáticas examinadas anteriormente, é possível observar uma predominância de interações discursivas do tipo *sentido conquistado*, em que há uma emergência de sentido, de certa forma, proposta pelo enunciador e programada. Isso acontece pois as postagens obedecem ao mesmo modelo, à mesma linha editorial e ao mesmo projeto gráfico, determinando um percurso de leitura que atua sobre a volição do enunciatário.

Nas postagens da web, no entanto, é possível perceber, em comparação ao impresso e aos enunciados da revista digital, outras estratégias que levam à emergência de interações do tipo *sentido conquistado*. Isso ocorre devido à presença de recursos que possibilitam novos percursos de leitura e novos processos enunciativos a partir dos enunciados, como os *links* para matérias externas, botões no canto superior da página que permitem o fácil compartilhamento das publicações nas redes sociais e a presença de uma caixa de comentários (ainda que esta última não seja usada pelos leitores).

O leitor é então competencializado pelo enunciador por meio da presença de tais mecanismos característicos na web e que lhes são disponibilizados para que ele possa acionar novos percursos de leitura. Existe, portanto, uma transitividade de posições, ainda que regida pelo enunciador. Em uma última instância há ainda o *sentido sentido*, pois enunciador e enunciatário ajustam-se na apreensão estética, ainda que de forma reativa.

Os diferentes tipos de arranjo sincrético presentes no *Facebook* resultaram em uma maior variedade de interações discursivas observadas nas relações estabelecidas entre enunciador e enunciatário na rede social. Dessa forma, além da presença de interações já observadas em outras mídias do tipo *sentido codificado*, *sentido conquistado* e *sentido sentido* – que, aqui, passará a ocupar uma maior dimensão devido aos componentes estéticos das transmissões do *Facebook Live* que permitem um fazer junto entre os usuários e dos usuários com o enunciador –, temos interações, mesmo que em menor tamanho, pois ainda há certo controle por parte do enunciador, do tipo *sentido aleatório*.

Nessa posição, há uma transitividade total das posições, onde enunciador e enunciatário trocam papéis no seu ato de enunciar e ambos são responsáveis pelo processo de enunciação. No ambiente do *Facebook Live*, o leitor pode, por meio dos comentários,

comandar em tempo real o processo enunciativo e tornar-se também responsável pela produção de sentido durante a transmissão ao vivo.

Assim como no *Facebook*, nós temos no perfil do *Instagram* a presença dos quatro tipos de interações discursivas. É importante frisar, no entanto, que o *sentido aleatório* aparece aqui em uma menor proporção, pois a ausência de um recurso de transmissão ao vivo limita a troca de papéis entre enunciador e enunciatário e a posição que este último ocupará na produção de sentido.

As interações discursivas observadas nas postagens do *Twitter* de *Elle Brasil* durante a cobertura do *SPFW N41* são de três tipos: *sentido codificado*, *sentido conquistado* e *sentido sentido*. As relações do tipo sentido codificado aparecem em maior instância, pois o sentido principal já está posto no texto, podendo apenas ser re-operado pelo enunciatário. Há ainda, no entanto, uma forte presença ainda de interações do tipo sentido conquistado, pois a presença de *links* em todos os posts atua como um fazer manipulatório que instala um *querer fazer*, bem como um *dever fazer*, no enunciatário, levado a clicar nos *links* e navegar no projeto transmídia de *Elle Brasil* para ter acesso à informação por completo sobre determinado fato. Por fim, existe, em menor importância, o *sentido sentido*, pois o usuário, sensibilizado pelo arranjo estético das postagens dos enunciados, é levado a atuar na produção de sentido.

As interações discursivas verificadas nos enunciados veiculados no *Periscope* durante a cobertura do *SPFW N41* revelam uma predominância de relações entre enunciador e enunciatário do tipo *sentido sentido*, em que ambos vão se ajustando na medida em que a transmissão progride. A complexidade do arranjo sincrético dos enunciados, que fazem uso de diferentes linguagens durante a sua produção de sentido, bem como a existência de uma espécie de bate-papo configurado a partir da veiculação simultânea dos comentários dos usuários na tela, aciona as competências estéticas dos usuários, que são levados a um *fazer junto* que ocasiona a reflexividade e a transitividade de posições.

No fluxo dinâmico em que se dá a troca de relações entre enunciador e enunciatário, existe ainda uma forte presença de interações classificadas enquanto *sentido aleatório*. A organização dos comentários de usuários enquanto texto verbal simultâneo e justaposto à transmissão ao vivo dos vídeos cria uma possibilidade de intercâmbio de

posições, de modo que os papéis da relação enunciativa podem ser trocados conforme os dois processam o sentido a seu turno. É importante lembrar que existe ainda a presença de interações do tipo *sentido codificado*, pois os usuários já estão familiarizados com o funcionamento e a determinada ordem com que ocorre a emergência do sentido, e do tipo *sentido conquistado*, pois o leitor é convencido a engajar e participar na conversa.

No *Snapchat*, as interações discursivas podem ser classificadas como do tipo *sentido codificado*, *sentido conquistado* e *sentido sentido*. O regime do *sentido aleatório* aqui é pouco provável, devido ao formato da mídia, que permite a gravação de pequenos vídeos e fotos. Tais fotos e vídeos, no entanto, não podem ser salvos no dispositivo eletrônico⁴², de modo que, caso o usuário opte por realizar a postagem, ele deverá utilizar o material gravado, sem a possibilidade de corte ou edição (há apenas a opção para adicionar filtros, legendas ou desenhos manuais).

A partir do analisado com o apoio no funcionamento do corpus descrito e estudado, podemos, portanto, organizar os regimes de interações discursivas nas diferentes plataformas que compõem o projeto transmídia de *Elle Brasil* na tabela abaixo:

Tabela 10. Interações discursivas identificadas nas mídias que compõe o projeto transmídia de *Elle Brasil*.

Plataforma	Interações discursivas
Revista impressa	Sentido codificado, sentido conquistado e sentido sentido (reativo).
Revista digital	Sentido codificado, sentido conquistado e sentido sentido (reativo).
Página da web	Sentido codificado, sentido conquistado e sentido sentido (reativo).
Facebook	Sentido codificado, sentido conquistado, sentido sentido e sentido aleatório.
Instagram	Sentido codificado, sentido conquistado, sentido sentido e sentido aleatório.

⁴² A configuração do aplicativo permite hoje o download de fotos e vídeos capturados via *Snapchat*, bem como a postagem no aplicativo de conteúdos salvos no aparelho. Tal recurso, no entanto, ainda não se encontrava disponível na época do recorte do *corpus* da pesquisa. Com a mudança, a rede social investe no aspecto durativo, abrindo-se a uma prática que, apesar de ainda priorizar a instantaneidade, não exclui outras possibilidades enunciativas.

Twitter	Sentido codificado, sentido conquistado e sentido sentido (reativo).
Periscope	Sentido codificado, sentido conquistado, sentido sentido e sentido aleatório.
Snapchat	Sentido codificado, sentido conquistado e sentido sentido (reativo).

É possível perceber que, ao longo das plataformas midiáticas que fazem parte do projeto transmídia de *Elle Brasil*, existem diferentes regimes de interações discursivas que se relacionam entre si por meio de uma relação dinâmica do seu processamento – representada por meio de uma elipse. Apesar de haver um predomínio de regimes do tipo *sentido codificado* e *sentido conquistado*, é importante destacar a presença de interações classificadas como *sentido sentido* e, até mesmo, *sentido aleatório*.

