A Dona Flor da *Forum*: publicidade, desejo e consumo

SANDRA FISCHER
Universidade Tuiuti do Paraná

Resumo

A coleção *Verão 2004* da marca brasileira de roupas *Forum* teve como tema *Dona Flor e seus dois maridos,* obra literária de Jorge Amado. A campanha publicitária explorou o tema que inspirou a coleção. Este trabalho pretende realçar aspectos do segmento veiculado no jornal *Folha de S. Paulo,* com vistas a analisar os efeitos de sentido que ali se alojam - enfatizando a vertente daqueles que dizem respeito a questões afetas à motivação do desejo e à dimensão da instância situada entre a utopia e o gozo, entre o estágio do anseio e o fase da realização do desejo. O instalar e o satisfazer desejos nos parecem ter relevância para o campo dos estudos sobre publicidade e consumo. Nessa perspectiva, a brecha que se aninha entre o que se almeja e o que se consegue - entre aquilo que o anunciante faz desejar e aquilo que o consumidor finalmente obtém - pode vir a ser reveladora.

Palavras-chave

publicidade, consumo, desejo, roupa marca *Forum, Dona Flor e seus dois maridos*

Abstract

The *Summer 2004* collection of clothes designed by the Brazilian *griffe Forum* was developed under the theme *Dona Flor e seus dois maridos,* the novel written by Jorge Amado. The collection's publicity campaign explored the referred thematic. This article aims at studying aspects of the segment of the campaign published by *Folha de S. Paulo* newspaper, analyzing the meaning effects produced - emphasizing the ones related to desire motivation and to the dimension of the gap situated between the *longing for* stage and the *enjoyment,* the pleasure phase. The installation and the satisfaction of desires are, both, significant instances to the field of studies concerning publicity and consumption. In this perspective, the gap which lays between the desired and the accomplished object - between the announcer's promises and the consumer's final acquisition - may be pregnant with relevant information.

Key words

publicity, consumption, desire, *Forum"*s clothes, *Dona Flor e seus dois maridos*

O lugar mais erótico de um corpo não é lá onde o vestuário se entreabre? ***versão (que é o regime do prazer textual) "não há zonas erógenas " ão aliás bastante importuna); é a intermitência, como o disse muito n a psicanálise, que é erótica: a da pele que cintila entre duas peças lças e a malha), entre duas bordas (a camisa entreaberta, a luva e a manga); é essa cintilação mesma que seduz, ou ainda: a encenação de um aparecimento-desaparecimento.***

Roland Barthes, ***O Prazer do Texto***

Flor.Uma flor entre dois maridos. Uma figura, Dona Flor, viúva cheia de vida. Dona Flor vadinha, Dona Flor teodora. Viva viúva em flor, oscilante, cozinhando em fogo lento, ardendo em desejo. No entre da palavra "viúva", a letra "u" fazendo brecha, vive Dona Flor. Nem depravada nem casta, fulgura entre dois maridos.

Plantada no caderno de cultura do jornal *Folha de S. Paulo,* entre o final do mês de agosto e o início do mês de setembro do ano de 2003, lá está Dona Flor, desabrochando inteira na primeira página da "Folha Ilustrada", protagonizando a campanha publicitária da *Forum,* sofisticada *griffe* brasileira de roupas. Em destaque, sempre no lado direito da página, o logotipo da marca: a letra F maiúscula, branca, inserida dentro do espaço vazado de um losango formado por linhas brancas; ao lado do logotipo, em caixa alta, corpo cheio, letras brancas, a palavra Forum; sustentando *Forum,* em letras menores, de cor vermelha, caixa alta e corpo fino, uma escritura: Desejo do Brasil.

Entre. Entre na foto, entre na história, entre na *Forum,* sugere da campanha o apelo. Entre tantos apelos, entre na *Forum.*

Construções, sensações, efeitos de sentido. Manipulações, sedução. Estratégias. Desejo de desejo.

Dona Flor e seus dois maridos na campanha publicitária da marca *Forum*

A coleção verão 2004 da marca brasileira de roupas *Forum* teve como tema *Dona Flor e seus dois maridos,* obra literária de Jorge Amado, adaptada para o cinema em filme homônimo de Bruno Barreto e para a televisão em mini-série do Núcleo Guel Arraes, da Rede Globo de Televisão. A campanha publicitária acompanhou e explorou o tema que inspirou a coleção.

