



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CATALÃO (UFCAT)
INSTITUTO DE ESTUDOS DA LINGUAGEM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA LINGUAGEM

WELITON TAVARES VIEIRA

**O ENUNCIADO FÍLMICO O *DIABO VESTE PRADA*:
uma análise bakhtiniana do signo ideológico “diabo”**

CATALÃO (GO)
2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
UNIDADE ACADÊMICA ESPECIAL DE LETRAS E LINGUÍSTICA

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação Tese Outro*: _____

*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

2. Nome completo do autor

Weliton Tavares Vieira

3. Título do trabalho

"O ENUNCIADO FÍLMICO O DIABO VESTE PRADA: uma análise bakhtiniana do signo ideológico diabo"

4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);

b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inscrito no arquivo da tese ou dissertação.

O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Grenissa Bonvino Stafuzza, Professor do Magistério Superior**, em 28/02/2023, às 16:14, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **WELITON TAVARES VIEIRA, Discente**, em 28/02/2023, às 22:42, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

WELITON TAVARES VIEIRA

**O ENUNCIADO FÍLMICO *O DIABO VESTE PRADA*:
uma análise bakhtiniana do signo ideológico “diabo”**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem – nível de Mestrado – do Instituto de Estudos da Linguagem da Universidade Federal de Catalão – UFCAT, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Estudos da Linguagem.

Linha de pesquisa: Discurso, Sujeito e Sociedade

Orientadora: Profa. Dra. Grenissa Bonvino Stafuzza

CATALÃO (GO)
2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFCAT.

Vieira, Weliton Tavares

O enunciado fílmico O Diabo veste Prada : uma análise bakhtiniana do signo ideológico "diabo" / Weliton Tavares Vieira. - 2023.

105, f.: il.

Orientadora: Profa. Dra. Grenissa Bonvino Stafuzza.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Catalão, Instituto de Estudos da Linguagem, Catalão, Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, Catalão, 2023.

Bibliografia.

Inclui fotografias, gráfico, lista de figuras.

1. Sujeito. 2. Diálogo. 3. Signo ideológico. 4. Enunciado fílmico. 5. Diabo. I. Stafuzza, Grenissa Bonvino, orient. II. Título.

CDU 8+7



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

UNIDADE ACADÊMICA ESPECIAL DE LETRAS E LINGUÍSTICA

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

Ata nº 27/2023 da sessão de Defesa de Dissertação de Weliton Tavares Vieira, que confere o título de Mestre em Estudos da Linguagem, na área de concentração Linguagem, Cultura e Identidade.

Aos vinte e oito dias do mês de fevereiro de dois mil e vinte e três, a partir das oito horas e trinta minutos, via Videoconferência, realizou-se a sessão pública de Defesa de Dissertação intitulada "O ENUNCIADO FÍLMICO O DIABO VESTE PRADA: uma análise bakhtiniana do signo ideológico diabo", de autoria do mestrando **Weliton Tavares Vieira**, matrícula 2021100423. Os trabalhos foram instalados pela Orientadora, Professora Doutora Grenissa Bonvino Stafuzza (PPGEL/UFCAT) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Prof. Dr. Marco Antonio Villarta-Neder (UFLA), membro titular externo; Profa. Dra. Assunção Aparecida Laia Cristóvão (Unifran), membro titular externo. Durante a arguição os membros da banca **não fizeram** sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Dissertação, tendo sido o candidato (X) Aprovado () Reprovado por seus membros. Proclamados os resultados pela Profa. Dra. Grenissa Bonvino Stafuzza, Presidente da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos vinte e oito dias do mês de fevereiro de dois mil e vinte e três.

Observações:

Banca Examinadora de Qualificação/Defesa Pública de Dissertação/Tese realizada em conformidade com a Portaria da CAPES n. 36, de 19 de março de 2020, de acordo com seu segundo artigo:

Art. 2º A suspensão de que trata esta Portaria não afasta a possibilidade de defesas de tese utilizando tecnologias de comunicação à distância, quando admissíveis pelo programa de pós-graduação stricto sensu, nos termos da regulamentação do Ministério da Educação.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Grenissa Bonvino Stafuzza, Professor do Magistério Superior**, em 07/03/2023, às 10:24, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Assunção Aparecida Laia Cristóvão, Usuário Externo**, em 09/03/2023, às 15:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Marco Antonio Villarta Neder, Usuário Externo**, em 13/03/2023, às 10:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3575468** e o código CRC **940A31B1**.

Referência: Processo nº 23070.000466/2023-81

SEI nº 3575468

NOTA

Os Programas de Pós-Graduação stricto sensu que ainda estavam vinculados à Universidade Federal de Goiás (UFG) já foram migrados na CAPES para a Universidade Federal de Catalão (UFCAT). Entretanto, a UFCAT ainda utiliza o Sistema Eletrônico de Informação (SEI) da UFG. Por este motivo, no Termo de Ciência e de Autorização (TECA) e na Ata de Defesa ainda aparecem a informação e a logo da UFG.

Dedico este trabalho a todos os docentes que exercem a profissão sem medo e sem romantização, conscientes de que não são missionários, nem tampouco vão salvar o mundo, mas têm o compromisso consigo mesmos de se manterem em contínuo desenvolvimento por meio da pesquisa, para ocuparem o lugar de sujeito do profissional que merece o maior prestígio da sociedade: o professor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao DEUS de Abraão, de Isaque e de Jacó, que é o meu refúgio e a minha fortaleza, meu amigo, o Pai que nunca soltou da minha mão; minha luz, minha esperança, a força da minha vida, meu socorro em tempos de angústia. Obrigado, Pai!

Agradeço à minha mãe, Mariza, cujas orações me mantêm de pé.

Agradeço à minha orientadora, Professora Dra. Grenissa Bonvino Stafuzza, que acreditou em mim quando nem eu mesmo acreditava mais e, embora “não haja alibi para a existência”, existem pessoas como a Grenissa, que nos ajudam a continuar existindo. Obrigado pelos ensinamentos. Obrigado pela paciência. Obrigado por existir.

Agradeço à minha diretora, Cleide Mendonça, que não mediu esforços para que eu pudesse continuar este curso de Mestrado.

Agradeço à Secretaria Municipal de Educação de Caldas Novas, por ter me concedido a licença para concluir este curso.

Agradeço ao Professor João Jonas, que me apresentou o edital e me incentivou a participar do processo de seleção do Mestrado.

Agradeço à amiga Jaciely Soares, que sempre me incentivou e acreditou no meu potencial.

Agradeço à minha irmã Silvaina Maria, pelo apoio e pelas preces que me ajudam a caminhar na jornada da vida, lembrando sempre que desistir não é uma opção.

Agradeço aos Professores Marco Antônio Villarta-Neder e Assunção Aparecida Laia Cristóvão por todas as contribuições de suma importância para o desenvolvimento desta pesquisa.

Agradeço a todos os Professores e Professoras deste programa, cujos ensinamentos contribuem para o fazer científico.

Agradeço aos colegas de curso Ana Maria, Loraine Vidigal e Marcelo Amorim por compartilharem comigo seus conhecimentos acadêmicos.

Agradeço à Secretaria do PPGEL UFCAT, pela presteza, gentileza e delicadeza no trato com os discentes deste programa.

“Quem espera que o Diabo ande pelo mundo com chifres, será sempre sua presa.”

(SCHOPENHAUER, *Aforismos para a Sabedoria de Vida*, p. 211)

RESUMO

Esta pesquisa se propõe a analisar o enunciado fílmico *O Diabo Veste Prada*, sob a luz da teoria bakhtiniana e do Círculo, com o objetivo de compreender os sentidos produzidos pelo signo ideológico “diabo”, dentro do contexto sócio-histórico-cultural do filme. Também objetivamos identificar os processos históricos, sociais, culturais e os discursos que constituem o enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, interpretando as relações dialógicas que corroboram a arquitetônica do sujeito bakhtiniano na relação entre as personagens Andrea Sachs (Anne Hathaway) e Miranda Priestly (Meryl Streep), ilustrando a dinâmica do enunciado concreto sob o viés bakhtiniano. Para tanto, utilizamos o método sociológico de análise dos enunciados para identificarmos os sentidos de “diabo” produzidos no filme, como resposta aos outros sentidos ideológicos produzidos por esse signo ao longo da história. Desse modo, este estudo trabalha com uma abordagem dialógica e é de caráter analítico, descritivo e interpretativo. É analítico porque faz uso da perspectiva bakhtiniana para orientar a análise discursiva do enunciado fílmico e o estudo do signo ideológico “diabo”; é descritivo porque realizamos a descrição da realidade social refletida e refratada pelo signo ideológico “diabo” através da personagem Miranda Priestly, em *O Diabo veste Prada*; é interpretativo porque conta com as leituras do pesquisador e seu posicionamento diante dos diálogos estabelecidos com o objeto de análise. Nesse sentido, abordamos as noções de signo ideológico, enunciado, tema, significação, diálogo, responsabilidade, sujeito e sentido (BAKHTIN, 2019; BAKHTIN, 2016; BAKHTIN, 2011; BAKHTIN, 2013; BAKHTIN, 2010; BAKHTIN, 2008; MEDVIÉDEV, 2012; VOLÓCHINOV, 2019; VOLÓCHINOV, 2018). Também contamos com a contribuição de outros autores, filósofos e pesquisadores que nos ajudaram a compor o arcabouço teórico desta pesquisa. No que concerne à metodologia aplicada, optamos por trabalhar com a coleta de cenas, as quais denominamos de “capturas ou *prints* de tela”. Foram noventa e oito cenas capturadas no total, das quais elencamos quarenta e nove para compor este trabalho. Ao descrever, interpretar e analisar as cenas coletadas, verificamos que as personagens Andrea Sachs e Miranda Priestly se inscrevem em uma relação dialógica que faz vir à tona o complexo de sentidos disposto na forma do signo ideológico “diabo”. Neste caso, o sentido de “diabo” presente no *corpus* traz reminiscências da Idade Média, da Renascença, do Iluminismo e da Estética Romântica; no entanto, é por meio do discurso capitalista da moda, mantido e operacionalizado por meio da vaidade, que ele se manifesta em *O Diabo veste Prada*.

Palavras-chave: sujeito, diálogo, signo ideológico, enunciado fílmico, diabo.

ABSTRACT

This research aims to analyze the filmic utterance *The Devil Wears Prada*, under the light of the Bakhtinian and the Circle's theory, with the purpose of understanding the meanings produced by the ideological sign "devil", within the social-historical-cultural context of the film. We also aim to identify the historical, social, cultural processes and the discourses that constitute the filmic utterance *The Devil Wears Prada*, interpreting the dialogic relations which corroborate the architectonics of the Bakhtinian subject in the relationship between the characters Andrea Sachs (Anne Hathaway) and Miranda Priestly (Meryl Streep), by illustrating the dynamics of the concrete utterance from a Bakhtinian perspective. To do so, we use the sociological method for analyzing utterances to identify the meanings of "devil" produced in the film, as a response to the other ideological meanings produced by this sign throughout history. As such, this study works with a dialogical approach and it has analytical, descriptive, and interpretive aspects. It is analytical because it makes use of the Bakhtinian perspective to guide the discourse analysis of the filmic utterance and the study of the ideological sign "devil"; it is descriptive because we carried out the description of the social reality reflected and refracted by the ideological sign "devil" through the character Miranda Priestly, in *The Devil Wears Prada*; it is interpretive because it relies on the researcher's readings and his positioning before the dialogues established with the object of analysis. In this sense, we addressed the notions of ideological sign, utterance, theme, signification, dialogue, responsibility, subject and meaning (BAKHTIN, 2019; BAKHTIN, 2016; BAKHTIN, 2011; BAKHTIN, 2013; BAKHTIN, 2010; BAKHTIN, 2008; MEDVI-ÉDEV, 2012; VOLÓCHINOV, 2019; VOLÓCHINOV, 2018). We also made use of the contribution of other authors, philosophers, and researchers who helped us build the theoretical framework of this research. Regarding the methodology applied, we chose to work with the collection of scenes, which we have called "captures or screenshots". Ninety-eight scenes were captured in total, of which forty-nine were selected to be part of this work. By describing, interpreting and analyzing the scenes collected, we verified that the characters Andrea Sachs and Miranda Priestly engage themselves in a dialogic relationship that brings out the complex of meanings arranged in the form of the ideological sign "devil". In this case, the meaning of "devil" featured in the *corpus* brings reminiscences of the Middle Ages, the Renaissance, the Enlightenment and Romantic Aesthetics; however, it is through the capitalist discourse of fashion, maintained and operationalized through vanity, that it manifests itself in *The Devil Wears Prada*.

Keywords: subject, dialogue, ideological sign, filmic utterance, devil.

LISTA DE IMAGENS

Figura 1 – Diagrama – Constituição histórica do signo “diabo”	43
Figura 2 – Diagrama – Constituição histórica do signo “diabo”	44
Figura 3 – Captura de tela – 00:45:04 – <i>O Diabo veste Prada</i>	51
Figura 4 – Captura de tela – 00:45:07 – <i>O Diabo veste Prada</i>	51
Figura 5 – Captura de tela – 00:45:09 – <i>O Diabo veste Prada</i>	52
Figura 6 – Captura de tela – 00:08:55 – <i>O Diabo veste Prada</i>	54
Figura 7 – Captura de tela – 00:09:32 – <i>O Diabo veste Prada</i>	54
Figura 8 – Captura de tela – 00:09:33 – <i>O Diabo veste Prada</i>	55
Figura 9 – Captura de tela – 00:09:37 – <i>O Diabo veste Prada</i>	55
Figura 10 – Captura de tela – 00:09:41 – <i>O Diabo veste Prada</i>	55
Figura 11 – Captura de tela – 00:09:42 – <i>O Diabo veste Prada</i>	56
Figura 12 – Captura de tela – 00:38:07 – <i>O Diabo veste Prada</i>	58
Figura 13 – Captura de tela – 00:38:09 – <i>O Diabo veste Prada</i>	58
Figura 14 – Captura de tela – 00:30:44 – <i>O Diabo veste Prada</i>	66
Figura 15 – Captura de tela – 00:31:04 – <i>O Diabo veste Prada</i>	66
Figura 16 – Captura de tela – 00:31:07 – <i>O Diabo veste Prada</i>	66
Figura 17 – Captura de tela – 00:31:12 – <i>O Diabo veste Prada</i>	67
Figura 18 – Captura de tela – 00:31:22 – <i>O Diabo veste Prada</i>	67
Figura 19 – Captura de tela – 00:31:28 – <i>O Diabo veste Prada</i>	67
Figura 20 – Captura de tela – 00:35:56 – <i>O Diabo veste Prada</i>	69
Figura 21 – Captura de tela – 00:35:59 – <i>O Diabo veste Prada</i>	69
Figura 22 – Capturas de tela.....	73
Figura 23 – Captura de tela – 00:15:32 – <i>O Diabo veste Prada</i>	74
Figura 24 – Captura de tela – 00:15:37 – <i>O Diabo veste Prada</i>	75
Figura 25 – Captura de tela – 00:15:39 – <i>O Diabo veste Prada</i>	75
Figura 26 – Capturas de tela.....	76
Figura 27 – Captura de tela – 00:16:02 – <i>O Diabo veste Prada</i>	77
Figura 28 – Captura de tela – 00:16:03 – <i>O Diabo veste Prada</i>	78
Figura 29 – Captura de tela – 00:16:04 – <i>O Diabo veste Prada</i>	78
Figura 30 – Captura de tela – 00:16:09 – <i>O Diabo veste Prada</i>	78

Figura 31 – Captura de tela – 00:45:25 – <i>O Diabo veste Prada</i>	79
Figura 32 – Captura de tela – 00:45:44 – <i>O Diabo veste Prada</i>	80
Figura 33 – Captura de tela – 00:45:47 – <i>O Diabo veste Prada</i>	80
Figura 34 – Captura de tela – 01:15:02 – <i>O Diabo veste Prada</i>	81
Figura 35 – Captura de tela – 01:15:11 – <i>O Diabo veste Prada</i>	81
Figura 36 – Captura de tela – 01:15:16 – <i>O Diabo veste Prada</i>	82
Figura 37 – Captura de tela – 01:15:20 – <i>O Diabo veste Prada</i>	82
Figura 38 – Captura de tela – 01:15:21 – <i>O Diabo veste Prada</i>	82
Figura 39 – Captura de tela – 01:16:19 – <i>O Diabo veste Prada</i>	84
Figura 40 – Captura de tela – 01:16:20 – <i>O Diabo veste Prada</i>	84
Figura 41 – Captura de tela – 01:16:24 – <i>O Diabo veste Prada</i>	85
Figura 42 – Captura de tela – 01:37:13 – <i>O Diabo veste Prada</i>	86
Figura 43 – Captura de tela – 01:37:17 – <i>O Diabo veste Prada</i>	86
Figura 44 – Captura de tela – 01:37:22 – <i>O Diabo veste Prada</i>	87
Figura 45 – Captura de tela – 01:38:01 – <i>O Diabo veste Prada</i>	87
Figura 46 – Captura de tela – 01:38:07 – <i>O Diabo veste Prada</i>	87
Figura 47 – Captura de tela – 01:38:10 – <i>O Diabo veste Prada</i>	88
Figura 48 – Captura de tela – 01:38:16 – <i>O Diabo veste Prada</i>	88
Figura 49 – Captura de tela – 01:12:19 – <i>O Diabo veste Prada</i>	93

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	16
CAPITULO 1 - DO LINGUÍSTICO AO IDEOLÓGICO: A CONSTITUIÇÃO DO SIGNO SEGUNDO BAKHTIN E O CÍRCULO.....	25
1.1. Signo, significação e tema em <i>O Diabo veste Prada</i>	29
1.2. O signo ideológico "diabo".....	36
CAPITULO 2 - O ENUNCIADO FÍLMICO E SUAS POSSIBILIDADES DE ANÁLISE.....	45
2.1. Enunciado: responsividade na materialidade fílmica <i>O Diabo veste Prada</i>	53
2.2. O Método sociológico como instrumento de análise do enunciado fílmico.....	60
CAPITULO 3 - DIÁLOGO, SUJEITO E RESPONSABILIDADE EM <i>O DIABO VESTE PRADA</i>	64
3.1. A constituição do sujeito responsivo na relação eu-Andrea Sachs e o outro-Miranda Priestly	72
3.2. Relações dialógicas e a construção do sentido de "diabo" em <i>O Diabo veste Prada</i>	90
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	104
REFERÊNCIA DO <i>CORPUS</i>	106

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A partir das três primeiras décadas do século XX, o cinema começou a ganhar espaço no campo do entretenimento e afirmou-se enquanto arte. Desde então, a arte cinematográfica – com seus efeitos especiais, trilhas sonoras e aparatos tecnológicos – encanta multidões das mais variadas faixas etárias. Da criança ao idoso, o público permite-se entreter pelas narrativas fílmicas. Os filmes podem suscitar diversas emoções provocando riso, choro, compaixão, revolta, medo, ousadia; enfim, a sétima arte (como também é conhecido o cinema) é um vasto campo de diálogos capaz de acionar no público as mais diversas emoções. Por sua capacidade de comunicar ideias, suscitar emoções, promover ideologias, lançar modas, induzir comportamentos e fomentar imaginação, o filme pode dialogar com o espectador. Com base nisso, elegemos o longa-metragem *O Diabo veste Prada* como *corpus* deste estudo.

Nossa escolha baseou-se no fato de ser um filme *mass media* hollywoodiano, de fácil alcance, no qual enxergamos a viabilidade de se explorar, através dos estudos da linguagem, o complexo de sentidos produzido pelo signo ideológico “diabo” nessa materialidade, cuja trama traz a atriz Meryl Streep encarnando a poderosa editora de revista de moda Miranda Priestly e a atriz Anne Hathaway no papel de Andrea Sachs, a nova assistente de Miranda na revista Runway. O enredo gira em torno das agruras de Andrea na tentativa de superar as expectativas de sua chefe Miranda.

Vale ressaltar que existe um número considerável de pesquisas anteriores a esta, que utilizaram esse filme como objeto de análise; grande parte delas voltada para a área de *marketing* e liderança em ambiente de trabalho. Todavia, não encontramos nenhuma que se assemelha à proposta deste trabalho, que é analisar essa produção cinematográfica como um enunciado concreto. Mas, o que é um enunciado concreto segundo os postulados bakhtinianos e do Círculo?

Segundo a perspectiva bakhtiniana, os enunciados fundamentam-se nos diálogos, ou seja, os enunciados possuem caráter fundamentalmente dialógico e geram sentidos passíveis de análise unicamente dentro do contexto social no qual são produzidos. Para Bakhtin (2016, p. 37), cada enunciado permite-se ser sentido, interpretado e analisado em busca de seus sentidos. “Em cada enunciado [...] abrangemos, interpretamos, sentimos a intenção discursiva ou a vontade de produzir sentido por parte do falante, que determina a totalidade do enunciado, o seu volume e as suas fronteiras”.

Considerando esse ponto de vista, entendemos que o enunciado não está exclusivamente no verbal, pois um gesto corporal pode vir a ser um enunciado; um som gutural pode se constituir como enunciado; um olhar pode se tornar um enunciado; até mesmo o silêncio pode ser uma maneira de enunciar. Tudo depende dos processos históricos, sociais e culturais que constituem esses enunciados. É válido ressaltar que, para Bakhtin e o Círculo, a comunicação discursiva é fundamentalmente social; dessa forma, a constituição dos enunciados faz parte de um processo ininterrupto de interação discursiva.

Isso porque é através da alternância dos sujeitos do discurso que os enunciados são emoldurados e, é por meio de outros enunciados com os quais estão conectados, que ganham solidez e se constituem como unidade da comunicação discursiva. Posto que, do ponto de vista do filósofo russo e do Círculo, não há ineditismo no enunciado, ou seja, um enunciado proferido não foi dito pela primeira vez pelo enunciador; enunciados pretéritos atravessam o que foi dito, tornando possível a compreensão da mensagem enunciada.

Ademais, Bakhtin (2016) explicita que uma das principais características de um enunciado é sua conclusibilidade, ou seja, a possibilidade de resposta inerente ao que fora proferido, pois, “o primeiro e mais importante critério de conclusibilidade do enunciado é a possibilidade de responder a ele, em termos mais precisos e amplos, de ocupar em relação a ele uma posição responsiva” (BAKHTIN, 2016, p. 35). Em outras palavras, em um diálogo, o “eu” que fala, fala para um “outro” e espera uma resposta, por isso todo enunciado é responsivo; ou seja, todo enunciado anseia por uma resposta. Mas e a questão dos signos ideológicos? Como se constituem de acordo com a teoria bakhtiniana dos estudos da linguagem?

Para os estudos de Bakhtin e do Círculo, a linguagem é ideológica e nela não há neutralidade; isso faz com que os signos se tornem ideológicos, a partir do momento em que se constituem no processo de interação social, conforme explica Volóchinov (2018, p.55): “esses signos ideológicos, por sua vez, são constituídos no processo de interação social em que os interesses das diversas classes sociais direcionam o processo de construção das representações materializadas na palavra”. Assim, as palavras tornam-se signos ideológicos quando são carregadas de índices sociais de valor atribuídos pelos sujeitos sociais em suas relações dialógicas. É nesse processo de interação social que as representações são materializadas no signo, tornando-o ideológico. A essas representações socialmente valorativas, segundo Volóchinov (2018),

damos o nome de ideologias. Mas, por que pesquisar sobre o signo ideológico “diabo”?

Bem, entendemos que, desde a mais tenra idade, indivíduos de diferentes classes sociais e de diferentes contextos históricos familiarizam-se com a ideia da existência de um ser maligno, vil e tentador: o Diabo. Todavia, a grande maioria das pessoas não conhece de onde surgiu essa ideologia. Por essa razão, acreditamos que essa seja uma das funções da pesquisa no campo dos estudos da linguagem: esclarecer aspectos sócio-histórico-ideológicos que deram origem ao uso de determinados signos e como as interações discursivas se encarregaram de impregnar esses signos com posicionamentos valorativos ao longo da história.

No que tange ao Diabo, acreditamos que essa ideologia pode ter sido implantada no imaginário popular a partir do texto bíblico do Antigo Testamento, cuja narrativa retrata um fiel servo de Deus, chamado Jó, sendo submetido a grande tormento incitado por Satanás (do hebraico *ha-Satan*). De acordo com a vertente histórica elucidada por Nogueira (2002), há indícios de que, a partir dessa narrativa, Satã passou a ser associado ao sentido negativo, caracterizando um ser maligno, tentador e acusador. “Com a descrição dos tormentos de Jó, *ha-Satan* se transforma na entidade do Mal, no adversário de Deus e representará todo o Mal, todas as tentações; no Novo Testamento o Diabo – em sua tradução grega *Diábolos*, isto é, aquele que leva a juízo – se tornará o símbolo de todo o Mal” (NOGUEIRA, 2002, p. 16). No entanto, foi a partir das transformações socioculturais advindas do período Renascentista, que o arquétipo de um ser dotado de longos chifres pontiagudos e cauda protuberante, envolto em chamas e empunhando um tridente vermelho começou a ser associado aos sentidos provenientes do signo ideológico “diabo”, na esfera do imaginário popular cristão.

Para Bakhtin e o Círculo, história, ideologia e signo são elementos indissociáveis, posto que coexistem nas relações dialógicas dos enunciados. Pensando nisso, trazemos essa teoria para este estudo e compreendemos que, para que o signo ideológico “diabo” produzisse sentido dentro do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, ele foi perpassado por outros enunciados como, por exemplo, o enunciado bíblico da constituição do diabo como ser maligno.

Segundo Bakhtin (2010, p. 86) “o enunciado existente, surgido de maneira significativa num determinado momento social e histórico, não pode deixar de tocar os milhares de fios dialógicos existentes, tecidos pela consciência ideológica em torno

de um dado objeto de enunciação, não pode deixar de ser participante ativo do diálogo social”. A partir dessa afirmativa, depreendemos que os fios dialógicos que constituem o enunciado fílmico *O Diabo veste Prada* são peça chave na produção dos sentidos que se exteriorizam por meio do signo ideológico “diabo”, naquela realidade social.

Não podemos esquecer de que, para compreendermos um signo, é necessário levar em conta a relação deste com outros signos já existentes. Quer dizer, a compreensão dos sentidos imanentes do signo ideológico “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, requer o entendimento dos outros signos com os quais ele se relaciona. Um desses outros signos é a versão valorativa do diabo no imaginário popular cristão. Volóchinov (2018, p. 95) discorre sobre essa relação entre os signos quando afirma que “a compreensão de um signo ocorre na relação deste com outros signos já conhecidos; em outras palavras, a compreensão responde ao signo e o faz também com signos. Essa cadeia da criação e da compreensão ideológica, que vai de um signo a outro e depois para um novo signo, é única e ininterrupta.” Em resumo, do ponto de vista de Bakhtin e do Círculo, os signos gravitam, ininterruptamente, em torno dos mais variados contextos sócio-histórico-culturais, de cujas relações sociais emergem seus processos valorativos e a partir de onde seus sentidos são produzidos.