A existência desses dois tipos de interação pressupõe uma relação de transitividade entre enunciador e enunciatário, colocados então em co-presença. Nas interações caracterizadas pela transitividade, enunciador e enunciatário são postos em um mesmo patamar interativo, o que implica em um conhecimento mútuo de um sobre o outro para que haja uma troca de posições – que podem ser reversíveis ou não, possibilitando ou não a reflexividade de um sujeito sobre outro.

Em tais relações de transitividade, contudo, ainda que haja, em alguns casos, a possibilidade do intercâmbio de posições, são, em sua maioria, regidas por um mecanismo de intencionalidade. Ou seja: o posicionamento de ambos (enunciador e enunciatário) é orientado a partir do interesse do sujeito que comanda a enunciação (o enunciador), de modo que o enunciatário é levado a cumprir um percurso que o leva a ocupar um posicionamento projetado para ele no discurso.

Nas interações mantidas entre *Elle Brasil* e seus enunciatários nas diversas mídias, é possível observar, por vezes, a troca de posições enunciativas. Tal troca, no entanto, ainda acontece sob a égide da programação estabelecida pela revista, que tem o poder, na maioria dos casos, de editar postagens, selecionar perguntas ou apagar comentários. A participação e

o engajamento, portanto, existem, mas apenas o suficiente para que a manutenção de um projeto transmídia seja viável. Para *Elle Brasil* – e outros meios de comunicação da mídia brasileira – interações resultadas de uma maior transitividade entre as posições de enunciador e enunciatário acarretam uma maior abertura ao risco que, em uma última instância, significa uma maior probabilidade da ocorrência de um acidente indesejável.

5.3 Regimes de visibilidade: o *querer ser visto* na contemporaneidade

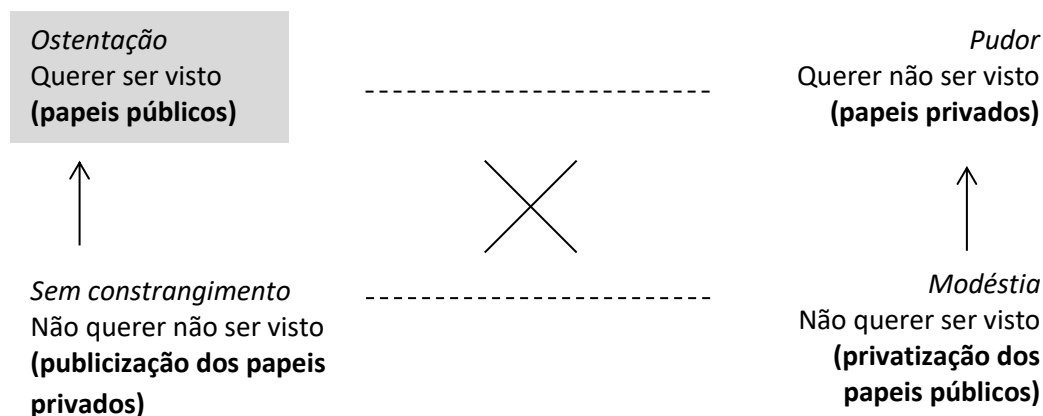
Após o exame da enunciação centrado nas interações discursivas nas diversas mídias de *Elle Brasil*, temos os elementos que nos permitem realizar a abordagem da problemática dos regimes de visibilidade (LANDOWSKI, 1992) identificados nas mesmas. Em *A Sociedade Refletida* (1992, p. 89), o semiótico discute a relação entre o /público/ vs. o /privado/ e entre o /individual/ vs. o /coletivo/ nos termos dos regimes de visibilidade, que implicam “uma relação de pressuposição recíproca – um que vê, o outro que é visto – e entre os quais circula o próprio objeto da comunicação, no caso a imagem que um dos sujeitos proporciona de si mesmo”. Utilizando os procedimentos de análise do aparato semiótico, o autor estabelece uma série de relações em quadrados semióticos que mostram as manifestações diversas das confrontações modais apresentadas, como *querer ver* (observador) e *querer ser visto* (exibicionista).

Esses quadrados foram organizados a partir da sintaxe do “ver” enquanto dimensão escópica das relações intersubjetivas. A relação estabelecida, portanto, é a de uma pressuposição recíproca já citada acima (um que vê, o outro que é visto) e que inclui a circulação do objeto da comunicação, que é a imagem que um dos sujeitos faz de si mesmo. Entre eles, será posta em evidência a especificação modal volitiva (*querer*), que diz respeito à relação escópica que os une.

Embora diversas visibilidades possam ser simuladas, nos produtos midiáticos, ambos os sujeitos estão postos sob a lógica do “ver e ser visto”, já que existe um interesse pressuposto do destinador em mostrar e veicular, no caso de *Elle Brasil*, novas proposições de estilo e um interesse pressuposto do destinatário que compra a revista ou acessa as diversas plataformas localizadas no ambiente virtual em visualizar tais proposições. É a

partir desse *querer ser visto* intrínseco que as mídias constituintes do projeto transmídia de *Elle Brasil* se constituem como espaços de visibilidade.

Esquema 49. Quadrado semiótico dos regimes de visibilidade propostos por Eric Landowski. Fonte: *Sociedade Refletida* (1992).



Tal espaço de visibilidade, contudo, permaneceu durante décadas fechado aos sujeitos escolhidos e editados pela própria revista para aparecer em suas páginas, interlocutores de suas fórmulas de ser. Na revista impressa, mesmo em seções que encenavam a participação do público – como a editoria de “Cartas do leitor”, comum a diversas publicações –, as temáticas e as vozes existentes passavam por um rigoroso fazer manipulatório que se encontrava dentro da prescrição da revista, ou seja, de sua linha editorial.

Dentro de sua nova constuição enquanto ator no jornalismo brasileiro, *Elle Brasil* passa a adotar uma narrativa transmídia – totalidade de manifestação resultante de enunciados distribuídos em distintas plataformas. Entre essas plataformas midiáticas, destacam-se redes sociais e aplicativos que permitem uma maior transividade entre as posições de enunciator e enunciatário, de modo que os enunciatários passam, eles mesmos, a ocuparem a posição de enunciatários por meio da realização de comentários, curtidas e compartilhamentos.

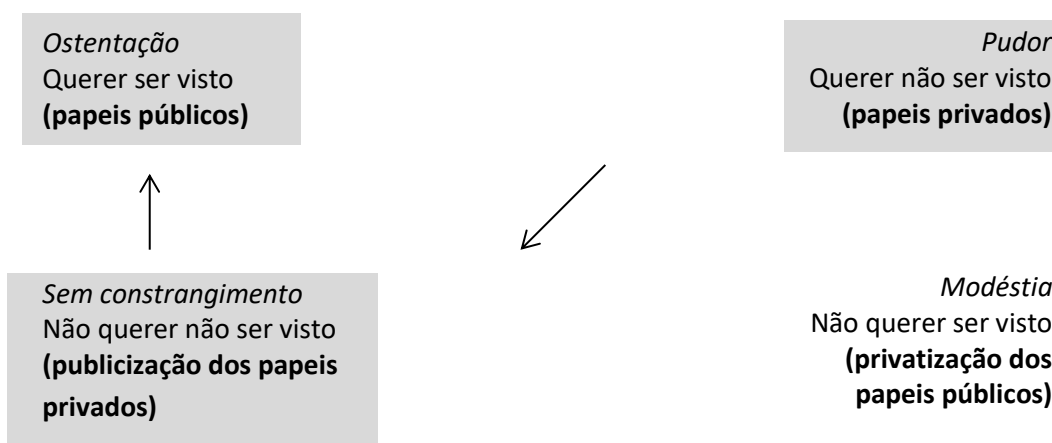
As novas mídias possibilitam, portanto, a existência de outros tipos de visibilidade, ancorados na troca de posições enunciativas. Desse modo, se antes os sujeitos estavam condicionados a um severo crivo editorial para que estivessem presentes nas plataformas

mediáticas – espaços de visibilidade – de *Elle Brasil*, agora eles mesmos podem ser vistos e ouvidos a partir da participação em transmissões ao vivo e por meio de comentários nas postagens realizadas pela revista.

