

VOCABULÁRIO E SENTIDO DO TEXTO: PALAVRAS-TEMA, PALAVRAS-CHAVE E PALAVRAS DE CARACTERIZAÇÃO

Abstract

To research the meaning of a text demands its apparent disassembly, followed by significative resetting that guarantees its intelligibility. In this task, there is no doubt about the importance of the vocabulary in the construction and understanding of the text. The present study analyzes the so-called strong words in the vocabulary of Brazilian Portuguese, collected in Fashion Magazines, of nationwide circulation. It classifies as theme word the words of higher frequency in the corpus. It considers key words those that characterize one or some subgroups of the corpus, allowing one to infer what Fashion activities each analyzed magazine privileges. It sees as characterization words those words which appear with lower frequency and greater precision of meaning. Thus it classifies words that occur only once in the corpus. It verifies that some words do not satisfy a second trace of the definition, the specification of meaning: some have vague sense; others have connotative meaning. It can be concluded that, in the analyzed texts, words of less specific meaning and predominantly connotative ones characterize Fashion, with frequently metaphoric vocabulary, convenient to a system structuralized for the ephemeral and for the aesthetic fancy.

Key words: sense of a text. Theme words. Key words. Characterization words.

INTRODUÇÃO

O presente estudo integra uma pesquisa mais extensa, ainda inédita, sobre o vocabulário da Moda no português do Brasil. Dos quatro objetivos da pesquisa destacaremos, para o presente estudo apenas um: verificar as palavras fortes ou palavras de significação do vocabulário estudado.

Integram o *corpus* analisado revistas de Moda e fichas organizadas por auxiliares de pesquisa, que percorreram ruas de São Paulo, anotando registros escritos em lojas.

As revistas consultadas são de 1990 e 1991: *Desfile*; *Manequim*; *modaMoldes*¹ Foram consultadas as páginas relativas à Moda, preterindo-se seções relativas a maquiagem, culinária, endereços de pontos de venda e atualidades. Tais revistas foram escolhidas, porque circulam em todo o território nacional, podendo, assim, influenciar a linguagem da Moda no português de todo o Brasil. Além disto, são publicações de três editoras diferentes, o que permite verificar modos diferenciados de registro das palavras.

As duas edições de *Coleções Desfile* são destinadas exclusivamente à Moda; contudo, a edição de setembro/90, denominada apenas *Desfile*, é uma revista de variedades, que dedica quarenta e seis de suas duzentas e setenta e quatro páginas à Moda. Nesta revista, o texto, num tom predominantemente de propaganda de marcas e estilistas, tem, relativamente à ilustração, uma função de ancoragem (Barthes, 1964; Vestergaard/ Schröder, 1988). Assim, orienta o leitor, através de uma mensagem verbal “não-ambígua ou monossêmica” para um ou alguns significados determinados, dentro dos diversos significados possíveis da imagem, que é, por sua própria natureza, polissêmica.

Manequim é figurino, mas contém umas poucas páginas destinadas a matérias diversas: horóscopo, cosméticos, trabalhos artesanais, e também culinária. Traz, em separata, páginas destinadas a receitas para a confecção dos modelos apresentados. Tais páginas não foram consultadas porque não integram o corpo da revista.

modaMoldes é também figurino, dedicando poucas páginas a horóscopo, cuidados com o corpo e a alimentação, maquiagem. Contém um bom número de páginas com receitas para a confecção de modelos, que foram consultadas no presente trabalho, porque fazem parte do corpo da revista.

Em *Manequim e modaMoldes* o texto descreve um objeto que se apresenta também em sua forma plástica, através da fotografia. Aqui, a descrição feita pelas palavras exerce as funções previstas por Barthes (1979, p. 13).

A primeira função é a de “imobilizar a visão num certo nível de inteligibilidade”. Diante da imagem, o leitor se vê em presença de diversos níveis de percepção que, se lhe conferem maior grau de liberdade em sua “leitura”, conferem também um grau maior de incerteza. O texto fixa a percepção, voltando-a para o tecido, ou para um detalhe, ou para um acessório, diminuindo a liberdade do leitor e, conseqüentemente, diminuindo sua incerteza. Segundo Barthes (1979, p. 13):

toda palavra detém, pois, uma função de autoridade, na medida em que ela, se assim se pode dizer, escolhe por procuração um lugar do olho. A imagem fixa um número infinito de possibilidades; a palavra fixa como certa apenas uma.

A segunda função do texto é de conhe-

¹ O nome da revista é grafado com a inicial minúscula e o segundo elemento da lexia com inicial maiúscula.

cimento. A palavra informa sobre pormenores que a fotografia não deixa ver com precisão ou, simplesmente, não deixa ver: sua cor cinzenta compromete a distinção de outras cores; o caráter plano da imagem impede a visão de detalhes das costas da vestimenta; há detalhes muito miúdos que ficam imperceptíveis. Com isto, o texto assume uma função didática, segundo o mesmo autor:

como a Moda é um fenômeno de iniciação, a palavra nela exerce, naturalmente, uma função didática: o texto de Moda representa, de algum modo, a palavra autoritária do que sabe o que há atrás da aparência confusa ou incompleta das formas visíveis (BARTHES, 1979, p. 13).

