

orgs

alex carmo

joão carlos

cattelan

análise de discurso

estudos
de estados
de corpora

volume iii



© Alex Carmo - João Carlos Cattelan - (Organizadores)

Coordenação Editorial Executiva: Alex Carmo
Projeto Gráfico e Editoração: Agecin

Conselho Editorial

Prof. Me. Afonso Cavalheiro Neto (FAG)
Profa. Me. Andréia Tegoni (FAG)
Prof. Dr. Paulo Fachin (FAG)
Profa. Dra. Margareth Nath-Braga (FAG)

FICHA CATALOGRÁFICA

659 Análise de discurso: estudos de estados de corpora. – V.03. [recurso eletrônico]: e-book /
A532a Organizadores: Alex Sandro de Araújo Carmo, João Carlos Cattelan. - Cascavel PR: FAG, 2020.

331. p: ilus., Tab., Graf.
Inclui bibliografias
Vários autores
ISBN 978-65-89062-00-4

1. Pesquisa – análise do discurso. 2. Pesquisa publicitária. 3. Comunicação publicitária 4. Publicidade pró-feminino. 5. Empoderamento feminino. 6. Pesquisa – violência sexual. 7. Discurso – política- mulher – sociedade. I. Carmo, Alex Sandro de Araújo. II. Cattelan, João Carlos.I. Título.

CDD 659

Catalogação na fonte: Eliane Teresinha Loureiro da Fontoura Padilha – CRB-9- 1913

ISBN 978-65-89062-00-4

Direitos desta edição reservados ao:
Centro Universitário Assis Gurgacz
Avenida das Torres, 500
CEP 85806-095 – Cascavel – Paraná
Tel. (45) 3321-3900- E-mail: publicacoes@fag.edu.br

É proibida a reprodução parcial ou total desta obra,
sem autorização prévia do autor ou da IES.

Depósito Legal na Câmara Brasileira do Livro
Divulgação Eletrônica - Brasil – 2020



sumário

introd. | **01**

apontamentos iniciais

alex carmo e joão carlos cattelan

cap. 1 | **06**

estratégia e criatividade na prática discursiva publicitária

alex carmo

cap. 2 | **35**

um estudo discursivo sobre a superposição de vozes

aline luane fantinel

cap. 3 | **64**

efeitos de sentido do (não) valor da palavra da vítima

ana maria de fátima leme tarini

cap. 4 | **93**

“você seria tão bonita, se fosse magra”: os múltiplos sentidos no discurso da superação da obesidade

ana paula picagevicz e alexandre
sebastião ferrari soares

cap. 5 | **123**

(ciber)militância no facebook: materialidades em discurso

andrielle de chaves bortolin
e dantielli assumpção garcia

cap. 6 | **145**

**professores em professor:
circularidade de efeitos de seres
incorpóreos**
eliana cristina souza santos

cap. 7 | **167**

**ex-gordinhas
uma alma indecisa**
isabela karolina gomes ferreira oliveira

cap. 8 | **191**

**a tríplice ideologização do direito
um estudo de caso**
joão carlos cattelan

cap. 9 | **225**

**o éden jamais esquecido
efeitos de sentido sobre a américa latina**
juliana de sá frança

cap. 10 | **250**

**femvertising
o efeito de ruptura sobre o significante
'mulher' na publicidade**
juliana karina voigt

cap. 11 | **274**

**reflexões sobre um percurso de
escrita na escola**
luciane thomé schröder
e maria selma bispo

cap. 12 | **299**

**corpo e beleza
o dever ter para ser**
maria roseli castilho garbossa

fecha. | **326**

autoras e autores



alex carmo e
joão carlos cattelan

apontamentos iniciais

APONTAMENTOS INICIAIS

Quando se aventou a possibilidade de publicar, em *e-book*, o resultado de pesquisas efetuadas por pós-graduandos e docentes de programas de pós-graduação, a aposta inicial foi que se faria apenas uma edição de um fascículo. No entanto, este é o terceiro volume e fica aberta a hipótese de que venham outros no futuro.

É bom relembrar que o objetivo de fundo sempre foi divulgar pesquisas em Análise do Discurso, de caráter aplicado, uma vez que o discurso comum parece ser o de que, mesmo que a teoria não seja das mais fáceis, movê-la no sentido analítico parece ser ainda mais difícil. Os estudos publicados, neste sentido, deveriam contribuir para trazer alguma clareza sobre como proceder no terreno da aplicabilidade.

