



COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

## O FIGURINO FEMININO DE DOWNTON ABBEY COMO REPRESENTATIVIDADE SOCIAL

*Downton Abbey's female costume as social representation*

Prando, Lye Renata; Doutora; Unitoledo, lyeprando@uol.com.br  
Bolsista do Programa Pesquisa Produtividade da Unitoledo

**Resumo:** O presente artigo organiza e analisa o figurino feminino do seriado *Downton Abbey* e o site *Downton Abbey at home*, para identificar quais os mecanismos discursivos empregados: enunciativos, temáticos e figurativos para a construção da identidade da mulher no início do século XX. Fundamentada na semiótica greimasiana e nos estudos da semiótica da publicidade, evidenciaremos os valores circulantes na narrativa e as estratégias transmidiáticas.


**Palavras chaves:** Semiótica; Publicidade; Figurino.

**Abstract:** This article organizes and analyzes the female costumes of the series *Downton Abbey* and the website *Downton Abbey at home*, to identify the discursive mechanisms used: enunciative, thematic and figurative for the construction of women's identity in the beginning of the 20th century. Based on Greimasian semiotics and on the studies of advertising semiotics, we will highlight the values circulating in the narrative and the transmedia strategies.

**Keywords:** Semiotics; Advertising; Costume.

### Introdução

O presente artigo tem como fundamentação teórica a semiótica greimasiana tanto para abordar o estudo da publicidade enquanto objeto semiotizável quanto como método para analisar o discurso publicitário em uma plataforma transmidiática, que inicialmente foi desenvolvida como um seriado audiovisual transmitido pela televisão aberta e a cabo. O seriado *Downton Abbey*, que presentifica um simulacro da aristocracia britânica, foi lançado em 2010 e se utilizou de outras plataformas transmidiáticas, estando em atividade ao longo de 12 anos. A partir do seriado televisivo foram criados canais de interação nas redes sociais *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* e *Pinterest*, além de transmissão nas emissoras de televisão paga, venda de *DVDs*, *site* para comercialização de produtos do seriado (móveis, decoração, joias e acessórios),





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

livros sobre o seriado, sobre a culinária do seriado, exposição de arte dos principais cenários do seriado, transmissão das temporadas do seriado nos serviços de *streaming* e, por último dois longa metragem, um lançado em setembro de 2019 e outro com previsão de lançamento em março de 2022.

Como arcabouço teórico utilizamos as obras de Greimas, Landowski, Oliveira, Martyniuk entre outros. Tomamos aqui o conceito de percurso gerativos de sentido, conforme nos elucida Greimas & Courtés:


Designamos pela expressão percurso gerativo a economia geral de uma teoria semiótica (ou apenas linguística), vale dizer, a disposição de seus componentes uns com relação aos outros, e isso na perspectiva da geração, isto é, postulando que, podendo todo objeto semiótico ser definido segundo o modo de sua produção, os componentes que intervêm nesse processo se articulam uns com os outros de acordo com um 'percurso' que vai do mais simples ao mais complexo, do mais abstrato ao mais concreto. (2013, p.232).

Baseado nesse conceito, Valdenise Martyniuk em sua obra conjunta com Ana Claudia de Oliveira, detalha os três níveis do percurso gerativo de sentido:

O percurso gerativo de sentido estrutura-se em três níveis que, do abstrato ao concreto constituem o texto, abrindo-se das oposições categorias fundamentais (que compactam a sua axiologia), em narrativas (onde os sujeitos se posicionam nos papéis actanciais e donde se estabelece o contrato de veridicção e percursos narrativos de busca de valores em sintaxe da junção regidos por procedimentos de operação e manipulação de vários tipos que geram efeitos de sentido patêmicos) até a discursivização (que deixa ver as isotopias figurativa e temática), concretizando os temas na dimensão da figuratividade com a plasticidade dos arranjos que a expressam. Este plano do conteúdo manifesto pelo plano da expressão convoca o sincretismo das linguagens. (2017, p.140).