Com base nos postulados bakhtinianos e do Círculo, além de fazer parte de uma realidade, o signo pode refletir e refratar outra realidade. Em outras palavras, o signo ideológico “diabo” faz parte da realidade ideológica do imaginário popular cristão e, naquela realidade, ele produz sentidos de valoração negativa, conforme já elucidamos anteriormente. Contudo, esse mesmo signo reflete e refrata outra realidade dentro do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, distorcendo a realidade anterior e passando a representar valoração positiva; isto é, a alegoria de um diabo iluminado, apoteótico e luxuoso. É sobre esse fenômeno de reflexo e refração sógnico que Volóchinov (2018, p. 93) fala, ao afirmar que “o signo não é somente uma parte da realidade, mas também reflete e refrata uma outra realidade, sendo por isso mesmo capaz de distorcê-la, ser-lhe fiel, percebê-la de um ponto de vista específico e assim por diante”.

Para entendermos melhor a questão relativa ao processo de reflexo e refração dos signos, tomemos por exemplo a imagem bestial do diabo, com chifres, cauda, asas sombrias e tridente vermelho. Na realidade do imaginário popular cristão, essa alegoria do diabo é a personificação do mal. Nas embalagens de produtos eróticos, a presença de chifres e cauda vermelhos aludem à sedução e ao desejo sexual. Ainda, nos desenhos animados, esse arquétipo sinaliza o lado negativo da consciência das

personagens. Entretanto, se observarmos a orientação social do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, o signo ideológico “diabo” assume uma valoração de requinte, sofisticação, intelectualidade, soberania, sucesso e glamour; valores esses encarnados pela personagem Miranda Priestly.

À vista do exposto, compreendemos que não é possível analisar qualquer enunciado que seja fora de seu contexto de avaliação social. Conforme assevera Volóchinov (2018, p. 237), “a consideração da avaliação social é necessária justamente para compreender a formação histórica do tema e das significações que o realizam. A formação do sentido na língua está sempre relacionada com a formação do horizonte valorativo do grupo social [...]” Pautados nessa afirmação, acreditamos que o grupo social que valora o signo ideológico “diabo” no contexto do imaginário popular cristão não faz parte do grupo social que valora esse signo ideológico no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*.

Com base no exposto, levantamos os seguintes questionamentos, que nortearam a investigação conduzida nesta pesquisa: i) quais sentidos são produzidos em relação ao signo ideológico “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*?; ii) de que maneira as relações dialógicas contribuem para a produção do sentido de “diabo”, no enunciado fílmico analisado? Mediante essas questões, levantamos a hipótese de que, o signo ideológico “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, produz sentidos ideologizados pelo discurso capitalista da moda (prevalente no filme do início ao fim), encarnado pela personagem Miranda Priestly.

É válido ressaltar que não é nosso propósito dar conta de toda a profusão de sentidos que o *corpus* possa produzir; porém, nosso objetivo geral baseia-se em analisar o enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, com o intuito de compreender os sentidos produzidos pelo signo ideológico “diabo”, dentro do contexto sócio-histórico-cultural do filme. Por conseguinte, nossos objetivos específicos se resumem a: i) identificar os processos históricos, sociais, culturais e os discursos que constituem o enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*; ii) interpretar as relações dialógicas que corroboram a arquitetura do sujeito bakhtiniano, no enunciado fílmico em estudo; iii) ilustrar a dinâmica do enunciado concreto na perspectiva bakhtiniana, no *corpus* de estudo.

No que tange à fundamentação teórica, desenvolvemos este estudo a partir dos pressupostos teóricos da perspectiva dialógica bakhtiniana e do Círculo aplicada aos estudos da linguagem. Nesse sentido, acionamos as noções de signo ideológico, enunciado, tema, significação, diálogo, responsabilidade, sujeito e sentido (BAKHTIN,

2019; BAKHTIN, 2016; BAKHTIN, 2011; BAKHTIN, 2013; BAKHTIN, 2010; BAKHTIN, 2008; MEDVIÉDEV, 2012; VOLÓCHINOV, 2019; VOLÓCHINOV, 2018). Outrossim, nos valem da contribuição nodal de outros autores, filósofos e pesquisadores que, por meio de suas teorias, colaboraram para o desenvolvimento deste estudo.

Levando em consideração que um filme é um produto cultural, inscrito em determinado contexto sócio-histórico-cultural e que, portanto, enuncia ideologias inerentes à sua realidade de produção, a metodologia desta pesquisa opera com o método sociológico de análise dos enunciados, proposto por Bakhtin e o Círculo, por meio do qual intentamos identificar os sentidos de “diabo” produzidos no filme, como resposta aos outros sentidos ideológicos produzidos por esse signo ao longo da história. Por esse motivo, o presente estudo é de natureza dialógica, de caráter analítico, descritivo e interpretativo. É analítico porque faz uso da perspectiva bakhtiniana para orientar a análise discursiva do enunciado fílmico e o estudo do signo ideológico “diabo”; é descritivo porque realizamos a descrição da realidade social refletida e refratada pelo signo ideológico “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*; é interpretativa porque conta com as leituras do pesquisador e seu posicionamento diante dos diálogos apresentados.

Tendo isso em mente, consideramos o método sociológico como sendo peça chave para a condução deste estudo, porque essa metodologia não considera o sentido e o signo em uma palavra de maneira isolada. Pelo contrário, o método sociológico enxerga o enunciado como um ato social, dentro de seu contexto sócio-histórico de produção. Destarte, os sentidos criados a partir dos signos ideológicos são reflexo e refração da realidade social na qual se constituem, do acontecimento de comunicação. Medviédev (2012, p. 183) reforça o que acabamos de expor, quando explica que, “qualquer enunciado concreto é um ato social. Por ser também um conjunto material peculiar – sonoro, pronunciado, visual – o enunciado ao mesmo tempo é uma parte da realidade social”.

Por ser um fenômeno histórico, entendemos que o enunciado fílmico *O Diabo veste Prada* reage a outros enunciados. Portanto, é nosso objetivo identificar e entender a quais enunciados ele reage; e é a avaliação sociológica que fornece subsídios metodológicos para chegar a uma conclusão a respeito dessa conjectura. Ora, se um de nossos objetivos é analisar os sentidos produzidos através do signo ideológico “diabo”, fazê-lo pelo viés sociológico parece-nos ser a opção mais adequada. Haja vista que, conforme elucida Volóchinov (2018, p. 352), “a teoria da avaliação social na

palavra esclarece bastante a história das mudanças dos significados das palavras na língua, criando pela primeira vez uma base verdadeiramente científica para o seu estudo”.

Em suma, elegemos essa metodologia, porque “ela determina a fisionomia histórica de cada feito e de cada enunciado, sua fisionomia de indivíduo, de classe e de época. A avaliação social determina todos os aspectos do enunciado, penetrando-o por inteiro [...]” (MEDVIÉDEV, 2012, p. 185). Compartilhamos do mesmo ponto de vista do autor, porque compreendemos o enunciado, neste estudo, como um evento histórico-social concreto. Por essa razão, os índices sociais de valor impregnados na palavra – o que faz dela um signo ideológico – produzem sentidos que nunca são fixos, mas sofrem variações de acordo com as interações sociais.

No que tange à metodologia, entendemos que, para analisar um enunciado fílmico, precisamos seguir determinados passos metodológicos dos quais a observação é peça fundamental no direcionamento dos objetivos da análise. Desse modo, escolhemos estudar o *corpus* sob a perspectiva das configurações sociais em que o filme se encaixa e sua produção de sentidos. Para conduzir a análise do nosso objeto de pesquisa, assistimos ao filme cinco vezes (sem contar as vezes que já havíamos assistido, sem o olhar analítico). Encontramos facilidade para reproduzir o filme na internet, pois está disponível em diversos *sites* de acesso gratuito. Na primeira exibição, assistimos ao filme sem interrupções, para ter uma compreensão holística da narrativa.

Na segunda reprodução do longa-metragem, fizemos anotações que consideramos pertinentes; pois, quando anotamos, não só consolidamos nossa compreensão do filme, mas também nos preparamos para a análise. Sendo assim, tomamos nota de nossas primeiras reflexões e interpretações sobre o filme; como o filme se conecta ao nosso objetivo de análise; fizemos um resumo da trama; escrevemos descrições rápidas dos personagens principais e anotamos os temas e as ideias de maior relevância.

Na terceira exibição do filme, nos atentamos para a produção de sentidos possível de ser construída em relação ao signo ideológico “diabo” e desenvolvemos nossa compreensão das ideias centrais da trama, associando os temas à fundamentação teórica do Círculo bakhtiniano. Vimos, ainda, como as cenas individuais se encaixam na narrativa como um todo que significa e entendemos que há cenas de maior relevância no longa-metragem, para o estudo do signo ideológico “diabo”. Isto é, elas

transmitem uma ideologia ou se destacam como clímax da trama. Destarte, identificamos e fizemos uma lista dessas cenas, marcando o tempo de cada uma delas. Na sequência, identificamos aspectos da linguagem corporal utilizada pelas personagens, além de gestos, sons e outras características gerais. Ainda, nos atentamos à caracterização das personagens principais e associamos isso às relações dialógicas estabelecidas entre elas.

A quarta reprodução do filme permitiu-nos a coleta das cenas mais marcantes desse enunciado fílmico, as quais denominamos de “capturas ou *prints* de tela”. Foram noventa e oito cenas capturadas no total, das quais elencamos quarenta e nove para compor este trabalho. Para coletar essas imagens, utilizamos o recurso *Print Screen* disponível na maioria dos computadores. Após capturarmos a cena, colamos no *software Paint*, também encontrado como recurso nativo em grande parte dos computadores. Dentro do programa, recortamos as imagens e enquadrámos uma a uma, para que respeitassem um padrão de forma e tamanho, o que facilitou a utilização das mesmas no editor de texto *Word*. Também demarcamos o momento exato de cada uma dessas cenas, com o intuito de facilitar a localização das mesmas caso o leitor queira assistir ao filme.

Finalmente, ao passo que assistíamos *O Diabo veste Prada* pela quinta vez, fomos conduzindo a análise do *corpus*, concomitantemente com a exemplificação por meio das imagens das cenas capturadas. Através dessa metodologia, fomos tecendo a fundamentação teórica juntamente com o *corpus*, demonstrando a viabilidade desta pesquisa.

Visando facilitar a organização do conteúdo abordado neste estudo, distribuimos os temas em três capítulos. No primeiro capítulo, explicamos como os signos se constituem e de que maneira se tornam signos ideológicos, com base na teoria bakhtiniana. Também falamos sobre os aspectos históricos que deram origem ao signo “diabo” e como esse signo se tornou um signo ideológico, nas mais variadas esferas sociais. No segundo capítulo, discorremos sobre a construção do enunciado para Bakhtin e o Círculo; além disso, explicamos o caráter responsivo dos enunciados dentro da materialidade fílmica de *O Diabo veste Prada* e, ainda, elucidamos a operacionalização do método sociológico como instrumento de análise do enunciado fílmico.

Já no terceiro e último capítulo, tratamos sobre a temática da constituição do sujeito bakhtiniano, na relação eu-outro, entre Andrea Sachs e Miranda Priestly e, por fim, explicamos de que maneira as relações dialógicas corroboraram a construção do

sentido de “diabo” no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*. Nas considerações finais, expomos os resultados da pesquisa e o cumprimento das propostas de estudo elencadas como objetivos deste trabalho, bem como a ratificação da hipótese levantada. De posse de todas essas informações, passaremos agora para o primeiro capítulo desta pesquisa.

CAPÍTULO 1

DO LINGUÍSTICO AO IDEOLÓGICO: A CONSTITUIÇÃO DO SIGNO SEGUNDO BAKHTIN E O CÍRCULO

Estudar a linguagem tem sido um interesse humano há muitos séculos. A saber, desde o século IV a.C., hindus já buscavam analisar seus textos sagrados para descrever detalhes da sua língua. Mas foi no período helênico que as preocupações com a palavra e seu significado emergiram. Os gramáticos gregos queriam entender a relação entre a palavra e o conceito ou ideia a que ela se refere. No entanto, foi a partir do século XX que os estudos linguísticos ganharam notoriedade, quando Ferdinand de Saussure¹ propôs o reconhecimento da Linguística como ciência. Com ênfase no estudo do signo linguístico, Saussure denomina a ciência geral dos signos de: Semiologia.

A obra *Curso de linguística geral* apresenta a noção de que o signo linguístico seria a associação de um conceito a uma imagem acústica, e não a associação de um objeto a uma palavra. Dessa forma, o conceito refletiria a essência do objeto em si, possibilitando a diferenciação de outros objetos por meio de suas características singulares.

O signo linguístico une não uma coisa e uma palavra, mas um conceito e uma imagem acústica. Esta não é o som material, coisa puramente física, mas a impressão (*empreinte*) psíquica desse som, a representação que dele nos dá o testemunho de nossos sentidos; tal imagem é sensorial e, se chegamos a chamá-la “material”, é somente nesse sentido, e por oposição ao outro termo da associação, o conceito, geralmente mais abstrato. [...] O signo linguístico é, pois, uma entidade psíquica de duas faces: conceito e imagem acústica (SAUSSURE, 2012, p. 111).

Com base nessa teoria, a partir do momento em que as pessoas compreendem um conceito, associam-no a uma imagem acústica que representa mentalmente o som do objeto. Segundo Saussure (2012), essa ideia se sustenta partindo do pressuposto de que, quando pensamos em um objeto, acionamos a sua representação mental, mesmo que nenhum som seja emitido. Para ele, isso comprova que a imagem acústica dos objetos acontece antes das elocuições humanas.

¹ Ferdinand de Saussure é reconhecido como o fundador da linguística moderna e da semiologia, e como tendo traçado as bases para o estruturalismo e o pós-estruturalismo no campo linguístico.

Considerando o exposto, é possível compreender que, segundo a teoria saussuriana, a formação do signo linguístico acontece primeiro mentalmente, para depois se materializar por meio da fala; com base nessa premissa, os signos seriam, então, instrumentos de comunicação, por representarem os objetos e a realidade. Para Saussure (2012), esse processo de associação de ideias, partindo das imagens acústicas dos objetos, dá origem à comunicação humana, processo exemplificado pelo autor por meio do “circuito da fala”.

Suponhamos, então, duas pessoas, A e B, que conversam. O ponto de partida do circuito se situa no cérebro de uma delas, por exemplo A, em que os fatos de consciência, a que chamaremos conceitos, se acham associados às representações dos signos linguísticos ou imagens acústicas que servem para exprimi-los. Suponhamos que um dado conceito suscite no cérebro uma imagem acústica correspondente: é um fenômeno inteiramente psíquico, seguido, por sua vez, de um processo fisiológico: o cérebro transmite aos órgãos da fonação um impulso correlativo da imagem; depois, as ondas sonoras se propagam da boca de A até o ouvido de B: processo puramente físico. Em seguida, o circuito se prolonga em B numa ordem inversa: do ouvido ao cérebro, transmissão fisiológica da imagem acústica; no cérebro, associação psíquica dessa imagem com o conceito correspondente. Se B, por sua vez, fala, esse novo ato seguirá – de seu cérebro ao de A – exatamente o mesmo curso do primeiro e passará pelas mesmas fases sucessivas (SAUSSURE, 2012, p. 46).

Além disso, para o linguista supramencionado, os signos são constituídos de dois elementos: significante e significado. Mas, o que seriam esses dois desdobramentos do signo saussuriano? Enquanto o significante está relacionado à imagem acústica, podendo ser considerado como o material do signo que, por sua vez, representará a forma escrita ou falada desse signo, o significado representa o conceito do signo e, por conseguinte, é abstrato. Em outras palavras, se pensarmos no signo “diabo” enquanto manifestação fonética, criaremos a imagem acústica dessa palavra, as letras e os fonemas que a compõem.

Por exemplo, d-i-a-b-o (/d/i/a/b/o/); isso é o que Saussure chama de significante. Então, depois de formarmos essa imagem acústica, conseguimos criar uma representação mental desse signo, incluindo características físicas e detalhes, a partir do que sabemos sobre o assunto. Por exemplo, o signo diabo pode ser mentalmente representado pela forma grotesca de um monstro, um espírito ou gênio do mal, um anjo mau, uma pessoa de más qualidades, uma pessoa de aspecto físico desagradável, uma pessoa de grande sagacidade, dentre outros. Isso é o que Saussure denomina de significado.

A teoria de Saussure chama atenção para mais um fato em relação aos signos: eles obedecem às convenções linguísticas da comunidade do falante. Isto é, a relação entre os signos é arbitrária: “o laço que une o significante ao significado é arbitrário ou então, visto que entendemos por signo o total resultante da associação de um significante com um significado, podemos dizer mais simplesmente: o signo linguístico é arbitrário” (SAUSSURE, 2012, p. 108). Por exemplo, “diabo” em português, *devil* (inglês), *diavolo* (italiano), *diable* (francês). Logo, entendemos que, para o linguista, os signos não são naturais e se submetem às influências da comunidade linguística de cada falante. Para ele, a língua é um sistema isolado, completo em si mesmo, indiferente ao campo social.

Todavia, a filosofia da linguagem proposta por Mikhail Bakhtin e o Círculo se contrapõe a essa ideia estruturalista. O Círculo de Bakhtin era um grupo de estudiosos soviéticos, incluindo o filósofo (era assim que ele preferia ser chamado) Mikhail Bakhtin (1895-1975), o linguista Valentin Volóchinov (1895-1936), o estudioso literário Pavel Medviédev (1891-1938), dentre outros. Com base em uma variedade de posições filosóficas, o grupo desenvolveu uma filosofia das ciências humanas, linguagem, produção literária e história, e uma ampla teoria cultural.

Os membros desse Círculo foram considerados, em muitos aspectos, como alguns dos principais críticos do estruturalismo. Sua crítica à linguística saussuriana – que eles argumentaram tratar a linguagem como um objeto morto, neutro e estático de investigação – prefigura muitas das reivindicações dos teóricos pós-estruturalistas. Entre suas obras de maior eloquência, no que tange aos estudos da linguagem, está o livro *Marxismo e filosofia da linguagem*.

Bakhtin e o Círculo, por sua vez, acreditam que a linguística é limitada, porque revela apenas a forma da linguagem e não seu uso concreto. Isso leva a uma mudança da perspectiva de linguagem como sistema, para uma abordagem do uso social da linguagem. Conforme explica Stafuzza (2019, p. 74):

A obra do Círculo de Bakhtin tem como contribuição primordial, não apenas para a filosofia da linguagem, mas para as áreas das ciências humanas em geral, a reflexão sobre a natureza dialógica da linguagem. Isso significa dizer que ao considerar o outro como instância de interação verbal, social e ideológica, em uma dinâmica de embates, conflitos e contradições para a constituição do sujeito dialógico, a obra do Círculo estabelece uma abertura na tradição do campo da História das Ideias de como se pensar o sujeito e sua relação com a sociedade.

Enquanto Saussure está interessado na linguagem como um sistema abstrato, definido e pronto, Bakhtin está interessado na dinâmica da interação do discurso vivo, real. Onde Saussure vê a assimilação passiva, Bakhtin vê um processo de luta e contradição e, enquanto Saussure dicotomiza o indivíduo e o social, Bakhtin assume que o indivíduo é interpretado pelo social. Dessa forma, “a comunicação pensada pelo Círculo russo mostra-se um processo bastante complexo entre falantes, situado em um dado tempo e espaço, marcadamente social” (STAFUZZA, 2019, p. 74).

Assim, Bakhtin propõe o estudo da palavra como ferramenta de análise do aspecto ideológico da consciência humana. Segundo ele, o signo é construído socialmente e veicula a ideologia que existe em sua constituição. Essa ideia é endossada por Volóchinov (2018, p. 109), ao afirmar que “todo signo surge entre indivíduos socialmente organizados no processo de sua interação. Portanto, *as formas do signo são condicionadas, antes de tudo, tanto pela organização social desses indivíduos quanto pelas condições mais próximas da sua interação*” (grifos do autor).

O filósofo russo critica os estudos saussurianos baseados na ideia de que o signo linguístico se constitui fisicamente. Isso porque, para Bakhtin e o Círculo, as palavras são carregadas de ideologias e vivências dos seres sociais. Por esse motivo, a visão bakhtiniana defende que o signo é uma unidade linguística lotada de valores ideológicos e considera a palavra como o objeto principal da ciência das ideologias e dos sistemas de signos.

Todas as particularidades da palavra analisadas por nós – sua *pureza signíca*, seu *caráter ideológico neutro*, sua *participação na comunicação cotidiana*, sua *capacidade de ser palavra interior* e, por fim, sua *presença obrigatória como fenômeno concomitante em qualquer ato ideológico consciente* –, tudo isso faz da palavra um objeto basilar da ciência das ideologias. (VOLÓCHINOV, 2018, p. 101)

Enquanto a teoria de Saussure trabalha com significante e significado, a teoria bakhtiniana introduz os conceitos de signo e sinal. Segundo o Círculo de Bakhtin, esse primeiro pode ser compreendido, enquanto o segundo é identificado. Por essa razão, o sinal não pertence ao campo da ideologia, pois ele é apenas reconhecido e, por isso, imutável. Por outro lado, uma vez que o signo possui carga ideológica, necessita ser compreendido. Diante disso, observamos dois processos distintos: a identificação do sinal e a compreensão do signo. No tocante a isso, Volóchinov explica que:

Apenas um signo pode ser compreendido, já o sinal é reconhecido. O sinal é um objeto internamente imóvel e unitário que, na verdade, não substitui, reflete ou refrata nada, mas é simplesmente um meio técnico através do qual se aponta para algum objeto (definido e imóvel) ou para alguma ação (também definida e imóvel!). O sinal jamais deve ser relacionado à área do ideológico; [...]. Desse modo, o aspecto constitutivo da forma linguística enquanto signo não é sua identidade a si como um sinal, mas a sua mutabilidade específica. (VOLÓCHINOV, 2018, p. 178-179)

Diante do exposto, compreendemos que o signo, segundo a perspectiva bakhtiniana, só pode existir enquanto elemento de um meio social enunciativo e discursivo. Uma vez fora desse campo social, não seria mais signo, mas sim um sinal. Isso nos leva a entender que os signos – além de serem mutáveis e flexíveis – são carregados de valores sociais, históricos, ideológicos, constituídos unicamente por meio da interação social dos indivíduos.

De posse dessas informações, abordaremos, a seguir, as questões relacionadas ao signo, à significação e ao tema, em consonância com o enunciado fílmico *O Diabo Veste Prada*.

1.1 Signo, significação e tema em *O Diabo veste Prada*

Com base no exposto, entendemos que a natureza da linguagem está na materialidade do signo; pois, por hora, podemos dizer que a linguagem é um sistema de signos. Todavia, os signos não se limitam à linguagem; não são apenas os sons articulados que produzimos ou as palavras que escrevemos que carregam significado. Boa parte dos objetos que nos cercam podem, em determinadas circunstâncias sociais, carregar significados. Nesse caso, porém, esse objeto passará a possuir uma significação que vai além dos limites da sua existência particular. Assim como expõe Volóchinov (2018, p. 93):

Os signos também são objetos únicos e materiais e; como acabamos de ver, qualquer objeto da natureza, da tecnologia ou de consumo pode se tornar um signo. Neste caso, porém, ele irá adquirir uma significação que ultrapassa os limites da sua existência particular. O signo não é somente uma parte da realidade, mas também reflete e refrata uma outra realidade, sendo por isso mesmo capaz de distorcê-la, ser-lhe fiel, percebê-la de um ponto de vista específico e assim por diante. As categorias de avaliação ideológica (falso, verdadeiro, correto, justo, bom etc.) podem ser aplicadas a qualquer signo. O campo ideológico coincide com o campo dos signos. Eles podem ser iguados. Onde há signo há também ideologia. *Tudo o que é ideológico possui significação signica.* (grifos do autor)

À vista do exposto, depreendemos que, quando adentramos o domínio dos significados, somos levados também para o domínio da ideologia. Ou seja, os significados carregados pelos signos nos levam ao campo da valoração social; esses valores são produzidos através das relações sociais dos indivíduos e são, portanto, ideológicos. Logo, de acordo com a perspectiva de Bakhtin e do Círculo, os signos não possuem significados fixos; mas, por serem multifacetados, flexionam-se de diferentes maneiras para carregar diferentes valores.

Vejam, por exemplo, uma taça de vinho. Para o produtor rural, aquele vinho é o produto obtido através da fermentação do suco da uva, que passou pelo processo de plantio, colheita, extração do suco, fermentação, armazenamento, até se tornar a bebida pronta para venda ou exportação. Para o produtor e todos aqueles que compartilham com ele da mesma orientação social, o vinho tem sentido financeiro de renda e lucro. No entanto, imagine essa mesma taça de vinho nas mãos de um *sommelier*, que é um profissional treinado com profundo conhecimento sobre uvas e vinhos. Ele sabe como identificar as características e a origem de um vinho, como armazená-lo e como combiná-lo com alimentos. Esse tipo de profissional se encontra em meio à alta sociedade, em restaurantes requintados e, por sua orientação social, uma taça de vinho passa a produzir sentidos diferentes daqueles relativos ao produtor rural.

Agora pensemos essa mesma taça de vinho sobre uma mesa, em uma roda de amigos que estão curtindo um momento de descontração. O vinho neste meio social produz sentido de alegria, comemoração e relaxamento. Por fim, imagine essa taça de vinho sobre um altar de uma Igreja na ocasião da eucaristia. Nesse contexto social, o vinho está constituído pelo discurso religioso e passa a produzir sentidos sacros, representando o sangue do Cristo, conforme citado no texto bíblico do Evangelho segundo Mateus², capítulo 26, versos 27 e 28: “[...] em seguida, Jesus tomou um cálice, deu graças e o entregou aos seus discípulos, proclamando: “Bebei dele todos vós. Pois isto é o meu sangue da aliança, derramado em benefício de muitos, para remissão de pecados [...]”. Com base no exposto, observamos que a orientação social é o princípio basilar da formação dos signos e, por conseguinte, da produção de sentidos.

Sendo assim, para adquirir sua forma sígnica, o objeto necessita obter uma significação interindividual; processo esse que só pode ocorrer no âmbito social, por meio das relações interpessoais dos indivíduos. Isto é, por meio da interação social os

² BÍBLIA. N.T. Mateus. Português. In: *A Bíblia sagrada: antigo e novo testamento*. Tradução de João Ferreira de Almeida. Brasília: Sociedade Bíblica do Brasil, 2018.

indivíduos imprimem nos signos a valoração ideológica que possibilitará a entrada desse signo no mundo da ideologia; uma vez carregado de valores ideológicos, o signo passa a ter uma significação. Conforme explicita Volóchinov (2018, p. 111):

Uma vez que o signo é criado entre os indivíduos e no âmbito social, é necessário que o objeto também obtenha uma significação interindividual, pois apenas assim ele poderá adquirir uma forma signica. Em outras palavras, somente aquilo que adquiriu um valor social poderá entrar no mundo da ideologia, tomar forma e nele consolidar-se. (grifos do autor)

Como vimos acima, é necessário que haja um intercâmbio ideológico entre os indivíduos que participam do discurso no meio social. Durante essa troca de ideologias, existem elementos que são compartilhados pelos falantes, isto é, para que haja uma significação mútua do que está sendo dito, o discurso verbal necessita se fundir inseparavelmente a um evento na vida.

Além disso, enquanto a interação discursiva acontece, a entonação possui papel nodal no processo de significação. Primeiro, porque “sem uma ênfase valorativa (entonação) não há palavra” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 233). Segundo, porque “entonações expressam as avaliações dos falantes. Essas avaliações, bem como as entonações correspondentes, ficam inteiramente determinadas na situação social mais próxima da conversa”. E, terceiro, porque “na fala cotidiana, a entonação costuma ter uma significação totalmente independente da sua composição semântica” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 235).

