

## O enunciado filmico *O Diabo veste Prada* e suas possibilidades de análise sob a ótica bakhtiniana<sup>1</sup>

The filmic utterance *The Devil Wears Prada* and its possible avenues of analysis from a Bakhtinian perspective

Weliton Tavares Vieira<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Catalão - UFCAT  
weliton\_tavares@hotmail.com

**RESUMO:** Adotando o método sociológico de análise dos enunciados desenvolvido pelo Círculo de Bakhtin, este estudo realiza uma análise discursiva do filme *O Diabo Veste Prada*, buscando compreender os sentidos gerados em seu contexto sócio-histórico-cultural. Mapeamos os processos históricos, sociais e culturais, bem como os discursos que constituem esse enunciado filmico, e examinamos as relações dialógicas que sustentam a arquitetura do sujeito bakhtiniano na interação entre Andrea Sachs (Anne Hathaway) e Miranda Priestly (Meryl Streep). Para isso, esclarecemos a noção de enunciado em Bakhtin e no Círculo (Bakhtin, 2010; 2011; 2013; 2016; 2019; Medviédev, 2012; Volóchinov, 2018; 2019), detalhamos o caráter responsivo presente na materialidade fílmica e demonstramos o emprego do método sociológico como ferramenta de investigação. Esta pesquisa evidencia a pertinência da abordagem bakhtiniana para o estudo do discurso midiático e amplia o debate sobre a análise dialógica de filmes no campo dos estudos discursivos.

**Palavras-chave:** Enunciado filmico; Discurso; Sentido; Bakhtin e o Círculo.

**ABSTRACT:** Drawing on the sociological method for utterance analysis developed by the Bakhtin Circle, this study carries out a discursive analysis of the film *The Devil Wears Prada* to figure out the meanings generated within its socio-historical and cultural context. We map out the historical, social, and cultural processes, as well as the discourses that make up this filmic utterance, and also look into the dialogic relations that hold up the Bakhtinian subject's architectonics in the interaction between Andrea Sachs (Anne Hathaway) and Miranda Priestly (Meryl Streep). To do so, we spell out Bakhtin and the Circle's notion of the utterance (Bakhtin, 2010; 2011; 2013; 2016; 2019; Medvedev, 2012; Voloshinov, 2018; 2019), flesh out the responsive character embedded in the film's materiality, and lay out how the sociological method works as a research tool. This study points up the relevance of a Bakhtinian approach for media discourse studies and opens up the debate on dialogic film analysis within the field of discourse studies.

**Keywords:** Filmic utterance; Discourse; Meaning; Bakhtin and the Circle.

<sup>1</sup> Este trabalho é parte do resultado da pesquisa de mestrado intitulada: *O enunciado filmico O Diabo Veste Prada: uma análise bakhtiniana do signo ideológico "diabo"*, desenvolvida no Programa de Pós-graduação em Estudos da Linguagem, da Universidade Federal de Catalão – UFCAT, da área de concentração: Linguagem, Cultura e Identidade, na linha de pesquisa: Discurso, Sujeito e Sociedade, sob orientação da Profa. Dra. Grenissa Bonvino Stafuzza, disponível no repositório de dissertações e teses da UFCAT no endereço eletrônico: <https://repositorio.ufcat.edu.br/items/95f9d199-265a-4a60-ba27-a3a8cc6fb812>.

<sup>2</sup> Doutorando pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Linguagem (PPGEL – UFCAT). Integrante do Grupo de Pesquisa em Estudos Discursivos (GEDIS – CNPq). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8384-7458>.

## O enunciado fílmico e a concepção de enunciado bakhtiniana

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 o estabelecimento de uma relação dialógica. 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.) têm a finalidade discursiva de 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. Vemos, 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, devido ao seu caráter dialógico, o enunciado dirige-se sempre a um outro. Para Volóchinov (2019), ele configura um ato recíproco entre locutor e interlocutor, pois nenhum discurso se sustenta fora da interação social que o engendra. Esse movimento implica a presença de múltiplas vozes sociais (classes, grupos e posicionamentos axiológicos diversos) que se entrelaçam no tecido verbal. Esse entrecruzamento valorativo desvela o caráter polifônico das relações dialógicas, evidenciando como diferentes posicionamentos axiológicos coexistem e se tensionam dentro da mesma superfície discursiva (Bakhtin, 2008).