Veiculada por meio da mídia impressa, em jornais e revistas, de *outdoors* espalhados pelas ruas de algumas capitais e de painéis fotográficos estrategicamente colocados nas vitrines de suas diversas lojas, a campanha é composta de várias peças em que fragmentos do livro de Jorge Amado são apresentados de maneira a interagir com fotos de J. R. Duran, apresentando a protagonista Dona Flor encarnada por jovem modelo. Dona Flor é focalizada sozinha ou em companhia de seus maridos.

No jomal *Folha de S. Paulo,* durante oito dias seguidos, a campanha abre o caderno "Folha Ilustrada", cuja página inicial ocupa praticamente na íntegra, emprestando espaço apenas para *headlines* anunciando temas cujo teor, direta ou indiretamente, acaba apresentando algum tipo de relação com a foto situada logo abaixo delas.

A proposta da campanha, centrada muito mais na exploração e na explicitação do conceito da marca do que propriamente na exposição do produto roupa, chama a atenção pela intensa imbricação de relações que estabelece entre o perfil da marca que anuncia e o caráter da obra literária, do filme e da mini-série. O foco deste trabalho pretende realçar aspectos do segmento veiculado na *Folha de S. Paulo,* com vistas a analisar os efeitos de sentido que ali se alojam - enfatizando a vertente daqueles que dizem respeito a questões afetas à motivação do desejo e à dimensão da instância situada entre a utopia e o gozo, ou seja, entre o estágio do anseio e o estágio da realização do desejo. O instalar e o satisfazer desejos nos parecem ter relevância fundamental e decisiva para o campo dos estudos sobre publicidade e consumo. Não por acaso a campanha enfatiza o

slogan "Forum - desejo do Brasil" Nessa perspectiva, a brecha que se aninha entre o que se almeja e o que se consegue - entre aquilo que o anunciante faz desejar, com a sedução de suas promessas, e aquilo que o consumidor finalmente obtém - pode vir a ser reveladora (vide ilustrações nas páginas seguintes).

Dividida em diversas peças, a campanha *Forum* para o verão 2004 tem seu tom definido por meio do jogo que se articula entre o visual e o textual. Introduzidas à moda de espetáculo, *"Forum apresenta: Dona Flor e seus dois maridos* ", as peças compõem uma narrativa, construída por meio de fotos provocantes aliadas a picantes fragmentos do texto do escritor baiano. A seleção de textos e a composição das fotos relatam a essência da saga de Dona Flor aludindo aos sabores e dissabores sexuais vivenciados pela protagonista.

A estrutura e o desenvolvimento narrativos da campanha seguem as linhas mestras do romance: as peças giram em tomo da ambigüidade do temperamento e da existência da personagem principal. Apresentam, inicialmente, o primeiro relacionamento conjugal de Dona Flor, caracterizado por um cotidiano pleno de prazer temperado com generosas doses de sobressalto e dor, subitamente interrompido pela viuvez prematura; o desalento da nova situação leva ao segundo matrimônio - o qual proporciona a Flor uma experiência de vida regrada e tranqüila, que instala em sua rotina um ambiente de segurança, ordem - e tédio. Na seqüência, a campanha remete ao ressurgimento do primeiro marido, que retoma da morte como fantasma, exigindo participação nos novos dias e noites vivenciados pela antiga esposa; finaliza com o desfecho da história, no qual Dona Flor assume na vida seu lugar entre os dois maridos, confortavelmente desfrutando das alegrias que ambos lhe conferem à existência.

A figura da mulher que se divide entre a lascívia e a sobriedade é assinalada pelo contraste entre expressões faciais contritas e gestos e posições corporais que indicam luxúria, ou vice-versa. A gravidade e o peso do breve período em que experimenta a condição de viúva, envolta em negro e dor, são atenuados pelo frescor da juventude da modelo, cujo olhar lânguido, traindo certa provocação

FOLHA [LUSTRADA
Gonzalo Rubalcaba cozinha no Brasil seu jazz bem temperado
FORUM
FORUM APRESENTA /
DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS /
JORGE AMADO /

FOLHA ILUSTRADA _
Gilberto Gil agrada cineastas ao defender intervenção estatal
FORUM
FORUM APRESENTA /
DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS /

folha ILUSTRADA
Marcelo Piñeyro coloca a Argentina diante do espelho
FORUM
FORUM APRESENTA /
DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS /
JORGE AMADO /