Conforme vimos até aqui, os objetos se tornam signos a partir do momento que passam pelo crivo da ideologia, que é a valoração impressa nesse signo por meio de elementos chave como: a vivência (o signo necessariamente deve ser associado a um acontecimento da vida real) e a entonação (a expressão da avaliação dos falantes), ambos quesitos basilares da construção da significação. Essa, por sua vez, “faz com que uma palavra seja uma palavra. É também a significação que faz com que uma vivência seja uma vivência” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 117). Todo esse processo acontece durante a interação discursiva dos indivíduos que compartilham de um mesmo meio social. Mas, e o tema?

Para Volóchinov (2018), o tema está relacionado a um assunto sobre o qual falamos. Isto é, “tudo aquilo sobre o que falamos é apenas o conteúdo do discurso, o tema de nossas palavras. Esse tema – e apenas o tema – pode ser, por exemplo, a ‘natureza’, o ‘homem’, a ‘oração subordinada’ (um dos temas da sintaxe) [...]”

(VOLÓCHINOV, 2018, p. 249). Ele explica a dinâmica existente entre o tema e a significação, afirmando que tema e significação coexistem como elementos constitutivos dos enunciados.

O tema é um complexo sistema dinâmico de signos que tenta se adequar ao momento concreto da formação. O tema é uma reação da consciência em constituição à formação da existência. A significação é um artefato técnico de realização do tema. Evidentemente, é impossível traçar um limite absoluto e mecânico entre o tema e a significação. Não há tema sem significação, como não há significação sem tema. (VOLÓCHINOV, 2018, p. 229)

Diante do exposto, entendemos que sequer seria possível demonstrar a significação de uma palavra fora de seu contexto, isto é, alheia a seu tema. E, para que o tema exista, necessita-se que ele seja constituído na forma de um enunciado. Além disso, o tema precisa estar conectado a uma significação estável pois, do contrário, ele não terá sentido algum. Destarte, para Volóchinov (2018), não há separação entre tema e significação, posto que ambos interagem no enunciado e não podem subsistir independentemente um do outro. Em outras palavras, a significação do enunciado é transmitida como um elemento do tema e vice-versa; o tema é baseado em aspectos fixos da significação, caso contrário não existiria.

Desse modo, por ser inseparável da significação, o tema diz respeito ao significado geral de um enunciado produzido em um dado momento histórico. Considerando que os enunciados anseiam por responsividade, então, podemos compreender o tema como um aspecto da comunicação que requer uma resposta compreensiva (o outro demonstra que compreendeu o assunto), uma resposta dialógica (o outro responde ao tema proposto), um ponto de vista (o outro expõe seu parecer sobre o tema) e orientação valorativa (o outro expressa suas ideologias em relação ao tema). Todos esses fundamentos teóricos formam um princípio basilar para que possamos empreender a análise do *corpus* desta pesquisa. Diante disso, vamos entender agora como esses aspectos da teoria bakhtiniana se aplicam ao estudo do enunciado fílmico *O Diabo Veste Prada*.

No filme *O Diabo veste Prada*, Andy Sachs (Anne Hathaway) é uma jornalista recém-formada que, depois de buscar exaustivamente por uma vaga de emprego como editora de jornal, finalmente decidiu tentar ser assistente administrativa da pessoa mais poderosa do universo da moda: Miranda Priestly (Meryl Streep). O acontecimento dessa parte do enunciado mostra uma Andy pobre, que namora um cozinheiro

e participa de um círculo social de amigos que comungam da mesma posição social.

Andrea consegue o trabalho de assistente, obedecendo a todos os caprichos da líder da revista Runway, Miranda Priestly. E esses caprichos são, desde o início, aparentemente impossíveis de serem cumpridos, exceto para os assistentes mais dedicados. A protagonista começa sua jornada defendendo a ideia de que a inteligência está acima da moda, negando-se a se adequar aos padrões de beleza impostos por esse meio social. Entretanto, depois de ser bombardeada por declarações sobre a necessidade de se vestir segundo as regras do mundo da moda e, depois de constatar que Priestly nunca reconheceria seu sucesso enquanto se recusasse a respeitar as normas impostas pela editora chefe da Runway, Andrea decide se encaixar neste novo papel.

Essa mudança cria as vivências mais fortes desse enunciado fílmico. Andy emerge confiante, atraente e poderosa. Esse novo estilo lhe concede o passaporte para sua aceitação no mundo da moda. Agora ela é respeitada por sua líder e caminha com liberdade pela alta sociedade. Dessa maneira, podemos perceber o tema do discurso capitalista da moda sendo abordado nessa materialidade. Isso porque, no início do filme, Andy vê o mundo da moda como algo aquém de suas ambições jornalísticas e se veste com uma camisa sobreposta por um suéter de tricô e uma saia xadrez. Seu traje tem todos os significados típicos da modéstia: a blusa tem estilo ultrapassado para a época e sua saia é muito comprida para ser considerada *fashion* pelos padrões rigorosos da Runway; a maquiagem natural completa o conjunto de simplicidade.

Por outro lado, os figurinos de *O Diabo veste Prada* têm crédito da moda mundial (a moda da alta costura, a moda da exclusividade) e, uma vez que Andy passa pela transformação do seu estilo de se vestir, ela nunca fica sem um acessório elegante, seja um chapéu, um conjunto de colares, um par de luvas, uma bolsa de marca, ou alguma combinação desses artigos. Ao longo do filme, a jovem assistente aprende como uma roupa bem escolhida pode lhe dar confiança, e um conjunto de acessórios de uma marca famosa pode lhe conferir uma presença emblemática, nesse universo da moda. Com isso percebemos o quanto o tema da moda é prevalente nesse enunciado fílmico.

Além disso, a luta de classes também recebe destaque ao longo dessa narrativa fílmica. No que concerne a isso, Volóchinov (2018) explica, a partir do ponto de vista dos estudos da linguagem, que a sociedade é dividida em duas partes: infraestrutura (ou base) e superestrutura. O próprio autor caracteriza esse tema como sendo de alta

complexidade, mas afirma que a compreensão do assunto reside, em grande parte, “no material da palavra”.

No plano que nos interessa, a essência desse problema se reduz a como a existência real (a base) determina o signo, e como o signo reflete e refrata a existência em formação. As particularidades da palavra enquanto signo ideológico fazem dela o material mais conveniente para a orientação principal de todo o problema. Nessa relação, o importante não é tanto a natureza sógnica da palavra, mas a sua onipresença social. A palavra participa literalmente de toda interação e de todo contato entre as pessoas: da colaboração no trabalho, da comunicação ideológica, dos contatos eventuais cotidianos, das relações políticas etc. [...] É bastante óbvio que a palavra será o indicador mais sensível das mudanças sociais, sendo que isso ocorre lá onde essas mudanças ainda estão se formando, onde elas ainda não se constituíram em sistemas ideológicos organizados (VOLÓCHINOV, 2018, p. 106).

À vista do exposto, compreendemos que, é a infraestrutura (a base) que molda e determina a superestrutura que, por sua vez, se fundamenta na cultura, na política, na arte e na ciência. Entretanto, muitas vezes as duas trabalham de maneira concomitante, de forma que uma molda a outra. Além disso, de acordo com a teoria marxista – que serve de base para a elaboração da filosofia da linguagem bakhtiniana – a sociedade também está dividida em duas classes: a burguesia, classe dominante e o proletariado, classe trabalhadora.

No enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, podemos perceber a expressão dessas duas classes por meio da linguagem; posto que, ao longo da trama, o espectador é constantemente lembrado da diferença entre a classe burguesa e a classe trabalhadora, através da imagem (considerando a postura, o comportamento, as vestimentas, a fala etc., ou seja, a linguagem tomada de modo macro na composição da personagem) de Miranda Priestly e aqueles que trabalham para ela. Desde os trajes luxuosos, o estilo de vida, a posição de prestígio e poder ocupada pela editora-chefe da Runway, até a forma como ela trata seus subordinados, o retrato da luta de classes está estampado no roteiro desse filme.

Já no que concerne à constituição do signo ideológico “diabo”, quem melhor encarna o papel de diabo no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*? Há uma significação diferente de “diabo” para cada tema apresentado no decorrer da trama? Quais sentidos são produzidos enquanto o signo ideológico “diabo” se constitui nesse enunciado? Bem, é preciso levar em conta que o filme todo é um enunciado e que, como tal, estabelece uma relação dialógica com seus espectadores.

Nesse sentido, podemos afirmar que, cada vez que o filme é assistido, constitui-

se um novo acontecimento. Logo, cada espectador – que aqui pode ser visto como o interlocutor, ou o outro para quem o filme fala – terá uma compreensão diferente do signo ideológico “diabo”, segundo suas vivências e posicionamentos.

Aqui, é interessante salientar que significado e sentido não são a mesma coisa para o Círculo de Bakhtin. Sob a égide da teoria bakhtiniana, entendemos como significado a definição dicionarizada da palavra. Já o sentido vai além disso, pois é considerado como um nível de compreensão mais elevado. Para que possamos entender o sentido de uma palavra, precisamos observar quais discursos a constituem, considerando o momento histórico e social em que ela foi usada, ou seja, é preciso considerar seus usos nos contextos de comunicação.

Por essa razão, o significado pode ser fixo e abstrato, mas o sentido pode mudar, dependendo do momento sócio-histórico, cultural, político, religioso e ideológico em que essa palavra é utilizada. Por conseguinte, o sentido está ligado ao fator temporal e aos discursos que perpassam a palavra em uso; sem esquecer, é claro, das vivências dos interlocutores que corroboram essa produção de sentidos. Isto é, “essa formação dialética se reflete na constituição dos sentidos linguísticos. Um sentido novo se revela em um antigo e por meio dele, mas com o objetivo de entrar em oposição e o reconstruir” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 238).

Destarte, o sentido de “diabo” no filme muda dependendo de quem está assistindo. Ou seja, cada espectador (interlocutor) fundamenta-se em determinados elementos constitutivos do enunciado para criar seus próprios sentidos. Dessa forma, não poderia a protagonista Andrea Sachs ser o “diabo” da trama, aos olhos de algum espectador, quando trai o namorado com o famoso escritor Christian Thompson (Simon Baker), a fim de conseguir os manuscritos do novo livro de Harry Potter e atender aos caprichos de sua chefe? Ou ainda, não poderia ser o “diabo” o namorado da protagonista, que menospreza seu trabalho e decide colocar um ponto final na relação, quando sua namorada não pode comemorar seu aniversário em uma noite de trabalho agitada? Porventura o “diabo” não poderia ser um maioral da revista Runway, superior a Miranda Priestly, que a obriga a se tornar uma espécie de sociopata, a fim de manter seu status e a credibilidade da revista? Ou o “diabo” do filme é de fato a senhora Priestly, que submete todos aos seus mandos e desmandos?

Para que possamos compreender melhor a construção de sentidos do signo “diabo”, necessitamos elucidar os aspectos históricos, filosóficos, sociais e culturais que contribuíram para a entrada desse signo no mundo da ideologia. Passemos, então,

ao estudo do signo ideológico “diabo”.

1.2 O signo ideológico “diabo”

No que tange à perspectiva histórico-cristã, o Diabo é conhecido como a personificação do mal e o inimigo das pessoas boas. Sua imagem e história se transformaram ao longo dos anos, ao ponto de ser chamado de muitos nomes diferentes em várias culturas. Seu nome formal, Satanás, deriva do hebraico *ha-Satan*. *Ha* significa “o” e *Satan* significa “opositor” ou “adversário”. Do grego *diabolos*, no inglês *devil*, significa “acusador”, “caluniador”, descrevendo novamente seu papel.

À medida que os antigos construíam seus sistemas religiosos, a existência do mal tinha que ser explicada e racionalizada. Os mitos da criação designavam um deus elevado ou um rei dos deuses, que controlava tudo, inclusive os outros deuses, bem como a natureza. Dessa forma, ele era responsável tanto pelo bem quanto pelo mal; uma forma onipotente de poder. Em Deuteronômio³ – um dos livros que compõem o pentateuco bíblico – capítulo 28, versículos 8 e 20, Deus (YHWH) declara que Ele controla tanto a prosperidade quanto o sofrimento:

[...] O Senhor mandará que a bênção esteja contigo nos teus celeiros, e em tudo o que puseres a tua mão; e te abençoará na terra que te der o Senhor teu Deus. [...] O Senhor mandará sobre ti a maldição; a confusão e a derrota em tudo em que puseres a mão para fazer; até que sejas destruído, e até que repentinamente pereças, por causa da maldade das tuas obras, pelas quais me deixaste.

Já no mito da criação mesopotâmica, o Enûma Elis, os próprios deuses são responsáveis pelo mal. Eles criaram os humanos simplesmente como escravos para oferecer-lhes sacrifícios (DAMIÃO, 2003, p. 45). Por outro lado, segundo Nogueira (2002), no contexto bíblico a história de Adão e Eva tem a função de demonstrar que o mal começou por culpa dos humanos, não de Deus. Sua desobediência levou o homem ao trabalho para produzir alimentos e a mulher à dor do parto. Mas a punição mais severa foi a perda da imortalidade. A transgressão de Adão e Eva trouxe sobre si o mal supremo: a morte.

Ainda em consonância com o contexto histórico do surgimento do Diabo, quando

³ BÍBLIA. A.T. Deuteronômio. Português. In: *A Bíblia sagrada: antigo e novo testamento*. Tradução de João Ferreira de Almeida. Brasília: Sociedade Bíblica do Brasil, 2018.

Jerusalém foi conquistada e destruída pelo Império Neobabilônico (587 a.C.), alguns judeus foram levados para o cativeiro na Babilônia. Ciro, o Grande, conquistou os babilônios em 550 a.C. e estabeleceu o Império Persa. O culto religioso da Pérsia era o Zoroastrismo, fundado pelo profeta Zoroastro. Nessa doutrina, o mal era visto como o polo oposto do bem. “Um ser puro, bom, Aúra-Mazda (uma espécie de gênio da verdade e da retidão) era a fonte de tudo e, no extremo oposto estava Druj, o caos. Druj personificou-se como Angra Mainiu (a encarnação de todos os males do mundo), também conhecido como Ahriman” (FILORAMO, 2005, p. 21). Segundo o Zoroastrismo, os céus, a terra e todos os seres humanos se encontram dentro dessas polaridades.

Algum tempo depois, Ciro permitiu que os judeus retornassem a Jerusalém (539 a.C.), embora alguns tenham preferido ficar na Pérsia. Eles levaram muitos elementos da antiga religião persa com eles, e fundiram a personificação do caos com visões anteriores de ha-Satan. A partir de então, esse ser era apenas Satanás ou, em grego, *diabolos*, o Diabo, e os judeus começaram a atribuir todo o mal ao Diabo, em vez de a Deus. No Islã, o mal é representado por um *Jinn*, um gênio chamado Íblis, herança da mitologia árabe e que representa uma entidade, uma força invisível criada pelo próprio Deus (Allah). No budismo, Mara é o demônio que tentou Buda para afastá-lo de seu caminho de iluminação; Buda resistiu à tentação e derrotou Mara (DAMIÃO, 2003).

Segundo registros da literatura religiosa, a primeira tentativa de personificação do Diabo aparece nos escritos da seita judaica dos essênios (150 a.C.). Essa literatura equiparava o Diabo não somente ao mal, mas especificamente a qualquer pessoa ou grupo que não estivesse de acordo com suas opiniões, incluindo outros judeus (DAMIÃO, 2003). De acordo com seus textos, Deus criou dois espíritos nos humanos: o da luz e o das trevas (uma polaridade muito semelhante à teoria do Zoroastrismo). Os demônios estavam agora sob o controle do Diabo, que os enviava para possuir aqueles que estavam na escuridão, induzindo-os a cometer o mal.

Já os líderes cristãos no século II adotaram o método da personificação do mal contra judeus, bruxas, hereges e todas as formas de crenças pagãs. Segundo Nogueira (2002, p. 40), pode-se dizer que, “as primeiras representações imagéticas do Diabo foram inspiradas na divindade greco-romana da fertilidade, Pan, que era meio homem, meio bode. Foi assim que o Diabo recebeu seus cascos e chifres”. Pan era representado com um enorme falo ereto, atributo que se tornou comum na descrição

do Diabo. No início, essa entidade era desenhada na cor preta; porém, o vermelho tornou-se a cor predominante em sua associação com o fogo do inferno (NOGUEIRA, 2002).

À vista do exposto, acreditamos que, embora esteja presente em vários seguimentos religiosos, na contemporaneidade, o Diabo é indiscutivelmente mais conhecido por seu papel no cristianismo. No contexto bíblico, ele é o adversário de Deus e do povo de Deus, especialmente no Novo Testamento. De acordo com Nogueira (2002, p. 27), “o Diabo no Novo Testamento, como nas crenças judaicas tardias, é assistido por uma multidão de demônios inferiores que tentam os homens, impelindo-os a rejeitar Jesus, ao mesmo tempo que não param de os afligir com sofrimentos físicos”. Jesus e muitos de seus apóstolos advertiram as pessoas a permanecerem alertas para as seduções astutas do Diabo, que os levariam à ruína. E foi o Diabo que tentou o próprio Jesus no deserto a “prostrar-se e adorá-lo” em troca de riquezas e glória.

Os Evangelhos apresentam os adversários de Jesus como estando sob a influência do Diabo. Segundo os textos bíblicos de Lucas e João, o Diabo “entrou em Judas” para trair Jesus (Lucas, 22:3). De acordo com o Evangelho de João, os judeus nunca poderão alcançar a salvação porque são filhos de seu “verdadeiro pai, o Diabo” (João, 8:44).

Destarte, o Diabo é quase sempre sinônimo de medo, castigo, negatividade e imoralidade. Segundo a perspectiva histórico-religiosa, foi a partir do século XII que a esfera eclesiástica se viu na necessidade de fomentar o medo do diabo, configurando a imagem bestial que aterrorizaria os homens através da pedagogia do medo, implantada pelo clero com o intuito de disciplinar os fiéis.

Pode-se datar do fim do século XII, o momento em que, devido sobretudo à acentuação das ameaças heréticas, se passa de um estado de relativo equilíbrio na matéria a uma acentuada preocupação pela ação diabólica. (...) Instala-se na cristandade um medo difuso que ajuda a criar a ideia de que está em curso um ataque concertado contra o cristianismo, um ataque conduzido por uma potência sobrenatural, pelo inimigo, o Diabo (MINOIS, 2003, p. 68).

Mesmo assim, o estereótipo de diabo conhecido pela sociedade trazia resquícios da estética grotesca popular; era um diabo teatral, cômico, que não suscitava medo. Não havia ainda uma referência pictórica da qual os homens viessem a temer. Contudo, foi por meio das mudanças sociais e culturais promovidas no período da

Renascença, que a imagem bestializada do príncipe das trevas – como um ser monstruoso, algoz, enganador, lascivo, acusador, mentiroso, pai da mentira, tentador – se configurou no imaginário popular cristão, cujos ecos ainda podem ser percebidos na contemporaneidade. Conforme expõe Nogueira (2002, p. 66), a representação do diabo como figura bestial fazia parte das orientações eclesiais, que intentavam expandir essa visão do ser maligno no imaginário popular, assim:

A apresentação do elemento demoníaco sob uma forma animal ou mesclando formas humanas e animais contribuía para salientar a sua natureza bestial, de acordo com a orientação canônica, mas também constituía um costume tradicional: o de representar seres sobrenaturais de modo monstruoso, por meio da combinação de elementos diversos da Natureza.

Acreditamos que isso contribuiu para a produção dos sentidos atrelados ao signo ideológico “diabo” nessa realidade social. Posto que, com base no que afirma Volóchinov (2018, p. 368), os signos encarnam as ideologias, materializando-as. Mais que isso, segundo o autor, “o signo pode tanto refletir quanto distorcer a realidade”. Considerando essa ideia, é válido destacar que, nem todos veem o diabo por uma ótica negativa. Há quem enxergue aspectos positivos nele. A partir de outro ponto de vista, o diabo pode ser concebido como símbolo de conhecimento, inteligência, eloquência, autoridade, domínio, e até mesmo luz (se considerarmos que Lúcifer, segundo a perspectiva cristã, era o portador da luz). Conforme salienta o pensamento histórico-filosófico de Flusser (2012, p. 20):

Nossa tradição oficial concebe o diabo negativamente, como espírito sedutor, enganador e aniquilador de almas. Esses atributos diabólicos não precisam ser necessariamente valorizados de maneira negativa. Para conhecer os seus motivos, os seus métodos e os seus feitos, é preciso procurar por outros aspectos, mais positivos, do seu caráter. Isto não deve ser difícil, pois são tantos os seus efeitos, e tantas as suas manifestações, no mundo externo e no nosso íntimo, que as indicações abundam.

Essa abundância de manifestações diabólicas também está presente nas produções cinematográficas; sendo assim, podemos elencar outras narrativas fílmicas que retratam o diabo como símbolo de poder, domínio, ostentação, perspicácia e sabedoria. A série de televisão americana *Lúcifer*, por exemplo, criada por Tom Kapinos e que estreou no canal de TV a cabo *Fox* em 2016, exhibe uma trama que se desenvolve em torno de Lúcifer Morningstar (em tradução literal do inglês: “estrela da manhã”, ou

seja, uma possível alusão ao diabo como portador da luz); no seriado, o Diabo estava entediado e decide abandonar seu reinado para tirar férias em Los Angeles, onde se torna o dono de uma casa noturna. O roteiro mostra um diabo sedutor, inteligente e bem-sucedido, interpretado pelo ator britânico Tom Ellis. A emissora *Fox* encerrou a série após a terceira temporada; porém, devido ao grande sucesso entre os espectadores, a *Netflix* comprou os direitos de produção e lançará a sexta temporada do seriado.

No final da década de 1990, o Diabo também apareceu em um filme estadunidense, em que ostentava poder, riqueza, inteligência e sedução. Trata-se da produção de Jonathan Lemkin e Tony Gilroy: *O advogado do diabo*, que trouxe Al Pacino no papel do poderoso magnata John Milton (o Diabo) e Keanu Reeves vivendo a personagem do advogado Kevin Lomax (o advogado do Diabo). Pode-se dizer que esse filme – por se tratar de um *mass media* hollywoodiano – ajudou a popularizar a imagem de um diabo bem-sucedido, poderoso, membro da alta sociedade nova-iorquina (o roteiro se passa em Nova Iorque), fazendo coro com o fenômeno racionalizador advindo do Iluminismo que, por sua vez, surgiu para deslegitimar o poder do clero e, com isso, desmistificar o medo do Diabo implantado pela esfera eclesiástica no imaginário popular cristão. Seguindo essa perspectiva histórica, Minois (2003, p. 110) afirma que:

Entre o século XVI e o século XVIII, o discurso sobre o Diabo passa por uma mutação radical. Deixa de ser uma obsessão religiosa e, no período imediatamente anterior ao romantismo, transforma-se num grande mito literário. Não se trata, portanto, de uma passagem da crença à descrença, mas uma transição entre mitos. O Diabo, com efeito, laiciza-se, o seu papel perpetua-se, mas com inversão de sinal.

Em outras palavras, a sociedade que vivia sob a repressão eclesiástica e temia a figura do Diabo, passa a ver nesse ser – até então maléfico – a liberdade de expressão que tanto almejavam. Com base nos registros históricos, entre os séculos XVIII e XIX, o Diabo passou a representar “o libertador do homem, o promotor da ciência e do progresso” (MINOIS, 2003, p. 118). Esse acontecimento marca uma refração do signo “diabo”, ou seja, a valoração social atribuída a esse signo refratou-se nas relações interpessoais dos indivíduos desta realidade social, deste momento histórico, e recebeu uma nova carga ideológica. O signo “diabo”, a partir desse recorte temporal, passou a produzir sentidos diferentes daqueles da Idade Média.

Sendo assim, acreditamos que, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, o

sentido de diabo libertador, autônomo e poderoso está, de certa forma, associado à protagonista Miranda Priestly (Meryl Streep), pois a personagem atua como uma poderosa editora de revista de moda, cuja posição de destaque na sociedade é cobiçada pelos sujeitos que fazem parte de seu círculo social; isso é reforçado pelo enunciado proferido por um dos personagens da trama, Irv Ravitz (Tibor Feldman), o proprietário do complexo editorial Elias-Clark, onde fica localizada a sede da Runway: “qualquer garota se mataria por uma vaga de emprego como assistente de Miranda” (00:21:38).

Esse desejo de liberdade de expressão, independência financeira e status social que Miranda desperta em seus subordinados faz alusão à simbologia do Diabo trazida pelo Romantismo; ou seja, o Diabo como símbolo de progresso, de liberdade e ousadia. Segundo essa vertente literária, a identificação do homem com o diabo passou a ser almejada e estilizada como tendência social daquela época. Nogueira (2002, p. 104) fundamenta essa teoria histórica ao esclarecer que:

O Romantismo transformará o Diabo no símbolo do espírito livre, da vida alegre, não contra uma lei moral, mas segundo uma lei natural, contrária à aversão por este mundo pregada pela Igreja. O Diabo significa liberdade, progresso, ciência, vida. Tornar-se-á moda a identificação com o Demônio, assim como procurar refletir no semblante o olhar, o riso, a zombaria, impressas nas feições tradicionais do Diabo. O Diabo passa a representar a rebelião contra a fé e a moral tradicional, representando a revolta do homem (...).

Diante disso, compreendemos que, se o Iluminismo – com seu culto racional – ajudou a desmistificar a representação de diabo maligno difundida pelo clero, a vertente literária do Romantismo aproximou o Diabo dos homens. Por conseguinte, cremos que os sentidos construídos através do signo diabo, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, dialogam com esse “diabo libertador” idealizado por tal escola literária; especialmente, porque, no filme, as subordinadas de Miranda desejam ser como ela: grandiosa, ativa e poderosa.

Miranda não só é símbolo de poder, autoridade e glamour, mas também é venerada por seus subordinados, aliados e concorrentes. Daí o porquê de a personagem estar associada aos sentidos criados através do signo ideológico “diabo”, a partir desta nova realidade social. Porém, não um “diabo” qualquer, mas sim, um “diabo” que veste Prada. Por que Prada? Fundada em 1913 por Mario Prada e seu irmão Martino, Prada é uma marca italiana restrita a poucos, tanto por sua exclusividade e autenticidade quanto por sua inacessibilidade à massa social. Sendo uma das grifes mais

prestigiadas da moda, Fratelli Prada, como era originalmente chamada, rapidamente deixou seu legado no mundo da moda de luxo. Não é à toa que essa grife foi escolhida para compor o título deste enunciado fílmico. Isso faz com que a associação da marca à figura de Miranda, produza sentidos de um “diabo” decidido, inteligente, perspicaz, poderoso, luxuoso; conhecedor sobre moda e gestão, que inspira seus subordinados a desempenhar um trabalho excelente naquilo que fazem, que encanta por sua elegância e que demonstra determinação em alcançar seus objetivos.

Logo, podemos dizer que a representação de diabo encarnada por Miranda também dá origem a um signo ideológico. Quer dizer, o signo ideológico “diabo” – carregado de sentidos provenientes da estética Romântica (o Diabo da iluminação intelectual e do progresso) – sofreu uma refração por meio de Miranda e dos indivíduos que com ela dialogam na trama, passando pela valoração social do mundo da moda e recebendo uma nova carga ideológica. O que seria esse fator ideológico que compõe os signos?

