

## A REALIDADE EM *THE TRUE COST* (2015): O VERDADEIRO CUSTO OU UMA BAGATELA PUBLICITÁRIA?

*The reality in The True Cost (2015): The real cost or an advertising trifle?*

Silva, Mariane Velho da; Graduada; Universidade Tuiuti do Paraná;  
mariane325@hotmail.com<sup>1</sup>

**Resumo:** O cinema documentário e sua natureza semiótica carrega nas costas a tarefa de documentar, como o nome sugere, fatos reais, pertençam eles a ordem da cotidianidade ou não. O objeto epistemológico *The True Cost* (Andrew Morgan, 2015) é aqui visto, aos olhos da semiótica, como um índice, um elemento portador de signos que comunicam uma realidade do atual sistema de moda: o *fast fashion* e seus (d)efeitos. Discute-se, porém, a linha tênue entre veracidade dos fatos exibidos *versus* o potencial persuasivo (comercial) do objeto por meio de estratégias retóricas.

**Palavras chave:** Documentário; Realidade; Semiótica; Moda.

**Abstract:** The documentary cinema and your semiotic nature carrying the task of to document real facts, about the everyday life or not. The epistemological object *The True Cost* (Andrew Morgan, 2015) is seen here, with the semiotic eyes, like an index, an element bearing signs that communicate a reality in the fashion system: the fast fashion and your effects (or defects). Discuss the thin line between truthfulness of facts displayed versus the persuasive potential (commercial) of the object through rhetorical strategy.

**Keywords:** Documentary; Reality; Semiotic; Fashion.

### Introdução: Cinema, Moda e Semiótica conversam sobre Realidade

Encarregado de estabelecer asserções sobre o mundo e seus fatos, o documentário (NICHOLS, 2005), enquanto gênero fílmico, é permeado de discussões sobre o quanto há de verdade no relato e exibição da realidade. Haja vista todas as escolhas que contemplam o processo de concepção de um documentário, seja de seleção de imagens, entrevistas aceitas ou não,

---

<sup>1</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná. Linha de pesquisa Estudos de Cinema e audiovisual. Membro do GP GRUDES (Desdobramentos Simbólicos do Espaço Urbano em Narrativas Audiovisuais). Graduada em Tecnologia de Design de Moda pela UNISUL (2015). Técnica em Moda e Estilo pelo IFSC (2010).

montagem, discurso utilizado, etc., que, por fim, arquitetam a linguagem eleita pelo diretor para relatar determinado fato do real, carregue essa linguagem somente verdades e/ou falácias sobre o tema. Ramos (2008), sobre a questão da verdade e encenação no documentário, afirma que um filme não pode deixar de ser considerado como pertencente ao gênero documentário por ser falacioso ou tendencioso aos olhos do espectador. O que o assegura o pertencimento ao gênero é o fato de explorar algo da realidade. O que se pode afirmar, por meio da semiótica de Charles Sanders Peirce (1839-1914)<sup>2</sup>, é que a presença ou ausência de verdades, bem como a quantidade dela presente num documentário está proporcionalmente relacionada à experiência do indivíduo interpretante. Por meio dos estudos da semiótica peirceana, passa-se a saber que todo signo é portador de um significado interpretado por meio de sentimentos, ou seja, um interpretante emocional, que varia conforme seu intérprete bem como sua bagagem cultural e, para o caso dos filmes documentários, Andacht (2016) postula que “o índice é o signo predominante nesses formatos, o que determina seu efeito de sentido específico, de gênero, no público”.<sup>3</sup>

Estabelecendo um diálogo da semiótica com a moda, se pode iniciar o pensamento de que as roupas que o indivíduo escolhe comprar e vestir, a fim de construir sua imagem pessoal, são compostas de vários signos e, então, portadoras de diversos significados interpretados de diferentes formas. No que concerne às teorias comunicacionais sógnicas na moda, cabe evidenciar as significativas contribuições provenientes dos estudos de Roland Barthes (1967) e Malcolm Barnard (2003). Barthes, filósofo estruturalista que propagou a semiologia de Saussure, tem como ponto alto de sua trajetória nos estudos das linguagens verbal e visual a obra ‘Sistema da Moda’ (1967). O autor aponta que “a significação pode ser concebida como um processo; é o ato que une o significante e o significado, ato cujo produto é o signo” (BARTHES, 1991, p. 52.). O processo estaria atrelado ao contexto histórico-político-social conforme cada época e cada cultura estabelecendo, desta forma, diferentes significações no

