

JOÃO CORRÊA-CARDOSO  
MARIA DO CÉU FIALHO  
(Coordenadores)

# A LINGUAGEM NA PÓLIS

IMPRESA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA  
COIMBRA UNIVERSITY PRESS



**UNA VERA FASHION CONSCIOUSNESS.  
O ITALIANO DA MODA E O EMPRÉSTIMO  
LINGUÍSTICO:  
BREVES NOTAS A UM ARTIGO DE VANITYFAIR.IT**

*Alberto Sismondini*  
Universidade de Coimbra  
sarvagi@fl.uc.pt

**Resumo:** Partindo das considerações de Roland Barthes a respeito do universo da moda, este texto pretende focar o fenómeno do empréstimo linguístico no léxico italiano da moda, conforme a análise de um artigo publicado pela edição italiana da revista *Vanity Fair*, pertencente ao grupo norte-americano Hearst. Uma análise dos lexemas estrangeiros utilizados e o seu valor percentual na totalidade dos termos publicados, permite observar a mutação de tendência ocorrida nas últimas décadas, em que a língua inglesa substituiu o francês como “língua franca” da moda nas publicações italianas.

**Palavras chave:** Roland Barthes, moda, empréstimo linguístico, italiano, inglês

**Abstract:** Starting from Roland Barthes' point of view on the fashion universe, this work aims to focus on the linguistic loan as a phenomenon in Italian fashion current lexicon. The results are obtained from an article published in the Italian edition of *Vanity Fair*, actually belonging to the U.S. Hearst group. Through this brief survey, which points out foreign lexemes and their strength over the whole amount of words published in the text, a growing tendency of the last decades is, once more, revealed: English is taking the place of French as «lingua franca» in Italian fashion publications.

**Keywords:** Roland Barthes, fashion, linguistic loan, Italian, English

Há poucas semanas recebi de uma amiga, docente de estudos clássicos e de literatura italiana no conceituado liceu da minha cidade natal, um *mail* e um perentório convite («devi assolutamente leggerlo!», dizia o texto) para ler um artigo divulgado em rede, consagrado à vida de mulheres de poder, da versão italiana da revista internacional *Vanity Fair*.

Mesmo suspeitando houver algum engano, de não ser eu o destinatário, abri o hipertexto e percebi que de facto, mais do que a admirar as imagens de primeiras damas e aprendizes rainhas, o convite dizia respeito à análise das notas que concisamente acompanhavam a série de 29 slides, a compor a apresentação do artigo, cujas 987 palavras seguem reproduzidas. É suficiente uma rápida vista de olhos para deparar com a forte incidência de palavras estrangeiras em uso no léxico italiano contemporâneo das revistas de moda.

### **Donne di potere. E di stile<sup>1</sup>**

**Da Michelle Obama a Kate Middleton passando per Cristina  
Kirchner: sotto la lente, il look di first lady, presidenti e regine**

di R. Fiori 1.04.2011

«Michelle dresses to win» (Michelle Obama si veste per vincere) aveva titolato il New York Times, il 6 novembre 2008, ovvero il giorno dopo la vittoria delle presidenziali americane da parte del marito Barack. Quel giorno, la neo first lady veniva incoronata anche fashion icon. In quell'occasione Michelle O', come era stata ribattezzata in memoria di Jackie Kennedy, aveva indossato un (criticatissimo) abito giallo lime della stilista americano-cubana Isabel Toledo; per il gala di insediamento alla Casa Bianca un abito bianco (che sembrava da sposa) di Jason Wu. Uno stile

---

<sup>1</sup> <http://www.vanityfair.it/starstyle/i-like/2011/03/28/le-fashion-icon-della-politica>

estremamente personale il suo, guidato unicamente dalla tempra del suo carattere.» ( p.2)