A prática comunicacional faz com que os leitores e usuários, definidos anteriormente a partir de um *querer ver*, insiram-se também na lógica de um *querer ser visto*. Em espaços ligados a uma revista especializada no campo da moda, tal *querer ser visto* passa por uma construção de si mesmo enquanto sujeito competente (detentor de um *saber* e de um *poder*), capaz de sancionar as diversas performances do mundo da moda veiculadas por *Elle Brasil*.

Para chegar a essa posição, definida por Landowski (1992) como “ostentação”, é necessário, contudo, o movimento que faz com que o leitor saia da sua posição original relacionada a determinado papel privado (*querer não ser visto*) e passe pela posição de publicização desse papel privado (*não querer não ser visto*). O deslocamento está explicitado no quadrado semiótico abaixo:

Esquema 50. Movimento realizado pelos enunciatários de *Elle Brasil* pelas diferentes posições dos regimes de visibilidade.



Em um primeiro momento, portanto, temos o leitor da revista impressa, que ocupa a posição do /pudor/. O seu papel temático de leitor, bem como a prática da leitura, está associada ao ambiente privado. Com o advento das redes sociais, indivíduos passam a publicizar sua vida privada, postando fotos e comentário sobre ocorrências particulares do dia-a-dia em *feeds* de notícias públicos para quem os segue. Essa, vale lembrar, é a principal

prática interacional de tais redes, que nos leva à posição do /sem constrangimento/. Ao interagir em espaços propostos por grandes veículos de comunicação, que estimulam o engajamento e a participação de usuários a partir de táticas de agenciamento fundadas em um *dever fazer*, os mesmos usuários são postos em espaços de visibilidade, o que os coloca na posição de /ostentação/, de um *querer ser visto*.

Tal postura pode ser identificada, no contexto de uma narrativa transmídia, a partir, por exemplo, do uso de artifícios como comentários, *hashtags* e visualizações. O leitor/usuário deixa de ser anônimo para mostrar o seu rosto ao mundo e aproveita-se dos espaços de visibilidade construídos pelos meios de comunicação para encontrar-se inserido dentro de uma coletividade (outros leitores) e ser visto dentro dela. Existem, portanto, dois valores que são colocados em jogo: o da sociabilidade e o da visibilidade.

Na lógica das redes sociais, o primeiro deles é identificado a partir da volição de fazer parte de um determinado grupo (pertencimento) e exercer, dentro desse grupo, um *fazer junto*. É o que ocorre, por exemplo, nas transmissões via *Periscope*, em que os usuários comentam o vídeo em tempo real entre si e com o jornalista responsável pela captação, ou nos comentários do *Facebook*, em que um usuário responde ao comentário realizado por outro, dando início a um diálogo. A visibilidade, por outro lado, advém da presença nesses espaços e na co-enunciação que se dá, por exemplo, nas transmissões do *Facebook Live*, em que os usuários que enviam perguntas têm seu nome lido pelo repórter que, então, repassa o questionamento ao entrevistado.

No cenário de narrativas transmídia desenvolvidas a partir de plataformas digitais e de relações de transitividade estabelecidas entre enunciador e enunciatário, é possível concluir, portanto, que essa visibilidade dá-se em termos da visibilidade mediática (TRIVINHO, 2010). O contexto da cibercultura pressupõe o imperativo de uma existência condicionada a partir da visibilidade proporcionada pelos meios de comunicação, pelas redes sociais e pelas plataformas advindas da presença dos meios de comunicação nas redes sociais. Trivinho (2010, p. 3) explica:

É preciso fazer-se presente para a alteridade (individual, grupal ou massificada), independente de ela conceder ou não a atenção requerida; situar-se, como simulacro, nas superfícies especulares da aparição, numa palavra, (super) expondo-se ou tornar-se visível, não na acepção reducionista do fazer-se

apropriável unicamente pelo olhar, mas na de existir, de alguma forma (como simulacro) perante o conjunto dos sentidos perceptuais da alteridade.

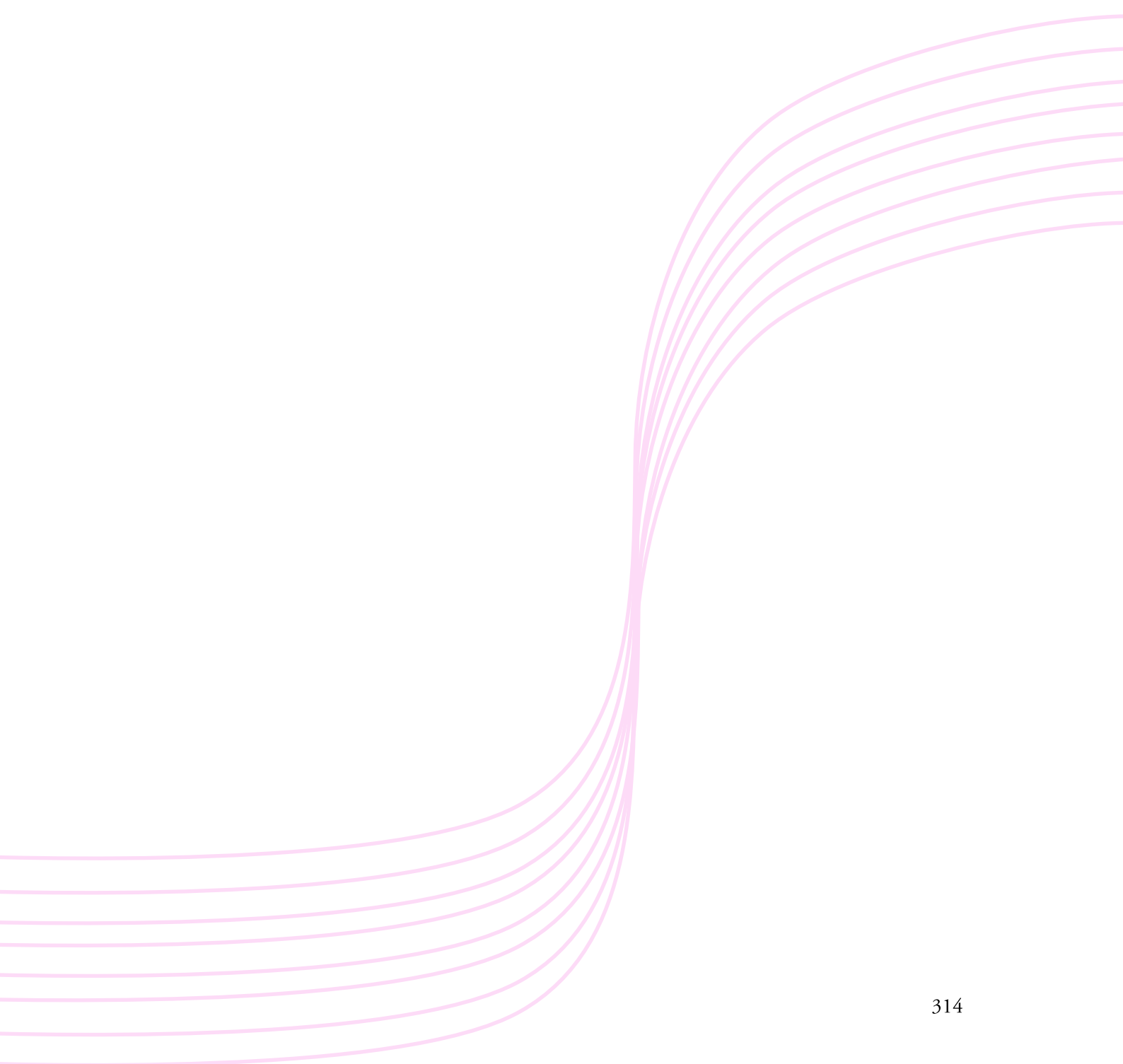
Para o autor, em uma conjuntura caracterizada por experiências mediadas por tecnologias de transmissão de dados em tempo real, a existência não-mediática passa a ser insuficiente, de modo que é nesse contexto glocalizado (TRIVINHO, 2010) permeado por meios de comunicação e de interação em ambientes virtuais que os sujeitos constroem sua identidade em relação ao outro. Tal construção identitária perpassa, portanto, pelo atual contexto das práticas comunicacionais, por um modo de presença específico e por um *querer ser visto* em ambientes virtuais.