Portanto, o texto fica sendo construído em relação ao sentido em três níveis de estruturação, o nível discursivo onde trabalharemos a figurativização e tematização, no narrativo os regimes de interação e sentido e no fundamental a oposição de base e o quadrado semiótico.

Na análise da plasticidade das cenas de *Downton Abbey* nos apoiamos nos trabalhos desenvolvidos por Ana Claudia de Oliveira, que nos conduziu à observação,





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

detalhamento e análise dos formantes da manifestação do seriado, o que ela define como:


Os formantes, ou o conjunto de traços distintivos e pertinentes, seja da dimensão matérica, seja da dimensão cromática, seja da dimensão eidética, seja da dimensão topológica, quando combinados, são denominados por esses autores seguindo Hjelmslev de *figuras da expressão* e de *figuras do conteúdo*. (1995, p. 4).

Podemos perceber como os níveis de expressão relacionados a uma semiótica do visível incluem objetos como cartazes ou pinturas, entretanto, a figuratividade não é uma simples ornamentação das coisas, ela é esta tela do parecer cuja virtude consiste em entreabrir em deixar entrever, graças ou por causa de sua imperfeição como que uma possibilidade de além (do) sentido” (Greimas, 2002, p. 74). Para dar conta da estruturação da “tela do parecer” examinamos as figuras do conteúdo e como elas são manifestas pelas figuras da expressão. Dessas correlações é que estabeleceremos a reiterações isotópicas estruturantes das categorias que são homologadas pela categoria do conteúdo e da expressão mais englobante das demais levantadas. Para essa construção analítica partiremos dos formantes constituintes e constitutivos da plástica e rítmica do audiovisual. Os planos de análise da visualidade que trabalharemos nesse projeto são o eidético, cromático, topológico e matérico.

### **O consumo transmidiático do figurino**

Apresentaremos o mapeamento das operações sincréticas e seguiremos as pistas deixadas pelo enunciador no enunciado pela enunciação global, para identificar quais são as estratégias utilizadas pelo enunciador para fazer crer que as cenas são verdadeiras e convencer o enunciatário (telespectador/internauta) de que ele “faz parte” daquela vida ou que é levado à sua adesão.

As cenas escolhidas para possibilitar esse mapeamento foram definidas pelas personagens femininas da família aristocrata e pelos objetos do figurino que aparecem nessas cenas que são comercializados no *site Downton Abbey at home*, *site* esse que compõe o nosso *corpus* de estudo. Nele são dispostos os produtos desenvolvidos com



base no seriado, no qual o destinatário pode comprar: camisolas, robes e joias (como anéis, brincos, colares, broches e grampos de cabelo). São aproximadamente 104 produtos comercializados no site e seus preços variam entre £ 12,00 algo em torno de R\$ 85,92<sup>1</sup> e £ 2,250,00 algo em torno de R\$ 16.110,00, sendo o preço médio dos produtos £ 297,00 algo em torno de R\$ R\$ 2.126,52. Os telespectadores/internautas podem visualizar e comprar pela internet no *site* e receber os produtos em casa.

### Arranjos plásticos e filmicos

As cenas dispostas abaixo foram organizadas por temporada (a primeira e a quarta) e apresentam uma imagem ou sequência de imagem que representa o papel feminino no seriado e a evolução do figurino de acordo com as mudanças ocorridas na sociedade no período apresentada na narrativa. Vale reforçar que essas temporadas selecionadas representa o período de mudanças profundas na postura das mulheres e conseqüentemente no figurino.

**FIGURA 1:** Temporada 1 - A Condessa na festa que organizou nos jardins do castelo.



**Fonte:** Captação de *frames* da *Universal Studios* (2010), produção da autora.

---

<sup>1</sup> Todos os valores de conversão foram calculados pelo *site* Economia UOL. Consultado em 29 de agosto de 2021. Nesta data, o valor de £ 1,00 foi cotado a R\$ 7,16. Os demais valores neste apontados neste estudo seguem a mesma base de cálculo e consulta.