Em poucas palavras, para Bakhtin e o Círculo, essa ideologia que gravita os signos é fruto de reflexões e refrações ocasionadas na mente dos indivíduos, em face da realidade social. São esses fenômenos que compõem a consciência individual de cada um. Dessa maneira, a refração é causada pela argumentação de ideias com suas entonações (valorações) específicas; as entonações, veiculadas pelos signos, entram e ecoam na consciência individual dos interlocutores, tornando-a um fator socioideológico. Finalmente, quando os signos ideológicos entram nas consciências individuais, eles se tornam signos reais, que podem ser comunicados e compreendidos; isso porque, “o signo é a realidade material da ideologia” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 367), é o meio pelo qual a ideologia sai do campo mental e se materializa nas palavras.

À vista do exposto, entendemos que o estilo de vida da personagem Miranda Priestly, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, entrou na consciência individual dos indivíduos que comungam com ela do mesmo espaço sócio-histórico-temporal, recebeu posicionamentos axiológicos e tornou-se signo ideológico. Pois, quando os objetos entram no mundo da ideologia e ganham ênfase social, eles se tornam signos ideológicos. A esse respeito, Volóchinov esclarece que,

O signo é a realidade material da ideologia. Os objetos que chamam a atenção da sociedade entram no mundo da ideologia, se formam e se fixam nele, tornando-se signos ideológicos ao adquirirem uma ênfase social. A realidade que se torna objeto do signo constitui o seu tema (VOLÓCHINOV, 2018, p. 367).

Assim, o contexto do *corpus* demonstra que, tanto o status social de Miranda quanto o glamour da marca Prada fixaram-se no signo “diabo” como aspectos valorativos, conferindo-lhe a realidade material da ideologia de um ser grandioso e altivo. Visando facilitar o entendimento desse processo de constituição ideológica do signo “diabo”, organizamos as ideias apresentadas no diagrama abaixo.

Figura 1 – Diagrama – Constituição histórica do signo “diabo”



Fonte das imagens: Google Imagens – 2022
Elaborado pelo autor



Fonte das imagens: Google Imagens – 2022
Elaborado pelo autor

Enfim, vimos que a teoria bakhtiniana trata os signos como fruto da interação social dos indivíduos. Vimos também que os signos se conectam aos objetos aos quais se referem por meio dos acontecimentos reais da vida cotidiana em sociedade, quando recebem ênfase valorativa em face das relações dialógicas estabelecidas entre os sujeitos. A partir de então, os signos entram no mundo da ideologia e passam a expressar as posições axiológicas desses indivíduos que, a todo instante, refratam esses valores sociais produzindo novos sentidos para esses signos, conforme pudemos evidenciar no diagrama acima.

Cada evento histórico possibilitou a refração do signo ideológico “diabo”, bem como a produção de novos sentidos advindos dele. Por isso, um dos princípios nodais de Bakhtin e do Círculo é a ênfase na natureza social do signo; para Volóchinov (2018), o signo é criado com base na sociedade e para atender à necessidade de interação na sociedade. Portanto, a premissa do surgimento do signo é a manutenção do intercâmbio de ideias entre os indivíduos sociais, por meio de suas relações dialógicas. No próximo capítulo, vamos entender como esses signos ideológicos constituem os enunciados e como esses enunciados se conectam, gerando ações responsáveis.

CAPÍTULO 2

O ENUNCIADO FÍLMICO E SUAS POSSIBILIDADES DE ANÁLISE

No capítulo anterior, vimos como os signos se constituem e de que maneira se tornam signos ideológicos, com base na teoria bakhtiniana. Também falamos sobre os aspectos históricos que deram origem ao signo “diabo” e como esse signo se tornou um signo ideológico, nas mais variadas esferas sociais. Neste capítulo, vamos entender o que é o enunciado para Bakhtin e o Círculo (BAKHTIN, 2019; BAKHTIN, 2016; BAKHTIN, 2011; BAKHTIN, 2013; BAKHTIN, 2010; BAKHTIN, 2008; MEDVIÉDEV, 2012; VOLÓCHINOV, 2019; VOLÓCHINOV, 2018); além disso, vamos explicar o caráter responsivo dos enunciados dentro da materialidade fílmica de *O Diabo veste Prada* e nos propomos a falar, ainda, sobre o método sociológico como instrumento de análise do enunciado fílmico. Assim, é bastante pertinente conhecer, a partir de agora, alguns fatores basilares da produção cinematográfica que nos permitem escolher essa materialidade como *corpus* de análise.

Em primeiro lugar, filmes são uma forma de refletir os mais diversos contextos sócio-históricos, econômicos, políticos, ideológicos e culturais. Por esse motivo, grande parte das produções cinematográficas é baseada na vida real, mostrando-nos narrativas, personagens e problemas que reconhecemos. Um personagem de um filme pode estar passando por algo que nós estamos vivendo no momento, levando o espectador a se identificar com aquele personagem; mais que isso, o espectador pode dialogar com aquele personagem. Isso porque, filmes que refletem a realidade social de determinada cultura estabelecem certa ressonância com o público, possibilitando a formação de uma interação discursiva. Com relação a isso, Pourriol (2012, p. 7) destaca que:

Durante o tempo de um filme, partilhamos uma modificação global da consciência de um personagem e vemos o mundo através de seus olhos, ou melhor, através de seu olhar: entramos no mundo de seu desejo. O cinema nos propõe viver alterações radicais do mundo, modificações globais da consciência, com a segurança de uma moldura ao mesmo tempo espacial (a tela) e temporal (a duração do filme). Um filme é uma viagem dentro do desejo do outro, no mundo de seu desejo, uma viagem da qual retornamos sempre mais ricos, ricos de um mundo, mas sobretudo ricos de desejo.

Outrossim, os filmes têm a capacidade de tocar o coração e a mente dos

espectadores e podem transmitir mensagens de conscientização e mudança ao público. Por essa razão, produções cinematográficas podem afetar as percepções e crenças relativas à sociedade e seus indivíduos. Pois, assim como a arte, livros e músicas, filmes são experiências que podemos compartilhar, mesmo que estejamos fisicamente separados. No entanto, são nossos filtros pessoais (nossas vivências) que fazem com que cada filme ressoe diferentemente em cada um de nós; haja vista que, podemos ver o mesmo filme, mas cada um terá uma reação diferente em relação à trama apresentada.

Assim como lemos um livro, podemos "ler" um filme. Não nos referimos aqui à leitura do roteiro, mas sim à leitura dos sentidos produzidos a partir dos enunciados locucionados através das imagens em movimento, de modo que "o extrato verbal e o extrato visual formam fundamentalmente uma amálgama na composição do enunciado em estudo, que também responde em uma perspectiva estética, e somente assim opera dialogicamente na discursividade midiática na qual se realiza" (STAFUZZA, 2018, p. 139). Não é por acaso que dizem que uma imagem vale por mil palavras; esse é certamente o caso de um filme.

Por conseguinte, a linguagem do filme é como o filme "fala" a seu público. Aqueles que criam os filmes (diretores, produtores, editores, etc.) intentam transmitir uma certa ideia. Mesmo que o objetivo seja apenas entreter (mas quase nunca se resume a isso), o filme provavelmente produz algum sentido. Além disso, o próprio público pode criar sentidos, mesmo quando não estão aparentes. Como isso acontece? Nós projetamos no filme as nossas experiências anteriores e nosso conhecimento prévio e, inconscientemente, interpretamos o filme com expectativas preexistentes.

Por essa razão, quase sempre relacionamos o que acontece em um filme com coisas que experimentamos em nossas próprias vidas (por exemplo, podemos nos relacionar com uma mãe que enfrenta problemas com os filhos, um casal passando por um divórcio, um adolescente com problemas na escola, etc.), ou mesmo relacionar o filme que estamos assistindo a outro que já vimos antes. Se por um lado um filme reflete como pensamos sobre certas questões (políticas, sociais, econômicas, ideológicas), por outro lado, ele também molda a maneira como pensamos sobre essas questões.

Isso não poderia ser diferente quando o filme em questão é um *mass media* hollywoodiano. O longa-metragem *O Diabo veste Prada* foi baseado na obra homônima de Lauren Weisberger, que trabalhou como assistente da editora da revista

Vogue, de onde ela extraiu grande parte da inspiração para o livro. Isso quer dizer que, a personagem Miranda Priestly foi baseada em uma pessoa da vida real, mais especificamente, a editora da revista Vogue na época, Anna Wintour; assim como Andrea Sachs (Andy) também representa a autora do livro, Lauren Weisberger. Vamos, aqui, um diálogo entre a arte e a vida real; logo, temos um cenário propício para se conduzir um estudo bakhtiniano dessa materialidade fílmica, porque o Círculo de Bakhtin considera o enunciado como elemento analítico, enquanto produto real das interações sociais.

A fala só existe, na realidade, na forma concreta dos enunciados de um indivíduo: do sujeito de um discurso-fala. O discurso se molda sempre à forma do enunciado que pertence a um sujeito falante e não pode existir fora dessa forma. Quaisquer que sejam o volume, o conteúdo, a composição, os enunciados sempre possuem, como unidades da comunicação verbal, características estruturais que lhes são comuns e, acima de tudo, fronteiras claramente delimitadas (BAKHTIN, 2011, p. 289).

Dito isso e, embora o cinema possa ser visto como um meio de comunicação que fixa o espectador em uma posição estática de receptor da mensagem transmitida, a teoria do dialogismo de Bakhtin e do Círculo pode nos permitir esmiuçar o enunciado fílmico, para identificar a natureza do papel que o espectador desempenha nesse processo dialógico; uma vez que, segundo Volóchinov (2019, p. 272), “toda comunicação ou interação discursiva ocorre na forma de uma *troca de enunciados*, isto é, na forma de *diálogo*”. Considerando que, a relação dialógica é adaptada à resposta antecipada do outro, o enunciado fílmico também é moldado pelas exigências do público; posto que, o público intervém diretamente na formação da narrativa. Sobretudo, o fator social é o princípio basilar na construção desse e de outros enunciados.

Mas, o que é o enunciado para Bakhtin e o círculo? Para Volóchinov (2019), o enunciado é a unidade básica da realidade concreta da linguagem; ele abrange todas as formas de uso da linguagem, desde o verbal até o extraverbal, isto é, aquilo que não foi dito explicitamente (gestos, sons, entonações) mas que é de comum compreensão entre os envolvidos na interação: “além da parte *verbal* expressa, todo enunciado cotidiano consiste de uma parte não expressa, porém subentendida e *extraverbal*, sem a qual não é possível compreender o próprio enunciado” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 269).

Ainda de acordo com a teoria bakhtiniana, o enunciado é tanto dialógico quanto

social. Por dialógico, entendemos que o enunciado é um evento em um processo contínuo de comunicação verbal entre falante e ouvinte; por social, depreendemos que o enunciado é determinado, orientado e situado pelo meio social em que acontece.

Além disso, por seu caráter dialógico, o enunciado é orientado para um outro. Ou seja, para Volóchinov (2019), o enunciado é teorizado como um ato recíproco, entre locutor e interlocutor. Maiormente, os enunciados subsistem na sociedade e estão ligados ao meio social que os circundam; de modo que, onde quer que haja interação discursiva, deve haver enunciados. Diante disso, entendemos que, as interações entre os indivíduos sociais constituem um fator nodal para que os enunciados aconteçam. Conforme explicita Volóchinov (2019, p. 267):

[...] o discurso humano é um fenômeno *bilateral*: a existência de todo enunciado pressupõe não só a presença de um falante como também de um ouvinte. Toda expressão linguística das impressões do mundo exterior – tanto as indiretas quanto as que se estratificaram nas profundezas de nossa consciência e receberam contornos ideológicos mais precisos e estáveis – sempre está *orientada para o outro*, para o ouvinte, mesmo que esse outro esteja, de fato, ausente. (grifos do autor)

Diante do exposto, compreendemos que um enunciado sempre tem seu interlocutor, o ouvinte; sendo assim, mesmo antes de ser proferido, um enunciado pressupõe uma resposta desse ouvinte e considera essa resposta como base para a formulação de uma réplica. Isso mostra que um enunciado é o produto de uma relação mutável e instável entre o falante e o ouvinte. Além disso, não podemos esquecer de mencionar que um enunciado inicial já pode ser a resposta a um outro enunciado anterior a ele. Assim como elucidado por Bakhtin (2011, p. 301):

Quando o enunciado é criado por um falante, tais elos ainda não existem. Desde o início, porém, o enunciado se constrói levando em conta atitudes responsivas, em prol das quais ele, em essência, é criado. O papel dos outros, para quem se constrói o enunciado, é excepcionalmente grande, como já sabemos. Já dissemos que esses outros, para os quais o meu pensamento pela primeira vez se torna um pensamento real (e deste modo também para mim mesmo), não são ouvintes passivos, mas participantes ativos da comunicação discursiva. Desde o início o falante aguarda a resposta deles, espera uma ativa compreensão responsiva. É como se todo o enunciado se construísse ao encontro dessa resposta.

Portanto, ao trazermos essa teoria para o âmbito do enunciado fílmico, vemos estabelecida uma relação dialógica entre esse tipo de enunciado e o espectador,

porque o filme não só produz enunciados, mas também recebe enunciados projetados de volta para ele por seu interlocutor, o espectador. Quantos de nós não sorrimos, choramos, gritamos de euforia ou de susto, esbravejamos e até xingamos quando estamos em diálogo com um filme? Essas são algumas das mais variadas respostas que damos a um enunciado dessa natureza.

Considerando que, para a teoria bakhtiniana, um enunciado é “só um momento, uma gota no fluxo da comunicação discursiva, tão ininterrupto quanto a própria vida social e a própria história” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 267), o filme *O Diabo veste Prada* configura nosso *corpus* como um enunciado fílmico em sua extensão completa. Por essa razão, temos uma miríade de enunciados que se interconectam – tais quais elos de uma corrente – e dão forma às relações dialógicas estabelecidas ao longo de toda a produção cinematográfica.

É válido ressaltar que, segundo Medviédev (2012), não se pode empreender qualquer estudo dos enunciados sem compreendermos as condições sociais reais que deram origem a eles (os enunciados):

é somente para dado enunciado e sob as condições históricas particulares da sua realização que a unidade do sentido, do signo e da realidade é efetivada por meio da avaliação social. Se tomarmos o enunciado fora do seu vir a ser histórico, fazendo dele abstração, distanciamos-nos cada vez mais do que procuramos (MEDVIÉDEV, 2012, p. 189).

Sendo assim, investigamos mais a fundo o contexto social da trama, com o intuito de situar o leitor sobre os aspectos socialmente relevantes na construção desse enunciado fílmico, a saber, o capitalismo, a luta de classes e o mundo da moda. Ao longo do filme, o espectador é constantemente lembrado sobre a diferença de classes entre o capitalista e o trabalhador. Ademais, o drama vivido pela personagem Andrea Sachs, com sua mudança de estilo, traz à tona o empoderamento movimentado pelo discurso capitalista, juntamente com a abordagem da luta de classes, notável na trama do início ao fim.

Em se tratando de capital, Karl Marx⁴ e Friedrich Engels⁵ podem ser

⁴ O filósofo e revolucionário socialista alemão Karl Marx publicou "O Manifesto Comunista" e "O Capital", obras anticapitalistas que, juntamente com outros escritos de mesma relevância, formam a base do marxismo.

⁵ Friedrich Engels foi um economista, filósofo, historiador e socialista alemão. Também foi empresário, jornalista e ativista político. Ele ficou conhecido por sua teoria do marxismo, que desenvolveu junto com Karl Marx. Em 1845 Engels publicou o livro "A Situação da Classe Trabalhadora na Inglaterra".

considerados os pais da crítica ao capitalismo na história, apontando a ligação entre o capitalismo e a exploração dos trabalhadores e difundindo o conceito de mais valia. A mais valia implica que o trabalhador receba apenas uma pequena proporção do produto de seu trabalho, enquanto os capitalistas aumentam sua riqueza. Logo, o capitalismo se baseia na exploração da classe trabalhadora para maximizar os lucros (SIQUEIRA; PEREIRA, 2019).

No filme, embora Andrea fosse jornalista, por causa da extrema competição de trabalho, não lhe resta muita escolha a não ser trabalhar para Miranda como sua assistente pessoal; a partir de então, a exploração laboral é visível. Especialmente, quando a jovem assistente se submete aos caprichos de Miranda e é forçada a trabalhar fora do horário de trabalho, e a estar disponível a qualquer momento para cumprir as ordens da chefe. Andrea acaba desempenhando funções que não fazem parte de seu trabalho. Que empregado submetido a tais condições laborais não veria em seu chefe a representação do Diabo medieval?

Além disso, a divisão de trabalho entre a primeira assistente Emily Charlton (Emily Blunt) e Andy (a segunda assistente) evidencia a concorrência e não a cooperação – uma ideologia muito difundida pelo capitalismo, que também é a causa da exploração trabalhista. Andrea incorpora essa exploração, uma vez que é praticamente forçada a manter o emprego para sobreviver. Mesmo demonstrando pouco interesse pelo cargo, Andy ainda tenta ganhar o apreço de Miranda e não perder a vaga de assistente na Runway.

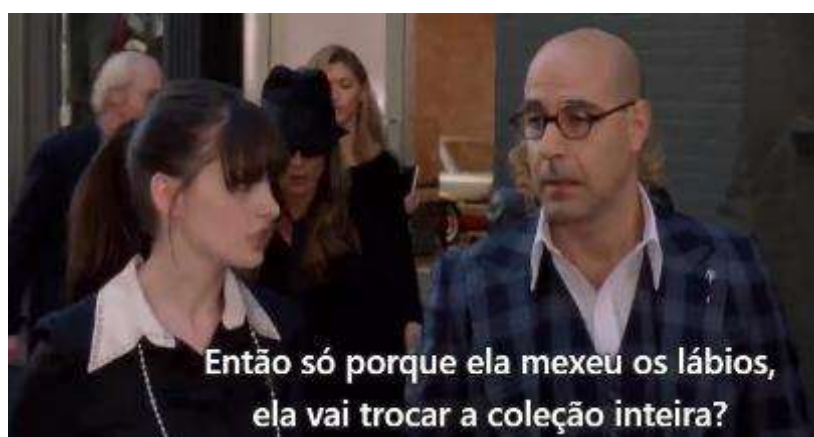
Entretanto, ela só conquista a confiança da editora-chefe depois que começa a se vestir com roupas e acessórios de marca, demonstrando ter desenvolvido um certo estilo fashionista. Artigos de grife – tais como Prada – têm grande relevância no filme, pois denotam a soberania do capitalismo e reforçam a diferença de classes. Essa diferenciação fica muito evidente nas primeiras cenas do longa-metragem. O espectador vê o simplório processo de preparação de Andrea para sair em busca de um emprego, em comparação com o ritual matinal que fazem as mulheres que já estão na indústria da moda. Podemos notar, já no início, esse contraste entre as duas realidades sociais; enquanto as fashionistas têm um grande *closet* de roupas e acessórios e escolhem criteriosamente seus *looks*, Andy não dá a mínima importância para os

Engels também é coautor de “O Manifesto Comunista”, junto com Karl Marx. Segundo registros históricos, Engels financiou a escrita de “O Capital”, obra de Marx. Após a morte de Marx, Engels publicou o quarto volume dessa obra.

parâmetros da moda, transparecendo simplicidade na escolha de suas vestimentas.

Nesse ínterim, o filme retrata a indústria da moda como um universo de mulheres bem-sucedidas, poderosamente representadas na figura da editora-chefe da Runway. A posição de poder de Miranda alude aos preceitos do empoderamento feminino difundidos pelo feminismo, especialmente, na cena em que Miranda Priestly expressa sua opinião sobre a nova coleção de um designer, antes dos modelos serem exibidos publicamente. Com apenas um aceno de cabeça (um é bom, dois é muito bom), a editora-chefe da Runway determina o que será mantido e o que deve ser mudado em toda a coleção. Conforme podemos ver na sequência de capturas de tela a seguir.

Figura 3: Captura de tela – 00:45:04 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 4: Captura de tela – 00:45:07 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 5: Captura de tela – 00:45:09 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Essa série de *prints* de tela mostra um diálogo entre o diretor de arte da Runway, Nigel (Stanley Tucci) e Andrea Sachs, na ocasião em que acabavam de sair de uma mostra de modelos feita por um estilista, em primeira mão, para Miranda Priestly. O diálogo das personagens supracitadas endossa o caráter onipotente da editora-chefe da Runway, especialmente quando Nigel afirma que “a opinião dela é a única coisa que importa”. Isso contribui para a construção da temática feminista na narrativa e consolida a imagem de Miranda como símbolo de poder. Mais uma vez, os elos da cadeia comunicativa se entrelaçam para construir o todo do enunciado fílmico. Precisamos salientar que, nesse ponto, até a escolha dos nomes das personagens influencia na produção de sentidos inerente ao filme.

Se observarmos mais a fundo a nomeação das personagens, veremos que "Andy" é a abreviação de Andrea, que significa “mulher de poder”. Esse empoderamento se reflete nos feitos bem-sucedidos da personagem, após ter se permitido transformar pelo mundo *fashion*. Anne Hathaway (a atriz que interpreta Andy) também teve um papel de destaque anterior a este. Ela foi a protagonista do filme *O Diário da Princesa*, que narra a transformação de Mia – uma simples adolescente americana – em uma elegante princesa. Andy Sachs reverbera esse papel em *O Diabo veste Prada*, demonstrando que um enunciado do presente se conecta a enunciados pretéritos, exatamente como explica Bakhtin (2006, p. 297), “[...] cada enunciado é pleno de ecos e ressonâncias de outros enunciados com os quais está ligado pela identidade do campo de comunicação discursiva. Cada enunciado deve ser visto antes de tudo como uma resposta aos enunciados precedentes [...]”.

Ainda consoante a questão da nomenclatura do elenco, "Miranda" significa

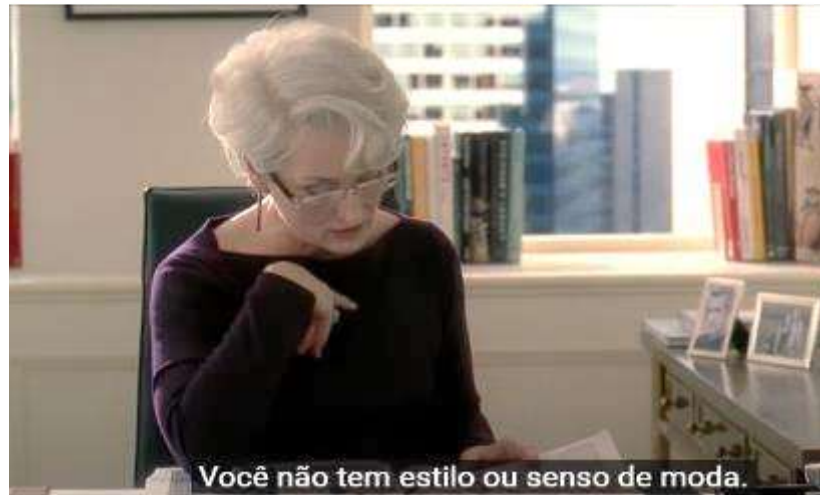
“admirável”, e o sobrenome "Priestly" (do inglês *Priest* significa “sacerdote”, em tradução literal) faz alusão ao diligente trabalho dos sacerdotes e à característica dominante da religião (religião = Idade Média = diabo). Destarte, percebemos Miranda como uma mulher admirável, que dirige a Runway com um rigor sacerdotal, mas que, ao mesmo tempo, refrata o signo ideológico “diabo”, na “religião” da moda. Por fim, mas não menos importante, Miranda é interpretada pela atriz Meryl Streep, que tem a reputação de intimidar outros atores no *set* de filmagens, com suas habilidades de atuação e sua personalidade forte.

Seria a arte realmente um reflexo da vida real? Bem, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, (como já mencionamos anteriormente) a editora-chefe da revista Vogue americana, Anna Wintour, foi a inspiração por trás da personagem capitalista de Miranda Priestly. Na época, Wintour, assim como Priestly, era considerada a mulher mais poderosa do mundo *fashion*, sendo capaz de definir o que estava ou não na moda em cada estação.

À vista do que expusemos, depreendemos que o enunciado fílmico *O Diabo veste Prada* não só reflete a realidade social do capitalismo e da luta de classes, mas também, promove uma refração do signo ideológico “diabo”, por meio da personagem Miranda Priestly, que passa a produzir sentidos de um diabo capitalista, poderoso, bem-sucedido e glamouroso. Agora, vamos ver de que maneira esse “diabo” dialoga com a personagem Andrea Sachs e como o fator responsivo do enunciado funciona nessa relação dialógica.

2.1 Enunciado: responsividade na materialidade fílmica *O Diabo veste Prada*

O primeiro encontro entre Andy e Miranda acontece na ocasião da entrevista de emprego em que Andrea se candidatou para o cargo de assistente da editora-chefe da Runway. Após analisar o currículo da recém-formada jornalista, a senhora Priestly profere sua avaliação em relação à jovem: “Você não tem estilo ou senso de moda”. Conforme mostra a captura de tela abaixo.

Figura 6: Captura de tela – 00:08:55 – *O Diabo veste Prada*

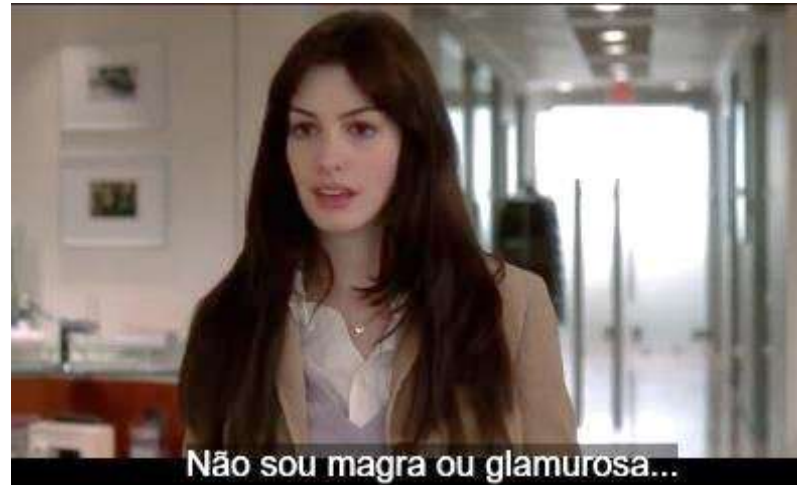
Fonte: Elaborado pelo autor

Com base no que foi dito pela maioral da Runway, considerando o lugar social que ela ocupa e a posição axiológica (valoração social, ideologia) impregnada em suas palavras e, ainda, a entonação usada no ato da verbalização, a personagem de Anne Hathaway (Andy) elabora sua reação responsiva a esse diálogo, que pode ser observado na figura 6. É válido destacar que o referido diálogo é estabelecido com sua interlocutora em potencial, Miranda. No sentido estrito, o diálogo se dá face a face e parte de Miranda enunciar a questão de Andy não ter estilo ou senso de moda, mas que, mesmo assim, tem pretensão de trabalhar na conceituada revista de moda Runway. A jovem até dá as costas para Miranda, como se fosse desistir da vaga de emprego, mas é exatamente nesse momento que ela profere a resposta ao enunciado de Miranda: “Tem razão. Não sirvo pra isso. Não sou magra ou glamourosa e não sei muito sobre moda. Mas sou inteligente. Eu aprendo rápido e vou trabalhar muito duro”. Vejamos a cadeia de capturas de tela a seguir.