No cinema, essa polifonia manifesta-se nas camadas verbais, visuais e sonoras; seja nos diálogos, nas escolhas de figurino, nos enquadramentos das câmeras ou na trilha sonora, atualizando vozes históricas distintas, como o discurso capitalista da moda, a crítica marxista da exploração laboral e narrativas de empoderamento feminino. O enunciado fílmico converte-se, assim, em espaço de confronto e produção de sentidos, onde essas vozes disputam visibilidade e inauguram novos posicionamentos axiológicos. 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, distanciamo-nos cada vez mais do que procuramos (Medviédév, 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 Marx<sup>3</sup> e Friedrich Engels<sup>4</sup> podem ser 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 em detrimento da cooperação – um posicionamento discursivo hegemônico do capitalismo que se converte em exploração da força de trabalho. Andrea incorpora essa exploração, uma vez que é praticamente forçada a manter o emprego para sobreviver. Mesmo demonstrando pouco interesse pelo cargo, Andy

---

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> 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". 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.

ainda tenta ganhar o apreço de Miranda e não perder a vaga de assistente na Runway.

Entretanto, Andy só obtém a confiança da editora-chefe depois que passa a vestir roupas e acessórios de grife, sinalizando que incorporou um posicionamento fashionista. No enunciado visual do filme, artigos de marca – como as peças da Prada – funcionam como signos ideológicos que atualizam diferenças de classe, atuando como marcas discursivas de poder e distinção. Logos, cortes de tecido, enquadramentos que destacam bolsas e sapatos, bem como o olhar de aprovação de Miranda, compõem sequências imagéticas que articulam múltiplas vozes sociais e memórias discursivas ligadas ao consumo de luxo. 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 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 se evidencia nas sequências visuais seguintes, nas quais esses signos visuais e gestos são enunciados que articulam poder e subjetivação no universo da moda.

Figura 1 - Captura de tela – 00:45:04 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 2 - Captura de tela – 00:45:07 – *O Diabo veste*



Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 3 - 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 dominadora 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 glamoroso. 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.

### **O caráter responsivo do enunciado 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 abaixo:

Figura 4 - Captura de tela – 00:08:55 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor.

Com base no que foi dito pelo 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 5 - Captura de tela – 00:09:32 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 6 - Captura de tela – 00:09:33 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 7 - Captura de tela – 00:09:37 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor;

Figura 8 - Captura de tela – 00:09:41 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 9 - Captura de tela – 00:09:42 – *O Diabo veste Prada*

Fonte: Elaborado pelo autor.

A ação responsiva de Andrea revela um discurso moldado pelo tom valorativo da classe trabalhadora, que precisa assegurar sua subsistência e não pode se permitir ofender diante de um juízo de valor proferido pela futura empregadora. Para Bakhtin e o Círculo, esse caráter ideológico da palavra (o caráter axiológico) não remete a um conteúdo doutrinário, mas à sua materialidade social, isto é, ao modo como as escolhas de tom enunciam e refletem as relações de classe e as posições concretas dos falantes no meio social. 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 nesse diálogo; 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.

Conforme Andrea entra em diálogo com o universo fashion em que está imersa, ela negocia sua posição discursiva, reconfigurando gradualmente seu estilo para atender às expectativas de prestígio sem abdicar por completo de sua postura responsiva; nesse ínterim, sua relação dialógica 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 saber, 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 10 - Captura de tela – 00:38:07 – *O Diabo veste Prada*



Fonte: Elaborado pelo autor.

Figura 11 - 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.

Percebe-se que a responsividade constitui o eixo estruturante dos enunciados, pois não se baseia apenas no enunciado isolado, mas no caráter relacional, histórico e social que emerge da interação entre falante e interlocutor. No enunciado fílmico de *O Diabo Veste Prada*, essa dinamização responsiva se evidencia de duas maneiras: primeiramente, como antecipação, à medida que cada enunciado já carrega em si a expectativa de uma resposta futura; em seguida, como retrospectiva, visto que cada réplica ecoa memórias discursivas precedentes e posicionamentos ideológicos sedimentados em interações anteriores.

Os diálogos entre Miranda Priestly e Andy Sachs ilustram essa natureza relacional, uma vez que cada enunciado proferido projeta possibilidades de reação (posto que é prenhe de resposta) e, simultaneamente, remete a enunciados pretéritos que informam tanto o tom quanto a escolha das palavras. Dessa forma, o sentido do enunciado se constrói continuamente na teia social e histórica que sustenta todo o processo dialógico. 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 interim, 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*.