16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

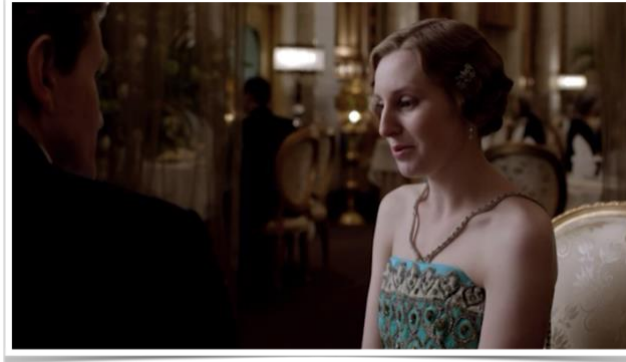
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

A festa nos jardins do castelo proporciona momentos de interação social e permite a organização das refeições ao ar livre. Na cena em plano médio, ângulo normal e frontal, visualizamos a Condessa, em primeiro plano, com olhar melancólico em sua cadeira, chapéu de palha e tecido na cor bege escuro, a mesma cor da manta que cai delicadamente no encosto. O vestido em cor bege clara clássica com rendas acentua a delicadeza e sofisticação do momento, sendo evidenciado o seu colar em ouro que expressa todo poder da dama aristocrata.

Em segundo plano há os convidados, damas e cavalheiros de chapéu, tomando chá em suas mesas cobertas com toalha de linho branco, todos em seus trajes em tonalidades da cor bege. A cor aparece com o verde da natureza ao fundo, e os arranjos com as folhagens representam frescor e tranquilidade. A horizontalidade da cena mostra a integração com a natureza em um dia luminoso no campo que mesmo ensolarado faz frio, por esse motivo o uso de mantas.

**FIGURA 2:** Temporada 4 - Sequências de cenas dos jantares de Lady Edith em Londres.





**Fonte:** Produção da autora adaptado dos *frames* da *Universal Studios* (2013).

As duas cenas de Lady Edith com o seu namorado Michael, o dono e editor da revista em que ela escreve sua coluna, acontecem em Londres. A primeira cena acontece em um coquetel no apartamento dele, oferecido a alguns empresários e clientes da revista. Ele usa traje formal, e ela um vestido vermelho bordado em preto representando o amor e o romance no ar, reforçado pelas flores ao fundo. A faixa em seu cabelo revela a modernidade do penteado dos anos 20, precisamente 1922. O aconchego da cena é marcado pela iluminação indireta do abajur ao fundo onde também aparece um dos convidados do editor, reiterando que, apesar do momento romântico, os dois não estão sozinhos, devendo assim manter o respeito e a distância em público, como cabia a um casal digno e honrado de sua classe social.

A segunda cena é um jantar do casal no restaurante *Ritz* em Londres. Lady Edith usa um vestido verde água finamente bordado, com a alça em “V” de corrente descendo elegantemente por suas costas. O penteado com o detalhe da joia no cabelo e os brincos delicados completam as vestimentas ricamente sofisticadas de uma aristocrata, reafirmando a riqueza, o luxo e a sofisticação. No segundo plano observamos as mesas, cadeiras e os abajures com a iluminação indireta do restaurante, mantendo o aconchego e o ambiente reservado.

As duas cenas estão no plano fechado e no ângulo normal e de perfil. Demarcando o diálogo dos actantes, transparecendo suas emoções e inserindo o destinatário neste momento romântico e sofisticado. A horizontalidade da cena assinala



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

o que todos os casais apaixonados buscam nos momentos que compartilham com o seu amor, que o tempo passe vagorosamente.


### **Isotopias temáticas e figurativas**

Existe o predomínio da horizontalidade nas cenas apresentadas e dos tons monocromáticos terrosos. A horizontalidade repropõe a passagem lenta do tempo a tranquilidade e harmonia e um viver de observação da vida circunscrita. Os tons monocromáticos terrosos e as cenas mais escuras do que claras presentificam a reconexão com a própria natureza e ancestralidade, o que carrega sensações de conforto e aconchego. Bem como fortalece a família como dona da terra.