«Mrs. Obama tiene a debita distanza il fashionbiz: non flirta più di tanto con le maison, anzi, si diverte a mostrare la propria indipendenza critica mixando marchi low budget e alta moda. Con Michelle la moda riscopre la sua (spesso dimenticata) funzione di metalinguaggio. La first lady americana è consapevole del potere della moda e attraverso le sue scelte di stile veicola le sue scelte etiche come quella di sostenere stilisti emergenti trapiantati negli States (vedi Thakoon Panichgul, Jason Wu e Maria Pinto). Alcune linee guida del suo guardaroba: abiti smanicati (per mettere in mostra le belle braccia ancora toniche), le scarpe ultra flat (per non superare il marito) e colori segnaletici (per emergere dall'ombra del consorte nonché presidente degli States).» (p.3)

«Dopo anni di passerelle e copertine patinate, la ex top model Carla Bruni non ha bisogno di consigli in fatto di stile. La première dame francese con un passato da modella, cantante, attrice, si destreggia, infatti, con innata disinvoltura e consapevolezza tra marchi, tagli e icone di riferimento (lei ha scelto Jacqueline Kennedy). Dalla sua, il fisico perfetto che, però, sembra voler nascondere per acquistare una certa credibilità come donna di potere.» ( p.8)

«Monocromia, lunghezze midi e scarpe flat (l'altezza del marito Nicolas Sarkozy non dà molta scelta) sono i capisaldi del suo guardaroba, elegante, ma non troppo originale. Che sia una strategia per non offuscare monsieur le President o è semplicemente il suo modo di interpretare il ruolo-personaggio di first lady? Il guardaroba di Carlà trabocca di griffatissimi tailleur taylor made, petit noir, cappellini e guanti che ci trasportano lontano nel tempo, quando ancora ogni capo aveva la sua occasione.» ( p.9)

«Da quando è passata dallo status di fidanzata storica a quello di fidanzata ufficiale del principe William d'Inghilterra, Kate

Middleton è diventata la fashion guru delle suddite inglesi. Kate sa che il suo look è sotto la lente d'ingrandimento di fan e riviste ed è forse per questo che per il momento sembra andarci cauta. Lo stile della futura principessa di Cambridge sembra essere, infatti, ancora in fase embrionale: orli al ginocchio, abiti monocromi e cappellini secondo tradizione segnano il suo ingresso – quasi nell'anonimato in fatto di stile – a Bunkingham Palace. Come lei, anche una giovanissima Lady Diana, trentuno anni fa, entrò nel palazzo reale inglese senza una vera fashion consciousness, un po' per via del suo carattere riservato, un po' per la rigida etichetta inglese. Con gli anni, sviluppò un preciso gusto stilistico insieme al senso di ribellione alla corte. Kate, da par sua, ha, però, già dimostrato di avere un penchant per le balze e – per non scontentare forse il made in Uk – per il tweed.» (p.13)

«Christina Kirchner è passata da first lady, al fianco del marito Néstor, a prima donna Presidente dell'Argentina. In corsa per il secondo mandato presidenziale, Cristina è una donna di polso, ma estremamente femminile. Il suo punto debole: le scarpe con plateau. Per via della sua passione per le scarpe, la Prima Signora è stata soprannominata Imelda Marcos, come la moglie del ex dittatore filippino. Atout del suo guardarobe i robe-manteau di broccato, tailleur gonna o pantalone di foggia sartoriale e i mini bolero portati sopra i tubini per creare uno strategico gioco di proporzioni. La palette colori vede protagonista su tutti il bianco che fa risaltare il suo incarnato super tan (tutto l'anno). La sua firma di stile? L'accostamento di tessuti shine e mat: camicia di raso e gonna di lana, abiti effetto jaquard sotto il cappotto lucido e viceversa.» ( p. 18)