A terceira função do texto é de ênfase. Ressalta o valor de alguns elementos do vestuário, que são visíveis na fotografia, mas podem ficar indistintos no conjunto. A palavra os destaca do todo e torna-os, por isto, mais importantes que os demais. A palavra pode, ainda, revigorar a informação da fotografia, quando esta se desgasta pela repetição.

Para Barthes (1979, p. 17), há uma significativa diferença, de ordem antropológica, entre um vestuário-imagem e um vestuário descrito, destinados a públicos diversos: um que apenas vê a imagem, outro que lê a descrição do vestuário:

A imagem dispensa a compra, substitui-a; pode-se embriagar de imagens, identificar-se oniricamente com o manequim, e, para o real, só seguir a Moda comprando alguns acessórios de boutique. A palavra, ao contrário, liberta o vestuário de toda atualidade corporal. Não sendo mais que um sistema de objetos impessoais cuja reunião, por si só, faz a Moda, o vestuário descrito leva à compra. A imagem suscita a fascinação, a palavra, uma apropriação; a imagem é plena, é um sistema saturado; a palavra é fragmentária, é um sistema disponível.

Assim sendo, o texto, também nos figurinos, acaba fazendo propaganda, mesmo quando não indica marcas ou pontos de venda.

Na revista *modaMoldes*, as receitas para a feitura dos modelos, anteriormente descritos e fotografados, já têm outra finalidade.

O fim da receita de costura é transitivo: trata-se de fazer alguma coisa. O do vestuário escrito parece puramente reflexivo: o vestuário

parece *dizer-se*, referir-se a si mesmo, encerrado numa espécie de tautologia (BARTHES, 1979, p. 16).

Para cada revista, foi selecionado um exemplar por estação da Moda, de modo a cobrir um ano, pois, como afirma Barthes (1979, p. 10):

existem modas sazonais, interiores no ano; mas as estações aqui constituem menos uma série diacrônica do que um quadro de significados diferentes, interiores no léxico de um ano; a unidade sincrônica é a 'linha', que é anual. (...) a sincronia da Moda é fixada pela própria Moda: é a Moda dum ano.

Nas publicações, são detectadas, de fato, duas estações bem definidas: inverno e verão. O outono tem ainda bastante de verão e dias invernosos; a primavera já parece verão.

As lojas visitadas situam-se em ruas notadamente comerciais ou em *shopping centers*. As ruas percorridas foram: Augusta, Barão de Itapetininga, Direita, Domingos de Moraes, João Cachoeira, José Bonifácio, José Paulino, Oriente, Penha de França, São Bento, Teodoro Sampaio, Largo Treze de Maio, Vinte e Cinco de Março, Vinte e quatro de Maio, Voluntários da Pátria. Os *shoppings* foram: Eldorado, Ibirapuera, Morumbi, Norte e Paulista. A escolha das ruas procurou cobrir as diversas regiões da cidade: Centro, zonas Norte, Sul, Leste e Oeste, mas atendeu também às escolhas dos auxiliares de pesquisa – alunos do quarto ano de Letras, da Universidade Mackenzie, em 1991.

Os verbetes estão distribuídos em dez classes possíveis:

ac - acessório;
av - aviamento;
co - cor;
cr - couro;
cs - consumo;
dt - detalhe;
es - estilo;
pr - produção;
tc - tecido;
vs - vestimenta.

A pesquisa analisa a influência de línguas diversas através de tabelas de frequência. Normalmente se considera significativa uma frequência que atinja um percentual de 25% ou mais do total do corpus estudado. Com isto, somente o latim teria influência significativa no

vocabulário em questão, pois contribui com um terço (33,45%) do total de 1 685 palavras pesquisadas, totalizando 562 verbetes, com palavras formadas por evolução lingüística (550), empréstimos (11) e estrangeirismo (1). Nenhuma língua estrangeira alcança percentual significativo, nem mesmo o francês e o inglês, responsáveis pelos maiores números tanto nos empréstimos quanto nos estrangeirismos. Com efeito, os 141 vocábulos tomados de empréstimo ao francês representam apenas 8,37%; os estrangeirismos advindos desta língua, apenas 3,50%. Oriundos do inglês foram coletados 41 vocábulos tomados de empréstimo, que perfazem 2,43% e 102 estrangeirismos, que alcançam 6,05%.

Embora considerada, inicialmente, inexpressiva a influência das línguas que contribuem para a formação de um vocabulário com freqüências muito baixas, é preciso ter em mente a observação de Robin (1977, p. 146), para quem “verificar a freqüência, assim como a distribuição das formas, dos lexemas de um corpus é, antes de tudo, fazer ‘estatística fora de contexto’. Ela se mostra insuficiente no nível da interpretação”. Com efeito, se forem levadas em conta as palavras que Robin chama de “palavras de significação, ou palavras fortes de um corpus”, verificar-se-á que algumas delas vêm de línguas que contribuíram com poucos verbetes. Estas palavras fortes de um corpus se agrupam em palavras-tema, palavras-chave e palavras de caracterização.