Outra recorrência é a presença em todas as cenas do ângulo normal e frontal que cria efeitos de sentido de igualdade entre o telespectador e os actantes, pois os colocam no mesmo patamar do nível dos olhos. Os diálogos são estruturados por uma interação entre o telespectador e as personagens produzindo efeitos de ser face a face o que faz crer que quem assiste encontra-se postado na cena. Os planos se alteram entre o geral e o médio, ambos fazem ver tipos de interação dos actantes com os objetos em cada cena.

Outros objetos recorrentes são os de porcelana inglesa, madeira carvalho maciça, o linho, a prata, ouro, pérolas, os serviçais, cristal e *art nouveau*, o tapete persa e, por fim, a seda aparece. Os trajés recorrentes são os formais, meio fraque para os homens e vestidos ou conjuntos de saia para as mulheres. O traje informal aparece apenas no café da manhã na cama, e mesmo assim se constitui por camisola e robe de seda, esses figurativizam a riqueza, a exclusividade, o luxo, a tradição, longevidade e poder.

No texto identificamos os regimes de programação e manipulação. O enunciado arranja os formantes matéricos, cromáticos, topológicos e eidéticos em feixes de figuras para manipular o destinatário, fazendo-o crer que riqueza, nobreza e





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

sofisticação podem estar próximas do seu modo de vida, dos sentidos das funções femininas na sociedade, e principalmente, convence sobre uma aristocracia que tem lugar no mundo inglês. A sedução pela valorização e imagem positiva do outro faz o destinatário desejar a riqueza, o luxo e o conforto da classe aristocrata. A programação dos momentos de refeição mantendo a regularidade do ritual de servir, com os empregados disponíveis, os elementos da mesa posta (toalha de linho, candelabro e talhares de prata, taças de cristal, porcelanas inglesas) e as vestimentas formais e luxuosas mantém a estabilidade e a ordem do ritual.

O tema recorrente em todas as cenas é o luxo que, segundo o dicionário *on line* Michaelis (2019), representa um estilo de vida, conforme descreve: “Estilo de vida que se caracteriza pelo excesso de ostentação e pelo gasto com bens de consumo caros; fausto, requinte, suntuosidade. Aquilo que apresenta especial conforto, que proporciona bem-estar”.

### **Homologação do plano da expressão e do conteúdo**

Apreendemos então que os formantes dos planos de expressão e conteúdo que constroem o sentido dos discursos, são os seguintes:

**QUADRO 1:** Homologação entre o plano da expressão e o plano do conteúdo.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021

EXPRESSÃO	CONTEÚDO	
Horizontalidade	Tranquilidade e harmonia por possuir tempo para desfrutar do seu curso contínuo.	Vida no campo dos donos da terra.
Tons monocromáticos terrosos	Conforto e aconchego obtidos a partir da economia rural	
Ângulo normal	Igualdade entre personagem e telespectador	Importância dos bens materiais
Ângulo frontal	Interação dialogal entre personagem e telespectador e entre as personagens	
Plano geral e médio	Interação entre os sujeitos e os objetos, entre os sujeitos e sujeitos e importância do local da ação	
Porcelana Inglesa	Requinte e sofisticação	Poder do Império Britânico (rei e nobres)
Cristal <i>Baccarat</i>		
Madeira Carvalho Maciça	Aconchego e tradição	
Linho	Nobreza e sofisticação	
Prata	Riqueza e poder	
Ouro		
Renda		
Empregados	Luxuosidade e poder	
<i>Art nouveau</i>	Luxuosidade e originalidade em ser de seu tempo, pois é uma arte em moda	
Tapete persa	Requinte e tradição	
Seda	Elegância e delicadeza	
Refeições em Londres	Modernidade	Mudança
Moda: cabelo curto, roupas cintura baixa e ombros de fora e diadema.		
Mulheres executivas e administradores		

**Fonte:** Produção da autora.

Esses elementos que entram no encenar feminino e suas vestimentas concretizam a dimensão e a força do Império Britânico. São utilizadas as matérias primas de suas colônias para fazer ver as conquistas do Império e reafirmar o poder de ser a principal potência mundial. Conforme Ferguson (2004) em 1920 o Império Britânico dominava  $\frac{1}{4}$  da população mundial e quase 24% da área total da terra, possuindo colônias na América do Norte, Canadá, África, Índia, China, Antígua, Barbados, Belize, Jamaica, Austrália, Nova Zelândia, Argentina, Caribe, Guiana, entre outros. O dar visibilidade às matérias primas e aos objetos com elas fabricados legitima as ações da monarquia e seus valores apoiados pelos súditos dando sustentação ao reino Unido.