«Ad avere gli occhi e i flash puntati contro Letizia Ortiz era già abituata dai tempi del telegiornale alla Cnn. Il suo gusto ha avuto tutto il tempo di affinarsi anche se il passaggio da anchorwoman a consorte del principe Felipe di Spagna non è stato facile. Nel

giro di pochi anni, Letizia è, infatti, dimagrita moltissimo, tanto da insinuare il sospetto di anoressia. Dal tailleur rigoroso da mezzobusto televisivo, la neo principessa delle Asturie è passata a coloratissimi tubini che sottolineano la silhouette sottile (anche immediatamente dopo le due gravidanze). Consapevole di essere sempre sotto l'occhio attento dei sudditi Letizia sembra non avere mai un'aria davvero rilassata. Anche il casual wear è studiato nei minimi dettagli: è informale ma griffatissimo e soprattutto coordinato. Il suo è un mix calcolato di buon gusto e consapevolezza del ruolo. La sua fortuna? Avere un marito altissimo che le permette di poter alternare in tutta libertà décolletée altissime - le sue preferite- e ballerine ultra flat.» (p.22)

«Regalità e stile innati, la regina Rania di Giordania sa valorizzare la propria figura, perfetta nonostante le quattro gravidanze, e accostare con gusto colori e accessori. Corteggiatissima dagli stilisti internazionali, Rania sa scegliere, a seconda dell'occasione, il capo giusto nel rispetto della cultura del suo Paese, ma senza risultare bigotta. Per le occasioni internazionali Rania opta per abiti dal taglio minimal non troppo aderenti al corpo e con l'orlo dal ginocchio in giù. Per le serate di gala "in casa", invece, la consorte del re Abdhulla si lascia sedurre dai tessuti preziosi, dai ramage floreali, dalle applicazioni bijoux e dai drappaggi.» (p.26)

Procurando sistematizar a série de lexemas estrangeiros presentes no texto, fui conferir, em dois dicionários italianos monolíngues em rede, de comprovada qualidade,<sup>2</sup> se estes empréstimos não integrados já constavam das listas de palavras consagradas no vocabulário transalpino.

---

<sup>2</sup> *Grande dizionario italiano* de Aldo Gabrielli in [http://dizionari.hoepli.it/Dizionario\\_Italiano.aspx?idD=1](http://dizionari.hoepli.it/Dizionario_Italiano.aspx?idD=1), Milano, Hoepli e *Dizionario Italiano Sabatini e Coletti* de Francesco Sabatini e Vittorio Coletti, in [http://dizionari.corriere.it/dizionario\\_italiano/index.shtml](http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/index.shtml) Firenze, Giunti.

Anglicismos  
(49 palavras, 4,96% do total):

<b>Página</b>	<b>Palavra / locução</b>	<b>Dic. A</b>	<b>Dic. B</b>	<b>Tradução italiana</b>
2	first lady	Sim	Sim	La moglie del presidente
2	fashion icon	Não*	Não*	icona della moda
2	lime	Sim	Sim	lime
3	Mrs. [Obama]	Não	Não	la signora [Obama]
3	fashionbiz	Não*	Não*	il mondo degli affari nel campo della moda
3	mixando	Não	Não	mescolando
3	low budget	Não	Não	a buon prezzo / economici
3	first lady	Sim	Sim	la moglie del presidente
3	States	Não	Não	gli Stati Uniti d'America
3	ultra flat	Não	Não	ballerine
8	top model	Sim	Sim	indossatrice di grande successo
9	flat	Não	Não	ballerine
9	first lady	Sim	Sim	la moglie del presidente
9	taylor made	Não	Não	sartoriale
13	fashion guru	Não*	Não*	guru della moda
13	look	Sim	Sim	immagine, aspetto
13	fan	Sim	Sim	sostenitore, ammiratore
13	fashion coconsciousness	Não*	Não*	consapevolezza dei propri gusti nella moda
13	penchant	Não	Não	avere un debole
13	made in UK	Não	Não	prodotti britannici
13	tweed	Sim	Sim	tweed, tessuto in lana
18	first lady	Sim	Sim	la moglie del presidente
18	super tan	Não	Não	molto abbronzato
18	shine e mat	Não	Não	lucido e opaco
22	flash	Sim	Sim	lampo
22	anchorwoman	Sim**	Sim	conduttrice di programmi.
22	casual wear	Sim***	Sim***	Abbigliamento informale / sportivo
22	mix	Sim	Sim	combinazione
22	ultra flat	Não	Não	ballerine
26	minimal	Não	Não	minimale
NOTAS:		* existe a palavra "fashion"		
** existe apenas o termo masculino "anchorman"		*** existe apenas o termo "casual"		