Neste volume, dado um conjunto de coincidências de interesses, foram selecionados textos, sobretudo, tratando de problemáticas relativas às mulheres, em que pese nem todos eles

abordarem exatamente esta temática, cada vez mais importante científica e socialmente.

No texto do **Alex**, dada a dimensão e amplitude das possibilidades de estratégias da produção da prática publicitária, este pesquisador faz ver, a partir de análises de um filme publicitário endossado por Rose di Primo para o iogurte Vigor, como a publicidade não para de promover situações e condições favoráveis ao consumo.

No texto da **Aline**, é abordada a temática do estupro, por meio da análise do enunciado produzido por um violentador, quando perpetrava o crime, e que o proferiu como justificativa para o que fazia. A autora faz ver que, na voz do estuprador, outra voz lhe dá sustentação.

No texto da **Ana**, por meio da análise de um processo de denúncia de crime de estupro contra menor, ela faz ver que, não fossem as vozes das testemunhas, a voz da vítima não teria poder de prova, dado que, em geral, em casos como esses, a “índole” da vítima é posta em causa, devendo ela demonstrar que não contribui para que o crime acontecesse.

No texto da **Ana Paula** e do **Alexandre**, a temática do corpo é abordada e eles mostram que, entre o corpo gordo e o magro, o primeiro carrega o estigma de relaxado e preguiçoso, sendo o segundo o desejado e visto como adequado, à revelia da saúde e do bem-estar.

No texto da **Andriele** e da **Dontielli**, valendo-se de dois

memes que circularam na rede facebook, elas mostram como estes discursos podem pender para a contraidentificação e para a resistência, fazendo a crítica a discursos machistas sustentados por políticos em evidência.

No texto da **Eliana**, valendo-se da análise de uma das capas da revista Nova Escola, a autora atenta para o efeito de sentido de homogeneização do lugar do professor por meio de um receituário que deveria abarcar a todos, no limite, cabendo este lugar à mulher, branca e adulta.

No texto da **Isabela**, a questão do corpo também é posta em pauta e a autora se vale de depoimentos de ex-gordinhas, para, por meio da análise, revelar que, apesar de elogiarem o corpo obtido, as depoentes falham no que diz respeito ao elogio ao corpo magro.

No texto do **João**, o julgamento de Lula por Gabriela Hardt é problematizado e o autor chama a atenção para o fato de que o Direito, às vezes, é triplamente determinado, à revelia de provas empíricas e por seleção de fios de leitura que poderiam ser outros.

No texto da primeira **Juliana**, o ensino de Língua Espanhola é posto em causa e a autora demonstra que, no caso da América Latina, a coletânea analisada produz um discurso sobre, sem abrir espaço para que um discurso próprio e autóctone possa aparecer.

No texto da segunda **Juliana**, o discurso do femvertising é abordado e a autora alerta que o emparelhamento da publicidade com o empoderamento feminino (aparente?) se

filia a uma perspectiva consumista, mas pode, de algum modo, contribuir para uma certa emancipação (muito relativa) de alguns segmentos sociais.

No texto da **Luciane** e da **Selma**, tomando como corpus de estudo o encaminhamento de aulas de produção de texto, as autoras chamam a atenção para a problemática de não poder esperar que haja voz autoral por parte do aluno, se ele não tiver como mobilizar uma memória efetiva e conhecida sobre a temática desenvolvida.

No texto da **Maria Roseli**, a autora contempla campanhas publicitárias da Capricho, alertando que, mais do que a busca de venda de produtos, as propagandas acabam promovendo um tipo de corpo, criando no público leitor um determinado desejo de obtenção.

Como no caso dos volumes anteriores, este atende a dois objetivos principais: divulgar pesquisas em Análise do Discurso e, de algum modo, contribuir para que pesquisadores desta área possam ter algum apoio em suas indecisões.