Palavras-tema são as de freqüência mais elevada num corpus: cerca de cinquenta ou cem palavras que, numa ordenação por freqüência decrescente, ocupam os primeiros lugares. A determinação da quantia é mais ou menos arbitrária. Para Robin (1977, p. 141), “é em torno delas que se organiza o pensamento”.

São consideradas palavras-tema, no presente estudo, aquelas que apresentam freqüências superiores a 75. Há 53 palavras neste grupo, representando 3,14% do total das 1685 palavras pesquisadas.

Mais da metade das palavras tabuladas como tema – 30 em um total de 53 – que representam juntas 56,60% das palavras-tema, vêm do latim. Oriundas do francês, língua de maior integração no vocabulário brasileiro da moda, aparecem 9,43% das palavras-tema, com 5 verbetes. Em inglês, aparece apenas 1 palavra, o que representa 1,8%. Aliás, é o único estrangeirismo entre as palavras deste grupo.

Aparecem, contudo, nesta faixa de vocabulário, palavras com elevados níveis de ocorrências, embora advindas de línguas com baixas freqüências no vocabulário total. A palavra *molde*, com 176 ocorrências, colocada em quinto lugar entre as palavras-tema, é a única contribuição direta do catalão. Do celta, que fornece apenas 4 palavras, há a palavra *peça*, com 171 ocorrências, colocada em sexto lugar e a palavra *camisa*, com 113 ocorrências. Do alemão, que fornece 4 palavras, vem *manequim*, com 81 ocorrências; do gótico, também com 4 palavras, vem *roupa*, em 79 ocorrências.

Entre as palavras-tema, aparecem algumas que designam peças de vestuário consideradas básicas: *blazer*, *blusa*, *calça*, *camisa*, *saia*, *vestido*, além de *roupa*, hiperônimo de todas elas.

Entre os tecidos, aparecem também os básicos: *algodão*, *linho*, *seda* e *malha*. E a palavra *tecido*, hiperônimo das quatro anteriores.

Entre as cores, encontra-se *preto*, que parece bem indicada para peça curinga no vestuário, e *vermelho*. E *cor*, hiperônimo das duas.

O preto, sendo não-cor e indicando, com seu aparecimento, privação ou ausência de luz, pode ser iluminado pela combinação com as mais variadas cores, vibrantes ou neutras. A cor preta ocupa posição destacada na Moda, analisada por Wilson (1989). Esteve tradicionalmente ligada ao luto, no Ocidente; luto que constituía um negócio de grandes proporções no século XIX. Nesse mesmo século, foi um dândi, Edward Bulwer Lyton, quem, em 1828, começou a moda das roupas pretas e do preto e branco como traje para a noite. No século XX, atenuado o luto, o preto aparece mais ligado à agressão e à revolta. É uma cor dramática ligada não só à elegância, à velhice, mas também a grupos jovens aos quais dá um aspecto assombroso e comovedor. Entre tais grupos ressaltam-se grupos de roqueiros, chamados os *blousons noirs*. O nome da cor, em inglês *dark*, designa um estilo considerado variante do *punk*. O preto vem associado também aos fascistas e anarquistas, aos existencialistas e aos radicais holandeses e dinamarqueses. É uma cor para o ambiente urbano, é condizente com o granito e o vidro das fachadas citadinas, cor apropriada para ambientes iluminados artificialmente.

O vermelho é cor primária, tanto em cor-luz quanto em cor-pigmento; primária e fundamental, considerada como a de maior visibilidade entre as demais, por ser a mais saturada das cores. O vermelho ainda se associa a um simbolismo de luta, de adesão a determinadas ideologias,

quando não de erotismo, e estilo *femme fatale*. É usado também para dar um “toque de alegria” à roupa, através de um enfeite desta cor.

Estão entre as palavras-tema as fundamentais da produção e consumo: **costura, manequim, metragem, moda, modelo, molde, montagem, ponto**. Entre os detalhes: **abotoamento, arremate, avesso, bolso, casa, cava, cintura, costas, decote, frente, gola, manga** e o hiperônimo **detalhe**. Para a classe estilo, encontram-se palavras também fundamentais: **estilo e linha**. Entre os acessórios: **sapato** e entre os aviamentos: **botão e linha**.

Distribuídas as palavras-tema pelas diversas classes estabelecidas para o corpus, apenas na classe **cr** não aparecem palavras. A classe **cs** também fica, aparentemente, sem nenhuma palavra-tema, porque as palavras nela incluídas têm uma primeira classificação em outra classe. É o que ocorre com as palavras: **corpo**, já classificada em **dt**; **modelo, manequim e metragem**, já arroladas em **pr**.

As palavras-tema, em sua grande maioria, aparecem nas três revistas. Apenas umas poucas não o fazem: **arremate**, que não se encontra em *Desfile*; **metragem**, que não se acha em *Manequim* e **ourela**, só encontrada em *modaMoldes*. Algumas aparecem também em lojas, além das revistas: **bermuda, camisa, calça e cor**.