Galicismos:  
(20 palavras; 2,03% do total)

Página	Palavra / locução	Dic. A	Dic. B	Tradução italiana
2	gala	Sim	Sim	Festa, raduno, evento
3	maison	Não	Não	casa di moda
8	première dame	Não	Não	la moglie del presidente
9	Monsieur le président	Não	Não	Signor Presidente
9	tailleur	Sim	Sim	tailleur
9	Petit noir	Não	Não	abito da cocktail trasformato in tenuta serale
18	plateau	Não	Não	zeppa, suola rialzata
18	Atout	Sim	Sim	opportunità
18	robe-manteau	Sim	Não	abito femminile di foggia simile a cappotto
18	palette	Não	Não	gamma di colori
18	jacquard	Sim	Sim	jacquard
22	tailleur	Sim	Sim	tailleur
22	silhouette	Sim	Sim	figura
22	décolletée	Sim	Sim	scarpe scoperte
26	ramages	Sim	Não	motivo floreale su stoffa
26	bijou	Sim	Sim	gioiello, ninnolo

Um primeiro resultado demonstra como das 49 palavras inglesas apresentadas, 30 não estão presentes nos dois dicionários, perfazendo uma média de 61,2%. De igual modo, das 20 palavras francesas contempladas, 10 não constam das mesmas fontes (é uma média de 50%, portanto, mais baixa do que a anteriormente indicada).

Considerando uma base de 250.000 lexemas,<sup>3</sup> Tullio De Mauro afirma que os estrangeirismos presentes no seu *Grande dizionario italiano dell'uso* (1999), entre os que já foram integrados na morfologia da língua hóspede e os de importação direta, o primado vai para os helenismos (8354 - a perfazer uma percentagem do 3,34%), seguidos pelos anglicismos (5510 - 2, 2%) e pelos lexemas vindos do francês (4370 - 1,75%). No texto analisado, os empréstimos não integrados chegam até 7% da totalidade de palavras, revestindo

<sup>3</sup> Tullio de Mauro (2005), *La fabbrica delle parole*, Torino, Utet, p. 136.



um valor primordial na economia semântica da escrita, tornando-a “geradora” de novas relações entre significantes e significado, às vezes sem um termo correspondente em italiano: veja-se o caso de «fashionbiz» ou de «petit-noir». Observemos também que o tema do artigo, a vida de personalidades famosas e o seu relacionamento com a indumentária em eventos oficiais, obriga o autor a utilizar uma linguagem pensada para a fruição de um número avultado de leitores, uma língua geral, de sintaxe linear, “abrilhantada” porém pelo uso de termos importados, quase a criar uma forma de gíria, caindo no abuso de negligenciar palavras italianas existentes e perfeitamente aptas a ser usadas em seu lugar.<sup>4</sup> Note-se a intenção de aproveitar um léxico exótico ou especializado para criar um sentido de fascinação nos leitores.

No que diz respeito à literatura científica italiana, valem as considerações de Berruto<sup>5</sup> sobre as variedades diafásicas caracterizadas por um léxico especial, em relação a determinados domínios extra-linguísticos e às correspondentes áreas de significados. Estas reflexões são utilizadas por Alberto Sobrero<sup>6</sup> para postular uma definição geral de «lingue speciali» [línguas especiais] para as variações das línguas ligadas a setores e disciplinas peculiares, tais como a medicina, a física e o desporto. Continuando na sua classificação este autor passa a definir «lingue specialistiche» [línguas especializadas] as típicas de disciplinas com alto grau de especialização. Interpretando o texto de Sanger, Dungworth e McDonald (1980),<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Cf. Federica Pellegrino, *Forestierismi e latinismi*, in *Semplificazione del linguaggio amministrativo – Manuale di stile* no site <http://www.maldura.unipd.it/buro/gel/gel12.html> (15.04.2012).