FOLHA ILUSTRADA
HORROR em miúdos
FORUM APRESENTA /
DONA FLOR E SEUS DOIS MARIDOS /
JORGE AMADO /

FOLHA ILUSTRADA
de MOCINHO
a BANDIDO
FORUM
FORUM APRESENTA /
DONA FLOR E SEUS
DOIS MARIDOS /
de JORGE AMADO /

Í ! FOLHA ILUSTRADA
Saque de corsário pôs o
Rio na rota da violência
FORUM
DONA FLOR E SEUS
DOIS MARIDOS /
JORGE AMADO /

FOLHA ILUSTRADA ri
Globo testa receita com 'Chocolate' às seis
FORUM APRESENTA /
DONA FLOR E SEUS
DOIS MARIDOS /
de JORGE AMADO /
FORUM

FOLHA ILUSTRADA
Horn preenche
os vazios do jazz
FORUM
FORUM APRESENTA /
DONA FLOR E SEUS
DOIS MARIDOS /
de JORGE AMADO /

contida, oscila pairando entre o recato do pudor e o descaramento do convite. Véus encobridores rivalizam com indumentárias pouco discretas, as quais revelam um corpo dourado, de aparência simultaneamente firme e macia, coxas e pernas à mostra, contracenando com homens de torso nu, cabeça coberta e calças de modelo social e cor branca.

Nos trajes apresentados delineia-se o estilo Dona Flor da *Forum.* Nas roupas exibidas abundam decotes realçados por *soutiens* tipo meia-taça e corpetes repletos de colchetes, ilhoses e barbatanas, parcamente atados por caprichado entrelaçamento de cordões que deixam entrever nesgas de pele lisa e cintilante. Cortes marcados acentuam a exuberância dos contornos corporais, redesenhados pela modelagem ajustada das roupas. A natureza é evocada não apenas pela animalidade latente do ambiente impregnado de energia sexual mal contida, prestes a explodir, mas também por meio de arranjos de flores e de tecido com estamparia floral (por analogia, as frutas e paisagens tropicais da obra literária ali se encontram presentes, deste modo indiciadas). A quentura resultante da justaposição de confecções elaboradas em vermelho e em preto - temperada pelo branco, pela leveza dos tecidos - assinala o clima de paixão ardente e a sensualidade tátil do prazer carnal.

A cor predominante nas fotos é o vermelho - não o vermelho vivo, aceso e sanguinolento, mas sim a tepidez, quase indolente, do vermelho vinho, bem tinto, temperado com toques de sombra obtidos pelo brilho claro-escuro de tecidos acetinados, em preto e em branco. O único tecido estampado presente nas composições fotográficas exibe uma padronagem floral vermelha e preta sobre fundo branco. Simbolicamente, a oposição vida e morte está representada nessas cores. As sombras configuram a zona intermediária entre a escuridão e a luz, alusiva ao perfil psicológico e ao estado de alma da protagonista e também ao espírito da campanha, cuja proposta articula-se na medida em que joga com ambigüidades e paradoxos, intersecções e duplicidades.

A figura de Dona Flor domina a cena da campanha toda, embora não se trate de uma promoção destinada exclusivamente à

clientela feminina. A modelo que a representa - em configuração, aliás, bastante peculiar, distante da redondeza quase excessiva da Dona Flor original, "estourando em colchetes" presente no livro, no filme e, de alguma maneira, também na mini-série - é característica da figura feminina veiculada pelo padrão da marca: formas jovens e provocantes, porém desprovidas de qualquer resquício de contingente adiposo que possa ser considerado aquém do estereótipo longilíneo socialmente valorizado na atualidade. Os modelos masculinos seguem padrão semelhante: juventude, músculos nem demais nem de menos, cabelos de corte sofisticado, penteados em estudado desalinho.