---

<sup>2</sup> PEIRCE, 2000.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/andacht-fernando-formas-documentarias-da-representacao-do-real-na-fotografia.pdf>. P. 103.

tempo. Barnard (2003) fala da metáfora que há na afirmação de que a moda é uma linguagem, que existem diversas linguagens do vestuário e cada uma possui seu próprio vocabulário e gramática. Complementamos a afirmação de Barnard (2003) considerando as diferentes expressões culturais. O autor atenta ainda, de maneira irônica, ao fato de que, segundo o que foi apresentado anteriormente, estaria corroborando à conclusão de que uma pessoa que tem menos itens de indumentária possui um vocabulário mais limitado do que o de uma pessoa possuidora de um fardo guarda-roupas.

A específica lógica temporal da moda traz as mudanças em períodos de tempo muito breves e passageiros, as tendências são rapidamente substituídas por outras novas, que tomam seu lugar e inovam conceitos a cada lançamento. Sobre essas mudanças nos significados das peças de indumentária, Barnard (2003) confirma-as relatando que é possível observar que mudam em acompanhamento ao decorrer da história, e que algo que comunicava determinado significado ontem, hoje pode comunicar algo diferente. A realidade permanece, mas as verdades mudam num acelerado ritmo que acompanha o ritmo do consumo dos produtos portadores de informação de moda permanentemente mutante. As presentes afirmações sobre o discurso da moda e sua lógica semiótica nos levam ao atual sistema de moda rápida, o dito *fast fashion*, tema abordado pelo documentário utilizado como objeto do presente estudo, ambos (tema e filme) a serem apresentados em seguida.

### **O que há em *The True Cost* (2015)? Apresentando o filme e discutindo alguns frames.**

Produzido graças a uma campanha bem-sucedida no *Kickstarter* (site de financiamento coletivo do mundo e que busca apoiar projetos inovadores) e lançado em Cannes, no ano de 2015, o documentário *The True Cost*, com direção de Andrew Morgan, dos Estados Unidos, relata os impactos sociais e ambientais da indústria da moda, mas especificamente das marcas que atendem ao conceito chamado *fast fashion*. Tal sistema, pertencente ao modelo econômico baseado no crescimento, consiste na produção em altíssima

velocidade e de baixo custo de produtos de moda. E é nesse ponto que se iniciam os problemas. Para conseguir o baixo custo busca-se a mão de obra barata disponível em países subdesenvolvidos. O *fast fashion*, que começou como um processo de produção, se transformou em um novo modelo de negócios resultante de mudanças nos processos e estratégias empresariais para as empresas varejistas de vestuário internacional.

Toda sua publicidade visa chamar atenção e despertar interesse ao expectador que, pode vir a se ver logo no pôster usado para o lançamento mundial do filme (figura 1), como sendo um daqueles modelos que representam consumidores cegos da cadeia da moda. A imagem pode funcionar como um espelho, proporcionando um estranhamento-familiar (*unheimliche*), um certo inquietamento <sup>4</sup> para aquele e naquele que olha para e se vê no cenário retratado.

Figura 1: Pôster de lançamento mundial de *The True Cost*, 2015.



Fonte: [https://www.youtube.com/watch?v=OaGp5\\_Sfbss](https://www.youtube.com/watch?v=OaGp5_Sfbss)

O documentário é repleto de momentos pensados para gerar esse tipo de inquietamento freudiano, haja vista o uso de imagens que transtornam o expectador, ao mesmo tempo que são reconhecidas como pertencentes ao seu

---

<sup>4</sup> FREUD, 1919.

dia a dia, contrastadas com a triste realidade que há por trás dessa cotidianidade. Um exemplo se dá ao documentário mostrar duas formas de multidão: a primeira no momento de abertura de uma das lojas da rede *Forever 21* em dia de liquidação, onde milhares de pessoas se empurram contra as grades da entrada até que estas se abram e “ataquem” as ilhas onde se encontram os produtos, em contraste com caminhões que transportam os trabalhadores têxteis em Dacca, como animais, extremamente apertados, também contra grades usadas para que possam se segurar e obter o mínimo de segurança até a chegada no seu local de trabalho.<sup>5</sup>