A vida na cidade e a vida no campo são equilibradas, demonstrando a família desfrutando dos momentos no castelo e em Londres. Reforça-se assim que os aristocratas foram eficientes na condução dos negócios e mantiveram sua fortuna, riqueza e propriedade. Diferentemente de muitas famílias nobres que caíram em decadência e entraram em falência, por não conseguir se adaptar às mudanças do mundo pós-guerra.

A modernidade é reafirmada pelas vestimentas e moda feminina, com os vestidos de cintura baixa, ombros de fora, colares longos, faixas e diademas na cabeça e o cabelo chanel, utilizado por Lady Mary. Também é figurativizada pelo empoderamento feminino que é o caso de Lady Edith executiva da revista, sua editora chefe e, Lady Mary como administradora, conduzindo os negócios da família no campo.

Em todas as cenas selecionadas e analisadas, a riqueza e luxuosidade são validadas. Seja nas refeições realizadas nas salas e nos jardins do castelo ou nos restaurantes e na casa da família em Londres. As interações entre os sujeitos e objetos originais e sofisticados são destacadas.

Com este tema recorrente e os valores identificados, chegamos à oposição de base *tradição vs. modernidade* que nos permitirá desenvolver o quadrado semiótico. Enquanto diagrama da circulação de valores e oposição dos sub contrários é:

**ESQUEMA 1:** Quadrado semiótico da oposição de base.

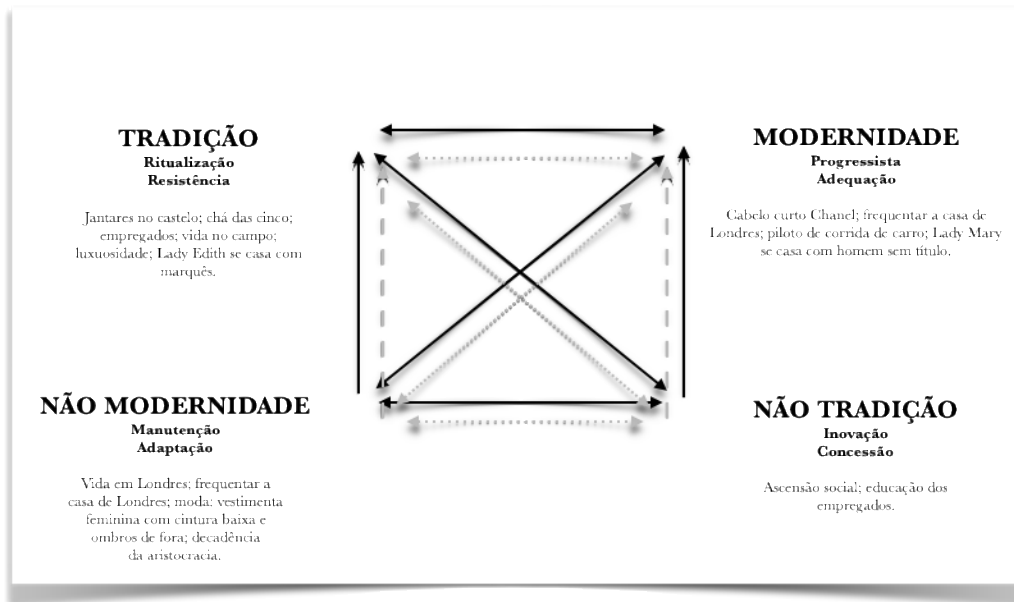


16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE

DE 09/09 A 13/10 DE 2021



Fonte: produção da autora, adaptado de Floch 2014.