É nessa posição de *ostentação (querer ser visto)* que tal visibilidade mediática se consolida, estruturada a partir das ligações construídas por relações de transitividade e de interações discursivas do tipo *sentido conquistado* e do tipo *sentido sentido*, que possibilitam a competencialização e o *fazer junto* dos destinatários. Os usuários presentes nessas redes firmadas nos contextos visuais são, desse modo, sujeitos detentores de um *saber* e um *poder* relacionado à tecnologia e ao fazer operatório de tais plataformas, o que lhes permite atuar com vistas a e a partir da visibilidade mediática.

Assim, embora os espaços de visibilidade criados por grandes veículos de comunicação continuem sendo controlados e operados a partir de determinada linha editorial, é importante destacar o novo papel ocupado pelos leitores e usuários de tais veículos no que diz respeito às questões de visibilidade. Além de proporcionar as prescrições e fórmulas de ser utilizadas por seus leitores nas construções de si mesmo *Elle Brasil* garante, a partir de sua narrativa transmídia, competências inteligíveis e sensíveis para que os sujeitos construam, nas espacialidades das plataformas midiáticas, visibilidades diversas que constituem um modo de estar na contemporaneidade.

6.

*CONSIDERAÇÕES
FINAIS*



6. Considerações finais

O que esperar de um ano que já começa com a morte de David Bowie e Prince? Sem contar a crise política e econômica e os ânimos acirrados, dividindo as pessoas em grupos, que mais desunem do que somam? Em meio ao pêndulo do agora, que pesa mais para o lado ruim da balança, ELLE acredita que é preciso ter um olhar otimista. Mas não o otimismo bobo, que segue alheio à realidade do mundo e à nossa própria. Quando ELLE foi criada, em 1945, após a Segunda Guerra Mundial, sua missão era “trazer profundidade ao que é frívolo e humor ao que é sério demais”. O mundo ainda estava em frangalhos, mas era preciso recomeçar e construir o futuro. Desde então, a ELLE sempre ocupou um lugar especial para suas leitoras, que amam moda, mas esperam da revista que ela seja mais do que um catálogo de tendências. Por isso, para nós, pensar a moda como jornalistas significa ir além de mostrar apenas um desfile bonito. Há 28 anos, desde que foi lançada no Brasil, nosso mote sempre foi ajudar as mulheres a reinventar sua vida, a torná-la mais alegre, cheia de atitude e estilo, mas também traduzir para elas o “espírito do tempo”. Na ELLE, as mulheres e a moda constroem sua história lado a lado. (BARBOSA, Susana, 2016)

No início desta pesquisa, utilizamos um trecho assinado pela jornalista Susana Barbosa e publicado na seção “Carta da Diretora” da edição de maio de 2015 para introduzir a problemática do projeto transmídia em *Elle Brasil*. Agora, nas considerações finais da dissertação, recuperamos, novamente, um excerto também veiculado na seção “Carta da Diretora”, um ano após o anterior, em maio de 2016. A edição especial de aniversário – maio é o mês da chegada de *Elle* ao Brasil –, lançada em uma festa particular durante o *SPFW N41*, trazia como temática “Otimismo em tempos difíceis”. Em sua carta ao leitor, a diretora de redação busca, então, justificar o porquê da escolha do assunto, mais comum talvez às páginas de revistas semanais de informação do que a uma publicação especializada em moda.

Ao fazê-lo, Susana relembra o surgimento do primeiro número de *Elle*, lançado em 1945, em uma França recém-saída da Segunda Guerra Mundial. O fazer jornalístico proposto pela fundadora da revista, Hélène Larareff, que propunha “seriedade no frívolo, ironia no sério” é, desse modo, atualizado pela edição brasileira com o objetivo de figurativizar a própria identidade de *Elle* que, segundo a jornalista, “sempre ocupou um lugar especial para suas leitoras, que amam moda, mas esperam da revista que ela seja mais do que um catálogo de tendências”. A diacronia da publicação no país, no entanto, nos mostra, por vezes, outros caminhos pelos quais o título trabalhou sua política editorial.

Criada com o objetivo de auxiliar a mulher de classe média a construir-se enquanto sujeito de fazer em uma França no pós-guerra, *Elle* aliava conteúdos de moda a matérias

sobre política e atualidades, não se eximindo de opinar sobre temas polêmicos, como o aborto, o uso de contraceptivos e a independência financeira feminina. Com a publicação do título em diferentes mercados ao redor do mundo, contudo, *Elle* passa a dar destaque à moda e ao estilo como as principais temáticas trabalhadas nas páginas de suas edições internacionais. No Brasil, como esforço para adaptar-se ao mercado local, a revista teve de modificar sua proposta editorial ao longo dos anos: afastou-se cada vez mais da matriz francesa – e, por consequência, de textos jornalísticos com filósofos e cientistas políticos – para aproximar-se de uma realidade de consumo brasileira, centralizando cada vez mais na moda seu fazer prescritivo.

Durante as quase três décadas em que é veiculada no país, *Elle* adotou, portanto, uma fórmula que prioriza os conteúdos ligados às temáticas da moda, beleza, cultura e *fitness*, conectados a uma temática principal trabalhada ao longo de toda a publicação: a construção do estilo pessoal. A isotopia temática, identificada nos conteúdos e reiterada pelo arranjo plástico, permite entrever a presentificação de um simulacro de leitora a quem *Elle Brasil* se dirigiu ao longo dos anos. Esse modo de presença é de uma mulher que quer ver e ser vista e que constrói a sua identidade a partir da construção do seu estilo pessoal, edificado por meio da moda, da beleza, do seu estilo de vida e da sua saúde (*fitness*). É uma mulher que busca a diversificação do seu paradigma de vestir-se a partir do consumo das mais recentes informações sobre moda, nacional ou internacional.

Ultimamente, contudo, é possível perceber que mudanças nas práticas de consumo de suas leitoras levaram não só a uma mudança na forma de produção, organização e circulação dos conteúdos de *Elle Brasil* – passando, desse modo, pelo seu projeto transmídia – mas a uma mudança na linha editorial da publicação. Em linhas gerais, linha editorial é uma política predeterminada pela direção do veículo de comunicação que orienta o modo como cada texto será redigido e publicado na edição final. A linha editorial constitui-se, assim, a partir dos valores, da ética e da estética em jogo na enunciação e nos enunciados veiculados por determinado meio de comunicação.