Robin (1977, p. 43) chama de palavra-chave aquela que,

num corpus composto de subconjuntos, é característica de um ou vários subconjuntos. Tal palavra tem um lugar estatístico no subconjunto considerado, nitidamente superior ao seu lugar estatístico na lista de freqüência do conjunto do corpus.

O conceito de palavra-chave, na definição de Robin, está relacionado com a presença de subconjuntos de um corpus estudado, diferentemente do conceito de Matoré (1953, p. 66). Este mesmo autor, à mesma página, chama de palavra-chave ou palavra-testemunho aquela que reflete uma grande transformação histórica: “É um neologismo; a mutação brusca que lhe dá nascimento é o sinal de uma nova situação social, econômica, estética etc...”. É signo material de um fato espiritual. Assim, uma nova visão cultural de qualquer fenômeno pode determinar o aparecimento ou a mudança de sentido de uma palavra, que passa a ser testemunha da nova conceituação.

Guilbert (1975) comenta a conceituação de Matoré, afirmando que a palavra-testemunho

ou palavra-chave surge para designar um conceito já elaborado. Tal palavra, respondendo a uma expectativa, passa do uso individual para o uso coletivo. E isto acontece, também, em função do prestígio de quem começa a empregar tal palavra.

Matoré (1953), dá como exemplo a palavra **magazine** que, coincidentemente, aparece arrolada no presente estudo, pelo critério dado por Robin, como palavra-chave. Inicialmente foi usada como designação de armazéns, depósitos de mercadorias para posterior comercialização, depósitos de munições para exércitos; foi empregada também para designar publicações periódicas. Passou a denominar lojas de departamentos, a partir de 1690; tomou o lugar de **butique**, por volta de 1800, segundo *Petit Robert*, (1820/25, segundo Matoré). Apesar de alguma discussão sobre a exatidão de datas, apresentada por Iordan (1982) – para quem este significado já seria encontrado no século XVIII –, a palavra se tornou testemunha de uma nova concepção de comércio, decorrente do aparecimento da sociedade capitalista marcada pela concorrência, simultaneamente à mudança de uso da palavra **freguês**, que cedeu lugar à palavra **cliente**, no comércio.

Matoré afirma que as palavras-chave estão entre as mais importantes de um texto, mas não aceita que sejam procuradas entre as mais frequentes; ao contrário, elas devem ser determinadas a partir de sua posição em uma hierarquia. Declara que o critério por ele adotado para classificar os fatos lexicológicos foi o grau de materialidade e de intelectualidade dos fatos individuais e sociais. Contudo não aparece muito claramente este critério nos dois casos em que o aplica: o léxico em 1660-70 e o léxico em 1675.

Alegando que as palavras-testemunho são muito numerosas para que sejam os elementos fundamentais do léxico, passa, então, a distingui-las das palavras-chave² que designam “não uma abstração, não um meio, não um objeto, mas um ser, um sentimento, uma idéia, vivos na medida mesmo em que uma sociedade reconhece neles seu ideal” (MATORÉ, 1953, p. 68). A palavra-chave se torna representante de um século inteiro: assim, no século XVII, a expressão *honnête homme* e, no século XVIII, *philosophe*.

No presente estudo, foi feita a opção pelo conceito de palavra-chave segundo Robin, porque dela foram tomados os conceitos de palavras-tema e palavras de caracterização. Com isto, pretendeu-se manter certa uniformidade no trabalho.

Algumas palavras do *corpus*, arroladas como chave pelo critério de Robin, testemunham, de fato, transformações da sociedade.

Griffe passa, a partir do século XIX, a

² No prefácio de sua obra, Matoré (1953, p. XXVII) fala em palavras-tema, mas não se detém em esclarecer que conceito tem sobre elas.

designar a marca da personalidade de alguém em suas obras (PR). Na Moda, assume este significado a partir do momento em que a roupa deixa de ser feita por costureiras obscuras e passa a projetar os nomes de criadores famosos.

Look, a partir da década de 40, concorre com **chique**, mas aludindo a uma elegância mais mutável, mais transitória, mais de grupo; sob a influência de montagens e composições de filmes assim como de **clips**.

Marketing dá testemunho de que a Moda já se coloca entre os negócios rentáveis e não é mais apenas uma atividade artesanal, em uma economia de subsistência. Segundo Durand (1988), a ação dos agentes de *marketing* e as estratégias de venda, exploradas sobretudo através da difusão pela TV, a partir do final dos anos 70, garantem o salto dado pelo ramo de confecções do décimo segundo para o terceiro lugar, no índice de maiores anunciantes.

Pronta-entrega e **show-room** são vocábulos que se casam perfeitamente com os tempos do *prêt-à-porter*, da roupa produzida em série.

Reciclado, testemunha deste fim de século, faz a apologia da renovação, pelo reaproveitamento, não só nas roupas, mas também nas embalagens de alimentos e no papel.

Training denomina uma roupa que, na visão de Vincent-Ricard (1989), juntamente com o **jeans**, por sua simplicidade e praticidade, representa a revolução mundial contemporânea de costumes. Dentro deste mesmo conceito estaria **jogging**. Com efeito, a autora fala em **conjunto esportivo**, e este pode ser tanto o *training* quanto o *jogging*. Ao lado deles poderia ficar **t-shirt**.

