

## SEMIOTIZANDO A CONSULTORIA DE IMAGEM E BELEZA

Souza, Josenilde S; Mestre; (Belas Artes, SENAC, doutoranda PUC-SP: COS|CPS),  
jooamanda@hotmail.com<sup>1</sup>

### RESUMO

Greimas na sua tese de doutorado *La mode en 1830* se ocupou com o quadrado semiótico das concepções de elegância da *toilette* feminina e masculina ao explorar acessórios, perfumaria, cosméticos etc. Para o pesquisador, a moda seria o *modus* que o sujeito se comunica e se constrói como pessoa pela roupa que veste. Porque roupa e moda marcam seu método de execução de vida e suas escolhas diante dele próprio e da interação com o outro. A consultoria de imagem, desta forma, seja dialógica ou prescritiva, ao tentar interagir com o sujeito se aproxima de procedimentos adotados na abordagem da moda como o *look* “certo” ou “errado”, a seleção de cartelas da estação compatíveis com a temperatura da pele, a adaptação dos corpos às medidas da fita métrica, bem como as padronagens e as silhuetas de roupas que são ajustadas para esconder determinadas formas rotuladas como “imperfeitas” para o mundo da moda. Diante disso, pode-se afirmar que a consultoria de imagem ficou restrita a seguir os padrões de aceitação reverberados nas redes sociais e, por esta razão, não acompanhou as mudanças do mercado e os novos paradigmas da programação do consumismo da aparência. Se presencia um momento de rompimento dos padrões conservadores que se orientavam por critérios definidos pela idade, raça, tamanho, formalidade ou informalidade e categorias dos “sete estilos universais”, entre outros. Desta forma, a consultoria de imagem prescritiva ou dialógica trata de construir um discurso que pondera tanto padrões antigos quanto novos paradigmas sem rótulos ao considerar a ascensão de estilos de vida mais complexos para a construção da identidade que perpassa não somente as roupas, cores, gestualidades e odores para compor toda a significação do sentido a ser produzido, mas também as ideias e ideais do sujeito que requer uma consultoria de imagem para se colocar no mundo.

---

<sup>1</sup>Em 2012, criei a primeira pós graduação de Consultoria de Imagem e Beleza no Centro Universitário Belas Artes em São Paulo, atuo como professora, consultora de Imagem, pesquisadora e coordenadora de cursos, Jo Souza é proprietária da Galeria do Conhecimento empresa que atua no mercado de educação com foco em moda, arte e imagem.

A partir dessas considerações, o objetivo principal dessa pesquisa é estabelecer isotopias para uma análise semiótica direcionada ao campo da consultoria de imagem, propondo uma abordagem dialógica com regimes de ajustamento em relação a instalação da pessoa no mundo, no tempo e espaço que se coloca e sua relação interativa com o outro. Com esse objetivo, pode-se construir uma gramática da semiótica da consultoria de imagem a partir do percurso gerativo de sentido na sintaxe e semântica dos níveis discursivo, narrativo e fundamental.

Com essas diretrizes, será possível compreender como se constroem as práticas enunciativas e discursivas da consultoria de imagem e como ela poderia propagar e difundir a aceitação da liberdade do corpo no mundo natural. Para avançar no *corpus* de análise, será extraído das práticas da experiência do vivido da própria autora enquanto profissional no mercado de Consultoria de Imagem. Para alcançar esse objetivo, se utiliza dos procedimentos teórico-metodológicos da semiótica discursiva, desenvolvida por A. J. Greimas e seus colaboradores, especialmente a abordagem da sociosemiótica de E. Landowski e as contribuições no campo da moda de A. C de Oliveira. A escolha dessa metodologia se sustenta além dos textos e aquém da imagem da moda na análise da significação investida nos discursos e no mundo natural onde a semiótica pretende dar conta de como a construção de sentido emerge também das práticas mais diversas de nossas relações vividas com os objetos que nos circundam no mundo da consultoria de imagem prescritiva e dialógica.

Palavras-chave: semiótica 1; consultoria de imagem 2; práticas 3.