Sempre a mesma jovem mulher, sozinha ou acompanhada de um dos dois modelos masculinos (também sempre os mesmos homens jovens e atléticos), representada em poses contextualizadas em situações ambíguas, que tanto podem estar sugerindo estados de angústia, motivados por incerteza e tristeza, quanto de êxtase, motivados por prazer e gozo: postada no vão de uma porta de carro entreaberta, com um dos maridos ao lado, ligeiramente inclinado sobre seu corpo; solitariamente reclinada em uma cadeira, olhos cerrados, as mãos acomodadas em meio às pernas entreabertas, trajando apenas *corselet* de renda negra, ligas e meias à mostra, igualmente negras e rendadas; vestido negro de alças e decote ousado, cabelos soltos parcialmente encobertos por delicado véu negro, olhos sombreados, pernas cruzadas, sentada sobre cetim vermelho, ao lado de viçosos antúrios também vermelhos e brilhantes, posicionados de modo a quase lhe roçar o rosto. Os homens ostentam trajes bem cortados, cujo desenho de linhas justapostas entre a tradição e modernidade lhes conferem uma sobriedade displicente e elegante

Quando juntos os três personagens, a modelo aparece situada entre os dois homens. Na única ocasião em que um dos modelos masculinos, sem a companhia do outro, é colocado no centro da composição, ladeado por duas mulheres, o rosto exibido é o da protagonista; a segunda modelo exibe tão somente parte das pernas, os quadris projetados para trás e o torso inclinado. Quando não tem os olhos fechados, em aparente êxtase contido, Dona Flor

mostra-os bem abertos, encarando a câmera - sugestivamente mirando no espaço heterotópico, o espectador, em busca mesmo da cumplicidade do olhar do receptor.

A roupa, por estranho que possa parecer em tal campanha publicitária, não é o destaque. As peças exibidas quase sempre se assemelham uma às outras ou mesmo se repetem. São parte integrante da coleção - também inspirada em *Dona Flor e seus dois maridos* - mas a ênfase não está de modo algum depositada nelas, e sim no conceito institucional da marca *Forum,* criada em 1981 pelos irmãos Tufi e Isaac Duek

Dentre as diversas peças que compõem a campanha publicitária veiculada no jornal *Folha de S. Paulo,* entretecida na mensagem da campanha, está a idéia pregnante de sabor e arte que, no livro de Jorge Amado, dá nome à escola de culinária da protagonista. Oferece-se ao consumidor o desfrute de um suposto prazer: "sabor e arte" em roupas *Forum*. Vale a pena lembrar que, elidida nessa oferta, na mesma medida - ainda que veladamente - encontra-se implicitada uma outra vertente de prazer "saborear" o próprio ato da compra realizada na *Forum*.

A questão desejo de Brasil se, por um lado, maximiza o alcance da marca - todos os brasileiros desejam *Forum e Forum* traduz desejo pelo Brasil, desejo de Brasil, por outro também o contexto em que essa escritura está situada garante a seleção necessária à sofisticação da marca - fica muito claro que quem deseja e consome *Forum* é o Brasil, sim, mas o Brasil privilegiado em temos culturais, econômicos e sociais, consciente dos encantos de sua identidade, porém distante de seus aspectos de destituição e miséria.

Para construir e transplantar para o jornal a imagem da Dona Flor específica da *Forum,* condizente com o perfil e com o universo da marca, a campanha publicitária recolhe elementos das Dona Flor inseridas no ambiente de outras mídias (livro, filme e mini-série), como veremos a seguir. Apropria-se desses elementos, para em seguida ressemantizá-los e rearticulá-los em acordo com seus propósitos - promovendo, dessa forma, a produção de novas constelações de sentidos.

Dona flor e seus dois maridos no livro de Jorge Amado

Professora da Escola de Culinária Sabor e Arte, de sua propriedade, Dona Flor é uma das mais famosas personagens do escritor Jorge Amado. Baiana, como seu criador, Flor personifica a mulher amorosa e vigorosa, mortificada pelo desejo e dividida entre a candura do recato e a quentura da sensualidade. Transita pelas páginas do romance embalada por suas lidas entre as panelas e seus dois maridos, um morto e outro vivo - ambos atuantes, determinados e visceralmente diferentes entre si. Enquanto Vadinho, o primeiro deles, destaca-se pelo temperamento folgazão, vadio, comprometido com o descompromisso e caracteriza-se principalmente pela energia sexual que não sossega nem depois da morte, Teodoro, o segundo marido, é o retrato da responsabilidade, do homem dedicado à família, ao trabalho, ao dever, cujo desempenho sexual, ainda que longe de ser insatisfatório, não tem a vitalidade inquieta e insaciável de Vadinho.