São classificadas como palavras-chave, as mais freqüentes numa determinada revista, mas não no conjunto total do vocabulário. É reconhecida como de maior peso para uma revista, no presente estudo, a freqüência que atinja a metade, mais que a metade ou o total de ocorrências do vocabulário geral.

Podem ser vistas como palavras-chave, para *Desfile*: **alta-costura**, **comprimento**, **fábrica**, **faturamento**, **feira**, **gerente**, **harmonia**, **homem**, **indústria**, **licenciada**, **marketing**, **mercado**, **mercadoria**, **mostra**, **natureza**, **ousadia**, **produto**, **pronta-entrega**, **público**, **sedução**, **semente**, **show-room**, **sobriedade**, **telha**, **tema**, **temperado**, **textura**, **trama**, **trança**, **tressê**, **vitrine**.

Algumas das palavras-chave deste subconjunto levam a crer que a revista *Desfile*, mais que as outras duas, se preocupa com a comercialização de artigos da Moda: **alta-costura**, **fábrica**, **faturamento**, **feira**, **gerente**, **indústria**,

licenciada, **marketing**, **mercado**, **mercadoria**, **mostra**, **produto**, **pronta-entrega**, **público**, **show-room**, **vitrine**. Vêm confirmar tal crença algumas palavras de caracterização, que só aparecem na mesma revista: **estande**, **franchising**, **franquia**, **holding**, **importador**, **joint-venture**, **licenciamento**, **lojista**, **mala-direta**, **mídia**, **mostruário**, **ponto de venda**, **ponta de estoque**.

Para a revista *Manequim*, são palavras-chave: **acabamento**, **alegria**, **babado**, **bufante**, **canutilho**, **confortável**, **folgado**, **fresco**, **gordo**, **jérsei**, **limpo**, **look**, **moderno**, **movimento**, **praticidade**, **quimono**, **reciclado**, **recortado**, **recorte**, **reto**, **romântico**, **romantismo**, **sobre-saia**, **solto**, **tiara**, **touca**, **training**, **transado**, **transpassado**, **transpasse**, **tricolor**, **tricotado**, **t-shirt**, **valorizado**, **versátil**, **xale**.

Pode-se inferir das palavras-chave de *Manequim* que esta revista valoriza o conforto, com as palavras: **confortável**, **folgado**, **fresco**, **gordo**, **limpo**, **movimento**, **praticidade**, **quimono**, **training**, **versátil**; valoriza também a modernidade, com **moderno**, **reciclado**, **transado**. Algumas palavras de caracterização, que só aparecem em *Manequim*, corroboram tal inferência: **homewear**, **roupão** e **trivial**, para a idéia de conforto; **atualidade** e **modernidade**, para a idéia de modernidade.

As palavras-chave para a revista *modaMoldes* são: **aba**, **acamurçado**, **acetinado**, **aselha**, **borda**, **bossa**, **coulisse**, **desenho**, **elástico**, **enchimento**, **entrepernas**, **explicação**, **fechamento**, **fenda**, **gancho**, **griffe**, **ilhó**, **largura**, **macacão**, **marca**, **marcação**, **marcado**, **medida**, **numeração**, **pala**, **paletó**, **pano**, **patte**, **pé**, **pence**, **peçoal**, **plic-plac**, **ponta**, **pronto**, **produção**, **pudor**, **punho**, **quadril**, **receita**, **sanfonado**, **sedutor**, **seio**, **semana**, **sentido**, **solução**, **sotaque**, **star**, **status**, **superior**, **superposição**, **tempero**, **tempo**, **temporada**, **tigrado**, **tira**, **toque**, **trabalho**, **traçado**, **tradução**, **trecho**, **triângulo**, **truque**, **tubinho**, **túnel**, **túnica**, **urbano**, **usável**, **utilitário**, **vai-com-tudo**, **vanguarda**, **vanguar-dista**, **versão**, **viés**, **viscose**, **vista**, **visual**, **vivo**, **western**, **zíper**.

A freqüência de algumas palavras-chave mostra que a revista *modaMoldes* dedica espaço considerável às atividades de produção artesanal, caseira, de artigos da Moda. De fato, as receitas de execução dos modelos estão incluídas no corpo desta revista e não em separata, como na revista *Manequim*. São as seguintes as palavras-chave a confirmar a inferência: **borda**, **desenho**, **enchimento**, **entrepernas**, **explicação**, **fechamento**, **fenda**, **gancho**, **ilhó**, **largura**, **marca**, **marcação**, **marcado**, **medida**, **numeração**, **pano**, **pé**, **pence**, **plic-plac**, **ponta**, **pronto**, **produção**, **punho**, **quadril**, **receita**, **sentido**, **solução**, **superior**, **trabalho**, **traçado**, **trecho**, **truque**, **viés**, **zíper**.