Fica aqui, por fim, o desejo de ótima leitura a todos.

autor

alex carmo

estratégia e
criatividade
na prática
discursiva
publicitária

capítulo 1

ESTRATÉGIA E CRIATIVIDADE NA PRÁTICA DISCURSIVA PUBLICITÁRIA

1 COMUNICAÇÃO, ESTRATÉGIA, SUJEITO E CRIAVITIDADE

Este texto não trata somente de saberes produzidos no quadro conceitual da Análise de Discurso de linha francesa (doravante, ADF). Embora o arcabouço teórico que sustenta o estudo esteja alicerçado na epistemologia da Teoria do Discurso pecheutiana, o empreendimento teórico-analítico também se ampara em um instrumental conceitual de outros campos do saber, tais como: a comunicação publicitária e a criatividade publicitária. Nada mais justo e esperado, dadas as minhas formações de comunicólogo e de analista de discurso.

No entanto, este entrecruzamento teórico que tenho

proposto nos meus trabalhos de pesquisa (e que aqui ganham fôlego e visibilidade), com a autonomia que venho procurando delimitar entre as particularidades distintas da comunicação (por entender que há processos de comunicação e não apenas veiculação de efeitos de sentido) e do discurso (por também compreender que há interpelação nos processos comunicativos), tem causado alguns embaraços e, até certo ponto, o desconforto diante do xiismo teórico que busca assegurar e garantir a crença da imutabilidade e do não deslizamento do aparelho conceitual da ADF.

Não duvido que epistemologicamente a ADF, dada a natureza do objeto deste texto - o filme publicitário, daria conta do desenvolvimento de processos analíticos para construir um gesto de leitura consistente a respeito da problemática do estudo, haja vista que o objeto aqui pesquisado figura como um tipo de *corpus privilegiado* em análises discursivas diversas.

Entretanto, vejo que a ADF não dá conta do desenvolvimento de alguns conceitos próprios da área da comunicação publicitária, sem os quais uma problematização a respeito das condições de produção da prática discursiva publicitária correria o risco de ser uma utilização equivocada e/ou inadequada de instrumentos conceituais sem uma reelaboração apropriada pelo edifício teórico pretendido e buscado por este trabalho. Não há a vontade de romper com nenhuma concepção teórica da ADF; apenas busco responder certas inquietações relevantes para o momento

acerca do sujeito da publicidade e da possibilidade do desenvolvimento de ações estratégicas e criativas por parte deste sujeito em específico.

Entendo que a comunicação publicitária possa e deva ser depreendida como uma forma de prática discursiva, pois, no caso deste capítulo, percebe-se a sobredeterminação ideológica sobre elementos discursivos, técnicos e estéticos, capazes de interpelar e persuadir a audiência (o interlocutor), com o intuito de conquistar e/ou mudar a opinião desta audiência.

Por este trajeto, pretendo estudar as práticas ideológicas, técnicas e estéticas, as materialidades significantes (re)produzidas em um filme publicitário (produto comunicacional) e as estratégias discursivas que buscam a divulgação positiva de um produto (lógica publicitária mais comum), com o objetivo de conquistar adesão (persuadir) e gerar interesse de consumo (adesão às teses sobre consumo).

Neste cenário, o conceito de *estratégia* será o primeiro conceito que problematizarei para permitir o desenvolvimento deste estudo. Ao se pensar em estratégia, é necessário aceitar que, até certo ponto, esta noção permite o entendimento generalizante relativo a uma ação organizada e coordenada para atingir determinado fim. Digo isso por não conseguir aceitar que a prática discursiva publicitária, ainda que sobredeterminada pelo ideológico, não permita certo tipo de ação organizada e pensada para chegar a determinado fim. Sem rodeios, acredito que a

prática publicitária é criada e reproduzida para persuadir, para conquistar adesão àquilo que é apresentado e proposto pelo anúncio publicitário.

A estratégia, pelo menos, nas teorias da comunicação publicitária tem suscitado efeitos de sentido concernentes a um conjunto de escolhas organizadas e realizadas pela intenção e/ou vontade de um sujeito ou grupo de sujeitos (equipe publicitária e anunciante, por exemplo). Não há como negar que, na prática publicitária, existam certa organização e coordenação de ações que podem ser determinantes para o sucesso do processo comunicativo persuasivo. Entretanto, esta organização e coordenação de ações não podem ser problematizadas, sem aceitar a questão da sobreDeterminação ideológica sobre o processo de tomada de posição e de decisões a respeito daquilo que se enuncia e anuncia.