Figura 7: Captura de tela – 00:09:32 – *O Diabo veste Prada*

Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 8: Captura de tela – 00:09:33 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 9: Captura de tela – 00:09:37 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 10: Captura de tela – 00:09:41 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 11: Captura de tela – 00:09:42 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

A ação responsiva de Andrea demonstra um discurso constituído pela ideologia da classe trabalhadora, que necessita garantir seu sustento e que não pode se deixar ofender por um julgamento de valor advindo de sua futura empregadora. Destarte, embora Andy seja magra ela afirma não o ser, a fim de concordar com o que Miranda disse e garantir a vaga de assistente. A personagem diz uma coisa que não é compatível com aquilo que o espectador vê enunciado pelo filme. Ademais, a escolha de palavras da jovem jornalista possibilita o entendimento de que, para ela, ser inteligente é algo que está acima da futilidade do mundo da moda e seu materialismo capitalista.

Temos, portanto, dois posicionamentos axiológicos diferentes nessa interação discursiva; por um lado, o juízo de valor advindo de Miranda (constituído pelo discurso capitalista da moda), revelando que, para uma pessoa ocupar a vaga de assistente na revista *Runway*, ela deve fundamentalmente possuir estilo e senso de moda. Por outro lado, o ato responsivo de Andy (formado pelos valores ideológicos da formação acadêmica) transmite a ideia de que, acima da beleza e da moda, está a inteligência.

Ora, se a gênese do enunciado é o meio social, a palavra, portanto, possui sua função social. Maiormente, assim como escolhemos as roupas e acessórios que vamos vestir para determinada ocasião, também escolhemos as palavras que vamos enunciar. Essa escolha, por conseguinte, é fundamentada em aspectos nodais da construção dos enunciados, a saber, “todo o conjunto de condições de uma situação e de um auditório (e principalmente a distância sócio-hierárquica entre os falantes) determina toda a construção do enunciado: o sentido geral do discurso, os temas desse discurso, a entonação, a escolha das palavras e sua disposição” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 306). Dessa forma, vemos essas características constitutivas

dos enunciados presentes no diálogo estabelecido entre Andrea Sachs e Miranda Priestly em seu primeiro encontro. Em sua ação responsiva, Andy replica o julgamento de Miranda, escolhendo as palavras que respeitem a distância socio-hierárquica entre as duas.

À vista do exposto, entendemos o quão dependente é o enunciado de sua orientação social. Como dissemos anteriormente, o tema da diferença de classes se faz presente no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada* e essa discrepância entre empregador e empregado, burguês e proletário, capitalista e trabalhador, funciona como o pano de fundo desse enunciado. Destarte, o ato responsivo considera todos esses fatores no âmbito de sua elaboração. Qualquer mudança na orientação social dos interlocutores provoca uma alteração brusca nos enunciados proferidos; isso acontece respeitando “o peso sócio-hierárquico do auditório, isto é, do pertencimento de classe dos interlocutores, sua profissão, situação financeira e posição no serviço” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 307). Sendo assim, enquanto o enunciado fílmico se desenvolve, os diálogos entre Andy e a editora-chefe da Runway obedecem a essa categorização hierárquica. A cada ato discursivo, os enunciados sofrem adequações voltadas para a orientação social do momento.

Ao passo que Andrea se permite transformar pelo meio social em que está inserida e sucumbe aos ditames da moda, sua interação discursiva com Miranda também sofre mudanças. Aceitar os padrões impostos pelo mundo *fashion* e adequar-se a eles funcionou como um rito de passagem para a personagem. A primeira vez que a senhora Priestly se encontra com Andy (após sua transformação fashionista) ocorre um enunciado linear (o tipo de enunciado que não é verbalizado, mas transmitido por meio da linguagem corporal) por parte de Miranda. Sem proferir uma única palavra, ela olha fixamente para a assistente – que desfila um conjunto assinado por estilistas renomados, equilibrada em sapatos de salto de grife – e dá um breve sorriso de aprovação. Em seu ato responsivo ao enunciado da editora, Andrea enuncia um olhar altivo, com ar de requinte e sofisticação. Ela acabara de se inserir em uma posição mais elevada e, por mais que continuasse sendo uma assistente, não era mais uma assistente qualquer; a partir desse acontecimento, Andrea Sachs é finalmente aceita por Miranda Priestly como sua assistente. É o que exemplifica a sequência de capturas de tela abaixo.

Figura 12: Captura de tela – 00:38:07 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 13: Captura de tela – 00:38:09 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Desse modo, compreendemos que a relação estabelecida entre interlocutores “é sempre de classe” (VOLÓCHINOV, 2019, p. 309). O integrante do Círculo bakhtiniano afirma que “a ideologia de classe penetra de dentro (por meio da entonação, da escolha e da disposição das palavras) qualquer construção verbal, ao expressar e realizar não só por meio do seu conteúdo, mas pela sua própria forma, a relação do falante com o mundo e as pessoas, bem como a relação com dada situação e dado auditório”. Por auditório, Volóchinov se refere ao público para quem o falante enuncia; público esse que pode ser singular ou plural (um ouvinte ou vários). Sendo assim, o estilo do enunciado depende daquele(s) a quem a fala é dirigida. Na Runway, os enunciados proferidos por Miranda ecoam em seus subordinados que, por sua vez, ressoam responsivamente de volta, com tom de obediência, subserviência e temor.

Considerando o exposto, notamos o quanto o elemento responsivo da cadeia

dos enunciados está imbricado nas relações dialógicas como um todo, podendo ser destacado, também, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*. Os diálogos entre Miranda Priestly e Andy Sachs demonstram o quão espontânea, viva e corporal é essa responsividade que, por ser uma capacidade de reação, sempre apresenta tanto um aspecto antecipatório quanto uma orientação para o futuro, bem como um aspecto retrospectivo, uma lembrança de algum enunciado pretérito. Nas palavras de Volóchinov, o caráter responsivo dos enunciados é representado pelo “discurso dentro do discurso, o enunciado dentro do enunciado, mas ao mesmo tempo é também o discurso sobre o discurso, o enunciado sobre o enunciado” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 249).

Assim, em nossos enunciados, o passado está constantemente falando através de nós, uma vez que, para Bakhtin e o Círculo, cada palavra traz consigo a carga ideológica das vivências sociais em que foi empregada anteriormente. Exatamente como explica Volóchinov (2018, p. 319), “a palavra, como um fenômeno ideológico *par excellence*, existe em uma formação e transformação ininterruptas; ela reflete com sensibilidade todos os deslocamentos e as mudanças sociais”.

De tal modo, conseguimos entender a escolha do signo ideológico “diabo” para compor o título do filme. Essa palavra dialoga com ideologias de diferentes contextos sócio-históricos e, por conseguinte, traz para o enunciado fílmico um posicionamento axiológico que será refratado por meio da personagem Miranda Priestly. Por assim ser, não poderíamos deixar de dizer que, o signo ideológico “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, alude a reminiscências do discurso religioso da Idade Média e, ao mesmo tempo, reverbera valorações sociais advindas do período Romântico e, para além disso, recebe uma nova carga ideológica no contexto do filme.

Esse movimento pendular, inerente ao caráter responsivo dos enunciados, demonstra que estamos em contínua relação dialógica com o meio social no qual estamos inseridos, e que participamos, ativamente, de um conglomerado de enunciados que se interconectam em um processo responsivo ininterrupto. Pois, “toda compreensão da fala viva, do enunciado vivo é de natureza ativamente responsiva [...] toda compreensão é prenhe de resposta, e nessa ou naquela forma a gerar obrigatoriamente: o ouvinte se torna falante” (BAKHTIN, 2016, p. 25). Nesse ínterim, elegemos palavras capazes de representar nossos posicionamentos axiológicos em relação aos enunciados proferidos pelo outro. Aliás, é para o outro e pelo outro que todo esse processo discursivo acontece, tendo como princípio, meio e fim a orientação social

dos indivíduos envolvidos. Portanto, se o princípio basilar dos estudos bakhtinianos e do Círculo é o fator social, entendemos ser necessário conhecer melhor o método aplicado pelos filósofos russos no trato com os enunciados e de que maneira essa metodologia se aplica à análise do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*.

2.2 O Método sociológico como instrumento de análise do enunciado fílmico

Ao longo do nosso trajeto até aqui, percebemos que a pedra fundamental do trabalho de Bakhtin e do Círculo está no fator social. Vimos que sinais se tornam signos e esses signos recebem valoração, tornando-se ideológicos. Esses mesmos signos ideológicos constituem uma cadeia de enunciados, que são proferidos em acontecimentos discursivos entre falante e ouvinte, cujas ideologias possibilitam a escolha de palavras e o tom em que essas palavras serão verbalizadas – o que Volóchinov (2018) denomina de entonação – determinará sua produção de sentidos. É a partir do estabelecimento dessa relação dialógica entre locutor e interlocutor que novos sentidos são produzidos em relação aos signos em uso, conferindo-lhes novas cargas ideológicas. Tudo isso acontece ininterruptamente, como um *loop* infinito de enunciado e resposta, afirmação e réplica, ação e reação entre os indivíduos sociais.

Portanto, todos esses processos são sociológicos e, na mesma proporção, históricos; posto que o que governa a interação discursiva são as posições sociais dos falantes. Sendo assim, necessitava-se de um método capaz de contemplar os estudos da linguagem para além da estrutura linguística. Então, Bakhtin e os integrantes do Círculo criaram o método sociológico de estudo da linguagem (MEDVIÉDEV, 2012; VOLÓCHINOV, 2018). Pois, entendemos que, para eles, a linguagem sempre ocorre em situações da vida real, por isso, os sentidos produzidos por um enunciado não podem se restringir ao significado dicionarizado da palavra. Conforme elucidava Volóchinov (2018; 2019), quem quer compreender os enunciados precisa olhar para além do verbal; há de se considerar o extraverbal, isto é, aspectos enunciativos comuns aos indivíduos interconectados discursivamente, dos quais a entonação é princípio nodal na ideologização.

Para o Círculo, a entonação é a conexão entre um enunciado e seu contexto extraverbal, visto que imprime nas palavras um posicionamento valorativo. Assim, falante e ouvinte relacionam-se simultaneamente por meio desse intercâmbio ideológico, no qual demonstram aprovação ou desaprovação, admiração ou desprezo,

interesse ou indiferença, ou uma profusão de outros sentidos produzidos pela entonação que eles emprestam ao enunciado; essa atitude ativamente avaliativa transporta-nos para o terreno sociológico das relações discursivas, onde Bakhtin e o Círculo concentram seus estudos. Logo, esses filósofos veem o processo enunciativo como um evento real, dinâmico e valorativo, situado nas relações sociologicamente significativas entre as pessoas.

Desse modo, se formos capazes de entender essa teoria do enunciado concreto, que se conecta a outros enunciados constituindo elos de uma cadeia infinita da comunicação discursiva, teremos compreendido a formação do método sociológico. “Isso porque, o viés sociológico postula o papel ativo e onipresente da linguagem em todos os ‘sistemas ideológicos formados’ e na ‘ideologia do cotidiano’” (GRILLO, 2018, p. 64). Por essa razão, esse método tornou-se a orientação metodológica do Círculo para traçar um percurso investigativo de estudos relacionados às mais diversas materialidades discursivas.

Os membros do Círculo bakhtiniano foram buscar no marxismo o princípio basilar para a construção do método sociológico. Conforme defende Medviédev (2012, p. 44), “é no terreno do próprio marxismo que devem ser elaboradas as especificações de um único método sociológico por meio da sua aplicação ao estudo das particularidades dos campos da criação ideológica, a fim de que esse método realmente possa dar acesso às estruturas ideológicas, em todos os seus detalhes e sutilezas”. À vista disso, e considerando que “a palavra é um fenômeno ideológico por excelência”, o método sociológico é de nodal importância para os estudos do enunciado; isso inclui o enunciado fílmico.

Contra-pondo-se a outras estruturas metodológicas formalistas, o método sociológico apresenta diretrizes orientadas para o estudo do meio social como um todo. Segundo Volóchinov (2018, p. 220), para analisarmos os fenômenos relativos ao uso da linguagem, no escopo social dos enunciados, devemos considerar:

- 1) formas e tipos de interação discursiva em sua relação com as condições concretas; 2) formas dos enunciados ou discursos verbais singulares em relação estreita com a interação da qual são parte, isto é, os gêneros dos discursos verbais determinados pela interação discursiva na vida e na criação ideológica; 3) partindo disso, revisão das formas da língua em sua concepção linguística habitual.

Com base nisso, seguimos os procedimentos elencados por Volóchinov para

procurar os sentidos históricos manifestados por meio do signo ideológico “diabo”, com vistas a identificar os sentidos produzidos por esse signo no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, como resposta aos outros sentidos ideológicos que gravitam esse signo. Entendemos que o objeto em estudo manifesta os sentidos produzidos em cada momento histórico e que, esses sentidos, são produzidos por meio das relações sociais. Portanto, o método sociológico possibilita-nos lidar com as especificidades desse objeto que, por sua vez, não é estático.

Devido à profusão de interações discursivas dispostas ao longo de todo o longa-metragem, nós nos ativemos àquelas pertinentes à relação dialógica estabelecida entre Andrea Sachs e Miranda Priestly, e adotamos a perspectiva do dialogismo como abordagem analítica deste estudo; visto que, nessa abordagem, não trabalhamos com formas pré-moldadas de análise, não temos um manual de diretrizes que estabeleça respostas fixas às perguntas da pesquisa. Pelo contrário, quando lidamos com o dialogismo, precisamos entender que, independentemente das relações que os eventos, os enunciados e as palavras possuam, quando colocados diante do pesquisador, eles estabelecem com ele uma relação, de maneira que somos nós – enquanto ocupamos o lugar de fala do pesquisador – que daremos a resposta para os questionamentos dessa relação.

Sendo assim, o objeto de análise deixa de ser algo abstrato, alheio a nós e universal e passa a compor uma relação direta conosco, possibilitando que o pesquisador se torne um dos pilares dessa questão metodológica. O que temos a dizer sobre o *corpus*, o que o *corpus* nos possibilita ver e que valores atribuímos a ele, são alguns dos questionamentos inerentes ao pesquisador embasado pelo dialogismo. Isso porque, são as relações dialógicas que determinam o lugar de fala que ocupamos diante dos eventos apresentados.

É válido destacar que as abordagens metodológicas do viés bakhtiniano não podem ser entendidas como uma âncora, que fixa o pesquisador em determinado lugar, assegurando-lhe que aquele é o único meio de se conduzir o estudo. Pelo contrário, a abordagem metodológica do dialogismo funciona como um leme, que permite ao pesquisador conduzir a pesquisa por uma amplitude que direciona caminhos, mas não mostra um único caminho como sendo o ideal. Porque, nessa metodologia, as compreensões baseiam-se em respostas e dependem delas para construir a análise. Com isso, podemos compreender a arquitetônica dos enunciados erigida por meio da orientação social das personagens, bem como a produção de sentidos concernentes ao

signo ideológico “diabo”, que é o foco principal do nosso trabalho.

Sendo assim, durante o processo analítico percebemos como as cenas individuais se encaixam na narrativa como um todo que significa e entendemos que há cenas de maior relevância no longa-metragem, porque transmitem ideologias ou se destacam como clímax da trama. Assim, identificamos e listamos essas cenas, marcando o tempo de cada uma delas. Na sequência, identificamos aspectos da linguagem corporal utilizada pelas personagens, além de gestos, sons e outras características gerais. Ainda, nos atentamos à caracterização das personagens principais e associamos isso às relações dialógicas estabelecidas entre elas.

Ademais, através dessa metodologia conseguimos constatar que o enunciado fílmico *O Diabo veste Prada* permite a manifestação do discurso capitalista, do discurso marxista da luta de classes, do discurso da moda; no entanto, é o discurso religioso que atua na escolha da palavra “diabo” para compor o título da narrativa fílmica. É válido recordar que, aqui, esse diabo passa por uma refração ideológica através da personagem Miranda Priestly e produz sentidos distintos daqueles produzidos por essa mesma palavra na Idade Média.

Em suma, neste capítulo operacionalizamos uma prévia da metodologia adotada como mecanismo analítico do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*. No próximo capítulo, damos continuidade nesse trabalho e abordamos as questões condizentes ao diálogo, ao sujeito e à responsabilidade no escopo do *corpus*. Outrossim, discorreremos sobre as relações dialógicas e como elas corroboram a construção dos sentidos de “diabo” no enunciado analisado. Além disso, também consideramos a constituição do sujeito responsivo na relação eu-outro, entre Miranda Priestly e Andrea Sachs. Vamos compreender como essa inter-relação dos indivíduos não só constrói a arquitetura dos enunciados em meio à realidade social que os circundam, mas também faz com que se constituam como sujeitos responsáveis e responsivos.

CAPÍTULO 3

DIÁLOGO, SUJEITO E RESPONSABILIDADE EM *O DIABO VESTE PRADA*

No capítulo anterior, compreendemos o que é o enunciado para Bakhtin e o Círculo e explicamos o caráter responsivo dos enunciados a partir da materialidade fílmica *O Diabo veste Prada*. Outrossim, destacamos as principais características do método sociológico e demonstramos sua operacionalização como instrumento de análise do enunciado fílmico. A partir de agora, vamos aprofundar um pouco mais na teoria do Círculo, com o intuito de elucidar a constituição do sujeito bakhtiniano por meio das relações dialógicas entre o eu e o outro; relações essas caracterizadas pelo Círculo como ato responsável de cada indivíduo. A saber, “esse termo é tradução da palavra russa *postupok*, que consiste em algo como um passo que deixa suas marcas. Daí, por extensão, um responsabilizar-se enquanto ato que marca o sujeito que o realiza” (VILLARTA-NEDER, 2019, p. 36).

Afinal, se não há álibi para a existência (BAKHTIN, 2010), cada sujeito não só é responsável por aquilo que faz – em consonância com o meio social que o circunda – mas também se responsabiliza por aquilo que enuncia. Ora, o que é um álibi? Em linguagem jurídica, um álibi é aquele que assume a responsabilidade por um crime cometido no lugar do outro. Destarte, quando Bakhtin locuciona seu célebre enunciado “não existe álibi para a existência” (BAKHTIN, 2010, p. 58), ele está declarando a responsabilidade de cada indivíduo pela sua própria vida.

Diante disso, não há como dizer que não estamos aqui; essa afirmação do filósofo russo configura uma convocação à presença. Por isso, não há possibilidade de nos exirmos da responsabilidade de estarmos vivos. Logo, não temos condição de afirmar que não fomos nós que vivemos nossa vida. Isso fundamenta a premissa da responsabilidade do sujeito dialógico para Bakhtin e o Círculo. Mas, por que o diálogo é a pedra fundamental da teoria bakhtiniana?

Segundo Bakhtin (2011), a vida é naturalmente dialógica, e ele explica essa dialogicidade da vida ao afirmar que:

A vida é dialógica por natureza. Viver significa participar de um diálogo: interrogar, escutar, responder, concordar, etc. Neste diálogo o homem participa todo e com toda a sua vida: com os olhos, os lábios, com as suas ações. Ele se põe todo na palavra, e esta palavra entra no tecido dialógico da existência humana, no simpósio universal (BAKHTIN, 2011, p. 348).

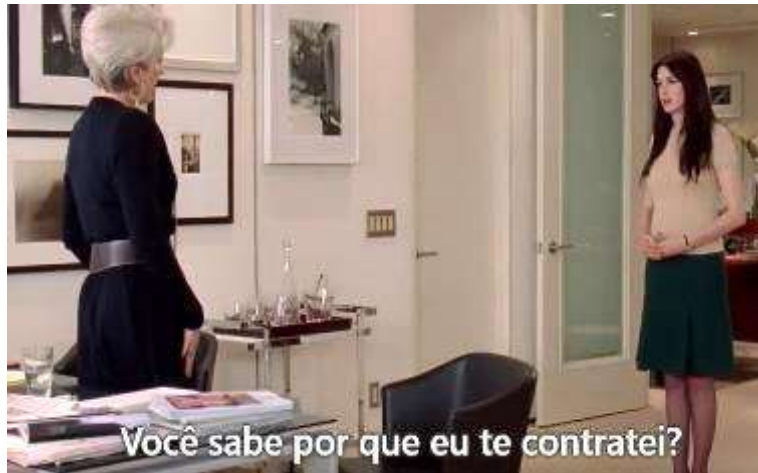
Diante do exposto, percebemos que, para Bakhtin e o Círculo, diálogo não é apenas o fenômeno de duas pessoas falando uma com a outra, mas sim, é a condição *sine qua non* para a existência de toda comunicação. É importante lembrar que, implícito na ideia de diálogo está o desejo de obter uma resposta; isto é, conforme explicamos no capítulo 2, assim como toda ação gera uma reação, o diálogo (como ato responsivo que é) suscita uma resposta e anseia por ela.

Não podemos esquecer que o diálogo, no sentido bakhtiniano, é um processo gerador de sentidos, vinculado à orientação social dos indivíduos envolvidos e que requer uma apropriação das palavras do outro para manter-se locucionando ininterruptamente. Portanto, é válido reiterar que “o enunciado (elemento nodal de constituição das relações dialógicas) é um elo na cadeia da comunicação discursiva e não pode ser separado dos elos precedentes que o determinam tanto de fora quanto de dentro, gerando nele atitudes responsivas diretas e ressonâncias dialógicas” (BAKHTIN, 2016, p. 62).

Tendo isso em mente, selecionamos uma série de capturas de tela provenientes do longa-metragem analisado, que exemplificam réplicas do diálogo ligadas ao enunciado completo (o filme) e ilustram a teoria da comunicação dialógica proposta por Bakhtin e Círculo. Nos *prints* de tela a seguir, podemos contemplar o acontecimento considerado por nós como o pivô da transformação fashionista de Andy Sachs na trama. Por mais que Miranda seja a única a falar nesta parte do enunciado fílmico (enquanto Andrea ouve atentamente com resignação), ela aguarda uma resposta, uma ação, uma atitude ativa por parte da jovem jornalista; posto que, “o falante aguarda a resposta do ouvinte, espera uma ativa compreensão responsiva. É como se todo o enunciado se construísse ao encontro dessa resposta” (BAKHTIN, 2011, p. 62).

Diante disso, o ato responsivo de Andy acontece na ocasião de sua mudança de estilo, com o intuito de adequar-se às expectativas da editora-chefe da Runway. É válido pontuar, aqui, que o espaçamento temporal entre uma captura de cena e outra se dá pelo fato de conter intervalos de movimentação da câmera, nos quais nenhuma das personagens fala. Portanto, nesta parte, nos ativemos exclusivamente às cenas em que há a ocorrência de diálogos. Vejamos a sequência de capturas de tela que ilustra essa passagem.

Figura 14: Captura de tela – 00:30:44 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 15: Captura de tela – 00:31:04 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 16: Captura de tela – 00:31:07 – *O Diabo veste Prada*



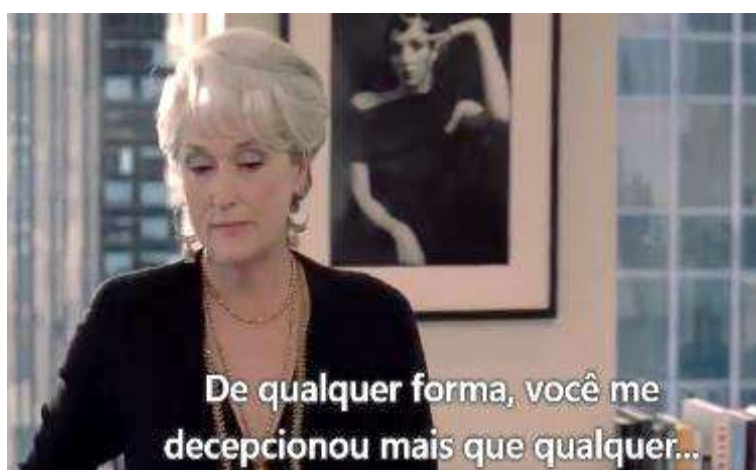
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 17: Captura de tela – 00:31:12 – *O Diabo veste Prada*



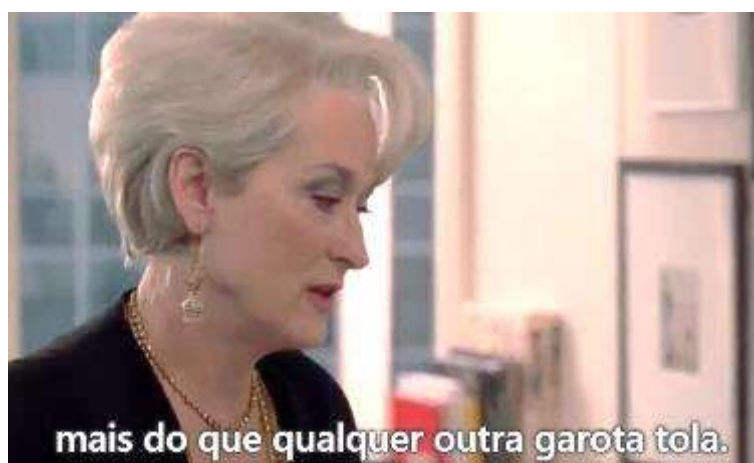
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 18: Captura de tela – 00:31:22 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 19: Captura de tela – 00:31:28 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

O acontecimento que culminou nesse diálogo teve início algumas cenas atrás, quando Miranda estava em Miami, em uma viagem a trabalho e, devido às péssimas condições climáticas, teve seu voo de volta para Nova York cancelado. Naquela mesma noite, a editora-chefe da Runway tinha o compromisso inadiável de comparecer ao recital das filhas. Nesse ínterim, Andrea jantava com seu pai em um restaurante e tinha planos de assistir ao musical *Chicago* na companhia dele. Todavia, o celular da assistente toca e, para sua surpresa, era Miranda Priestly do outro lado da linha, exigindo que Andy conseguisse colocá-la em um voo de volta para casa a tempo de assistir à apresentação das filhas. E, claro, Andy não conseguiu essa façanha e acabou decepcionando profundamente sua chefe. Esse fato conduziu o enunciado fílmico para a sequência de capturas de tela que observamos acima.

Como vimos, Miranda enuncia: “Você sabe por que eu te contratei? Eu... Eu achei que você seria diferente. Eu disse a mim mesma, vá em frente. Contrate a garota inteligente e gorda. De qualquer forma, você me decepcionou mais que qualquer... mais do que qualquer outra garota tola” (00:30:44 – 00:31:28). Esse acontecimento remete ao que Bakhtin (2011) afirma sobre o diálogo; isto é, que todo diálogo compreendido está gestante de uma reação responsiva. Visto que “toda compreensão é, em maior ou menor grau, prenhe de reação responsiva quer em palavras, quer em ação (por exemplo, o cumprimento de uma ordem compreendida ou de um pedido, etc.). É justamente nessa compreensão ativa e responsiva que se fixa o discurso do falante” (BAKHTIN, 2011, p. 121-122). Andrea demonstra essa compreensão através de sua mudança de visual e também de princípios. Isso porque, além de assumir um estilo fashionista, ela sucumbe à ideologia disseminada em seu ambiente de trabalho: não é necessário ser inteligente, contanto que você esteja na moda.