Algumas palavras-tema, com forte predominância de frequência nesta revista, confirmam a inferência: *arremate*, *avesso*, *molde* e *montagem*. Vale dizer o mesmo para algumas palavras de caracterização, cuja única ocorrência se registra em modaMoldes: *armarinho*, *contorno*, *desfiado*, *reforma*.

São consideradas de caracterização as “palavras de baixa frequência, de grande restrição de sentido, portanto muito precisas” (Robin, 1977 p.143).

Poderiam ser consideradas palavras de caracterização as que apresentassem número de ocorrências abaixo de 10. Este limite de 10 representaria 3,44% do maior número de ocorrências, 290, que é o da palavra *modelo*, arrolada entre as palavras-tema. Contudo, há palavras com 10 ocorrências que já apareceram entre as palavras-chave. Além disto, algumas palavras, a partir de 2 ocorrências, já foram incluídas entre as palavras-chave. Assim, foram consideradas de caracterização apenas aquelas de uma única ocorrência no *corpus*. Estas perfazem uma soma de 479 verbetes, o que constitui 28,42% do vocabulário total.

Contrariamente à definição de Robin para tais palavras, como sendo as de grande restrição e especificidade de sentido, as palavras do *corpus* que podem ser inseridas nesta faixa não são todas específicas da Moda e muitas têm sentido bastante vasto, bastante conotativo. Específicas da Moda e de sentido preciso são as que aparecem nas classes *av*, *cr*, *tc* e *vs*.

Em *ac*, aparecem palavras como *arco* e *suporte*, de significados que só designam elementos da Moda se traduzidas como prendedor, presilha, travessa para cabelos. Para a palavra *arco*, só o *Novo Aurélio* consigna quinze acepções diferentes, sem que nenhuma delas se relacione diretamente com a Moda; mais uma série de lexias complexas dentro do verbe, nenhuma também relacionada com o presente objeto de estudo. Para a palavra *suporte*, das cinco acepções e duas lexias complexas registradas pelo mesmo dicionário, nenhuma se refere especificamente à Moda. Como estas, aparecem outras palavras, dentro da mesma classe, como *corrente* e *lente*, para tomar uns poucos exemplos.

Na classe *co*, muitas palavras só denominam cores por transferência, por abstração, relevando uma das características das realidades que de fato designam. É o caso, por exemplo, das palavras *abricó*, *açafrão*, *barro batido*, *cacau*, *caju*, *cereja*, *couro cru*, *lagosta*, *páprica*, *pêssego*. Algumas destas cores, mesmo no que toca aos referentes, são bastante imprecisas. Qual seria, exatamente, a cor designada por barro

batido? E se olharmos, então, para as modalidades listadas no verbe *cor*, como precisar *cor ácida*, *cor atual*, *cor campestre*, *cor da maré*, *cor invernal*, *cor sabonete*, *cor-verão*?

Em *cs* e/ou *pr*, entre as 159 palavras listadas como de caracterização, apenas 12 são propriamente de Moda: *modette*, *arara*, *armarinho*, *cabide*, *confeccionista*, *coordenador de moda*, *cortadeira*, *costureiro*, *meia-estação*, *overloque*, *tear*, *top model*. Representam apenas 7,5% das palavras de caracterização da classe e 2,5% do total (479) das palavras de caracterização do conjunto do vocabulário.

Em *dt*, entre as 91 palavras listadas, 22 delas são específicas relativamente à Moda, o que representa 24,17% das palavras de caracterização da classe e 4,5% das palavras de caracterização do vocabulário total. São elas: *afivelado*, *ajurado*, *alinhavado*, *biqueira*, *braguilha*, *caseado*, *casinha-de-abelha*, *colerette*, *coulissé*, *desfiado*, *desfiados*, *dragona*, *festonê*, *guipure*, *jabô*, *plastron*, *plissê*, *point d'esprit*, *richelieu*, *sola*, *solado*.

Em *es*, há também palavras pouco específicas para a Moda: *altivo*, *careca*, *decidido*, *despojamento*, *fluorescente*, *sisudo*, *triste*, para só citar alguns exemplos.

Pode parecer, num primeiro olhar, que a pouca precisão de sentido, a pouca especificidade de tantas palavras descaracterizem tal vocabulário para a Moda. Acontece o contrário, porém. Justamente porque é um vocabulário em grande parte metafórico, serve para falar da Moda, um sistema onde, segundo Barthes (1979, p. 233/4)

a construção retórica de um mundo que se poderia comparar a uma verdadeira cosmogonia é feita por dois meios principais: a metáfora e a parataxe. A metáfora mundana tem por papel ordinário transformar uma unidade semântica usual (portanto conceptual) em contingência aparentemente original (ainda que tal contingência remeta retoricamente a um estereótipo). (...) Quanto à parataxe, ela estende o poder da metáfora, desenvolvendo a partir de situações e de objetos descontínuos o que se chama uma atmosfera.

Não se pode esperar um vocabulário preciso para falar de Moda, “uma instituição essencialmente estruturada pelo efêmero e pela fantasia estética” (LIPOVETSKY, 1989, p. 10); por isto mesmo, um sistema que provoca constantemente uma renovação de palavras:

no momento em que a Moda se afirma como objeto sublime, a época se torna rica em invenções de palavras que designam a pessoa na Moda e o *dernier cri* em matéria de elegância. (...) À multiplicação dos discursos de Moda correspondem uma aceleração e uma proliferação do vocabulário *dans le vent*³, redobrando o culto moderno consagrado ao efêmero (LIPOVETSKY, 1989, p. 85).