## O consumo do figurino

Vivenciar e experienciar o mundo dos aristocratas é o que permeia o significado do consumo dos produtos à venda no *site Downton Abbey at home*. Em relação a esta experimentação, Ana Claudia de Oliveira coloca que:

[...] o gosto pela experimentação que lhe permite vivenciar as possibilidades de seu ser, de um seu agir como sendo de um outro, no mesmo e velho mundo em que se acorda e dorme no dia a dia, pois segundo esse ponto de vista inclusive a mesmice da casa transforma-se em fonte de prazer. (2004, p.175).

O apreço pelo objeto dito antigo resgata o gosto pela nostalgia, pelo laço com o passado e possibilita o prazer. Embora esse antigo seja atualizado pelo seriado, trazendo valores discutidos em 1926, período em que se passa a sexta temporada, mas que são relevantes até os dias atuais, 2015 quando foi exibida a temporada e o *site* estava no ar comercializando os produtos. Valores como ascensão social através dos estudos,

acompanhar novas formas de administração de negócios, importância dos bens materiais, necessidade de ter tempo para as atividades cotidianas e caseiras, riqueza e aconchego como forma de poder e realização.

**FIGURA 3:** Produto comercializado na cena da festa no jardim do castelo.



**Fonte:** Produção da autora adaptado dos *frames* da *Universal Studios* (2010) e do *site Downton Abbey at home* (2015).

A festa no jardim para a nobreza realiza a conexão da riqueza material (móveis, louças, roupas, taças) com a riqueza natural (os campos verdes do castelo). O prazer de repousar calmamente e ser servido em um dia ensolarado nos jardins reforça a sofisticação e o luxo dessa classe aristocrata. O produto do figurino à venda no *site* nessa cena é o colar de ouro da Condessa. A elegância e o poder da Condessa estão representados nesta joia. O colar no *site* está à venda por £ 99,00 ou R\$ 708, 84.

As estratégias para a conquista e adesão do enunciatário perpassam o universo feminino e das relações familiares e sociais. São momentos que tocam o dia a dia do enunciatário. São instalados elementos pertinentes à riqueza, ao bom gosto, à sofisticação e elegância, figurativizados pela prata, pelo ouro, muito empregados, linho, rendas, cintura marcada e joias.

**FIGURA 4:** Figurino comercializado nas cenas no restaurante em Londres.



**Fonte:** Produção da autora adaptado dos *frames* da *Universal Studios* (2013) e do site *Downton Abbey at home* (2015).

O requinte e sofisticação da vida vivida no campo é transportado para a vida vivida na cidade. Jantares em restaurantes na cidade de Londres e no Vilarejo tornam-se comuns e representam a modernidade e sociabilização intensificada na época. Essa modernidade é figurativizada intensamente pela moda feminina, com as vestimentas com cintura baixa, colares longos e faixas no cabelo, como demonstra a imagem de Lady Edith. Acompanhar a modernidade é estar presente no presente. Aprender esses sentidos postos no enunciado permite ao destinatário se identificar com eles e atualizá-los em seu cotidiano.



16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021


Os produtos do figurino dessa cena à venda no *site* são o lenço por £ 42,00 ou R\$ 300,72, os brincos de pérola por £ 12,00 ou R\$ 85,92 e o grampo de cabelo por £ 85,00 ou R\$ 608,60.

### Considerações Finais

A tematização (luxo e mudança), as figuras (horizontalidade, plano geral, cores terrosas e monocromáticas, madeira de carvalho maciça, cristais *Baccarat*, porcelana chinesa, *art nouveau*, renda, ouro, seda, prata, bordados) e o conteúdo (vida no campo, importância dos bens materiais, poder do império britânico, vida na cidade, mudança), possibilitam a homologação do plano de expressão e plano de conteúdo.