A transformação mais recente observada na linha editorial de *Elle Brasil* pode ser pontuada com a edição de maio de 2015 – cujo editorial foi discutido nas considerações iniciais desta pesquisa. A revista, que trazia em sua capa uma espécie de material refletor,

responsável por projetar o leitor na topologia da primeira página, chamava o público de *Elle* a colocar-se nesse espaço de visibilidade a partir da *hashtag* #vocênacapa. Ainda na capa, a publicação trazia chamadas como “Love-se. Assuma seu rosto, seu corpo e sua idade com orgulho”, uma matéria sobre as diferentes referências de estilo disseminadas pela internet e pelas redes sociais; “Liberte-se. Menos tendência mais estilo e atitude na moda”, editorial com oito mulheres de “belezas distintas”, e “Divirta-se. Rebel Wilson e Jout Jout, as mulheres que estão quebrando a TV e a internet”, sobre as entrevistas com a comediante australiana Rebel Wilson e com a *youtuber* brasileira Jout Jout.



Imagem 81. Edição de maio de 2015 de *Elle Brasil*: uma capa com um material refletor faz a leitora estar na primeira página da revista.

A partir do uso de verbos no imperativo, *Elle Brasil* ordena sua leitora a “quebrar com os padrões” de estilo e beleza disseminados, ironicamente, em grande medida, por publicações femininas de moda e beleza como ela mesma. Com a capa capaz de refletir a imagem da própria leitora, a revista abre mão do seu formato tradicional em que uma modelo é veiculada como interlocutora do título a fim de reconhecer o novo papel discursivo exercido por este enunciatário, colocado aqui enquanto responsável pela prescrição de seu próprio estilo – ou destinador de si mesmo.

No mês seguinte, em junho de 2015, a revista traz em sua capa (veiculada com quatro diferentes opções) o editorial “Moda sem regras”, em que 41 modelos de idades,

raças, tamanhos, estilos e gêneros distintos fotografaram o que a publicação chamou de manifesto intitulado “Acreditamos”. Nele, a revista discorre sobre o seu sistema de valores – ou sua linha editorial – a partir de frases complementares ao título-verbo como “que quem tem estilo faz o low parecer high”, “que se vestir deve ser uma aventura, e não um peso” e “que uma revista de moda é mais do que uma coluna social”, finalizando com “acreditamos em Elle”.

Ao utilizar um editorial de moda – formato principal de uma revista de moda especializada – para lançar as bases do seu novo fazer jornalístico, *Elle* o figurativiza a partir de novas proposições de corpos e estilos, quebrando o padrão (e seguindo, portanto, a proposta levantada na edição do mês anterior) da moda comumente apresentada nas páginas de publicações do tipo. A revista se constrói, desse modo, enquanto um ator no campo da moda responsável por veicular uma pluralidade de figuras, temáticas e valores – ou, em última instância, de estilos e modos de ser.



Imagem 82. Seguindo a proposta levantada na edição anterior, *Elle Brasil* lança na edição de junho de 2015 um manifesto por uma “moda sem regras”.

Em dezembro de 2015, em uma época em que o país vivia o movimento feminista que ficou conhecido como “Primavera das Mulheres”⁴³, *Elle* traz em sua capa (novamente,

⁴³ “Primavera das Mulheres” foi a onda de movimentos feministas observada no final do ano de 2015 que resultou em diversas campanhas virtuais e passeatas em diversos locais do País. O movimento teve como

circulada com quatro diferentes opções) frases do manifesto feminista “Mexeu com uma, mexeu com todas”, publicado em suas páginas internas. Escrito por seis representantes de diferentes coletivos feministas brasileiros, o texto elencava 41 reivindicações relacionadas a beleza, sororidade, assédio, feminilidade, trabalho e raça. Além da declaração, a seção da revista denominada “Especial Feminismo” trazia ainda matérias sobre a relação entre feminismo e moda, mulheres de sucesso em Hollywood, cantoras feministas e um editorial de moda intitulado “Elas por elas”, onde *Elle Brasil* anunciava em seu texto de abertura: “Não é tendência nem modinha: o poder da mulher sobre o seu próprio corpo é lei, não importa se o look é curtinho, discreto, ultrasexy ou confortável, nenhuma expressão do estilo é desculpa para violência, sexismo e machismo. Respeito para todas!”.

Esquema 83. Em meio ao movimento “Primavera das Mulheres”, *Elle* lança uma revista que traz um “Manifesto Feminista” escrito por seis diferentes ativistas brasileiras.



O que se pode perceber, portanto, é que, desde 2015, *Elle Brasil* tem se esforçado para abordar novas temáticas e novos formatos que vão além da veiculação de tendências da moda observadas em passarelas nacionais e internacionais. Mesmo que essa ainda seja a

estopim o episódio de assédio virtual sofrido por uma participante de apenas 12 anos do programa *Masterchef Junior*, o que resultou na campanha #meuprimeiroassedio, onde se pedia às mulheres brasileiras que relatassem seu primeiro caso de assédio sexual. Em quatro dias, a campanha registrou 82.000 menções nas redes sociais.

principal temática trabalhada na maioria de suas edições, a existência de volumes com temáticas especiais nos revela uma abertura na linha editorial para conteúdos pautados, em grande medida, pelas discussões advindas das redes sociais e de outros ambientes virtuais. Exemplo disso é a edição de junho de 2015, resultado da grande repercussão do volume anterior #vocênacapa, e a edição de dezembro de 2015, com o “Especial Feminismo”.

Com o ganho de importância das plataformas midiáticas digitais na narrativa transmídia de *Elle Brasil* – a exemplo do observado durante a cobertura do *SPFW N41* – a revista impressa, de periodicidade mensal, passa a pautar-se cada vez mais pelo *zeitgeist* captado a partir das redes sociais. Tais contextos advêm, por vezes, de discussões políticas sobre questões relacionadas à construção do feminino na contemporaneidade. Se, durante anos, *Elle* atuou no Brasil auxiliando sua leitora a tornar-se destinadora de si mesma a partir da moda e do estilo, atualmente, abordar apenas tais dimensões não é suficiente.

Em um ambiente virtual caracterizado pela instantaneidade, pela sociabilidade e pela visibilidade, os usuários são demandados a construir-se enquanto sujeitos de fazer e enquanto destinadores a partir de diversas temáticas que se encontram em evidência e em discussão nas diferentes mídias, de modo que é preciso posicionar-se diante de assuntos e pautas por vezes polarizados para reafirmar-se como sujeito detentor de um *saber* e de um *poder*. Nesse cenário, o papel de veículos de comunicação segmentados como *Elle Brasil* é inserir-se no debate do momento, doando aos seus enunciatários, a partir do fluxo informacional, as competências necessárias para a construção de si mesmos.

Na complexidade desse constructo do ser feminino, *Elle* passa a abordar, assim, pautas mais próximas a áreas como política, economia e comportamento. Não é à toa, portanto, que no editorial citado no início destas considerações finais a diretora de redação, Susana Barbosa, faz referência à publicação do primeiro número da revista, em 1945. A nova linha editorial observada em *Elle Brasil* é bastante próxima da adotada no surgimento do título francês, formulada, segundo a própria Hélène Lazarreff, para “colocar em ordem todos os conhecimentos que as mulheres do nosso tempo precisam para assumirem a si mesmas e aos outros” (GRANDPIERRE, 2012). “Estar na moda” atualmente, para *Elle Brasil*, passa a ser mais do que vestir-se de acordo com determinada tendência: é ser capaz de construir o seu estilo conforme os seus próprios padrões de gosto, estar a par das

principais pautas atuais e participar ativamente de discussões que envolvem o ser mulher na contemporaneidade, passando por questões que abrangem temáticas como gênero, raça, orientação sexual e permeiam contextos de crise política e econômica.