Diante do exposto, acreditamos ser profícuo exemplificar, aqui, o momento exato em que essa ação responsiva de Andy ocorre. A jovem adentra o escritório desfilando roupas e sapatos de marcas renomadas da indústria *fashion*. Nessa entrada triunfal, Andrea Sachs utiliza o recurso da linguagem corporal para enunciar sua ascensão ao posto de assistente de Miranda Priestly. Em um movimento que exprime requinte e altivez, Andy joga os cabelos para o lado e mostra seu novo estilo, ao passo que sua colega de trabalho, Emily, observa pasmada, boquiaberta e atônita a nova versão de Andrea. Embora nenhuma palavra tenha sido locucionada, a linguagem linear (a linguagem manual, dos gestos, corporal) incumbiu-se de veicular os sentidos desse acontecimento, visto que, para o Círculo bakhtiniano, assim como os enunciados, os

gestos não são neutros, mas carregam uma entonação silenciosa. O que pode parecer uma ação sem sentido é, muitas vezes, um enunciado completo e altamente expressivo, conforme podemos verificar nas capturas de tela abaixo:

Figura 20: Captura de tela – 00:35:56 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 21: Captura de tela – 00:35:59 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Como dissemos em outros momentos desta pesquisa, reiteramos agora que a mudança a qual Andy se submeteu funcionou como um rito de passagem, como um batismo iniciático da personagem no mundo da moda e sua imissão na posse do cargo de assistente de Miranda Priestly. Porém, ao mesmo tempo, Andy contraria os próprios princípios pelos quais foi contratada pela editora chefe da Runway, isto é, ela foi admitida no cargo de assistente porque era inteligente; no entanto, ainda assim, escolhe se tornar igual a todos os outros indivíduos que participam com ela desse contexto do mundo da moda. Ou seja, sua resposta nada tem a ver com soluções

inteligentes para resolver os problemas apresentados por Miranda, mas sim se submeter à ideologia daquele ambiente. Esse acontecimento coloca um holofote em outra questão relevante deste estudo: a constituição do sujeito sob o viés da teoria do Círculo. O que é o sujeito bakhtiniano e como ele se constitui?

Ao passo que nossos estudos avançam, depreendemos que, assim como o enunciado é um acontecimento único, concreto e irrepetível, imbricado na cadeia de outros enunciados, assim também é o conceito do sujeito bakhtiniano. A arquitetura do sujeito para Bakhtin e o Círculo oferece uma visão do sujeito singular, único, inigualável, responsável por todos os seus atos realizados no meio social que o circunda, historicamente situado e participante da experiência concreta da vida em sociedade. Sobretudo, existe uma característica basilar que opera na construção do sujeito bakhtiniano: é a relação do eu com o outro. Isso é o que Bakhtin (2010, p. 91) denomina de arquitetura do Ser concreto, o sujeito.

O mais alto princípio arquitetônico do mundo real do ato realizado ou ação é a contraposição concreta e arquitetonicamente válida ou operativa entre eu e o outro. A vida conhece dois centros de valor que são fundamental e essencialmente diferentes, embora correlacionados um com o outro: eu e o outro; e é em torno desses centros que todos os momentos concretos do Ser se distribuem e se arranjam.

Para ilustrar essa afirmação, gostaríamos de referenciar, aqui, dois versos de um poema do renomado poeta barroco Gregório de Matos, que dizem: “o todo sem a parte não é todo, a parte sem o todo não é parte [...]”⁶. Assim como Bakhtin e o Círculo dedicaram boa parte de suas pesquisas aos estudos poéticos e literários (BAKHTIN, 2016; 2015; 2011; 2010; 2008; MEDVIÉDEV, 2012), acreditamos ser possível utilizar esses versos para ilustrar a questão do sujeito. Isso porque, parafraseando o texto poético, entendemos que o “eu” não é “eu” sem o outro, da mesma forma que o “outro” não é “outro” sem o eu. Posto que o sujeito bakhtiniano é completamente dialógico e, por assim ser, só se constitui em relação com o outro, pois “minha existência, o evento de eu-estar-sendo na existência é uma inter-relação com outros que me possibilitam o espaço de minha constituição na temporalidade de meu existir” (VILLARTA-NEDER, 2019, p. 36).

Mediante o exposto, chegamos à conclusão de que o sujeito (eu) não pode existir

⁶ MATOS, Gregório de. Ao braço do mesmo menino Jesus quando apareceu. In: *Poemas Escolhidos*. São Paulo: Cultrix, 1990. p. 307.

apenas para si mesmo, mas é irrevogavelmente ligado ao outro. Conforme explica Bakhtin (2011):

Eu tomo consciência de mim e me torno eu mesmo unicamente me revelando para o outro, através do outro e com o auxílio do outro. Os atos mais importantes, que constituem a autoconsciência, são determinados pela relação com outra consciência (com tu). A separação, o desligamento, o ensimesmamento como causa central da perda de si mesmo (BAKHTIN, 2011, p. 341).

Em concordância com o exposto, depreendemos que, para Bakhtin (2008), o sujeito se constitui no processo de comunicação dialógica com outros sujeitos. Em outras palavras, o sujeito bakhtiniano só se constitui no/pelo diálogo. De forma que “ser significa comunicar-se pelo diálogo. Quando termina o diálogo, tudo termina. Daí o diálogo, em essência, não poder nem dever terminar” (BAKHTIN, 2008, p. 266). Portanto, compreendemos que o encontro dialógico com o outro é o que determina o sujeito, posto que o diálogo coloca em movimento o ato responsivo e essa resposta, por sua vez, necessita ser pensada e, mediante a isso, acontece o ato ético e responsável por parte do sujeito.

Por conseguinte, quando pensamos para responder, somos automaticamente perpassados por uma gama de discursos que formam nossa consciência e, no momento em que proferimos a resposta ao outro, consolidamos nosso ato único, responsável e irrepetível da eventicidade do ser. Isso constitui o sujeito bakhtiniano como um Ser singular, ético e responsável por seus atos. Ou seja, “tudo em mim – cada movimento, gesto, experiência vivida, pensamento, sentimento – tudo deve ser um ato ou ação; é apenas sob esta condição que eu realmente vivo, que eu não me separo das raízes ontológicas do Ser real” (BAKHTIN, 2010, p. 62).

Aliás, a vida em si é um evento para o filósofo russo da linguagem. De acordo com Bakhtin (2010, p. 21), “cada pensamento meu, junto com seu conteúdo, é um ato ou ação que realizo [...] eu realizo, isto é, executo atos com toda minha vida, e cada ato particular e experiência vivida é um momento constituinte da minha vida”. Destarte, o “eu” e o “outro” se constituem nas relações dialógicas, por meio das quais os enunciados atuam na constituição desses sujeitos, mas sem deixar de ser quem são. Isto é, em cada encontro, em cada relação interpessoal, em cada conflito dialógico, o “eu” transmite um pouco de si e recebe um pouco do “outro”, num processo infinito de construção do sujeito.

Ademais, na arquitetura dessa relação eu-outro está o princípio da alteridade

que, para Bakhtin e o Círculo, é o fator nodal do ato ético, determinando uma compreensão responsiva e responsável do sujeito. Nessa perspectiva, entendemos que Bakhtin e seus companheiros do Círculo colocam a responsabilidade no coração da existência humana e, por meio dessa alteridade, exercemos a ética do nosso contínuo devir: eu só existo quando me torno responsável; eu só existo quando dialogo; eu só existo em relação responsiva com o outro. Firmados nessa teoria, vamos elucidar, agora, como essa relação eu-outro se dá entre Andrea Sachs e Miranda Priestly, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*.

3.1 A constituição do sujeito responsivo na relação eu-Andrea Sachs e o outro-Miranda Priestly

Considerando nossas reflexões até aqui, conseguimos identificar os aspectos do processo de constituição do sujeito bakhtiniano, na relação estabelecida entre Miranda Priestly e Andrea Sachs. É válido lembrar que, no início da trama, Andy era uma jovem simples, modesta e humilde, que tinha aversão aos padrões impostos pela indústria da moda e que, possivelmente, se enxergava acima da trivialidade fashionista – por possuir formação acadêmica e se julgar inteligente. Todavia, a partir do instante em que ela se vê confrontada pelo outro (Miranda Priestly), sente-se instigada a mudar sua atitude.

É importante destacar que o posicionamento responsivo de Andrea em relação a Miranda possibilita ver as instâncias do diálogo atuantes nessa relação. Ou seja, ao longo do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, conseguimos notar as três instâncias dialógicas descritas por Bakhtin (2011) em *Estética da criação verbal* e explicadas por Stafuzza e Oliveira (2021, p. 7) como sendo categorizadas em: “o eu-para-mim (a relação consigo mesmo), o eu-para-o-outro (a relação que estabeleço com o outro) e do outro-para-mim (a relação que o outro estabelece comigo)”. As capturas de tela a seguir conseguem exemplificar como o eu-Andrea Sachs foi se construindo em relação a si mesma (eu-para-mim), atuando responsivamente como reflexo e refração do outro-Miranda Priestly (eu-para-o-outro), no decorrer do filme.

Figura 22: Capturas de tela – 00:22:52 / 00:35:54 / 00:37:09 / 00:37:19 / 00:37:47 – *O Diabo veste Prada*



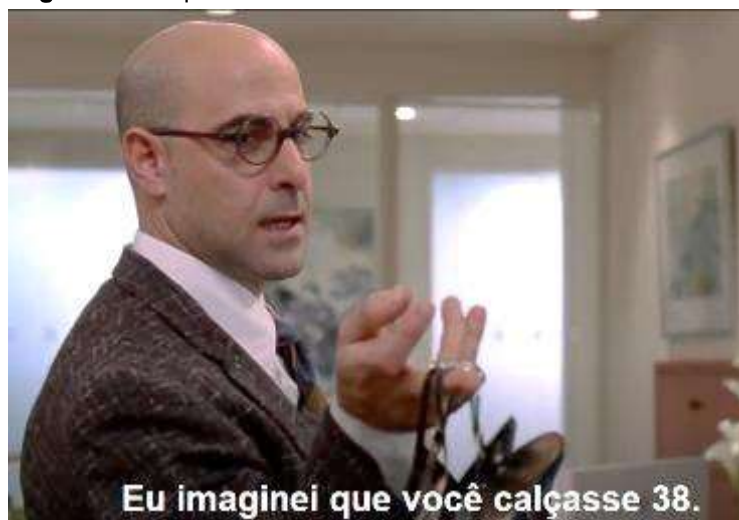
Fonte: Elaborado pelo autor

A sequência de capturas de tela supramencionada pode ser tratada pela perspectiva da teoria bakhtiniana do ato ético, responsivo e responsável de como os sujeitos podem agir no mundo. A personagem Andrea foi impelida à mudança de suas ideologias, porque foi instigada pela relação dialógica do outro-para-mim, sendo esse

outro representado pela personagem Miranda Priestly. Dessa forma, quando o outro nos toca, isto é, quando a palavra do outro nos toca (o-outro-para-mim), entramos em contato com sua singularidade, refletindo e refratando suas ideologias. Logo, se vivemos pelo diálogo (BAKHTIN, 2008, p. 266), então vivemos de modo que o outro se reflita em nós e nós nele.

Com base nisso, entendemos que Andrea se viu refletida no outro-Miranda e adequou-se às ideologias capitalistas do mundo da moda, disseminadas por sua chefe. Mas antes que isso acontecesse, a jovem jornalista tentou resistir à influência do outro sobre si. Prova disso são as capturas de tela elencadas abaixo, que ilustram a tentativa de Andy em resistir aos estímulos contínuos para que se adequasse ao meio social no qual estava inserida, a Runway.

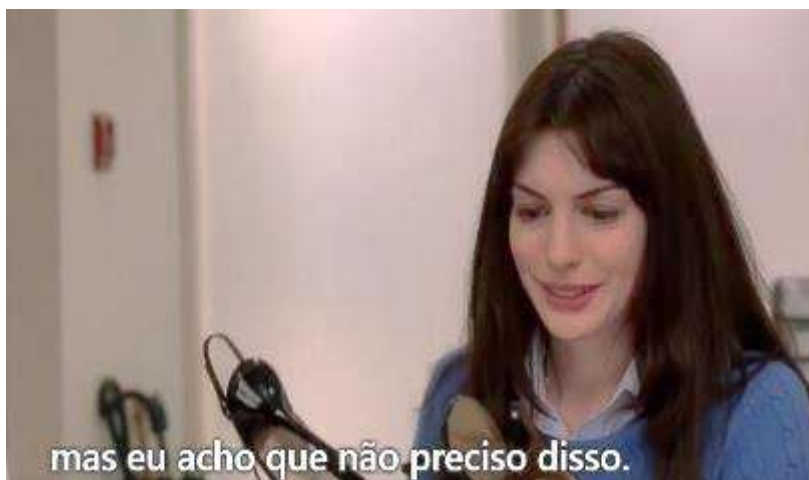
Figura 23: Captura de tela – 00:15:32 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

No *print* de tela acima, vemos o diretor de moda da Runway, Nigel (Stanley Tucci) oferecendo um par de sapatos de salto à Andy, com o objetivo de que ela se adequasse à ideologia da moda prevalente no meio social que a circunda agora. Ele afirma: "Eu imaginei que você calçasse 38". Não obstante, Andrea tenta se manter firme em sua posição de indiferença em relação ao mundo *fashion* e resiste ao sapato, como podemos ver nas capturas de tela a seguir.

Figura 24: Captura de tela – 00:15:37 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 25: Captura de tela – 00:15:39 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Andy respondeu ao diretor de moda da Runway dizendo: “mas eu acho que não preciso disso. Miranda me contratou. Ela sabe como eu me visto.” Contudo, essa resistência não durou muito. Bastou um olhar de Miranda para os sapatos de Andy e a jovem assistente imediatamente compreendeu a mensagem enunciada. Como vimos anteriormente, na arquitetônica da vida real conceituada por Bakhtin e o Círculo, “todo gesto deve ser um ato ou ação” (BAKHTIN, 2010, p. 62) e, por conseguinte, pode ser considerado como um enunciado. Logo, um olhar também possui suas entonações silenciosas. Destarte, o eu-Andrea Sachs se viu confrontado pelo outro-Miranda Priestly e atuou responsivamente com a substituição dos sapatos, como podemos ver nas capturas de tela abaixo.

Figura 26: Capturas de tela – 00:16:48 / 00:16:49 / 00:16:50 / 00:16:57 / 00:17:10 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

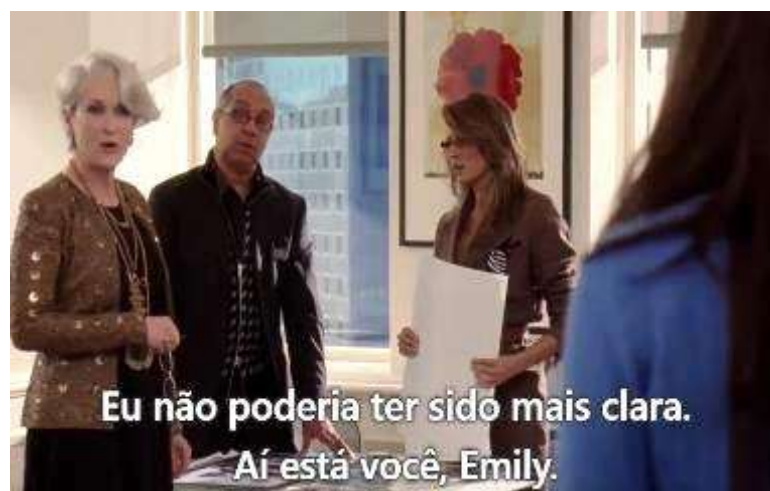
O reflexo do outro-Miranda no eu-Andrea operacionalizou mudanças muito maiores que a troca de sapatos. Miranda conseguiu fazer com que Andy abrisse mão do próprio nome, aceitando ser chamada de Emily. Ora, a primeira característica subjetiva que geralmente recebemos é o nome. Esse nome nos acompanhará por toda a nossa existência neste plano terreno e para além dele, pois, mesmo quando cessamos de existir aqui, nosso nome ainda fica gravado em uma lápide. Não fomos nós que escolhemos esse nome, porém foi atribuído a nós pelo outro – no caso, nossos pais. Visto que, de acordo com Bakhtin (2011, p. 338), tudo o que nos diz respeito vem das nossas relações com o outro.

Tudo o que me diz respeito, a começar por meu nome, e que penetra em minha consciência, vem-me do mundo exterior, da boca dos outros (da mãe, etc.), e me é dado com a entonação, com o tom emotivo dos valores deles. Tomo consciência de mim, originalmente, através dos outros: deles recebo a palavra, a forma e o tom que servirão para a formação original da representação que terei de mim mesmo.

À vista do exposto, entendemos que a atitude de Miranda ao desconsiderar o nome de Andy funcionou como uma estratégia do outro-para-mim para desconstruir a imagem que Andrea tinha de si como sujeito (o-eu-para-mim) – a jornalista inteligente indiferente à moda – e, ao mesmo tempo, um estratagema para envolvê-la em sua própria consciência (o universo da moda). Em outras palavras, toda vez que Miranda chamava Andy de Emily, ela estava enunciando que, para ser aceita como Andrea ou Andy, a jovem assistente deveria se adequar aos padrões impostos pelo outro-Miranda Priestly e pelo meio social que o circunda.

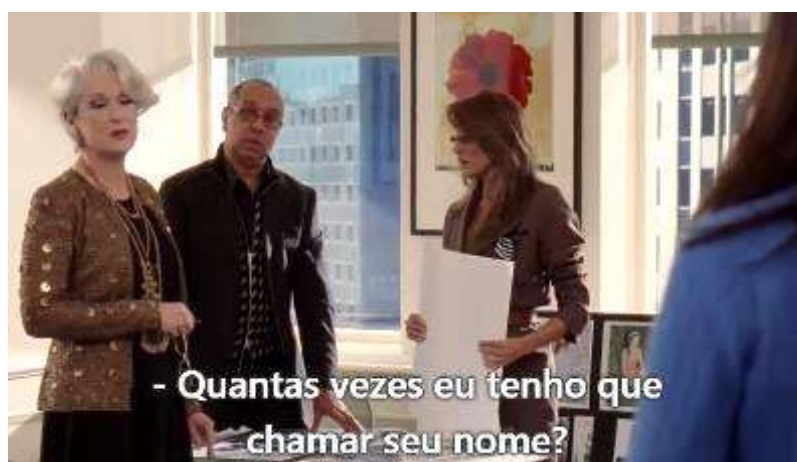
No entanto, ao passo que o eu-Andrea se permitia ser constituída pelo outro-Miranda, seu nome foi finalmente aceito pela editora-chefe da Runway. Da mesma forma que a transformação de Andy representou um rito de passagem da personagem na trama, isto é, ela foi aceita oficialmente no cargo de assistente de Miranda Priestly, o uso de seu nome por Miranda também demonstrou sua aceitação enquanto sujeito. As capturas de tela a seguir nos ajudam a ilustrar esse acontecimento.

Figura 27: Captura de tela – 00:16:02 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 28: Captura de tela – 00:16:03 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 29: Captura de tela – 00:16:04 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 30: Captura de tela – 00:16:09 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Na seleção de *prints* de tela acima, observamos um diálogo entre a editora-chefe da Runway e sua recém-contratada assistente. Miranda diz: “Aí está você, Emily. Quantas vezes eu tenho que chamar seu nome?” Por outro lado, em seu ato responsivo, Andy profere sua tentativa frustrada de explicar que seu nome não é “Emily”: “Na verdade me chamo Andy. Meu nome é Andy. Andrea, mas todos me chamam de Andy”. Miranda demonstra indiferença às palavras de Andy e continua se dirigindo a ela como “Emily”. À vista disso, depreendemos que, o fato de Miranda chamar Andy de Emily tem a ver com o processo de alteridade que Miranda possui em relação ao campo da moda, como ela faz eco com o discurso capitalista que não respeita as identidades e diferenças dos sujeitos. Entendemos, também, que é na relação com a alteridade que os indivíduos se constituem. O ser se reflete no outro, refrata-se. A partir do momento em que o indivíduo se constitui, ele também se altera, constantemente (BAKHTIN, 2010).

A orientação social que Miranda ocupa não aceita que seus interlocutores sejam diferentes dela. Ou seja, para que haja um relacionamento dialógico entre Miranda e um outro, esse outro deve se adequar aos seus padrões sociais; nesse caso, o mundo da moda. Diante disso, a senhora Priestly apenas reconhece Andrea como outro capaz de estabelecer com ela um diálogo, a partir do momento que Andy se insere no mesmo contexto social que ela. Isso pode ser constatado quando Miranda chama a assistente pelo seu verdadeiro nome: Andrea. Vejamos as capturas de tela a seguir.

Figura 31: Captura de tela – 00:45:25 – *O Diabo veste Prada*



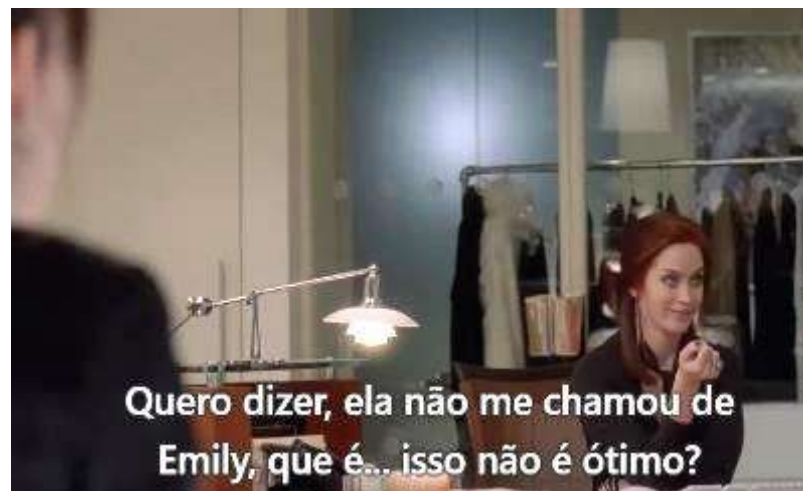
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 32: Captura de tela – 00:45:44 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 33: Captura de tela – 00:45:47 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Como vimos acima, Andy exibe esse reconhecimento de Miranda como uma aprovação do outro em relação a ela. Quando a editora-chefe da Runway enuncia: “Certo. E, Andrea, eu gostaria que levasse ‘O Livro’ para minha casa hoje”, a jovem jornalista finalmente se sente participante do contexto discursivo do capitalismo e da moda juntamente com Miranda, e ela verbaliza esse triunfo para sua colega de trabalho, Emily, dizendo: “E você sabe que ela me chamou de Andrea? Quero dizer, ela não me chamou de Emily, que é... isso não é ótimo?”

Afinal, não vemos mais traços da Andy que chegou à sede da Runway para uma entrevista de emprego há algum tempo atrás; no entanto, testemunhamos um total

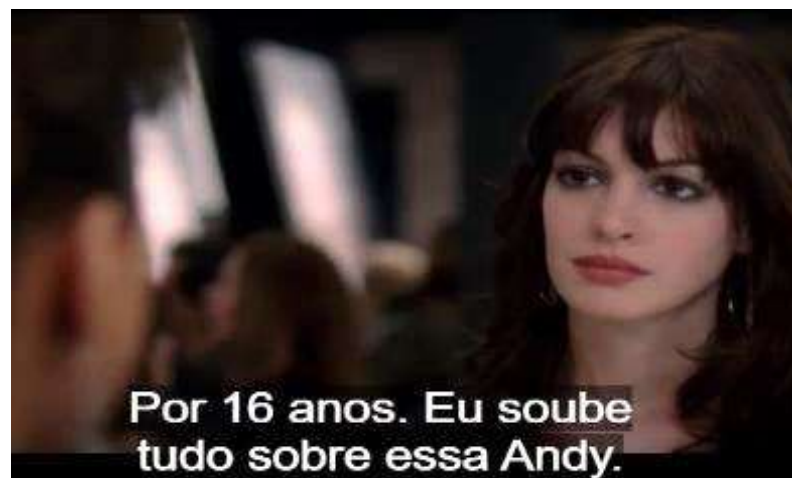
reflexo do outro-Miranda Priestly em Andrea Sachs. Isso acontece com tal intensidade que os próprios amigos de Andy não a reconhecem mais. Não só pela mudança de estilo, mas também pela mudança de princípios, comportamentos e ideologias. Isso mostra que, para que o eu-Andrea se tornasse reconhecido pelo outro-Miranda, ela deveria se tornar irreconhecível para os demais outros que faziam parte do meio social que a circunda. A próxima cena demonstra a instância do diálogo do outro-para-mim e possibilita a percepção do posicionamento axiológico advindo do outro em virtude da mudança de caráter de Andy. Conforme podemos ver nos *prints* de tela a seguir.

Figura 34: Captura de tela – 01:15:02 – *O Diabo veste Prada*



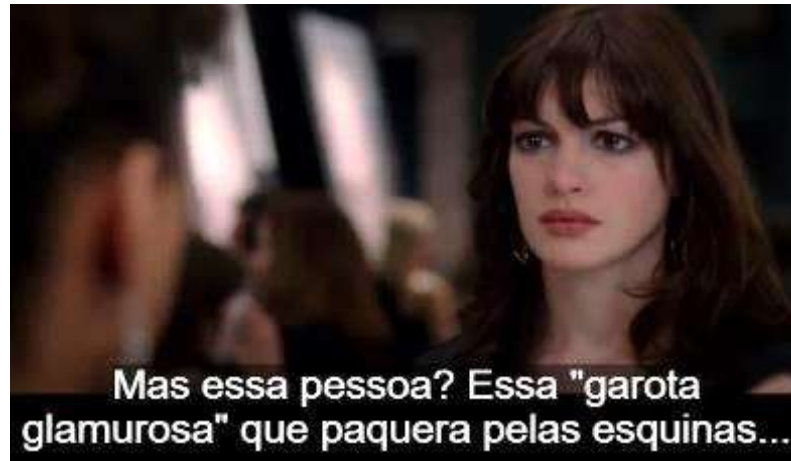
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 35: Captura de tela – 01:15:11 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 36: Captura de tela – 01:15:16 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 37: Captura de tela – 01:15:20 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 38: Captura de tela – 01:15:21 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

No acontecimento representado pelas capturas de tela supramencionadas, vemos a melhor amiga de Andy, Lily (Tracie Thoms), dizer que não reconhece mais a jovem jornalista. Ela enuncia: “Sabe, a Andy que eu conheço é totalmente apaixonada por Nate (Adrian Grenier). Por 16 anos eu soube tudo sobre essa Andy. Mas essa pessoa? Essa ‘garota glamourosa’ que paquera pelas esquinas, com qualquer homem bonito do mundo da moda? Eu não entendo ela”. É válido destacar que, antes que esse diálogo ocorresse, Lily flagrou Andy flertando com o escritor Christian Thompson (Simon Baker), amigo de Miranda, em sua exposição de fotografias.