Por meio do documentário pode-se acompanhar a rotina de uma trabalhadora da indústria têxtil de Bangladesh (formado por 85% de mulheres jovens) e tomar conhecimento das péssimas condições de trabalho as quais estes trabalhadores são submetidos em troca de salários irrisórios, caracterizando como exploração da mão-de-obra. Há também o relato da tragédia ocorrida em 2013, em Dacca, onde um complexo de fábricas têxteis veio a desabar matando pelo menos 1100<sup>6</sup> pessoas que trabalhavam no local no momento do ocorrido.

A violação dos Direitos Humanos dos trabalhadores da indústria têxtil é, por si só, um fato que proveria notoriedade ao documentário. Porém, os impactos do *fast fashion* vão além. Não só a responsabilidade social parece ser ignorada, mas também as questões ambientais, em escala global, são evidenciadas pela produção audiovisual analisada.

O *frame* abaixo (figura 2) introduz outro exemplo de imagem que busca gerar comoção e despertar a consciência. A mãe trabalhadora de uma fábrica de sapatos, aparece de costas, gerando sentido de negação ou desonra à sua situação (sentimentos reafirmados pela ausência da cabeça no enquadramento, como apenas um corpo trabalhador, sem razão ou consciência), e a criança, deitada ao chão, visivelmente desnutrida. Seria vista pela indústria como apenas

<sup>5</sup> As cenas relatadas são exibidas entre 1h:19m -1h:20m do documentário.

<sup>6</sup> O número de mortos é variável nas diversas fontes onde são encontradas notícias sobre o colapso do *Rana Plaza*, portanto, a informação aqui adotada provém do jornal online *The Guardian*.

mais um resíduo (lixo) jogado ao chão da fábrica ou já estaria se naturalizando com um possível ambiente de trabalho para seu futuro próximo?

Figura 2: Frame de *The True Cost*



Fonte: <http://www.telegraph.co.uk/fashion/events/True-cost-the-documentary-highlights-issues-with-fast-fashion/>

O diretor traz a alarmante informação de que a indústria da moda é a segunda maior poluidora do meio ambiente, perdendo apenas para a indústria petrolífera. É importante ressaltar que estas informações são pertinentes a todo o processo de produção de produtos com informação de moda, desde a obtenção das matérias primas utilizadas, os beneficiamentos necessários, até mesmo o prematuro e indevido descarte destes produtos na natureza, em aterros sanitários.

O documentário levanta a questão do esgotamento dos recursos naturais levando o espectador também ao maior exportador de algodão utilizado como matéria-prima na indústria têxtil, Índia, onde o monopólio de sementes a alto custo ocasiona a espantosa taxa de suicídio entre os fazendeiros endividados da região: 1 (um) a cada 30 (trinta) minutos. O alto uso de pesticidas e fertilizantes exigido no cultivo deste algodão geneticamente modificado (para

produzir mais quantidade em menor tempo), tem causado doenças cancerígenas, mentais e degenerativas à população local. Os curtumes, comuns no Camboja, utilizam produtos altamente poluentes para tratar e tingir o couro, como o cromo-6, por exemplo. Estes rejeitos químicos são despejados em rios ou valas sem qualquer tipo de tratamento, contaminando a água e o solo locais. Na análise de signos da próxima imagem (figura 3), a mulher com olhar pesado exhibe doença dermatológica resultante da presença dos agentes químicos residuais da indústria têxtil na água que consome. Uma “estampa” que não está na moda, mas é tendência na região onde os tons camuflados não escondem, mas sim deixam transparecer cicatrizes dos guerreiros sem voz da cadeia da indústria do *fast fashion*, os trabalhadores têxteis.

Figura 3: Frame de The True Cost.



Fonte: Recorte da autora

### **A semiose em *The True Cost* (2015): uma análise pragmática da realidade exibida**

Nas palavras de Charles Sanders Peirce (2000), “nada é signo a menos que seja interpretado como signo”, se faz necessário que haja um processo

dinâmico de observação e interpretação por parte de um receptor para que o signo se consolide como tal, na mente do indivíduo. Ele diz ainda que “o real, portanto, é aquilo que, mais cedo ou mais tarde, resultaria em informação e raciocínio” (PEIRCE *apud* MAGEE, 2001, p. 187).