O regime de programação e manipulação foram estrategicamente instalados no discurso do seriado e na estrutura do site, reiterando o caráter publicitário do discurso presente aristocracia inglesa. O fazer manipulativo do destinador opera os elementos do discurso que fazem ser elegantes, luxuosos e requintados os modos de vida, especificamente os figurinos femininos do seriado e sua vida no campo e na cidade. O destinatário adquire competências com o saber-fazer (quando toma conhecimento do *site*) e com o poder-fazer (quando tem condições de comprar os produtos do *site*). A performance é atingida quando o destinatário compra o produto no *site* e faz-se ser como um dos integrantes da família aristocrata. O produto, sendo uma parte pertencente ao simulacro, representa o todo do seriado e seus valores circulantes, ou como afirma Valdenise Martyniuk (2014, p.710), “a partir do consumo, passa a gozar da conjunção com o objeto de valor, o produto ou serviço que lhe permite alcançar o seu bem-estar (procedimento de manipulação)”.

As mudanças e a passagem do tempo ocorrem ao longo das temporadas sendo demarcadas pelos nos modos de vestir, principalmente feminino, que categorizamos da seguinte forma: a primeira temporada com requinte e luxuosidade e a quarta temporada o requinte e sofisticação retornam acompanhando as alterações do mundo da moda no início dos anos 20, que se caracteriza por cintura marcada, a cintura baixa e tecidos mais leves, diadema, bracelete e cabelo Chanel.





16º

COLÓQUIO  
DE MODA

EDIÇÃO ONLINE  
DE 09/09 A 13/10 DE 2021

Apropriar-se de conteúdos desenvolvidos e estabelecidos com o público é uma estratégia eficiente e muito eficaz. Conecta os produtos às personagens e conteúdos consolidados e referenciados. O risco é deixar de lado a marca específica do produto para conectar a marca de um seriado, filme, livre ou qualquer conteúdo de comunicação consolidado. Importante salientar que esta é uma das estratégias das marcas e não a única, porém muito utilizada e cada vez mais propagada.

## Referências

FERGUSON, N. *Empire, The Rise and Demise of the British World Order and The Lessons for Global Power*. New York: Basic Books. 2004.

FLOCH, J-M. **A Contribuição da Semiótica Estrutural para o Design de um Hipermercado**. Trad. Sílvia Alencar. Colab.: Jenara Miranda. Rev. Ana Cláudia de Oliveira e Yvana Fachine. *Galáxia* (São Paulo, Online), nº 27, p. 21-47. jun., 2014.

GREIMAS, A. J. **Da Imperfeição**. Trad. Ana Cláudia de Oliveira. São Paulo: Hacker, 2002. (*I'Imperfection, 1987*).

GREIMAS, A. J.; COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. Trad. Alceu Dias Lima et al. São Paulo: Cultrix. 2013 (*J. Sémiotique: dictionnaire raisonné de la theorie du langage, Tome I. Paris: Hachette, 1979*).

MARTYNIUK, V. **As Visões Interdisciplinares do Consumo no Ambiente Contemporâneo e as Contribuições da Semiótica de Greimas para a Compreensão desse Fenômeno**. In: OLIVEIRA, Ana Cláudia de; MARTYNIUK, Valdenise Leziér. (Orgs.) *Sentidos do Consumo: os desafios do cenário contemporâneo à luz da semiótica de Greimas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017. p. 84-429.

\_\_\_\_\_. **Práticas Publicitárias e Práticas Vividas na Cidade de São Paulo**. In OLIVEIRA, Ana Cláudia de. (Org.). *Do Sensível ao Inteligível: duas décadas de construção do sentido*. São Paulo: OJM Casa Editorial, CPS Editora, Estação das Letras e Cores, 2014. p. 765-785.

OLIVEIRA, A. C. de. **As Semioses Pictóricas**. *Revista Face do Pós-graduação Em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo*, São Paulo, v. 4, p. 104-145, 1995.

\_\_\_\_\_. **Sabor de Sabor Pão de Açúcar, à Luz da Semiótica**. In, LEMOS, A., SILVA, J. Machado, SÁ, S. Pereira, Mídia. BR. Porto Alegre: Sulinas, 2004, p. 145-



178.

*UOL Universo on line*. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/>>. Acesso em: 20 de agosto de 2021.