### **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 as relações dialógicas 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). Entendemos, para eles, que a linguagem sempre ocorre em situações reais, e por isso, os sentidos de um enunciado transcendem seu significado dicionarizado. Conforme elucida 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.

Assim, entender a teoria do enunciado concreto – que se conecta a outros enunciados formando uma cadeia contínua de comunicação discursiva – é compreender a base 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.

Contrapondo-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. Logo, o método sociológico concebido pelo Círculo de Bakhtin emerge de um diálogo crítico com o marxismo que lhe serve de referência, sem, no entanto, se reduzir a uma leitura economicista estrita ou a um marxismo ortodoxo; em vez disso, ele desloca o olhar para a historicidade dos enunciados e para a materialidade social que lhes confere existência concreta. Ao enfatizar não apenas as relações de produção, mas também as práticas culturais, as memórias discursivas e as configurações institucionais que moldam a linguagem, esse método permite ao pesquisador apreender o objeto de estudo como um fenômeno dinâmico, situado em contextos específicos e em constante transformação, revelando suas singularidades e tensionamentos ao longo do tempo.

Devido à profusão de interações discursivas dispostas ao longo de todo o longa-metragem, nós nos ativamos 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.

## Considerações finais

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. Dessa forma, pudemos compreender a arquitetônica dos enunciados erigida pela orientação social das personagens, bem como a produção de sentidos relacionados ao signo ideológico “diabo”. Esse processo analítico evidenciou como as cenas individuais se encaixam na narrativa, algumas delas adquirindo maior relevância por transmitir ideologias ou marcar o clímax da trama.

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. Destarte, demonstramos como a perspectiva Bakhtiniana de análise de enunciados possibilitou o processo analítico do enunciado fílmico *O Diabo veste Prada*.

Considerando o alcance e a densidade do presente estudo, abre-se espaço para investigações que aprofundem a aplicação do método sociológico à análise de outros enunciados midiáticos, tais como enunciados vídeo publicitários, séries de *streaming* e documentários, por exemplo. Nessas materialidades, seria possível explorar o diálogo entre a teoria bakhtiniana e práticas discursivas contemporâneas, contribuindo para a expansão dos estudos do discurso e possibilitando a compreensão dos sentidos produzidos por meio dessas manifestações sociais em constante transformação.

## Referências

- BAKHTIN, M. M. **Problemas da poética de Dostoiévski**. Tradução Paulo Bezerra. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 2008.
- BAKHTIN, M. M. **Para uma filosofia do ato responsável**. Tradução Valdemir Miotello e Carlos Alberto Faraco. São Carlos: Pedro & João Editores, 2010.
- BAKHTIN, M. M. **Questões de Literatura e de Estética** (a teoria do romance). Tradução Aurora Fornoni Bernardini et al. 6. ed. São Paulo: Hucitec, 2010.
- BAKHTIN, M. M. **Estética da criação verbal**. Tradução Paulo Bezerra. 6. ed. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2011.
- 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. O discurso no romance. In: BAKHTIN, M. M. **Teoria do romance I**. A estilística. Tradução Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2015.
- BAKHTIN, M. M. **Os gêneros do discurso**. Organização, tradução, posfácio e notas de Paulo Bezerra. São Paulo: Editora 34, 2016.
- BAKHTIN, M. M. **O homem ao espelho**: apontamentos de 1940. Tradução Marisol Barenco de Mello e Maria Letícia Miranda, com participação de Cecília Maculam Adum e Ekaterina Vólkova Américo. São Carlos, SP: Pedro & João Editores, 2019.
- GRILLO, Sheila. Ensaio introdutório. In: VOLÓCHINOV, V. N. **Marxismo e filosofia da linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Tradução Sheila Grillo e Ekaterina Vólkova Américo. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2018.
- 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.
- POURRIOL, Ollivier. **Filosofando no cinema**: 25 filmes para entender o desejo. Tradução André Telles. Rio de Janeiro: Zahar, 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. 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. Sentidos do enunciado verbovisual em pôsteres publicitários de Bastardos inglórios. **Scripta**, v. 22 n. 45, p. 137-150, 2018. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.2358-3428.2018v22n45p137-150>

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. DOI: <https://doi.org/10.14393/HTP-v1n1-2019-48519>

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. DOI: <https://doi.org/10.22297/2316-17952021v10e02101>

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.

### 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.

Recebido em: 6 de fevereiro de 2025  
Aceito em: 31 de agosto de 2025