<sup>5</sup> Gaetano Berruto (1997) “Varietà dialesiche, diastratiche, diafasiche” in Alberto Sobrero (org.) *Introduzione all’italiano contemporaneo – La variazione e gli usi*, Bari, Laterza, pp. 37-92.

<sup>6</sup> Alberto A. Sobrero, (1997) “Lingue speciali” in Sobrero, *op.cit.*, pp. 237-277.

<sup>7</sup> Sager, Juan C.- Dungworth, David- McDonald, Peter F. (1980) *English special languages. Principles and practice in science and technology*. Wiesbaden, Oscar Brandstetter Verlag.

Sobrero define a língua especializada como um subsistema ou extensão da língua especial, que partilha o mesmo sistema gramatical adicionado de um léxico próprio; a sua sintática é também redeseñhada para atingir um público-alvo representado por iniciados na matéria, segundo critérios formais de economia, de objetividade e de propriedade.<sup>8</sup> Continuando na sua análise, Sobrero observa que os textos especializados neutralizam qualquer aspeto ligado às funções emotiva, expressiva e fática. Estes textos têm características discursivas peculiares tal como descrições, definições e comparações. O autor insiste em indicar o léxico como zona de fronteira entre a língua especializada e uma língua especial mais genérica (língua setorial). Outros fenómenos morfossintáticos relevantes consubstanciam-se na nominalização, na perda de valor do verbo, na alta densidade semântica, no uso reduzido das orações subordinadas, na utilização da forma passiva e dos modos impessoais, além dos já citados neologismos, empréstimos não integrados e acrónimos.<sup>9</sup>

A linguagem setorial, como Sobrero indica, usa a língua geral para não perder contacto com o seu público definido, generalista, efetuando pontualmente algumas incursões na linguagem especializada, principalmente para apropriações lexicais, captando termos usados por iniciados.

Um estudo de Massimo Cavaliere,<sup>10</sup> na senda desta reflexão, elaborou um esquema a considerar a tipologia de público das revistas de moda e o tipo de linguagem utilizadas:

---

<sup>8</sup> Alberto Sobrero, *ibidem*.

<sup>9</sup> Sobrero (1997), *op. cit.* pp. 243-251.

<sup>10</sup> Massimo Cavaliere (2006) *Il linguaggio della moda tra parole e immagini*, Tesi Università degli Studi "Aldo Moro", Bari; uma súmula da tese em <http://www.tesionline.it/consult/preview.jsp?pag=1&idt=15575> (16.04.2012).

<i>Tipologia de leitores</i>	<i>Caraterísticas morfossintáticas e lexicais das revistas</i>
Profissionais da moda	<b>Língua especializada (técnico-económica)</b> nominalização estrangeirismos justaposições nominais acrónimos
Atores e consumidores de moda	<b>Língua setorial</b> uso de <i>wordplays</i> estrangeirismos Jargão <i>cool</i> decalques semânticos amálgamas
Massas	<b>Língua popular</b> sintaxe linear polissemia glosas explicativas

A leitura do artigo de *Vanityfair.it*, por razões acima mencionadas, sugere a inscrição do texto na categoria medial, sendo o público alvo parte da *fashionable people*, fundamental para o sucesso comercial da moda.

O mesmo estudo evidencia quanto o mundo editorial italiano deste setor está dependente dos Estados Unidos por razões económicas, sendo o mercado americano um dos mais importantes para as exportações das marcas italianas. O autor também realça a mutação de estilo que a revista *Vogue America* imprimiu a este domínio nos últimos vinte anos, sob a orientação da célebre diretora Anna Wintour.