Peirce (2000), utilizando-se de sua fenomenologia – ou *faneroscopia* como o autor preferiu chamar, referindo-se ao conceito de *faneron* como tudo aquilo que se apresenta à percepção –, classifica em três níveis de percepção suas categorias universais do pensamento e da natureza, referentes a observação e análise de como os fenômenos do mundo, ou seja, toda e qualquer experiência vivida e/ou sentida, seja física ou abstrata, são apresentados e recebidos pela consciência. Lucia Santaella (1983) afirma que as categorias universais de Peirce não são psicológicas nem metafísicas, mas sim provenientes de análises lógicas das experiências, afirmando o pragmatismo de Peirce. O teórico nomeou-as utilizando as terminologias de Primeiridade (*Firstness*), Secundidade (*Secondness*) e Terceiridade (*Thirdness*), sendo, respectivamente, a qualidade imediata, a reação fisiológica (fato) e, por fim, o juízo estabelecido (regularidade). Retoma-se a afirmação peirceana de que a semiose, o processo de representação ou interpretação do signo e seu significado por um interpretante, é subjetivo pelo fator de dependência que possui com a bagagem cultural do indivíduo envolvido nesse processo. Assim sendo, faz-se impróprio julgar verdades ou não-verdades existentes no documentário utilizado aqui enquanto objeto de estudo e nem é o objetivo do trabalho, mas sim, através dos conhecimentos adquiridos em aula para a leitura e interpretação de signos, propõe avaliar algumas amostras da produção de Morgan como feito anteriormente, juntamente da apresentação de um case (a seguir) aplicado para ilustrar, de forma pragmática, as asserções aqui expostas pela autora.

A tarefa de um documentário de mostrar a realidade se torna complexa ao adotarmos a consciência de que esta é relativamente subjetiva, dependendo da interpretação de cada indivíduo. Segundo Santaella, “cada investigador individual, por mais sistemático e rigoroso que possa ser seu pensamento, é essencialmente falível” (SANTAELLA, 1983, p. 34.). Assim, um documentário que soa “verdadeiro” para o indivíduo X, pode parecer claramente falacioso aos

olhos do indivíduo Z. No caso de *The True Cost* (2015), por exemplo, a temática assuntada é de interesse mundial, ou deveria ser, pois trata das roupas que consumimos diariamente, de como participamos de um sistema com proporções, no mínimo, preocupantes para com o planeta e as pessoas. Não é um assunto alheio a determinado grupo de pessoas, visto que a grande maioria, em algum momento de suas vidas, consome de indústrias têxteis social e ecologicamente incorretas.

A autora desse estudo ilustra o case da experiência de exibição do filme para salas de aulas de ensino médio de um Colégio particular de Curitiba<sup>7</sup>, durante as aulas de sociologia a fim de avaliar o comportamento dos alunos (de faixa etária entre 15 e 17 anos) e estabelecer uma tentativa de discussão/conscientização entre os mesmos a partir da temática apresentada pelo documentário. As opiniões foram bastante heterogêneas, acompanhadas ou não de justificativas. Atentamo-nos ao fato de esta faixa etária pertencer ao grupo que mais consome os produtos das marcas apresentadas no filme. Logo, há forte juízo de valor envolvido nas opiniões que buscam justificar o consumo. Alguns alunos apontaram como sendo possível jogada de *marketing* de empresas concorrentes, na tentativa de sujar a imagens das marcas envolvidas na polêmica do documentário. Ainda que variadas as opiniões expressadas, podemos afirmar que a maioria dos adolescentes presentes teve em si despertado uma espécie de culpa ao acreditar no que foi visto e ouvido no documentário. As fortes cenas, inclusive, causaram, em diversos momentos, comoção entre os espectadores. Ainda os donos de opiniões contrárias confessaram que se sentiram incomodados com as fortes cenas e, que por mais que o filme, para eles, tenha uma linguagem exagerada, tendendo a persuasão, o fato lhes desperta preocupação, ou seja, eles creem no que o documentário exhibe, com ressalvas.