Sintomática desta metaforização do vocabulário é palavra *cereja*, classificada como *dt* e como palavra de caracterização: "(...) o paletó de lurex ou tafetá é a grande cereja deste conjunto..." (Mm. 47-80) Com efeito, o paletó dá o toque final, o toque de graça ao conjunto, como a frutinha ao *drink*.

Parece também curiosa a metaforização a palavra *arara*, na acepção de "móvel formado de uma peça roliça presa em dois suportes e onde se dependuram em lojas etc., os cabides com roupas expostas" (NA). O vocábulo, de origem tupi, designa primeiramente "as aves psitacíformes da família dos psitacídeos, gêneros *Anodorhynchus Spix, Ara Lac., Cyanopsitta Bon*" (NA). Aves da mesma espécie e família, mas "especialmente do gênero *Amazona Less.*, com onze espécies brasileiras" (NA) são designadas em português pelo vocábulo *papagaio*, de origem árabe. Não seria o vocábulo *arara*, na acepção que convém ao vocabulário da Moda, a tradução brasileira da lexia francesa *bâton de perroquet, 'perchoir traversé d'échelons, fixé a un plateau de bois'* (PR), literalmente traduzível por "poleiro de papagaio".

Relativamente aos três grupos de palavras (palavras-tema, palavras-chave e palavras de caracterização) não é grande a presença dos estrangeirismos. Entre as 53 palavras-tema, só uma é estrangeira, 1,88% do grupo, portanto. Entre as 143 palavras-chave, 10 apenas, o que representa 6,99% do grupo. Entre as 479 palavras de caracterização, há 70 palavras estrangeiras, 14,61% do grupo. Como se pode ver, este percentual é um pouco maior que o alcançado pelo total de estrangeirismos do *corpus*, 166 verbetes, representando 9,85% das 1685 palavras que constituem o vocabulário total.

Há coincidências curiosas de palavras encontradas no vocabulário da Moda com palavras encontradas na análise feita por Starobinski (1974) sobre a teoria dos anagramas de Saussure.

A teoria se encontra espalhada em 115

cadernos, um maço de papéis e quadros escritos em grandes folhas que tratam da poesia gregos, latinos e de algumas traduções. Somam-se a esses mais 26 cadernos de estudo da poesia védica. Tais cadernos, classificados por Robert Godel, podem ser encontrados na Biblioteca Pública de Genebra. Nenhum deles, contudo, mereceu publicação por vontade do autor, que procurava obsessivamente evidências nas obras estudadas, mas furtava-se a conclusões.

O "lingüista-decifrador", conforme epíteto de Starobinski, estudando versos saturninos, versos de Homero, de Virgílio, e de Horácio, entre outros, chegou à suposição de que "o poeta utiliza na composição do verso o material fônico fornecido por uma palavra-tema" (Starobinski, 1974, p. 46). Esta palavra não é aquela que mais aparece, sob forma explícita, no texto poético. Surge criptografada; por isto Saussure a chama também de hipograma, ou seja, palavra que subjaz, latente, "subposta", no dizer do analista dos anagramas saussurianos, para quem

o hipograma desliza um nome simples na disposição complexa das sílabas condutoras de um verso; a questão é reconhecer e reunir as sílabas condutoras, como Ísis reunia o corpo despedaçado de Osiris (STAROBINSKI, 1974, p. 25).

A palavra-tema ou hipograma é encontrada no *locus princeps*, cuja forma mais perfeita está no paramorfe. Este consiste na união de um *manequim* com um silabograma.

Manequim é, segundo Starobinski (1974, p. 56), a palavra escolhida para designar "um grupo de palavras cujos fonemas inicial e final correspondem aos da suposta palavra-tema". Além desses fonemas, um *manequim* completo inclui outros constituintes fônicos da palavra-tema.

O silabograma é formado por dífonos e trífonos extraídos dos versos que contêm o anagrama.

Em versos de Lucrécio, por exemplo, que falam de Vênus expressamente - *alma Venus* - o hipograma é Afrodite, nome grego da mesma deusa. Não está expressa no poema, mas subjaz nos inúmeros anagramas que têm o mesmo *manequim*, isto é, inúmeras seqüências começadas com A e terminadas com E.

Sirva de exemplo o anagrama encontrado no terceiro verso da seguinte estrofe:

Revista
do GELNE
Ano 5
Nos. 1 e 2
2003

³ Palavras *dans le vent* são aquelas que "traduzem uma moda passageira ou um fenômeno real em uma forma que encontra a adesão de um vasto público por razões complexas, freqüentemente por puro mimetismo" Guilbert, 1975: 88). Opõem-se às palavras-testemunho "cuja aparição marca uma mutação sociológica ou sociocultural de uma época e, por isto, são duradouras" (ibid.).