Tal mudança na linha editorial acontece, em paralelo, com o refinamento do projeto transmídia da revista, que proporciona, cada vez mais, uma posição de protagonismo às suas leitoras – ainda que seja um protagonismo mediado pelas condições impostas pela própria publicação. A maior transitividade entre as posições de enunciador e enunciatário existente no projeto transmídia é resultado das mudanças das práticas comunicacionais impostas pelas redes sociais, que possibilitam a criação dos chamados “*prosumers*”⁴⁴, junção dos termos *producer* (“produtor”, em português) e *consumer* (“consumidor”), usado para caracterizar a nova geração de consumidores que acumulam a função de produtores de conteúdo.

Como exposto ao longo desta pesquisa, o leitor de *Elle Brasil* vem sofrendo, nos últimos anos, a transição de um papel privado para um estatuto de maior visibilidade, em um papel público. Esse movimento é realizado ainda pela passagem por uma posição de publicização de papéis privados, conforme proposto por Landowski (1992). O movimento entre os diferentes regimes de visibilidade é, em uma última instância, reflexo das práticas de consumo da informação, que transformam o leitor (papel privado, prática da mídia impressa) em um usuário (publicização dos papéis privados, prática da página da web) e, posteriormente, em um seguidor (papel público, prática das redes sociais). Este último, dotado dos aparatos tecnológicos para intervir e atuar midiaticamente.

Desse modo, em uma sociedade que se oferece como “espetáculo de si mesma” (LANDOWSKI, 1992, p. 14), os consumidores de informações tornam-se seguidores que se apoiam, mais do que nunca, em destinadores fortes do campo da comunicação, responsáveis por um fazer prescritivo e por indicar diversas maneiras de ser. Em uma sociedade caracterizada por um fluxo intenso e contínuo de informação, em que os debates se realizam, em grande parte, na esfera virtual e onde se faz necessário posicionar-se diante dos fatos para concretizar-se enquanto sujeito de fazer, os seguidores sustentam-se cada vez mais em contratos de fidúcias estabelecidos com destinadores de credibilidade capazes de

⁴⁴ O termo *prosumer* foi utilizado pela primeira vez pelo escrito Alvin Tofler, autor do romance futurista *A Terceira Onda*, publicado em 1980.

apontar-lhes um caminho seguro sobre o que consumir em diferentes dimensões, circundando os modos de vida nas áreas da cultura, da política, entre outras.

Tal estratégia enunciativa, contudo, passa inevitavelmente pelo fortalecimento da figura do interlocutor. Isso ocorre, em grande medida, pela interação que se estabelece entre os diferentes atores no ambiente das redes sociais – uma interação intersubjetiva. É por meio de um processo de debreagem actancial de segundo grau, em que o enunciador é instalado como actante do enunciado, que surgem as instâncias do interlocutor e do interlocutário. É, portanto, quando o destinador encontra-se figurativizado no enunciado por meio de uma figura humana, um personagem, que a interação nas redes sociais atinge um maior alcance. No caso de veículos de comunicação, a posição de interlocutor ficará a cargo, na maioria das vezes, dos seus jornalistas.

O jogo de visibilidades ao qual o leitor/usuário/seguidor está sujeito também afeta, desse modo, a figura do jornalista. Durante décadas submetidos às regras da “objetividade” mercadológica das empresas jornalísticas, repórteres de impresso atuavam a partir do anonimato, produzindo e escrevendo matérias que, muitas vezes, não eram assinadas. Em uma prática comunicacional pautada por um “discurso referencial, distanciado e de neutralidade simulada” (FIGARO, 2014, p. 35), os jornalistas trabalhavam como espécies de narradores desconhecidos, responsáveis por uma “enunciação reportada” fundada na delegação de vozes aos entrevistados, realizada de forma direta ou indireta na produção do discurso.

Atualmente, contudo, em um contexto que valoriza a interação direta entre sujeitos instalados no enunciado – seja por meio de *hashtags*, nomes de usuário ou avatares – os jornalistas têm ascendido a uma posição de interlocução e, por vezes, co-enunciação. No projeto transmídia de *Elle Brasil*, a mudança é observada em traços como a ampla utilização da imagem dos repórteres, a identificação dos mesmos durante as transmissões, a marcação dos perfis pessoais dos jornalistas em postagens do *Instagram* e a presença de um *link* contido na assinatura das matérias do portal *M de Mulher*, responsável por redirecionar o usuário a uma página que reúne as matérias mais recentes produzidas pelo mesmo repórter.

Existe, portanto, uma necessidade de que haja reconhecimento entre os leitores do jornalista responsável pela cobertura, de modo que a credibilidade – e a popularidade – do

meio de comunicação passa a estar diretamente relacionada à sua. A diretora de redação de *Elle Brasil*, Susana Barbosa, possui, por exemplo, cerca de 39,3 mil seguidores no *Instagram* e 17,2 mil, no *Twitter*. O fenômeno é ainda observado em outros títulos especializados em moda, como *Vogue Brasil*, cuja diretora de redação, Daniela Falcão, acumula 122 mil seguidores no *Instagram*, e *Glamour Brasil*, com sua diretora, Mônica Salgado, registrando 257 mil fãs na mesma rede social. A popularidade não é privilégio apenas dos jornalistas que ocupam cargo de chefia: a editora de moda de *Elle Brasil*, Chantal Sordi, possui 10,2 mil seguidores no *Instagram*, o editor de moda Marcell Maia, 12 mil.

Além disso, o fortalecimento de um projeto transmídia dentro de grandes veículos de comunicação perpassa a rotina de produção de tais empresas. Em um contexto no qual a práxis jornalística passa pela criação de diferentes conteúdos para diferentes plataformas midiáticas, aumenta-se a pressão por jornalistas detentores de habilidades e domínios técnicos e temáticos que contemplem múltiplas mídias e editoriais. Segundo Martins (2015, p.186), “se antes esse sujeito costumava atuar em um determinado veículo conforme as suas afinidades, agora tende a produzir para diferentes meios simultaneamente, o que lhe exige o domínio das técnicas de cada meio”.

Em linhas gerais, o cenário em construção atualmente no jornalismo brasileiro leva ao acúmulo de funções por parte de profissionais que antes possuíam seu trabalho restrito a uma única atividade, prática proibida pelo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, que só admite o acúmulo de funções por razões justificadas e desde que haja remuneração adicional. Tal aglutinação de obrigações é caracterizada ainda pelo enxugamento das redações. De acordo com levantamento realizado pelo portal *Comunique-se*, mais de 1.400 jornalistas foram demitidos ao longo do ano de 2015⁴⁵. O Grupo Abril, responsável pela publicação de *Elle Brasil*, registrou cerca de 60 demissões no último ano.

O cenário atual institui, desse modo, profissionais que acumulam uma maior diversidade de atividades e extensivas cargas horárias, realizando o trabalho antes executando por uma equipe. Com o ritmo ditado pela instantaneidade das redes sociais, tais atividades exigem ainda uma disponibilidade quase que em tempo integral dos jornalistas,

⁴⁵ Informação disponível em <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/1-400-jornalistas-demitidos-em-2015/>>. Acesso em 16 de outubro de 2016.

que devem estar prontos para produzir conteúdo multimídia (textos, imagens, vídeos) conforme for necessário, ainda que em seu tempo livre.