Outra questão é relativa ao lugar ocupado pelo sujeito publicitário. Esta noção não foge ao assujeitamento da sobreDeterminação ideológica, mas atua estrategicamente sobre o processo enunciativo das práticas discursivas dos anúncios que constrói. Para não entrar na seara da problematização da questão do sujeito, avento a possibilidade de pensar essa modalidade conceitual apenas como o sujeito da enunciação, como a representação daquele que pode ser responsabilizado pelo dito e que toma o posicionamento de selecionar entre o dizível e o não dizível aquilo que será dito pela sua prática discursiva.

Nesta linha tênue, recorro a certas proposições feitas por Possenti (2009a), nas quais o sujeito (leia aí também: sujeito da enunciação) teria a capacidade de desenvolver determinadas manobras sobre aquilo que diz. Para este autor (2009a, p. 108), “uma das formas mais evidentes e relevantes de manifestação da subjetividade é certa capacidade do sujeito de colocar-se à distância”, isto é, ter certa competência de avaliar o seu lugar de enunciador/locutor, e a “capacidade de colocar à distância (ver de fora, avaliar adequadamente) seu discurso”, ou seja, ter a capacidade de avaliar determinados elementos e efeitos do discurso.

Para que esta hipótese do trabalho enunciativo do sujeito sobre o dizer seja validada, é preciso aceitar que os sujeitos se dão conta de alguns elementos colocados em jogo na e pela situação discursiva (e enunciativa) e que isso permite uma tomada de posição, de certo modo, estratégica. Para Possenti (2009a), alguns sujeitos têm maior poder de manobra sobre o que querem dizer. Alguns sujeitos conseguem se colocar à distância, por exemplo, de formações discursivas antagônicas e/ou polêmicas que não serviriam aos seus projetos discursivos.

Entendo que o sujeito publicitário desenvolve determinadas manobras discursivas, principalmente, quando se trata de exaltar determinados atributos do produto/serviço anunciado ou quando se trata de silenciar/apagar determinados efeitos de sentido que podem atuar negativamente no processo de persuasão da audiência. Por isso, proponho, com o amparo teórico em

Possenti (2009b, p. 71), que o sujeito publicitário tenha certa competência de atuar estratégicamente sobre o discurso, pois, ainda que sobredeterminado por processos ideológicos, ele “não está impedido de adquirir o domínio de certas regras e de poder controlar, até certo ponto, os efeitos de seu discurso, ou de fazer com que determinados elementos do discurso sofram uma inflexão específica, com efeitos circunstanciais”.

Entendo que o trabalho estratégico de manobra discursiva do sujeito publicitário, longe de colocá-lo como o senhor ‘criador’ do discurso, permite pensá-lo a partir da posição de autoria do que diz. No entanto, e por prudência, ressalto que o sujeito publicitário, frente à possibilidade de um processo de produção criativo (não-subjetivo), não pode ser considerado como fonte e/ou origem daquilo que “seleciona” e/ou “rejeita” na e pela prática discursiva reproduzida na e pela prática publicitária do qual é um dos protagonistas do discurso.

Nesta base, para que a noção de criatividade publicitária, como as duas anteriores, seja aceita e problematizada, é preciso reconhecer, pelo menos, dois tipos de deslocamentos desta noção em relação à questão do discurso. Tal como Pêcheux (1993 [1969]) empreendeu, em relação ao par saussuriano Língua/Fala, o estudo dos processos discursivos deve ser realizado a partir das condições de produção e do funcionamento do discurso. Desta forma, a *prática publicitária* e as estratégias do *processo de produção de criação da prática publicitária* devem ser estudadas e entendidas

a partir do funcionamento enquanto efeito do processo discursivo e não apenas a partir de funções persuasivas e mercadológicas.

Outro deslocamento feito por Pêcheux (1993 [1969]) relativo às estruturas sintáticas (superficiais e profundas) da teoria chomskyana demonstra que há uma criatividade não-subjetiva no uso da língua. Em resumo, embora possa ser admitida a realização de um número razoável de estruturas sintáticas superficiais (intradiscurso), esta realização é controlada por um número restrito e limitado de estruturas profundas. A criatividade na produção publicitária, entendida como resultado de processos discursivos heterogêneos, é sobredeterminada por estruturas profundas ancoradas em formações discursivas, no interdiscurso, no discurso-transverso, entre outras estruturas que podem exercer poder coercitivo sobre o dizer.