## Conclusão

---

<sup>7</sup> O filme foi exibido às turmas de 1º, 2º e 3º anos do ensino médio, durante aulas da disciplina de Sociologia, pelo Prof. Me. Douglas Borges, no Colégio Nossa Senhora de Sion, sede Solitude, em Curitiba, no mês de junho de 2016.

Atendo-se a uma breve conclusão que o presente estudo possibilita, fica como primeira consideração a afirmação de que a junção destes três campos teóricos (cinema, moda e semiótica) oportunizaria ainda inúmeras páginas de reflexão sob diversos olhares epistemológicos. Cai por terra o pensamento de que campos práticos como a moda (rechaçada como um “fenômeno” efêmero) seria indigno e insustentável para estudos aprofundados enquanto campo teórico. Dialogar moda com uma ciência tão complexa em sua profundidade como a semiótica e, tirar desse diálogo, reflexões consistentes como as presentes no desenvolvimento desse estudo, reafirma a capacidade discursiva da moda como um *fato social total* (MAUSS, 1923). O cinema introduz à discussão o objeto que serve de elo entre a moda e a leitura semiótica realizada, o documentário *The True Cost* (2015), que enlaça questões ácidas relativas ao *fast fashion* e seus (d)efeitos sociais e ambientais.

A realidade percebida pelo espectador de um filme de gênero documentário é formada de verdades ou não-verdades provindas da leitura dos signos do filme em relação a bagagem cultural do indivíduo espectador. Por meio das teorias do cinema documentário e da semiótica propôs-se um olhar reflexivo sobre as cenas de *The True Cost* (2015) e o quanto há de verdade no documentário *versus* o quanto há de persuasão por parte da direção do filme para com os espectadores.

## REFERÊNCIAS

ANDACHT, Fernando. **Duas variantes da representação do real na cultura mediática: o exorbitante Big Brother Brasil e o circunspeto Edifício Master, Contemporânea. Revista de Comunicação e Cultura.** vol. 3, 1 (2005): pp. 99-126.

\_\_\_\_\_. **Formas documentárias da representação do real na fotografia, no filme do documentário e no reality show televisivo atuais.** Biblioteca on-line de Ciências da computação (BOCC). Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/andacht-fernando-formas-documentarias-da-representacao-doreal-na-fotografia.pdf>>. Acesso em 28 de novembro de 2016.

\_\_\_\_\_. **Signos mesmerizadores no documentário de E. Coutinho.** In: BIEGING, Patricia; BUSARELLO, Raul; AQUINO, Victor (org.). *Perspectivas na*

comunicação: audiovisual, publicidade e rede social. São Paulo: Pimenta Cultural, 2016.

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Tradução de Lúcia Olinto. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Editora Nacional/EDUSP, 1979.

Frame de *The True Cost*. Disponível em: <http://www.telegraph.co.uk/fashion/events/True-cost-the-documentary-highlights-issues-with-fast-fashion/>. Acesso em 23 de novembro de 2016.

FREUD, Sigmund. **O Estranho** (1919). In: \_\_\_\_\_. Obras Psicológicas Completas, Edição Standard Brasileira, Rio de Janeiro, Ed. Imago, 3ª edição, 1990.

GODOY, Hélio. **Documentário, realidade e semiose**: os sistemas audiovisuais como fontes de conhecimento. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2001.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

MAGEE, Bryan. **História da Filosofia**. Trad. Marcos Bagno. São Paulo: Loyola, 2001.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

METZ, Christian. **A significação no cinema**. São Paulo: Perspectiva, 2014.

NICHOLS, Bill. **Introdução ao cinema documentário**. São Paulo: Papyrus, 2005.

NÖTH, Winfried. **Panorama da Semiótica**: de Platão a Peirce. São Paulo: Annablume, 1995.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. Tradução de José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2000.

Pôster de lançamento mundial de *The True Cost*, 2015. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=OaGp5\\_Sfbss](https://www.youtube.com/watch?v=OaGp5_Sfbss). Acesso em 20 de novembro de 2016.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2003. (Coleção primeiros passos; 103).

13°

COLÓQUIO  
DE MODA

11 a 15 OUTUBRO DE 2017 - UNESP Bauru - SP

SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma filosofia.** Rio de Janeiro: Zahar, 2010.



APOIO



REALIZAÇÃO