Na vida com Vadinho, Dona Flor vive as delícias da carne e as torturas do desassossego, da insegurança, das traições constantemente reiteradas. Instabilidade, surpresas, novidade permanente. Tudo sempre deslocado, fora de lugar, sem hora certa para coisa alguma, carnaval o ano todo. Marido mais sedutor - mas também mais cachaceiro, jogador e mulherengo - não há.

Morto Vadinho, vitimado num domingo em meio a plenos folguedos de Momo, Dona Flor sozinha. Viúva, sim, entristecida, sim mas viva e muito viva.

A jovem e ardente senhora, então, acaba encontrando porto nos braços de Teodoro, farmacêutico de profissão e músico, tocador de fagote nas horas vagas.

Com tal marido, a vida se revela mansa, amena e apaziguada: *"um lugar para cada coisa, cada coisa no seu lugar"* Respeitabilidade social, tranqüilidade financeira, estabilidade familiar. Adeus sobressaltos e confusões, lágrimas de ira e de dor.

Feliz com tanta bem-aventurança, mas algo saudosa do calor e tumulto de seu primeiro matrimônio, eis que a vida lhe prega uma peça: Vadinho ressurge do além, disposto a dar continuidade à antiga rotina conjugal. Dividida entre o aconchego da domesticidade morna e benfazeja e a excitação sempre inusitada do desejo queimando em brasas, Dona Flor decide, finalmente, assumir seus dois maridos - e segue vivendo entre eles dois, satisfeita, realizada e feliz.

Todo o universo narrativo do livro está calcado no embate que a natureza humana cindida, sempre dividida entre dois (ou mais) mundos, é condenada a travar consigo mesma - no cenário de ambientes também penneados por ambigüidades de caráter ideológico, social, econômico, por diversidades e paradoxos de toda ordem. Metaforicamente, só a prática de uma culinária elaborada e sofisticada, transitando entre o sensível e o inteligível e familiarizada com todas as vicissitudes inerentes ao cru e ao cozido, para dar conta de harmonizar tanta diversidade; Dona Flor, constantemente varada pelo desejo e pela necessidade de experimentação, é versada nos meandros dessa prática - muito mais subversiva do que revolucionária - , dessa arte que exige "*sapientia ",* nos termos arrolados por Roland Barthes em sua *Aula: "nenhum poder, um pouco de sabedoria, e o máximo de sabor possível* "(S/D, p.47).

Flor de imaginação, nem casta nem depravada, fincada no terreno entre o sacro e o profano.

Dona Flor e seus dois maridos no filme de Bruno Barreto

O filme *Dona Flor e seus dois maridos* (1978), de Bruno Barreto, baseado na obra de Amado, recupera o ambiente do romance e figurativiza o "entre", o que se pode entender como nem isso nem aquilo, configurando-o em diversos formatos, de várias maneiras, em uma multiplicidade de soluções visuais. A mais contundentemente explícita, talvez, seja a cena final, na qual os três são focalizados e enquadrados descendo a ladeira do Pelourinho, na cidade

de Salvador, à saída da missa dominical. Os três caminham juntos, braços dados, Dona Flor sorridente e orgulhosa, postada entre os dois. Enquanto Teodoro, metido em seu temo branco domingueiro, segura-lhe a mão, Vadinho, nu em pêlo, lhe acaricia as nádegas. Na parte superior da tela a igreja e na parte de baixo a cidade, com sua mundanidade tão humana. O sacro e o profano, figurativizados em interação, unidos pelo movimento matinal da ladeira ensolarada, repleta de gente. Na banda sonora, o estribilho da música "À flor da terra", de Chico Buarque de Hollanda: "O que será, que será...?"

Na derradeira peça da campanha Verão 2004 da *Forum*, a cena acima descrita é retomada e subvertida: a foto de Duran apresenta Dona Flor caminhando entre seus dois maridos, mas é ela quem acaricia as nádegas de ambos - ao mesmo tempo em que, rosto virado para trás, maliciosamente pisca para a câmera. Ela veste um modelo de vestido provocante, curto e vermelho; o marido Vadinho vai de calças brancas e chapéu panamá, apenas o torso nu, enquanto o marido Teodoro exibe traje completo, igualmente branco.