Diante do cenário exposto acima, é possível concluir que os desafios de consolidação de uma narrativa transmídia, bem como a realização da transição de um título publicado em determinada materialidade para uma cobertura complexa responsável por envolver diversas plataformas, passa pela modificação da relação estabelecida entre o leitor e o meio de comunicação, bem como da relação estabelecida entre o meio de comunicação e os seus próprios jornalistas. Em ambos os casos, tais projetos demandam grandes volumes de participação e engajamento, caracterizados pela disponibilidade de ambos os sujeitos de permanecerem conectados e atentos à instantaneidade da informação.

Nesta pesquisa, buscamos levantar problemáticas inerentes à construção de uma narrativa transmídia na maior revista de “moda luxo” brasileira, *Elle Brasil*, usando como plano de fundo a cobertura realizada pela revista no *São Paulo Fashion Week* de 2016. Podemos afirmar neste momento que o luxo ao qual a revista se refere quando descreve a si mesma não é o luxo vestimentar, mas o semantismo da palavra atualizado em *Elle Brasil* como um ator no campo da comunicação brasileira. Mídia de alta circulação, o luxo da revista não está, portanto, em sua exclusividade – deseja-se inclusive, com um projeto transmídia, alcançar e ampliar cada vez mais novos públicos leitores, semeando um gosto pela moda e pelas diversas temáticas abordadas pelo título –, mas no seu aspecto durativo: um título há 28 anos no mercado brasileiro, capaz de ajustar-se às necessidades de seu destinatário e ao *esprit du temps*.

Ainda existem, no entanto, questionamentos a serem respondidos acerca da atuação de grandes meios de comunicação a partir de múltiplas plataformas midiáticas que envolvem diferentes estratégias enunciativas e interações discursivas entre enunciador e enunciatário, responsáveis por consolidar novos regimes de visibilidade. Objeto comunicacional complexo, as narrativas transmídias apresentam-se por meio de inúmeras possibilidades possíveis de pesquisa.

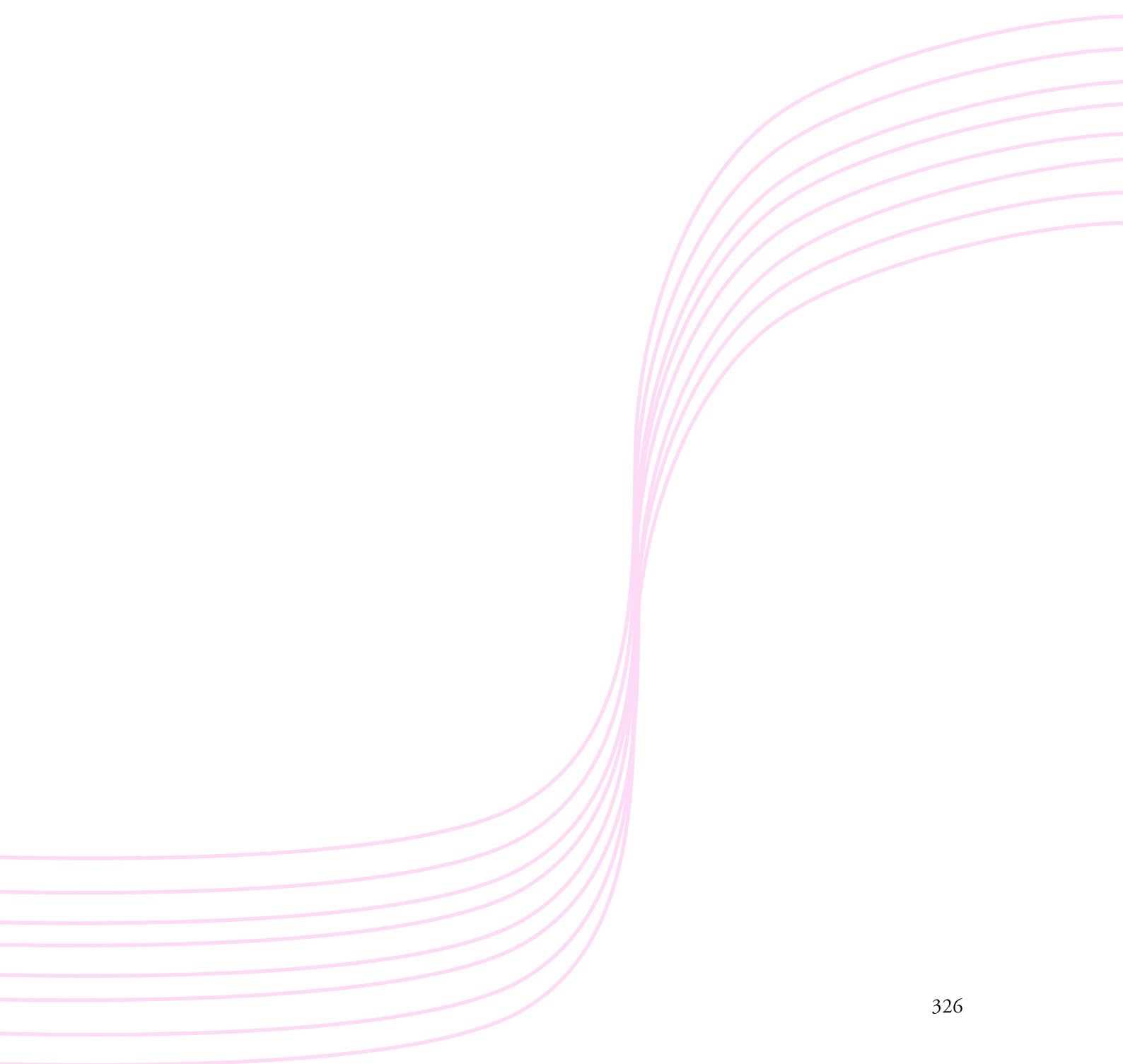
Esperamos que a abordagem semiótica de tal fenômeno possa atuar como um importante ponto de vista para a compreensão de um período de transição observado no campo da comunicação brasileira, ajudando a consolidar os estudos sobre o fenômeno

midiático e orientando problemáticas e oportunidades de pesquisas futuras advindas das mudanças nas práticas de produção e de consumo da informação.

7.

REFERÊNCIAS

BIBLIOGRÁFICAS



7. Referências bibliográficas

ALI, Fátima. *A arte de editar revistas*. São Paulo: IBEP. 2009.

BARROS, Camila Bezerra Furtado. *Transgressão fashion: rebeldia improfanável em Capricho*. 2011. 142 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

BAUDOT, François. *Moda do Século*. São Paulo: Cosac & Naify Edições, 2008.

BRAGA, Mariana. *Moda e Modos de consumo no Brasil do século XX: revistas e a construção de aparências*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

CAMPOS, Haroldo de. *Da transcrição – poética e semiótica da operação tradutora*. Belo Horizonte: FALE/UFMG. 2011.

CANAVILHAS, João. *Jornalismo móvel e a Realidade Aumentada: o contexto na palma da mão*. Verso e Reverso, XXVII(64), 2-8, jan-abr 2013. Disponível em: <https://www.academia.edu/3406917/Jornalismo_movel_e_Realidade_Aumentada_o_contexto_na_palma_da_mao>. Acesso em 4 de agosto de 2016.

DICTIONNAIRES LE ROBERT. *Le nouveau Petit Robert de la langue française*. Paris: 2006.

_____. *Le Micro Robert – Dictionnaire de la Langue Française*. Paris: 1988.

DISCINI, Norma. *Ator, aspecto, estilo*. In: Estudos linguísticos, vol. XXXV, São Paulo, 2006, p.1544-1553. Disponível online em: <<http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/edicoesanteriores/4publica-estudos-2006/sistema06/883.pdf>>. Acesso em 4 de agosto de 2016.