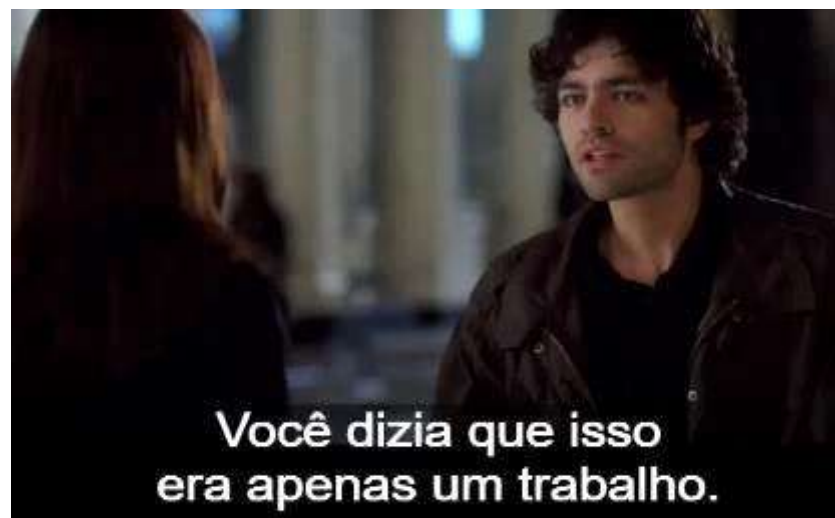
As afirmações de Lily revelam alguns aspectos da Andrea Sachs transformada pelos discursos da moda e do capitalismo. Isto é, Andy começou a transitar por lugares sociais que possibilitam o funcionamento e manutenção desses discursos e que ela mesma passa a endossar por meio de suas atitudes. Prova disso é o fato de ela estar flertando com o escritor Christian Thompson (embora seja comprometida com Nate), demonstrando que se encontrou, de certa forma, nesse lugar de sujeito capitalista; Andy se sentiu tão à vontade, que saiu da posição profissional e revelou seu lado humana, participando do flerte.

Notamos, portanto, que Andy foi influenciada pelas ideologias do outro-Miranda (o-outro-para-mim) e passou a pertencer ao lugar social movimentado pelos discursos da moda e do capitalismo, lugar esse ainda inacessível aos seus amigos. Daí o motivo pelo qual Lily não consegue mais reconhecer a amiga, pois Andrea foi circunscrita no universo da moda e tornou-se uma “garota glamourosa”, característica que destoa da orientação social de Lily. Todos esses aspectos fizeram com que o eu-Andrea Sachs (o eu-para-mim) se tornasse irreconhecível para o outro-Lily (o eu-para-o-outro); todavia, foram esses mesmos aspectos que a constituíram como sujeito em sua relação com o outro-Miranda Priestly.

Mas não foi apenas a melhor amiga de Andy que não a reconheceu mais; o namorado da assistente de Miranda também reclamou a respeito das mudanças ocorridas no eu-Andrea, em virtude de sua incursão no lugar social mantido pelos discursos do capitalismo e da moda, difundidos e encarnados pela editora-chefe da Runway. Por meio do ato responsivo de Andrea, na ocasião de seu diálogo com Nate (Adrian Grenier), conseguimos perceber como as palavras do outro-namorado-Nate impactaram a jovem. Segundo Bakhtin (2008), o eu somente leva a sério as palavras do outro quando ambos se relacionam através da orientação dialógica coparticipante. No tocante a isso, o filósofo russo assevera que “a orientação dialógica, coparticipante, é a

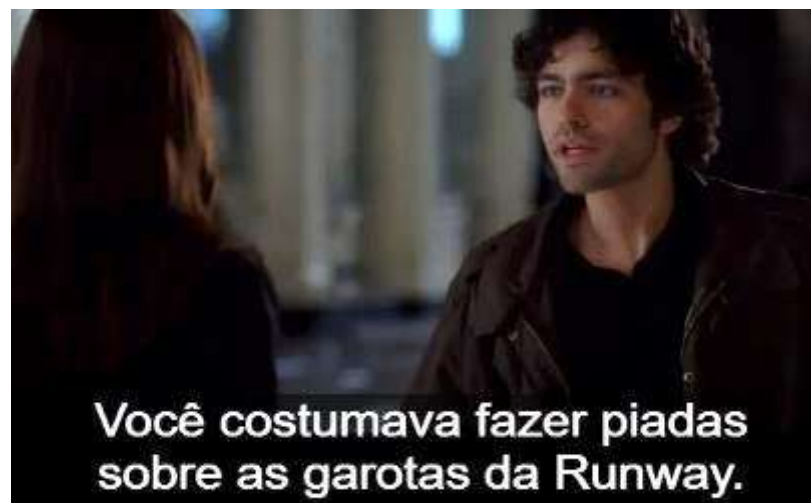
única que leva a sério a palavra do outro e é capaz de focalizá-la enquanto posição racional ou enquanto um outro ponto de vista. Somente sob uma orientação dialógica interna minha palavra se encontra na mais íntima relação com a palavra do outro [...]” (BAKHTIN, 2008, p. 78). Vejamos, a seguir, o que o namorado de Andy enuncia, quando soube que ela viajaria para Paris com sua chefe.

Figura 39: Captura de tela – 01:16:19 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 40: Captura de tela – 01:16:20 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 41: Captura de tela – 01:16:24 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

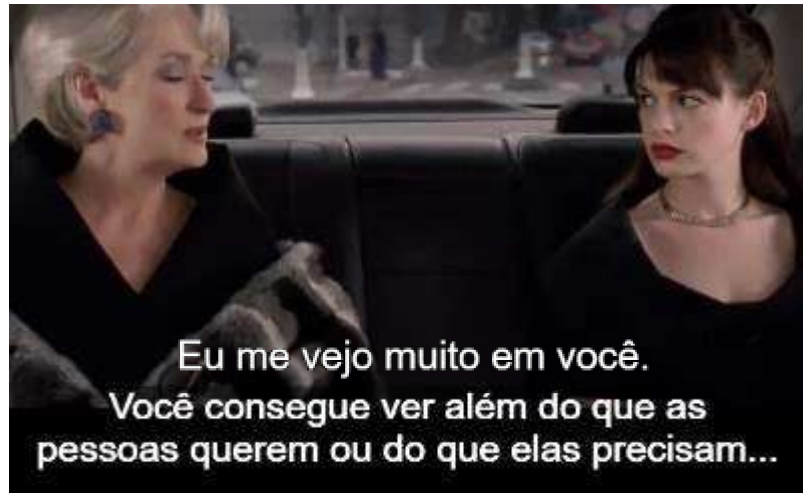
Na série de capturas de tela acima, evidenciamos o desconhecimento do outro-namorado-Nate em relação ao eu-Andrea Sachs constituído pelo discurso da moda. Nate locuciona as seguintes afirmações: “Você dizia que isso era apenas um trabalho. Você costumava fazer piadas sobre as garotas da Runway. O que aconteceu? Agora você se tornou uma delas”. Diante disso, compreendemos que o eu dialoga com uma multiplicidade de outros, e que cada um desses outros projeta no eu (em contínuo devir) as ideologias que vão operacionalizar a constituição do sujeito. Ora, o novo estilo adotado por Andy parece ideal para a orientação social da Runway e do mundo da moda no qual ela transita. Todavia, essa mudança de princípios, ideologias e atitudes não soou como uma boa notícia aos ouvidos do namorado de Andrea e nem tampouco de seus amigos.

Esse não reconhecimento e essa discrepância de pontos de vista revela outro aspecto das relações dialógicas que atuam na constituição dos sujeitos. Isto é, o diálogo é como uma arena, na qual eu e outro se digladiam em um processo intercambiável contínuo de construção e desconstrução do sujeito. Conforme explica Volóchinov (2019, p. 317), “a palavra torna-se uma arena para a luta de classes, um palco para a disputa de opiniões e interesses de classe diversamente orientados”. Por isso, o eu-namorado-Nate e o eu-melhor-amiga-Lily não se enxergam mais no outro-Andrea Sachs, posto que agora suas orientações sociais não são mais as mesmas, mas divergem em atos, discursos e ideologias.

Por outro lado, enquanto alguns diálogos se divergem, outros se convergem e encontram terreno comum para que os indivíduos realizem o intercâmbio ideológico e

operacionalizem a construção do sujeito. É o caso de Miranda Priestly e Andrea Sachs nas últimas cenas do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*. Andy ocupou o lugar discursivo da moda e do capitalismo de tal forma, que a editora-chefe da Runway passou a se ver em sua assistente. Como mostram as capturas de tela abaixo.

Figura 42: Captura de tela – 01:37:13 – *O Diabo veste Prada*



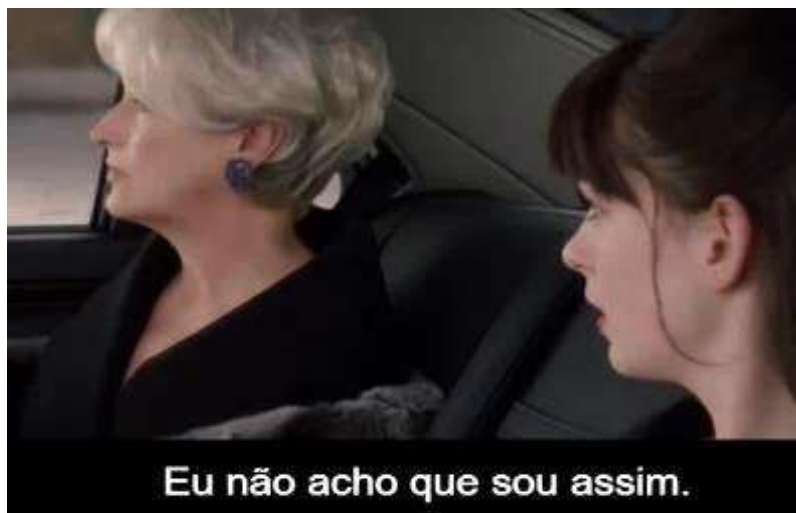
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 43: Captura de tela – 01:37:17 – *O Diabo veste Prada*



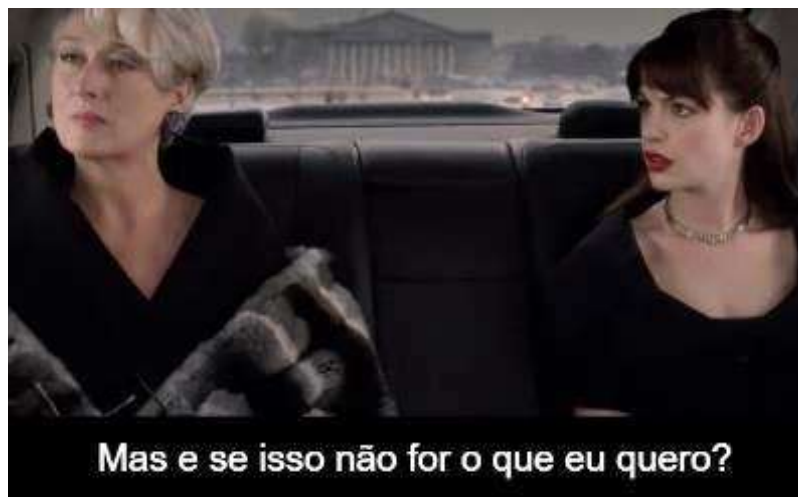
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 44: Captura de tela – 01:37:22 – *O Diabo veste Prada*



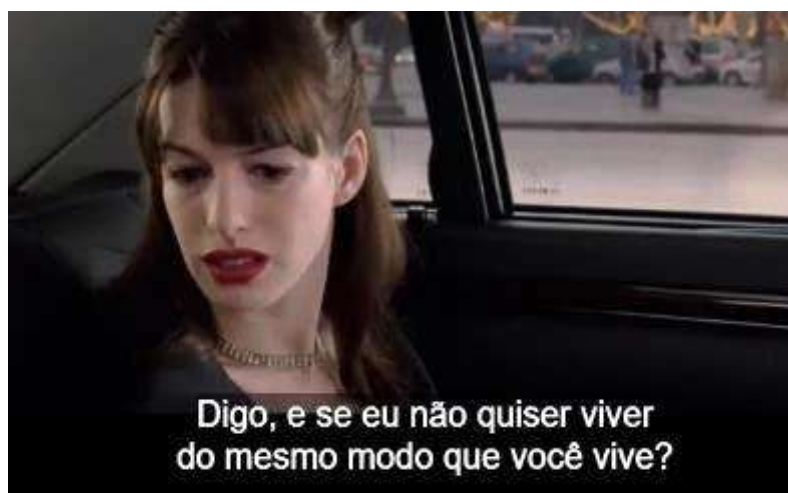
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 45: Captura de tela – 01:38:01 – *O Diabo veste Prada*



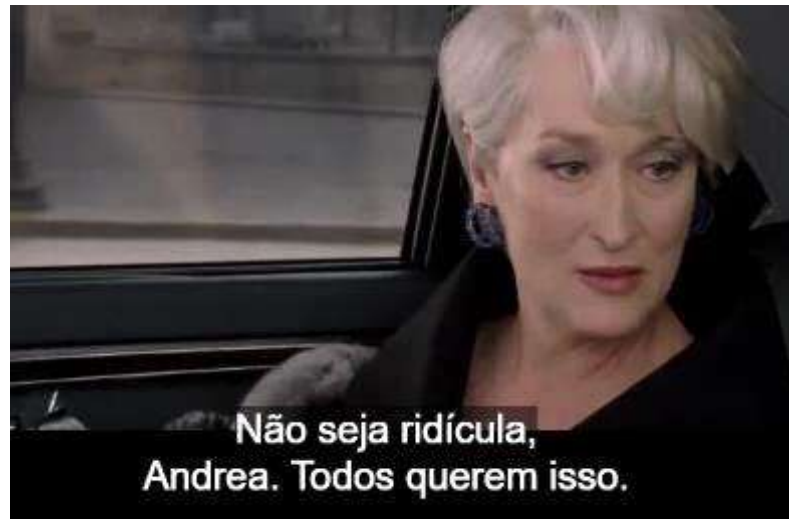
Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 46: Captura de tela – 01:38:07 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 47: Captura de tela – 01:38:10 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Figura 48: Captura de tela – 01:38:16 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Nessa última série de capturas de tela, Miranda assume que é capaz de ver a si mesma em Andrea. Ela enuncia: “Eu me vejo muito em você. Você consegue ver além do que as pessoas querem ou do que elas precisam e você pode escolher por si mesma”. Diante disso, é profícuo lembrar que, por estarem imbricados em diálogo, o eu e o outro são codependentes. Essa codependência é preeminente na teoria de Bakhtin e do Círculo que postula que o eu é construído e se transforma através do relacionamento com o(s) outro(s). Por conseguinte, somos dependentes do outro para nos tornarmos conscientes do nosso próprio eu; haja vista que essa dependência é tão determinante que o sujeito não poderia se constituir se o outro não participasse desse processo.

Com isso em mente e, ao analisarmos as palavras de Miranda, percebemos o

quão codependente foi essa relação entre ela e Andy, que se iniciou na instância do eu-para-mim, enquanto Andrea tentava manter seus posicionamentos valorativos de aversão ao mundo da moda; passou pela instância do outro-para-mim, quando Andrea foi sendo constituída pelos discursos da moda e do capitalismo veiculados e endossados por Miranda Priestly e culminou na instância do eu-para-o-outro, quando a editora-chefe da Runway conseguiu ver suas ideologias espelhadas em sua assistente.

Ainda no tocante aos *prints* de tela supracitados, Andrea realiza seu ato ético responsivo em relação às afirmações de Miranda, e diz: “Eu não acho que sou assim. Mas, e se isso não for o que eu quero? Digo, e se eu não quiser viver do mesmo modo que você vive?” A partir disso, conseguimos notar o eu de Andrea questionando a si mesma se esse é o estilo de vida que ela deseja manter. Com esse ato, Andy retorna à instância do “eu-para-mim”. Essa é a parte da consciência de Andrea que concentra o princípio da unicidade do Ser e, portanto, permite que ela reclame sua posição ativa de decidir por si mesma e questione as próprias atitudes em consonância com os atos do outro. A esse respeito, o filósofo russo do diálogo afirma que:

Eu-para-mim constitui o centro do qual surge ou flui meu ato realizado e minha auto-atividade de afirmar e reconhecer qualquer valor, porque esse é o único ponto em que eu participo responsabilmente no Ser único; é o centro de operações, o quartel general que dirige minhas possibilidades e meu dever no Ser-evento. É apenas desse meu lugar único no Ser que eu posso e devo ser ativo. Minha participação confirmada e reconhecida no Ser não é simplesmente passiva (a alegria de ser), mas é primeiro e antes de tudo ativa (o dever de realizar meu lugar único) (BAKHTIN, 2010, p. 78).

Pautando-nos pelo exposto, compreendemos que é por causa do princípio eu-para-mim que não nos transformamos completamente no outro. É esse dever de Ser como um evento único e irrepitível que nos impede de assumir completamente a personalidade, o discurso, o comportamento e as ideologias do outro. O eu-para-mim desempenha o papel ativo na manutenção do Ser como evento único, e é isso que vimos ser proferido por Andrea Sachs nesse último diálogo estabelecido com o outro-Miranda Priestly.

Mediante os questionamentos de Andy, Miranda atua responsivamente e enuncia: “Não seja ridícula, Andrea. Todos querem isso. Todos querem ser nós”. Com isso, observamos uma réplica do eu-Miranda Priestly enunciando a partir do seu lugar único do Ser, demonstrando a Andrea que não querer fazer parte desse universo de glamour, requinte e prestígio que é o mundo da moda, configura uma atitude medíocre e

ridícula. Ademais, a senhora Priestly ainda afirma que “todos querem ser nós”. Vejamos que ela não disse “todos querem ser como nós” no sentido de que os outros queiram se comparar a elas. Pelo contrário, Miranda atesta que todos querem ocupar o lugar que elas ocupam na sociedade, que querem se tornar elas; mas como a unicidade do Ser não permite isso, ela denota que o lugar ocupado por elas é inalcançável pelos outros indivíduos. Ou seja, que elas atingiram o ápice de suas realizações como sujeitos que se situam no discurso capitalista. Percebemos, ainda, que o enunciado final de Miranda está sendo constituído pela exclusividade, singularidade e unicidade que o discurso da moda confere aos indivíduos que ocupam lugares como os de Miranda e sua assistente.

Até aqui, compreendemos como os signos se formam sob o viés bakhtiniano dos estudos da linguagem e vimos, também, de que maneira eles se tornam signos ideológicos. Outrossim, estudamos a construção do signo ideológico “diabo” ao longo da história. Vimos, ainda, o conceito de enunciado para Bakhtin e o Círculo e a operacionalização dos enunciados na materialidade fílmica *O Diabo veste Prada*. Abordamos a questão do método sociológico e apontamos sua aplicabilidade como instrumento de análise do enunciado fílmico. Em seguida, discorreremos sobre o diálogo como fator basilar do processo de constituição do sujeito, abordando a relação eu-outro entre Andrea Sachs e Miranda Priestly no *corpus* de análise.

Entretanto, não é apenas o sujeito que se constitui por meio do diálogo e sua relação com o outro. As relações dialógicas também são responsáveis pela produção dos sentidos que são construídos no enunciado fílmico em estudo. Destarte, se o foco do nosso estudo é conduzir uma análise bakhtiniana do signo ideológico “diabo”, não poderíamos deixar de elucidar os aspectos da construção do sentido de “diabo” em *O Diabo veste Prada*. É exatamente sobre isso que vamos tratar no próximo tópico desde capítulo.

3.2 Relações dialógicas e a construção do sentido de “diabo” em *O Diabo veste Prada*

Ao longo desta jornada de estudos da linguagem, percebemos que, para Bakhtin e o Círculo, todas as questões teórico-filosóficas relativas aos estudos da linguagem passam pelo crivo da orientação social e se fundamentam nas relações dialógicas dos indivíduos. Logo, o diálogo configura a peça-chave de todo o quebra-cabeças

bakhtiniano envolvendo os aspectos sígnicos, enunciativos, discursivos, ideológicos e, como não poderia ser diferente, da produção de sentidos.

Esses sentidos são as posições axiológicas, posicionamentos valorativos impregnados nos signos por meio das relações sociais, que constroem os enunciados concretos e que se materializam através do diálogo e das relações entre o Eu e o Outro. Logo, onde há diálogo há humanos se relacionando e produzindo sentidos. Para Bakhtin e o Círculo, isso constitui um centro valorativo concreto, em torno do qual gira o mundo.

o mundo se dispõe em torno de um centro valorativo concreto, que é visto e amado e pensado. O que constitui esse centro é o ser humano: tudo nesse mundo adquire significância, sentido e valor apenas em correlação com o homem - como aquilo que é humano. Todo Ser possível e todo significado possível se dispõe em torno do ser humano como o único centro e o único valor; tudo (e aqui a visão estética não tem limites) deve ser correlacionado com o ser humano, deve se tomar humano. (BAKHTIN, 2010, p. 79)

Partindo desse direcionamento da teoria bakhtiniana, de que tudo o que envolve valoração social deve ser correlacionado com o ser humano, depreendemos que a produção de sentidos inerentes ao signo ideológico “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, recai sobre as relações humanas das personagens que dão vida à trama. Isso nos remete, novamente, à arquitetura do enunciado bakhtiniano. Aqui, assumimos a compreensão do conjunto arquitetônico enunciativo como sendo “a construção ética e estética do discurso [...] como um ponto de encontro e de interação dialógica entre material (imagens, sons, linguagem), forma (sua realização cronotópica, sentidos produzidos) e conteúdo (lugar de representação da linguagem, valoração, ideologias)”, conforme explicitado por Stafuzza (2014, p. 137-138).

Para Bakhtin e o Círculo, a essência do diálogo reside na diversidade presente nas relações entre o eu e o outro; pois, por mais que, enquanto dialogam, eu e outro formem uma unidade comunicativa, eles ainda mantêm duas vozes distintas. Por falar em vozes, segundo a teoria de Bakhtin e do Círculo, todo uso da linguagem está repleto de múltiplas vozes (entendidas de forma geral como discursos, ideologias, pontos de vista, temas), e é por meio da interação dessas vozes que se dá a produção de sentidos. Logo, assim como o eu é constituído através da interação com o outro, os sentidos também são produzidos a partir da interação com outros sentidos.

O sentido é potencialmente infinito, mas só se atualiza no contato com outro sentido (o sentido do outro), mesmo que seja apenas no contato com uma pergunta no discurso interior do compreendente. Ele deve sempre entrar em contato com outro sentido para revelar os novos momentos de sua infinidade (assim como a palavra revela suas significações somente num contexto). O sentido não se atualiza sozinho, procede de dois sentidos que se encontram e entram em contato. Não há um “sentido em si”. O sentido existe só para outro sentido, com o qual existe conjuntamente. O sentido não existe sozinho (solitário). Por isso não pode haver um sentido primeiro ou último, pois o sentido se situa sempre entre os sentidos, elo na cadeia do sentido que é a única suscetível, em seu todo, de ser uma realidade. Na vida histórica, essa cadeia cresce infinitamente; é por essa razão que cada um dos seus elos se renova sempre; a bem dizer, renasce outra vez (BAKHTIN, 2011, p. 346).

Com base no exposto, entendemos que os sentidos atribuídos ao signo ideológico “diabo”, ao longo da história (como vimos no capítulo um), resultam desse diálogo de sentidos; uma vez que, “a relação com o sentido é sempre dialógica” (BAKHTIN, 2011, p. 314), cada contexto histórico produziu os sentidos de “diabo” que lhes era permitido e, por meio das relações dialógicas, esses sentidos foram e estão sendo cancelados no signo “diabo”. Mas, então, quem é o Diabo no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*?

No primeiro capítulo desta pesquisa, levantamos algumas questões a respeito de quem seria o Diabo no longa-metragem analisado. Poderia ser o namorado de Andy, Nate, que colocou um ponto final no relacionamento dos dois porque Andrea não compareceu à sua festa de aniversário. Poderia ser o escritor que se aproveitou da vulnerabilidade de Andy para levá-la para a cama, acionando uma das principais características do sentido de “diabo” medieval: a tentação (abordaremos esse assunto logo mais). Poderia ser o proprietário da Runway, que obriga Miranda a se comportar como um carrasco. Ou ainda, poderia ser a própria Miranda, que ostentava glamour, domínio, elegância e poder por onde passava. Todavia, a assistente número um de Miranda Priestly, Emily Charlton (Emily Blunt), enuncia algo que nos fornece uma pista do sentido de “diabo” produzido no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, no momento em que Andy a visita no hospital. Vejamos a captura de tela abaixo.

Figura 49: Captura de tela – 01:12:19 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor

Nesse diálogo entre Andy e Emily, elas discutiam sobre o porquê de Andrea ter aceitado ir para Paris no lugar dela, sendo que esse era o maior sonho de Emily. A primeira assistente de Miranda sentiu-se traída por Andrea e questionou o fato de Andy não gostar de moda, logo, não faria sentido para ela viajar com Miranda para o maior evento de moda do mundo: a Semana de Moda de Paris. Foi nessa interação discursiva que Emily afirmou: “Encare isso, você vendeu sua alma no dia em que calçou os sapatos Jimmy Choo”. Temos aqui um detalhe de nodal relevância para o entendimento da produção do sentido de “diabo” em *O Diabo veste Prada*. Isto é, a expressão “vender a alma”, utilizada por Emily, está diretamente relacionada ao discurso religioso difundido na Idade Média e que ainda ecoa na contemporaneidade.

Segundo a teoria cristã, vender a alma configura um pacto com o Diabo, pelo qual a pessoa troca algo de suprema importância espiritual (a alma), por algum benefício material ou mundano, como conhecimento, juventude, poder, riqueza, etc. Na literatura, um dos exemplos mais famosos dessa prática é a lenda de Fausto, um personagem do folclore e da literatura alemã, que concorda em entregar sua alma ao Diabo (na narrativa chamado de Mefistófeles) em troca de conhecimento e poderes mágicos, que lhe dão acesso a todos os prazeres do mundo. No enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, Emily afirma que Andrea vendeu a alma quando calçou um par de sapatos da marca Jimmy Choo⁷. Enquanto na literatura os pactos com o Diabo são geralmente chancelados com sangue do pactuante, no enunciado fílmico em estudo

⁷ Tal qual Prada, Jimmy Choo é uma marca de sapatos de luxo, fundada pelo sapateiro artesanal Jimmy Choo, que iniciou seus trabalhos em Londres, no início dos anos 90.

Andy selou seu acordo com o Diabo calçando um par de sapatos que é sinônimo de luxo e poder. O próprio cartaz de divulgação do filme traz a imagem de um sapato vermelho, cujo salto apresenta a forma de um tridente invertido, aludindo à alegoria diabólica pintada no período renascentista, que corroborou a disseminação da imagem do Diabo como um ser bestial, nefasto e maligno.

No entanto, para que a assistente de Miranda chegasse ao ponto de se render à sedução do mundo fashionista e “vendessem a alma”, houve um processo de tentação que contribuiu para que isso ocorresse. Ora, a capacidade de tentar e seduzir as pessoas é uma das principais características atreladas ao sentido de “diabo”, difundido na esfera do imaginário cristão. Os textos bíblicos trazem várias narrativas condizentes a tentações às quais os humanos são submetidos pelo Diabo. Por exemplo, a serpente que tentou Eva no paraíso, para que comesse do fruto proibido, é uma das representações do Diabo e suas astutas ciladas na perspectiva cristã: “[...] a antiga serpente, que se chama o Diabo, que engana todo o mundo [...]” (BÍBLIA, Apocalipse 12:7-9).

Ora, a serpente era o mais astuto de todos os animais selvagens que o Senhor Deus tinha feito. E ela perguntou à mulher: Foi isto mesmo que Deus disse: ‘Não comam de nenhum fruto das árvores do jardim’? Respondeu a mulher à serpente: Podemos comer do fruto das árvores do jardim, mas Deus disse: ‘Não comam do fruto da árvore que está no meio do jardim, nem toquem nele; do contrário vocês morrerão’. Disse a serpente à mulher: Certamente não morrerão! Deus sabe que, no dia em que dele comerem, seus olhos se abrirão, e vocês serão como Deus, conhecedores do bem e do mal. Quando a mulher viu que a árvore parecia agradável ao paladar, era atraente aos olhos e, além disso, desejável para dela se obter discernimento, tomou do seu fruto, comeu-o e o deu a seu marido, que comeu também (BÍBLIA, Gênesis 3:1-6, 2019).