Sem qualquer resquício de passividade, levando e não meramente deixando levar-se, ativa e poderosa em sua modernidade sofisticada e urbana, a Dona Flor da *Forum* insinua saber muito bem o que será dela e de seus maridos. A campanha, em sua íntegra, sugere o que, em termos de investimento de prazer e recompensa de gozo, pode vir a ser de todos aqueles que se aventurarem a vestir a marca.

Dona Flor e seus dois maridos na mini-série da Rede Globo de Televisão

Dona Flor e seus dois maridos, a mini-série produzida e veiculada pela Rede Globo no ano de 2001, é vinculada ao Núcleo Guel Arraes. Adaptada por Dias Gomes, em co-autoria com Marcílio Moraes e Ferreira Gullar, direção geral de Mauro Mendonça Filho, a mini-série vai ao livro e ao filme - e mistura tudo no mesmo caldeirão, ali adicionando ingredientes os mais variados: alguns com raízes no realismo fantástico, outros capazes de conferir à trama

certas colorações mitológicas, e a peculiaridade de cenografia e figurino inusitados, que misturam objetos e roupas relativamente estranhos uns aos outros, provenientes de épocas distintas ou algo indefinidas, nem sempre coerentes com o momento histórico em que se desenvolve a narrativa. Acomoda o caldo resultante na forma de uma estruturação episódica, conveniente ao formato televisivo, e dá ênfase ao desenvolvimento de histórias paralelas que garantem movimento e versatilidade à trama. Pronta a receita, termina por servir ao telespectador o petisco de um prato audiovisual não meramente requentado a partir do filme que o precede, mas sim modificado por temperos que amenizam o sabor de regionalismo característico da obra literária e da fílmica, e que aumentam, por meio de estratégias que lhe conferem maior sabor de contemporaneidade e apelo popular, as possibilidades de identificação imediata, usualmente tão ao gosto dos veículos de consumo da massa.

O gosto de tudo, pode-se dizer, sobe a algo que fica entre o livro e o filme, entre o cinema e a televisão, uma adaptação que se apresenta como uma espécie de papa fina enlatada: um produto que não deixa a desejar quanto aos quesitos qualidade de produção, escalamento e direção de atores, texto e teledramaturgia, mas que cuidadosamente evita perder-se em excessivos procedimentos de refinamento artístico[1], os quais poderiam vir a comprometer a recepção e a aceitação do público, em sua maioria constituído por apreciadores de telenovelas.

Em termos de expressão e conteúdo, verifica-se na minisérie a abordagem do desejo realizada de forma a enfatizar e a ressaltar a presença da brecha, o entre, o interstício, configurada não apenas pelo delineamento do perfil psicológico da protagonista, que consiste no argumento da trama, mas também por intermédio das construções e composições de diálogos, dos procedimentos de escalonamento, intercalagem, montagem e edição de cenas, e,

1 Caso característico da mini-série "Os *Maias*"\ de Adelaide Amaral, baseada na obra homônima de Eça de Queiroz; veiculada pela rede Globo no ano de 2002, a empreitada foi penalizada com baixos índices de audiência, em muito devido à sofisticada elaboração artística do produto, elevada a níveis relativamente incomuns no universo televisivo.

principalmente, pela figura de Dona Flor, representada por uma atriz (Giulia Gam) detentora de compleição física e feições cujas características remetem tanto à menina na idade da pré-adolescência quanto à mulher na plenitude da maturidade. Oscilando entre a infantilidade tardia e a maturidade precoce, a Dona Flor da Globo ganha urna erotização adicional, cujo caráter poderia ser situado a meio-termo em relação àquelas que se verificam no livro e na produção cinematográfica: a primeira, como já apontamos, muito por ser construida pela palavra escrita, tem a imagem impregnada de urna certa volatilidade, não é de todo apreensível visualmente (qualidade, ressalte-se, também bastante erótica); já a segunda, produto audiovisual, é representada por urna atriz voluptuosa (Sônia Braga), de contornos corporais marcadamente femininos, curvas acentuadas, cuja estatura pouco avantajada contribui para emprestar-lhe à figura (ainda que jovial e brejeira) certa densidade incompatível com estágios de meninice ou adolescência: vê-se ali uma mulher em pleno gozo de sua maturidade, e ponto. Na figura da protagonista da mini-série, a indefinição é sua definição: o "entre" está configurado no próprio corpo, que está entre o corpo típico da menina e aquele que se espera seja o da mulher.