FECHINE, Y. Contribuições para uma semiotização da montagem. In: TEIXEIRA, L. e OLIVEIRA, A. C (orgs). *Linguagens na Comunicação, desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2009.

_____, Yvana et al. Como pensar os conteúdos transmídias na teledramaturgia brasileira? Uma proposta de abordagem a partir das telenovelas da Globo. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). *Estratégias de transmediação na ficção televisiva brasileira*. Porto Alegre: Sulina, 2013. Disponível em: <<http://obitelbrasil.blogspot.com.br/>>. Acesso em 4 de agosto de 2016.

_____, Yvana. *Transmediação e cultura participativa: pensando as práticas textuais de agenciamento dos fãs de telenovelas brasileiras*. Belém. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós. Belém: Compós.

_____, Yvana. Governo da participação: uma discussão sobre processos internacionais em ações transmídias a partir da teledramaturgia da Globo. In: LOPES, M. I. V. (org). *Por uma teoria de fãs da ficção brasileira*. Porto Alegre: Sulina. 2015.

FIGARO, Roseli. *Jornalismo e trabalho de jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI*. In: Revista Parágrafo, V. 2, nº 2. 2014.

FIORIN, José Luiz. *As astúcias da enunciação*. São Paulo: Ática. 1996.

_____, José Luiz. *Semiótica e comunicação*. In: Galáxia. São Paulo, nº 8, p. 13-30. 2004.

_____, José Luiz. Para uma definição das linguagens sincréticas. In: TEIXEIRA, L. e OLIVEIRA, A. C (orgs). *Linguagens na Comunicação, desenvolvimentos de semiótica sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2009.

_____, José Luiz. *Semiótica e História*. Cadernos de Letras da UFF, v. 42, p. 15-34, 2011.

FLOCH, Jean-Marie. *Alguns conceitos fundamentais em Semiótica geral*. In: *Documentos de estudo do Centro de Pesquisas Sociosemióticas*. São Paulo. Edições CPS. 2001.

GOMES, Regina Souza. O Sincretismo no Jornal. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; TEIXEIRA, Lucia. (orgs) (2009). *Linguagens na Comunicação – Desenvolvimentos de Semiótica Sincrética*. São Paulo: Estação das Letras e Cores.

GRANDPIERRE, Karine. *Elle: un outil d'émancipation de la femme entre journalisme et littérature 1945-1960?*. In: Contextes, 11, maio de 2012. Disponível em <<http://contextes.revues.org/5399>>. Acesso de 4 de agosto de 2016.

_____, Karine. *Lorsque la presse féminine s'internationalise: le cas Elle*. In: Médias 19: Le périodique en contexte: logiques et configuration du jornal. Cambron, Micheline e Danaux, Stéphanie (dir.). Maio de 2013. Disponível em <<http://www.medias19.org/index.php?id=15560>>. Acesso em 4 de agosto de 2016.

GREIMAS, Algirdas Julien. *Semântica estrutural*. Tradução de Haquira Osakabe e Izidoro Blikstein. São Paulo: Cultrix: Edusp. 1973

_____. Algirdas Julien. *Da Imperfeição*. Trad. A.C. de Oliveira. São Paulo: Hackers. 2002.

_____. Algirdas Julien e COURTÉS, Joseph. *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Contexto. 2013.

HOUAISS BETA, Grande Dicionário da Língua Portuguesa. Disponível em <<http://houaiss.uol.com.br/>>. Acesso em 4 de agosto de 2016.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2009.

_____, Henry. *Transmedia Storytelling*. Technology Review, 2003. Disponível em: <<http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/page3/>>. Acesso em 4 de agosto de 2016.

MURRAY, Janet H. *Hamlet no holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço*. Trad: Elissa Khoury Daher, Marcelo Fernandez Cuzziol. São Paulo: Itaú Cultural. 2003.

LANDOWSKI, Eric. *A sociedade refletida: ensaios de sociosemiótica*. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

_____, Eric. *Para uma abordagem sócio-semiótica da literatura*. Trad: Ana Claudia de Oliveira. In: Significação: revista brasileira de semiótica, no 11/12, p. 22-43, setembro de 1996.

_____, Eric e FIORIN, José Luiz (eds). *O gosto da gente, o gosto das coisas*. São Paulo: Educ. 1997.

_____, Eric. *Aquém ou além das estratégias, a presença contagiosa*. São Paulo: Edições CPS (col. Documentos de Estudo, 3). 2005.

_____, Eric. *Presenças do outro: ensaios de sociosemiótica*. Trad. Mary Amazonas Leite de Barros. São Paulo. Perspectiva. 2012

_____, Eric. *As interações arriscadas*. Trad: Luiza Helena da Silva. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2014.

LEMOS, André. *Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM)*. Revista Comunicação Mídia e Consumo, v. 4, n. 10, jul., p. 23-40, 2007.

MARTINS, Elaide. *Convergência e narrativa transmídia no jornalismo: transformações nas práticas e no perfil dos profissionais*. In: Brazilian Journalism Reserach: journalism theory, research and criticism, V. 11, nº 2. 2015.

MICHETTI, Miqueli. *Moda brasileira e mundialização*. 1. ed. São Paulo: Annablume: FAPESP, 2015.

OLIVEIRA, Ana Claudia de. Por uma semiótica da moda. In: CASTILHO, Kathia; GALVÃO, Diana (orgs). *A moda do corpo o corpo da moda*. São Paulo: Esfera. 2002.

_____, Ana Claudia de. As semioses pictóricas. In: OLIVEIRA, A. C. *Semiótica Plástica*. São Paulo: Hackers Editora. 2004.

_____, Ana Claudia de. *A dupla expressão da identidade do jornal*. In: Revista Galáxia, São Paulo, n. 14, p. 63-80. 2007.

_____, Ana Claudia de. Interações nas mídias: In: PRIMO, Alex et al (orgs). *Comunicação e interações*. Livro da Compós. Porto Alegre: Sluina. 2008a.

_____, Ana Claudia de. Visualidade processual da aparência. In: OLIVEIRA, A. C.; CASTILHO, K. (orgs). *Corpo e Moda: por uma compreensão do contemporâneo*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2008b.

_____, Ana Claudia de. As interações discursivas. In: OLIVEIRA, A. C. (org). *As interações sensíveis: ensaios de sociosemiótica a partir da obra de Eric Landowski*. São Paulo: Estação das Letras e Cores. 2013.

PRENSKY, Marc. Digital Natives Digital Immigrants. In: PRENSKY, Marc. *On the Horizon*. NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October (2001a). Disponível em <<http://www.marcprensky.com/writing/>>. Acesso em 4 de agosto de 2016.

SANT'ANNA, Patrícia. *Desfile de Imagens. Um estudo sobre a linguagem visual das revistas de moda (1990-2000)*. Campinas: dissertação de mestrado em Antropologia Social IFCH-UNICAMP, 2002.

SEDDA, Franciscu. *Reflexões acerca do glocal com base no estudo semiótico da cultura*. In: MATRIZES. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, 2 (1), 185-206. 2008.

SCOLARI, Carlos. A. *Narrativas Transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto Ediciones. 2013.

TRIVINHO, Eugênio. *O bunker glocal e seu paradoxo: dialética operacional entre "refechamento" e "abertura" na civilização mediática avançada*. In: Revista Galáxia, São Paulo, n. 16, p. 17-32, dez. 2008.

_____, Eugênio. *Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura: significação social-histórica de um substrato cultural regressivo da sociabilidade em tempo real na civilização mediática avançada*. In: Anais do XIX Encontro Nacional da Compós, São Paulo, junho. 2010.