A passagem de Gênesis mencionada acima demonstra que, segundo o cristianismo, o Diabo não determina o que os humanos devem fazer ou como devem agir para infringir as normas cristãs. Por outro lado, ele incita os indivíduos a escolher entre aquilo que é religiosamente correto ou aquilo que vai ao encontro de seus desejos e anseios. Ou seja, assim como a serpente do Éden não ordenou que Eva comesse do fruto proibido, mas instigou-a a refletir sobre as ordenanças de Deus a respeito da árvore intocável, Miranda também não ordenou que Andrea se adequasse aos padrões da Runway; afinal, ela mesmo disse que havia contratado a jovem pelo fato de ela ser inteligente, não fashionista: “Eu disse a mim mesma, vá em frente. Contrate a

garota inteligente e gorda.” (00:30:44 – 00:31:28). Todavia, a editora chefe da Runway incitou Andy a refletir sobre o dilema de manter a imagem da jornalista recém-formada, alheia ao mundo da moda e aquém das expectativas de uma assistente da senhora Priestly, ou se adequar aos padrões impostos pelo capitalismo do mundo *fashion* e se manter no cargo de assistente da mulher mais poderosa do mundo da moda. Como vimos, Andrea cedeu à tentação e se transformou em uma fashionista.

Ainda no que concerne ao Diabo do imaginário cristão, os evangelhos sinóticos de Mateus (4:1-11), Marcos (1:12,13) e Lucas (4:1-13) narram um evento da vida de Jesus, em que foi tentado pelo Diabo. Vejamos, a seguir, a passagem ilustrada no evangelho segundo Mateus.

Então, foi conduzido Jesus pelo Espírito ao deserto, para ser tentado pelo diabo. E, tendo jejuado quarenta dias e quarenta noites, depois teve fome; E, chegando-se a ele o tentador, disse: Se tu és o Filho de Deus, manda que estas pedras se tornem em pães. Ele, porém, respondendo, disse: Está escrito: Nem só de pão viverá o homem, mas de toda a palavra que sai da boca de Deus. Então o diabo o transportou à Cidade Santa, e colocou-o sobre o pináculo do templo, e disse-lhe: Se tu és o Filho de Deus, lança-te daqui abaixo; porque está escrito: Aos seus anjos dará ordens a teu respeito, e tomar-te-ão nas mãos, para que nunca tropeces em alguma pedra. Disse-lhe Jesus: Também está escrito: Não tentarás o Senhor, teu Deus. Novamente, o transportou o diabo a um monte muito alto; e mostrou-lhe todos os reinos do mundo e a glória deles. E disse-lhe: Tudo isto te darei se, prostrado, me adorares. Então, disse-lhe Jesus: Vai-te, Satanás, porque está escrito: Ao Senhor, teu Deus, adorarás e só a ele servirás. Então, o diabo o deixou; e, eis que chegaram os anjos e o serviram (BÍBLIA, Mateus 4:1-11, 2019).

No texto bíblico supramencionado, o Diabo utilizou três estratégias para tentar o Filho de Deus. Primeiro, o maligno tentou seduzir Jesus apelando para uma das principais carências dos seres vivos: a fome e a necessidade de se alimentar. Em seguida, o tentador apela para a fé e a crença que Jesus professava; ou seja, se Ele realmente estava convicto de suas ideologias (ser o Filho de Deus) e como Ele poderia se beneficiar delas (obter o auxílio e proteção dos anjos). Já na terceira investida, o Diabo apelou para o desejo de poder (comumente associado à natureza humana) e à idolatria, ofertando o governo de todos os reinos da Terra a Jesus, caso Ele se ajoelhasse perante o tentador e o adorasse. Ora, segundo as Escrituras Sagradas, a idolatria é uma transgressão gravíssima, pois o próprio Deus ordenou: “não terás outros deuses além de mim” (BÍBLIA, Êxodo 20:3, 2019).

Assim como Jesus, Andrea Sachs também foi submetida a situações nas quais foi tentada. Vale recordar que ela foi tentada por Miranda Priestly quando se viu

questionada sobre seus princípios e ideologias (a inteligência está acima da moda). Outrossim, Andy foi tentada pelo escritor Christian Thompson (Simon Baker), para que transasse com ele em troca de uma cópia do manuscrito do novo livro de J.K. Rowling, mesmo sendo comprometida com Nate, configurando um ato de infidelidade. Christian também prometeu que indicaria alguns textos de Andrea para o centro editorial do renomado jornal *The New York Times*, se ela concordasse em viajar com ele para Paris. Vale lembrar que Andy era graduada em jornalismo e um de seus maiores sonhos era trabalhar como jornalista em um jornal de credibilidade. As tentações não param por aí, e a senhorita Sachs se vê diante de mais uma situação que coloca à prova seus preceitos. Ela é tentada por Miranda a substituir Emily na viagem que fariam à Paris, na ocasião da semana de moda parisiense. Além da traição conjugal (Andy trai Nate com Christian), Andrea também sucumbe às investidas de sua chefe e trai a confiança de sua colega de trabalho.

Diante disso, diferentemente de Jesus, Andrea não foi capaz de resistir às tentações às quais foi submetida. Por quê? Porque ela se deixou levar pela força motriz que impulsiona e mantém vivo o discurso capitalista do mundo da moda: a vaidade. A vaidade traz consigo orgulho, ciúme, inveja, contenda, altivez, dentre outros aspectos familiares à competitividade do mundo capitalista da moda. Essa característica desvaloriza o que é importante e enaltece o que é trivial (inteligência/moda). Desse modo, uma pessoa consumida pela vaidade torna-se egocêntrica e preocupada apenas com suas próprias opiniões, problemas e desejos, impressionada com sua grandeza, atratividade e realização. O poeta Gregório de Matos⁸, em seu poema “Desenganos da vida humana metaforicamente”, ilustra, com maestria, a opulência e fugacidade desse sentimento que domina multidões.

É a vaidade, Fábio, nesta vida,/ Rosa, que da manhã lisonjeada,/ Púrpuras mil, com ambição dourada,/ Airosa rompe, arrasta presumida./ É planta, que de abril favorecida,/ Por mares de soberba desatada,/ Florida galeota empavesada,/ Sulca ufana, navega destemida./ É nau enfim, que em breve ligeireza/ Com presunção de Fênix generosa,/ Galhardias apresta, alentos preza:/ Mas ser planta, ser rosa, nau vistosa/ De que importa, se aguarda sem defesa/ Penha a nau, ferro a planta, tarde a rosa? (MATOS, 1990, p. 340)

Conforme descreve o poeta, apesar de toda suntuosidade advinda da vaidade,

⁸ MATOS, Gregório de. Desenganos da vida humana metaforicamente. In: *Poemas Escolhidos*. São Paulo: Cultrix, 1990. p. 340.

ela é efêmera e passageira, como uma rosa que murcha e seca. Além disso, do ponto de vista cristão, a vaidade foi o pivô da queda de Adão e Eva no Jardim do Éden. Naquele contexto, o Diabo introduziu a vaidade com as palavras: "Vocês serão como Deus" (Gênesis 3:5). Foi então que Eva percebeu que o fruto proibido era belo, parecia agradável ao paladar e atraente aos olhos. Assim, a vaidade manifestou-se nela, juntamente com o desejo de prazer e de promoção pessoal (ser como Deus), anulando o mandamento de Deus de não comer do fruto. Igualmente, o desejo de ser como Miranda e provar que poderia ser tão atraente, poderosa e bem-sucedida quanto, fez com que Andrea sucumbisse à vaidade e caísse em tentação.

Entretanto, para o cristianismo, Eva não foi a pioneira a cair na tentação da vaidade. Segundo a Bíblia, o próprio Diabo – enquanto ainda era um anjo de luz – deixou-se levar pela vaidade e tentou assumir uma posição acima de Deus. Conforme ilustra o texto do profeta Isaías a seguir:

Aonde foi parar a sua vaidade? Onde está agora a música das suas harpas? Elas estão aqui no mundo dos mortos, aonde você vai se deitar em cima de vermes e vai se cobrir com bichos. Rei da Babilônia, brilhante estrela da manhã, você caiu lá do céu! Você que dominava as nações, foi derrubado no chão! Antigamente você pensava assim: Subirei até o céu e me sentarei no meu trono acima das estrelas de Deus. Reinarei lá longe no Norte, no monte onde os deuses se reúnem. Subirei acima das nuvens mais altas e serei como o Deus Altíssimo. Mas você foi jogado no mundo dos mortos, no abismo mais profundo (BÍBLIA, Isaías 14:11-15).

À vista do exposto, vemos que o ideal de garota inteligente, indiferente aos padrões impostos pelo mundo capitalista da moda, foi suplantado pela vaidade e pelo desejo de se tornar a melhor assistente que Miranda pudesse ter; mais que isso, o desejo de ser como Miranda Priestly, fazendo com que Andy cedesse a todas essas tentações. É como se Andrea tivesse sido “possuída” pelo Diabo que governa Miranda e perdesse sua essência (“vendesse a alma”) para o discurso capitalista da moda. Mas, que sentido de “diabo” esse acontecimento produz? Bakhtin (2011, p. 346), “chama sentido ao que é resposta a uma pergunta. O que não responde a nenhuma pergunta carece de sentido”.

Com base no exposto, voltamos nosso olhar para o título do enunciado fílmico que escolhemos como *corpus*: *O Diabo veste Prada*. Entendemos que, quem veste, veste alguma coisa. Bakhtin afirma que o sentido deve ser a resposta a uma pergunta. Então perguntamos: o que o Diabo veste? A resposta é: *O Diabo veste Prada*. Prada

é a representação do discurso capitalista da moda neste enunciado. É esse discurso que constitui o eu-Miranda e o eu-Andrea, em suas interações discursivas, para que se tornassem quem se tornaram no desenrolar da trama, ou seja, sujeitos constituídos pelo discurso capitalista da moda, produzindo sentidos em sua relação eu-outro.

Além disso, é esse mesmo discurso da moda que, por milênios, desenha, molda, adapta, embeleza, adorna, dita regras, impõe padrões de beleza e conduta, constitui e destitui personalidades, enfim, o discurso da moda possui domínio sobre toda a sociedade. Até mesmo aqueles que alegam não se importarem com a moda (como era o caso de Andy no início do filme), usam roupas e acessórios que foram escolhidos para eles pelo mundo *fashion*.

O discurso capitalista da moda está imbricado em todos os cenários da vida, do berço ao caixão. Aliás, podemos dizer que, por causa de sua profusão de cores, formas, estilos e detalhes, a moda é o grande cenário da vida real, tamanha sua onipresença. Ademais, a moda domina o mundo e controla não apenas a maneira como as pessoas se vestem, mas também as tendências decorativas de artigos para o lar, na maquiagem, na arquitetura, nos eventos, nas finanças (como um dos seguimentos comerciais mais rentável do mundo) e nas atitudes das pessoas. Por essa razão, a moda não é apenas um meio de vestir o corpo, ela é capaz de transmitir a essência da personalidade e as crenças dos sujeitos, como testemunhamos no caso de Andrea Sachs ao longo da trama. Antes de passar pela transformação fashionista e ser “posuída” pelo discurso capitalista da moda, Andy era invisível aos olhos de Miranda. Assim que a jovem assistente “vendeu sua alma” ao “diabo”, ela ressurgiu triunfante do anonimato para o estrelato.

Por tudo o que expusemos até aqui, e por meio da análise que realizamos do *corpus*, sob a luz da teoria bakhtiniana e do Círculo, chegamos à conclusão de que o sentido de “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, é produzido pelo discurso capitalista da moda, embasado pelo discurso religioso, perpassado pela constituição histórica do signo e encarnado na personagem de Miranda Priestly, que reflete e refrata o princípio basilar desse discurso: a vaidade. Aliás, se observarmos bem o título do longa-metragem, veremos que o discurso capitalista da moda é tão poderoso, dominador e influente, que subjuga o próprio Diabo à vaidade, fazendo-o vestir-se de Prada.

Vale ressaltar que chegamos a essa conclusão através do diálogo que estabelecemos com o *corpus* ao longo do processo de análise. Como dissemos

anteriormente, cada indivíduo que vier a ter contato com o enunciado filmico *O Diabo veste Prada*, possivelmente enxergará um sentido de “diabo” diferente. Afinal, a palavra já é preche de sentidos (VOLÓCHINOV, 2018) e quando ela se torna uma arena de disputas, com posicionamentos e sentidos divergentes entre os participantes do enunciado (VOLÓCHINOV, 2019, p. 128), passa a produzir sentidos orientados para o tempo e espaço em que se inserem os interlocutores, no momento único em que se produz o enunciado concreto. Isso se dá devido à multiplicidade de contextos linguísticos, sócio-históricos, econômicos, políticos e religiosos com os quais o sujeito que ocupa o lugar de analista, em seu espaço-tempo, estabelece contato e passa a produzir sua pluralidade de posicionamentos em relação ao objeto estudado. Logo, o ponto de vista de outro pesquisador, em outro tempo e outro espaço, manifestará outra perspectiva de tratamento e análise do *corpus*.

Portanto, assim como para Bakhtin e o Círculo as relações dialógicas são heterogêneas e produzem múltiplos sentidos em relação aos mais diversos segmentos discursivos que constituem o meio social (VOLÓCHINOV, 2018; 2019), múltiplas também são as possibilidades de interpretação dos enunciados que viabilizam a materialização e a manifestação desses discursos, em suas esferas de produção.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percorremos uma longa jornada até aqui e, diante de tudo o que expusemos, é possível concordar que um filme é uma arte emocionalmente ressonante; as emoções suscitadas em nós ficam gravadas em nossas mentes, muito depois de as letrinhas subirem na tela. A memória dessas emoções pode desvanecer-se com o tempo, mas essa sensação criada em nós fica impressa de tal forma em nossas mentes, que somos capazes de recordar de filmes que assistimos ainda na infância. É por isso que escolhemos o enunciado fílmico *O Diabo veste Prada* como *corpus* desta pesquisa. Mesmo sendo lançado há mais de quinze anos, esse *mass media* hollywoodiano continua a ser um sucesso de audiência, pois seu enredo é constituído de uma temática atemporal, possibilitando a manifestação do discurso capitalista da moda em meio a um enredo que ilustra não só a grandiosidade do universo *fashion*, mas também expõe as agruras de uma personagem que representa a classe trabalhadora (Andrea Sachs) e sua ascensão ao mundo capitalista da moda, como assistente da mulher mais poderosa desse meio: Miranda Priestly.

Com vistas a facilitar a divisão dos temas a serem trabalhados neste estudo, estruturamos os tópicos em três capítulos. O primeiro capítulo deteve-se à explicação da origem dos signos e como eles se constituem em signos ideológicos, segundo os postulados bakhtinianos. Abordamos, também, os aspectos históricos que originaram o signo “diabo” e como seu uso foi sendo ideologizado em diversas esferas sociais. O capítulo dois discutiu a temática dos enunciados a partir do ponto de vista de Bakhtin e do Círculo. Outrossim, foi nesse capítulo que explanamos sobre o caráter responsivo dos enunciados no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada* e discorremos sobre a abordagem metodológica aplicada nesta pesquisa. No último capítulo, exploramos o tema da constituição do sujeito segundo Bakhtin, analisando aspectos da relação eu-outro estabelecida entre Andrea Sachs e Miranda Priestly. Finalmente, explicamos como as relações dialógicas atuam na construção do sentido de “diabo”, no enunciado fílmico em questão.

Em se tratando do “diabo”, o leitor pode se perguntar de onde teria surgido nosso interesse em pesquisar sobre esse signo ideológico. Bem, como argumentamos no primeiro capítulo, desde a infância ouvimos falar sobre o Diabo e os terrores associados à sua figura. Todavia, ao passo que crescemos, há muito pouca ou quase nenhuma explicação relacionada à origem desse signo ideológico e o porquê de

tamanho temor ancorado em sua existência. Há quem se recuse a pronunciar essa palavra, substituindo-a por termos de menor carga semântica tais como: “tinhoso”, “capiroto”, “chifrudo”, “demo”, “cão”, dentre outros nomes que integram a lista de apelidos atribuídos ao Diabo. Ademais, grande parte dos seguimentos religiosos ensina que devemos ser cautelosos com as ciladas e ardis do Diabo; porém, como dissemos, carece-se de uma explicação mais detalhada a respeito desse medo do Diabo implantado no imaginário cristão. Diante disso, essa lacuna gerou em nós a dúvida e a dúvida nos conduziu à pesquisa e a pesquisa culminou no fazer científico que possibilitou a produção deste trabalho.

Com base nisso, é válido resgatar aqui as perguntas que nortearam a investigação realizada nesta pesquisa. Questionamos quais sentidos eram produzidos em relação ao signo ideológico “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada* e de que maneira as relações dialógicas contribuía para a produção do sentido de “diabo”, no enunciado fílmico analisado. Para obtermos as respostas a esses questionamentos, decidimos realizar a coleta de cenas que nos permitiu analisar mais a fundo o *corpus* de estudo. Destarte, ao descrever, interpretar e analisar as cenas coletadas, verificamos que as personagens Andrea Sachs e Miranda Priestly se inscrevem em uma relação dialógica capaz de evidenciar não só a constituição das mesmas enquanto sujeitos que ocupam lugares de fala distintos, mas também faz vir à tona o complexo de sentidos disposto na forma do signo ideológico “diabo”. No caso, o Diabo presente no *corpus* traz reminiscências da Idade Média, da Renascença, do Iluminismo e da Estética Romântica; no entanto, é por meio do discurso capitalista do mundo da moda que ele se manifesta em *O Diabo veste Prada*.

À vista disso, vimos que o discurso capitalista da moda, manifestado no enunciado fílmico analisado, sustenta a ideologia de que é necessário ajustar quem você é para atender às expectativas dessa esfera social. Assim como Andy, centenas de milhares de outras jovens sucumbem diariamente à tentação de “venderem suas almas” ao “diabo”, isto é, anularem suas essências e permitirem ser “possuídas” pela vaidade que corrobora a manutenção desse discurso e suas ideologias. Como dissemos anteriormente, a moda está em toda parte e, trajada de capitalismo, ela se insinua, tenta e domina aqueles que caem em suas astutas ciladas. Esse “diabo”, tal qual disse o apóstolo Pedro, “anda ao redor como leão, rugindo e procurando a quem possa devorar” (BÍBLIA, 1 Pedro 5:8).

Desse modo, podemos considerar que atingimos o objetivo geral sobre o qual

nos dispusemos a trabalhar. A análise do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, com o intuito de compreender os sentidos produzidos pelo signo ideológico “diabo”, permitiu-nos dialogar com processos históricos, culturais, filosóficos e ideológicos que engendraram a constituição dos discursos mantenedores dos posicionamentos axiológicos que gravitam esse signo. Outrossim, tendo como aporte teórico os postulados de Bakhtin e do Círculo, conseguimos interpretar as relações dialógicas que corroboram a arquitetônica do sujeito bakhtiniano, no enunciado fílmico em estudo, bem como ilustrar a dinâmica do enunciado concreto sob a perspectiva bakhtiniana, cumprindo, assim, a proposta de estudo estabelecida nos objetivos específicos deste trabalho.

Diante disso, confirmamos a hipótese levantada no início desta pesquisa. A saber, o signo ideológico “diabo”, no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, produz sentidos ideologizados pelo discurso capitalista da moda, refletido e refratado pela personagem Miranda Priestly. Para que chegássemos a essa conclusão, os diálogos selecionados em forma de *prints* de tela foram submetidos à abordagem bakhtiniana do método sociológico de análise dos enunciados, o que tornou possível identificar os sentidos de “diabo” produzidos no filme, como resposta aos outros sentidos ideológicos produzidos por esse signo ao longo da história; posto que, “a teoria da avaliação social na palavra esclarece bastante a história das mudanças dos significados das palavras na língua [...]” (VOLÓCHINOV, 2018, p. 352). Para além disso, “a avaliação social determina todos os aspectos do enunciado, penetrando-o por inteiro [...]” (MEDVIÉDEV, 2012, p. 185). Por esse motivo, o método sociológico constitui um fator determinante no desenvolvimento dessa pesquisa, que lidou com os aspectos históricos de cada momento em que houve a variação da produção de sentidos relativos ao uso do signo ideológico “diabo”, nos mais diversos seguimentos sociais.

Portanto, a teoria bakhtiniana e do Círculo permitiu-nos transitar pelo meio social representado no enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*, onde o signo ideológico “diabo” se manifesta e passa a produzir sentidos, em virtude das relações dialógicas estabelecidas entre os indivíduos alocados naquele espaço-tempo. Para além disso, enquanto ocupamos o lugar de sujeito analista e estabelecemos diálogos com o *corpus*, conseguimos entender os aspectos linguísticos, históricos, culturais, filosóficos e ideológicos atuantes na operacionalização dessa produção de sentidos.

Sabemos que as considerações aqui apresentadas não constituem, de forma alguma, uma sentença final condizente ao objeto de análise. Por outro lado, entendemos que, na ocasião de outras pesquisas relacionadas a esse mesmo tema, o

pesquisador que vier a estabelecer diálogo com esse *corpus*, muito provavelmente, chegará a conclusões diferentes das apresentadas neste trabalho. Acreditamos que essa inconclusividade seja bastante benéfica para o campo científico e para os estudos da linguagem, por demonstrar o inacabamento do processo de produção de sentidos que, por sua vez, é dinâmico e constitui a mecânica das mudanças sociais, porque orienta-se para um constante devir, um estado de incompletude perene, garantindo, assim, a continuidade dos estudos, análises e reflexões resultantes de outros processos de avaliação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, M. M. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. Tradução Yara Frateschi. São Paulo: Hucitec; Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 2013.

BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. Tradução de Paulo Bezerra. 6. ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2011.

BAKHTIN, M. M. **Os gêneros do discurso**. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. 1. ed. São Paulo: Editora 34, 2016.

BAKHTIN, M. M. **O homem ao espelho**: apontamentos de 1940. Tradução de Marisol Barenco de Mello e Maria Letícia Miranda, com participação de Cecília Maculam Adum e Ekaterina Vólkova Américo. São Carlos/SP: Pedro e João Editores, 2019.

BAKHTIN, M. M. **Para uma filosofia do ato responsável**. Tradução de Valdemir Mitello e Carlos Alberto Faraco. São Carlos: Pedro & João, 2010.

BAKHTIN, M. M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução Paulo Bezerra. 4.ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2008.

BAKHTIN, M. M. **Questões de Literatura e de Estética** (a teoria do romance). Tradução de Aurora Fornoni Bernardini et al. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.

BAKHTIN, M. M. O discurso no romance. In: BAKHTIN, M. M. **Teoria do romance I**. A estilística. Trad. Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2015.

BÍBLIA, A.T. Gênesis. Português. **Bíblia Sagrada**. Nova Tradução Internacional. 1 ed. São Paulo: Thomas Nelson Brasil, 2019.

DAMIÃO, Valdemir. **História das religiões**: sua influência na formação da humanidade. 1. ed. Rio de Janeiro: CPAD, 2003.

FILORAMO, Giovanni. **Monoteísmos e dualismos**: as religiões de salvação. Tradução de Camila Kintzel. São Paulo: Hedra, 2005.

FLUSSER, Vilém. **A história do diabo**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. São Paulo: AnnaBlume, 2012.

GRILLO, Sheila. **Ensaio introdutório**. In: *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem*. Tradução de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2018.

MATOS, Gregório de. **Poemas Escolhidos**. São Paulo: Cultrix, 1990.

MEDVIÉDEV, P. N. **O método formal nos estudos literários**: introdução crítica a uma poética sociológica. Tradução Sheila Camargo Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Contexto, 2012.

MINOIS, Georges. **O Diabo**: origem e evolução histórica. Tradução Augusto Joaquim. Lisboa: Terramar, 2003.

NOGUEIRA, Carlos Roberto F. **O Diabo no imaginário cristão**. 2. ed. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2002. 126 p.

PAULA, Luciane de; STAFUZZA, Grenissa. **Círculo de Bakhtin**: teoria inclassificável. Série Bakhtin Inclassificável. Vol. 1. Campinas: Mercado de Letras, 2010.

POURRIOL, Ollivier. **Filosofando no cinema**: 25 filmes para entender o desejo. Tradução André Telles. 1 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PONZIO, Augusto. **A revolução bakhtiniana**: o pensamento de Bakhtin e a ideologia contemporânea. Tradução Valdemir Miotello. São Paulo: Contexto, 2008.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. Tradução Antônio Chelini, José Paulo Paes, Izidoro Blikstein. 28. ed. São Paulo: Cultrix, 2012.

SIQUEIRA, Sandra M. M.; PEREIRA, Francisco. **Origem e fontes do marxismo**. Salvador: Laboratório de Estudos e Pesquisas Marxistas (LeMarx/FACED/UFBA), 2019. Disponível em: <http://www.lemarx.faced.ufba.br/arquivo/origem-fontes-marxismo.pdf> Acesso em: 20 jul 2022.

STAFUZZA, G. **O Círculo de Bakhtin (Volóchinov e Medviédev) no Brasil**: *episteme*, autoria de tradução em perspectiva dialógica. HETEROTÓPICA, UFU, v. 1, n. 1, p. 66-82, jan/jun. 2019. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/RevistaHeterotopica/article/view/48519> Acesso em: 5 jun 2022.

STAFUZZA, G. **Sentidos do enunciado verbovisual em pôsteres publicitários de Bastardos inglórios**. Scripta, v. 22 n. 45, p. 137-150, 2018. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/scripta/article/view/17133> Acesso em: 15 jul 2022.

STAFUZZA, G. **Contribuições do pensamento do Círculo de Bakhtin para os estudos discursivos contemporâneos: o discurso machista na mídia humorística feminina**. In: PAULA, L. de. (Org.). *Discursos em perspectiva: humanidades dialógicas*. Campinas: Mercado de Letras, 2014, p.135-156.

STAFUZZA, G.; OLIVEIRA, B. **A constituição do sujeito no espaço-tempo em Aos 7 e aos 40, de João Anzanello Carrascoza**. Diálogo das Letras, Pau dos Ferros, v. 10, p. 1-18, 2021. Disponível em: <http://periodicos.apps.uern.br/index.php/DDL/article/view/3001> Acesso em: 15 ago 2022.

VILLARTA-NEDER, Marco Antônio. **Atos responsáveis e intersubjetividade: uma trajetória acadêmica de fazer junto**. Dossiê em homenagem ao Professor Dr. João Bôsko Cabral dos Santos. Cadernos Discursivos, Catalão-GO, Edição Especial, v. 2 n 1, p. 27-40, 2019. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/595/o/2VillartaNeder.pdf> Acesso em: 15 jul 2022.

VOLÓCHINOV, V. **A palavra na vida e a palavra na poesia**. Ensaios, artigos, resenhas e poemas. Organização, tradução, ensaio introdutório e notas de Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. São Paulo: Editora 34, 2019.

VOLÓCHINOV, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem**, tradução, notas e glossário de Sheila Grillo e /Ekaterina Vólkova Américo. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2018.

XAVIER, Ismail. **O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência**. 3. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

REFERÊNCIA DO CORPUS

O DIABO veste Prada. Produção de Wendy Finerman. Los Angeles: Century Fox Film Corporation, 2006. 1 DVD (109 minutos): DVD, NTSC, son., color. Legendado. Port.