*Nam simul ac species patefactast uerna diei,
et reserata uiget genitabilis aura fauoni,
aeriae primum uolucres te, diua, tuumque
significant initum percussae corda tua ui.*⁴

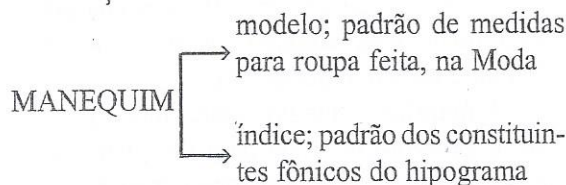
A palavra-tema Afrodite pode ser encontrada no paramorfe abaixo analisado:

MANEQUIM: *Aëricæ primum volucrēs tġ*⁵

SILABOGRAMA: Entre o início do manequim - A - e o fim - E - são colocados os seguintes elementos silábicos, colhidos na estrofe:

- A- início do manequim.
- Af- aurAFavōnī.
- [-FR-] havendo a possibilidade de que o φ grego da época fosse *pf*, Saussure considera o *pr* encontrado em *primum* como *fr*.
- ROD- encontrado em *percussae cORDa tuā vī*, alterada a posição do *r*.
- DĪ- em *tē DĪ-va tuumqvē*.
- IT- em *uiget gen-IT-abilis*.
- Tġ termina o manequim.

Comparando o texto da Moda e o da teoria de Saussure, a palavra *manequim*, que é também palavra-tema no primeiro, tem neles sentidos em intersecção:



Starobinski (1974, p. 46) vê a palavra-tema⁶ como um tecido, como a trama no discurso poético: "Ela apenas se presta ao jogo da *composição*: após ter tido a densidade de uma palavra plena, abre suas malhas fônicas para se tornar uma espécie de talagarça". Acredita ser suposição de Saussure que o leitor desses versos saiba reconhecer a palavra *subposta*; isto, mesmo que o poema contenha várias palavras-tema a constituir a trama do discurso.

Vendo o discurso da Moda também como um tecido, as palavras-tema seriam nele a trama feita de palavras-fio que se entrelaçam na urdidura

das palavras-chave. Misturadas à urdidura e à trama, as palavras de caracterização, frequentemente pouco específicas e muito mais conotativas, seriam aqueles fios que fazem o discurso-tecido da Moda diferente de todos os outros: pleno de fantasia, feito de palavras *dans le vent*, que buscam traduzir e fixar o efêmero.

LISTA DE ABREVIATURAS

- NA - Novo Aurélio
- PR - *Petit Robert*
- Mm. - modaMoldes

REFERÊNCIAS

- BARTHES, Roland. Pesquisas semiológicas. Retórica da Imagem. *Communication* 4, 1964: Trad. de Isabel Rodrigues e Renina Katz Pedreira.
- _____. *Sistema da moda*. Trad. de Lineide L. S. Mosca, São Paulo: Nacional/EDUSP, 1979.
- DURAND, José Carlos. *Moda, luxo e economia*. São Paulo: Babel Cultural, 1988.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.
- GUILBERT, Louis. *La créativité lexicale*. Paris, Larousse, 1975.
- IORDAN Iorgu. *Introdução à Lingüística românica*. 2. ed. Trad. de Júlia Dias Ferreira. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1982.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Trad. de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- MATORÉ, Georges. *La méthode en lexicologie. Domaine français*. 2. ed. Paris: Marcel Didier, 1953.
- ROBERT, Paul. *Le Petit Robert: dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Paris: S.N.L.- Dictionnaire LE ROBERT, 1972.
- ROBIN, Régine. *História e Lingüística*. Trad. de Adélia Bolle. São Paulo: Cultrix, 1977.
- SILVA, Agostinho. *O epicurismo e "Da Natureza"*. Rio de Janeiro: Ediouro, s/d.
- STAROBINSKI, Jean. *As palavras sob as palavras*. Os anagramas de Ferdinand de Saussure. Trad. de Carlos Vogt. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- VESTERGAARD, Torben/SCHRODER, Kim. *A linguagem da propaganda*. Trad. de João Alves dos Santos e Gilson Cesar Cardoso de Souza. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- VINCENT-RICARD, Françoise. *As espirais da moda*. Trad. de M. Inês Rolim. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- WILSON, Elizabeth. *Enfeitada de sonhos*. Moda e modernidade. Lisboa: Edições 70, 1989.

⁴ "Apenas reaparece o aspecto dos dias primaveris e o sopro criador do favônio já livre ganha forças, primeiro te celebram, e à tua vinda, ó deusa, as aves do ar, pela tua força abaladas no mais íntimo do peito (SILVA, Agostinho da - *O epicurismo e "Da Natureza"*. p. 79)".

⁵ Conforme nota de Starobinski, o terceiro verso "*no seu todo*" (grifo do autor) forma um manequim. O complexo citado é apenas um primeiro compartimento, todavia mais característico pelo seu *tġ* que o complexo total: // *Aëricæ primum volucres tġ / diva tuumqv? !*" (p. 57)

⁶ Starobinsky (1974, p. 102) chama a palavra-tema também de palavra-chave.