Ainda com relação à questão do "entre", vale a pena lembrar o fato de que a mini-série tem vinculação com o Núcleo Guel Arraes - o que implica, de alguma maneira, a marca do diretor Guel Arraes, cujo trabalho tende a caracterizar-se por aglutinar elementos considerados característicos tanto do universo cinema a elementos considerados característicos do universo da televisão, obtendo como resultado produtos audiovisuais que se situam em algum lugar entre essas duas mídias, no trânsito entre esses dois meios[2]

2 Em artigo intitulado "Guel Arraes: nem televisão, nem cinema" Yvana Fechine (2003) aponta que no cenário contemporâneo, caracterizado pela convergência de mídias, faz-se necessário considerar os trabalhos de Guel Arraes *"nem como mero decalque da TV, nem tampouco como uma inovação no cinema, mas atentando apenas para uma certa lógica de produção (a da 'TV expandida') e para certos princípios de organização interna de produtos (os da montagem expressiva') que eles nos propõem. Por se constituir justamente 'nesse entremeio, a produção audiovisual de Guel Arraes exige ser analisada dentro desse contexto." (p.* 90).

Dona Flor e seus dois maridos no conceito da marca *Forum*

Dentre as diversas peças que compõem a campanha publicitária veiculada no jornal *Folha de S. Paulo,* entretecida na mensagem da campanha, está a idéia pregnante de sabor e arte que, no livro de Jorge Amado, dá nome à escola de culinária da protagonista. Oferece-se ao consumidor o desfrute de um suposto prazer: "sabor e arte" em roupas *Forum.* Vale a pena lembrar que, elidida nessa oferta, na mesma medida - ainda que veladamente - encontra-se implicitada uma outra vertente de prazer "saborear" o próprio ato da compra realizada na *Forum.*

A noção contida nas palavras do *slogan* "desejo do Brasil" se, por um lado, maximiza o alcance da marca - todos os brasileiros desejam *Forum e Forum* traduz desejo pelo Brasil, desejo de Brasil, por outro também o contexto em que essa escritura está situada garante a seleção necessária à sofisticação da marca - fica claro que quem deseja e consome *Forum* é o Brasil, sim, mas o Brasil privilegiado em temos culturais, econômicos e sociais, consciente dos encantos de sua identidade, porém distante de seus aspectos de destituição e miséria.

Sofisticada, arrojada, mas sem exageros de qualquer natureza, a marca *Forum* tem seu público alvo alojado no segmento jovem e financeiramente abonado da população urbana. A confecção tende a produzir roupas de qualidade - organizadas em coleções que, se não primam pela inovação radical, também passam ao largo da mera repetição acrítica de padrões pré-estabelecidos. Situa-se num confortável meio-termo, que muito provavelmente lhe garante a possibilidade de adesão de um espectro de consumidores que transitam pela vereda que tanto tangencia o novo quanto o tradicional - tudo, evidentemente, sem excessos. Seria um arrojo inovador, portanto, a referida campanha? De forma alguma. A *Forum* já tem alguma tradição em trabalhar de maneira relativamente diferenciada, apelando para universos de brasilidade (uma brasilidade nada étnica e, senão erudita, pelo menos muito próxima do universo artístico-cultural) na abordagem temática da concepção de suas coleções e em suas

conseqüentes campanhas de divulgação publicitária: lembrar, por exemplo, entre outras, a referência, anos atrás, aos parangolés, do artista plástico Hélio Oiticica.

A roupa *Forum*, idealizada pelo estilista Tufi Duek, que tem como fonte de inspiração a cultura brasileira, parece situar-se no "entre", no meio termo: nem tradicionalismo reacionário e excessivo, nem novidade perturbadora e retumbante. Estabeleceria, assim, um sistema de relações do tipo nem/nem. A marca se caracteriza por uma brasilidade cultivada e marcante, que enaltece as especificidades da terra, sem, no entanto, primar pelo exótico - e sim pela sofisticação de seu *design,* caracterizado por traços, cortes, modelagens, tecidos, cores e padronagens bastante peculiares. Nem étnico, nem exótico, nem sem identidade, nem amorfo. Existe a presença do elemento sensualidade, mas não a sensualidade explícita, escrachada: nem sexual nem assexual. Tradicionalmente, a roupa brasileira quando se destaca geralmente o faz pelo exotismo e/ou pela sensualidade (ainda que, ressalve-se, isto esteja mudando).