Além das revistas, alguns romances emblemáticos, inspiradores de filmes ou de séries tais como *The Devil Wears Prada*, *Sex and the City* ou *Desperate Housewives* alcançaram uma audiência não necessariamente vincada no campo da moda e desenvolveram um papel primordial na evolução do gosto de um público à escala planetária. Esta audiência tornou-se potencial cliente de vários produtos do “luxo globalizado”, a título de exemplo, as sandálias do estilista Manolo Blahnik.

Roland Barthes<sup>11</sup> defendia que, passando pela escrita, a moda se tornava narrativa e as revistas do setor «geradoras de sentido» do imaginário coletivo. Após décadas da publicação do *Sistema da moda*, é interessante observar a função contínua de certos lexemas ao tornarem-se «divindades naturais produtoras do vestuário».<sup>12</sup> Já no original do autor gaulês, duas das palavras citadas eram constituídas por empréstimos não integrados («cocktail» e «week-end»). Agora estes lexemas também pertencem legitimamente ao léxico italiano e são substituídos por outros mais inovadores («ultra flat» ou «shine e mat», por exemplo) que evocam, nos seus enunciadores e recetores, informações que ultrapassam a mera semântica da tradução literal do termo.

No italiano contemporâneo — uma língua não sujeita a políticas de protecionismo linguístico pelo governo, tal como o francês —, assiste-se ao avanço de terminologia estrangeira, nomeadamente no domínio permeável da moda e da publicidade, desde sempre sensíveis à atração de novos pólos internacionais da criatividade.

Na atualidade, é de facto a língua inglesa dos Estados Unidos que exerce o maior poder de influência sobre a língua setorial da moda na pátria de Dante.

## Bibliografia

Barthes, Roland (1967), *Le Système de la mode*, Paris, Seuil.

----- (1981), *O Sistema da moda*, Lisboa, Edições 70.

Berruto, Gaetano (1997), *Varietà diamesiche, diastratiche, diafasiche*. In: Alberto A. Sobrero (org.) *Introduzione all'italiano contemporaneo – La variazione e gli usi*, Bari, Laterza.

Cavaliere, Massimo (2006), *Il linguaggio della moda tra parole e immagini*, Tesi Università degli Studi “Aldo Moro”, Bari.

---

<sup>11</sup> Roland Barthes (1967) *Le Système de la mode*, Paris, Seuil.

<sup>12</sup> Roland Barthes (1981) *O Sistema da moda*, Lisboa, Edições 70, p. 310.

- de Mauro, Tullio (2005), *La fabbrica delle parole*, Torino, Utet.
- Gabrielli, Aldo, *Grande dizionario italiano*. In: [http://dizionari.hoepli.it/Dizionario\\_Italiano.aspx?idD=1](http://dizionari.hoepli.it/Dizionario_Italiano.aspx?idD=1) , Milano, Hoepli
- <http://www.vanityfair.it/starstyle/i-like/2011/03/28/le-fashion-icon-della-politica>
- Pellegrino, Federica (2001), *Forestierismi e latinismi*. In: *Semplificazione del linguaggio amministrativo – Manuale di stile no site* <http://www.maldura.unipd.it/buro/gel/gel12.html> (15.04.2012)
- Sabatini, Francesco / Coletti, Vittorio, *Dizionario Italiano*. In: [http://dizionari.corriere.it/dizionario\\_italiano/index.shtml](http://dizionari.corriere.it/dizionario_italiano/index.shtml) Firenze, Giunti.
- Sager, Juan C./ Dungworth, David / McDonald, Peter F. (1980), *English special languages. Principles and practice in science and technology*. Wiesbaden, Oscar Brandstetter Verlag.
- Sobrero, Alberto A. (1997) *Lingue speciali*. In: Alberto A. Sobrero (org.) *Introduzione all'italiano contemporaneo – La variazione e gli usi*, Bari, Laterza, pp.237-277.