Ao que tudo indica, conforme se depreende de outras de suas coleções e campanhas publicitárias, a *Forum* parece trabalhar no sentido de não perder de vista sua brasilidade nativa, mas também no de não abrir mão de um certo refinamento cosmopolita, salpicado com requintes de caráter supostamente internacional[3], capaz de lhe garantir suficiente mobilidade e trânsito em praças de consumo relativamente diversificadas. Some-se a isso o fato de ser dirigida a um segmento de público constituído predominantemente de jovens, mas não única e exclusivamente deles - posto que a versatilidade das linhas de seus produtos tende a atrair também um público adulto de poder aquisitivo significativo; um público com disposição para investir, sem excessos, em peças de indumentária que possam vir a contribuir para com a construção ou o reforço de uma imagem

3 Esta postura pode ser verificada por meio da observação das tendências que se notam em seus produtos, cujo resultado final parece estar freqüentemente alinhado com aqueles obtidos por marcas internacionais de ponta, preocupadas em imprimir a suas confecções soluções criteriosas e criativas não apenas em termos de impacto visual, mas também no que se refere a acabamentos e funcionalidade.

de modernidade comprometida com trabalho, profissionalismo e demais responsabilidades sociais inerentes a tais posturas sem, entretanto, aderir ao despojamento total no que diz respeito a determinadas frivolidades mundanas, razoavelmente atraentes e encantatórias, que podem ser conferidas por cortes, modelagens e adereços estudados e cuidadosamente planejados.

A construção da identidade da marca deixa transparecer um planejamento orientado, pode-se dizer, pelo norte de uma espécie de ousadia contida, que tende a proporcionar a seus produtos características que vão situá-los numa dimensão "entre" o clássico seguro da tradição estabelecida e o arrojo atraente da modernidade.

Forum, Dona Flor e publicidade: desejo de desejo

A campanha publicitária *"Forum apresenta: Dona Flor e seus dois maridos, de Jorge Amado "* traz à tona e explicita a questão do desejo, força motriz da publicidade em geral. Nos termos da teoria psicanalítica de Jacques Lacan, desejo é falta, é lacuna. Situa-se na dimensão da brecha, é "entre" o não ter e o ter, localiza-se na ante-sala do gozo. Uma vez satisfeito, o desejo desaparece; há que tentar manter vivo, então, o desejo de desejo, o desejo de ter desejo, o desejo de ter ainda mais desejo - para que, conseqüentemente, se venha a obter mais consumo. Não preencher o espaço do anúncio com o produto concreto - mas sim, ao contrário, apenas insinuá-lo, mantendo-o vagamente abstrato, deixá-lo delineado e entrevisto em termos conceituais, é garantir a possibilidade de uma espécie de "preenchimento perpétuo", que seria efetivado pela via de acender no consumidor a necessidade de constantemente entrar na loja em busca de um suposto objeto de desejo - objeto perfeitamente adaptável à volatilidade da moda, porque em permanente processo de construção.

Alicerçada a partir de uma multiplicidade de universos, a configuração do "entre" na campanha em questão produz efeitos de sentido que transcendem ao mero decalque do estereótipo da

personagem feminina de Dona Flor, para representar o que seriam o homem e a mulher *Fomm,* envoltos pelo desejo de roupa *Forum* - sempre na iminência de ser satisfeito.

Bibliografia

AMADO, J. 1995. *Dona Flor e seus dois maridos.* Rio de Janeiro: Record.

BARTHES, R. s/d. *Aula.* São Paulo: Cultrix.

. 1987. *O prazer do texto.* São Paulo: Perspectiva.

BELLOUR, R. 1997 *Entre-imagens.* Campinas: Papirus.

FIORIN, J. L. 2001. *As astúcias da enunciação.* São Paulo: Atíca.

FECHINE, Y. 2003. "Guel Arraes: nem televisão, nem cinema" In: *Estudos Socine de Cinema,* ano V / Affânio Mendes Catani... [et al.], (organizadores). São Paulo: Editora Panorama.

FLOCH, J-M. 2001. "Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral" *In: Documentos de estudo do Centro de Pesquisas Sociossemióticas,* 1. São Paulo: Edições CPS.

OLIVEIRA, A. C. de. (Org.) 2004. *Semiótica plástica.* São Paulo: Hacker Editores.