Assim, pode ser afirmado com alguma segurança que a criatividade publicitária é resultante/resultado do funcionamento da prática publicitária materializada em formatos de anúncios e de processos não-subjetivos. Neste sentido, sempre que a noção de criatividade publicitária for postulada neste texto, poderá ser entendida como um funcionamento discursivo não-subjetivo. O sujeito publicitário criativo e estratégico (e isto não quer dizer sujeito inventivo e/ou senhor de suas palavras [o ego-sujeito-pleno em que nada falha]) não foge ao processo de interpelação ideológica. Por enquanto, basta de teoria. Vamos à análises.

2 MATERIALIDADES SIGNIFICANTES E EFEITO-AUDIÊNCIA

A publicidade, a partir da ideologia do consumo, poder ser entendida como um meio de promoção de venda de produtos e/ou serviços. Entre as estratégias persuasivas publicitárias que buscam atuar sobre a percepção humana, cabe destaque para a questão do comportamento. A atividade publicitária não mede esforços para incutir no imaginário da audiência certas ideias e crenças a respeito daquilo que anuncia. A divulgação persuasiva da publicidade não para de buscar promover situações e condições favoráveis para o consumo.

O processo de produção da prática publicitária, em face das dimensões pragmáticas, mercadológicas e econômicas, ganha corpo por estar ligado ao comportamento do consumidor. Por este turno, a criatividade publicitária é resultante de estratégias que buscam mediar acordos com as crenças e imaginários da audiência. O desafio reside em saber distinguir o que há de materialidade histórica nas pulsões comportamentais alvo das estratégias da publicidade.

A questão da estratégia na publicidade se mostra por meio de características afetivas e emocionais que procuram apagar/ silenciar os interesses mercadológicos e econômicos do anunciante. A prática publicitária é um negócio estratégico materializado basicamente em imagens, palavras e sentimentos afetados e

sobre determinados pelo ideológico. Isto é, há estratégia, pois a publicidade é uma prática organizada, coordenada e dirigida para certos fins. E há sobre determinação ideológica, já que toda a organização, coordenação e direcionamento não fogem à interpelação ideológica. De fato, há estratégia, relações de força e controle.

Dada a dimensão e amplitude das possibilidades de estratégias de produção da prática publicitária, delimitei os processos teóricos/analíticos, ao elencar o estudo das condições de produção das práticas ideológicas publicitárias materializadas e colocadas em jogo no filme publicitário do iogurte natural Vigor, endossado por Rose di Primo, que procura promover a venda deste produto industrializado como um alimento enunciado como saudável a partir do uso estratégico de atributos desta celebridade endossante.

Imagen 1

Enquadramentos e locuções do filme publicitário endossado pela celebridade Rose di Primo.

ENQUADRAMENTOS E LOCUÇÕES

1 

2 
Locução off (masc.):
Uma das mulheres mais belas deste país...

3 
Locução off (masc.):
... pele perfeita, corpo perfeito.
Rose di Primo, atriz, manequina e carioca.

4 

5 
Locução off (masc.):
Rose você poderia abrir a boca
para provar que é também inteligente.

6 

7 
Locução off (masc.):
Ultra gostoso, ultra cremoso, zero gorduras, zero
adição de açúcares e colesterol.

8 
Locução off (masc.):
Vai bem em todos os momentos.

9 
Locução off (masc.):
lougue natural Vigor...

10 
Locução off (masc.):
... faz bem até para os olhos.

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=nVQNR4l6f-I>

Este filme publicitário do iogurte natural Vigor protagonizado pela atriz e modelo Rose di Primo foi veiculado em TV aberta na década de 1970 e causou polêmica e protestos pela exposição corporal e pela ratificação do imaginário machista (re)produzidos na encenação do endosso desta celebridade. Este endosso, no anúncio, possui uma característica diferenciada de outros tipos de endosso em filmes publicitários: não há na narrativa nenhuma prática discursiva locucionada/proferida pela celebridade. Neste sentido, o endosso é sustentado apenas pela imagem de personagem e a sua encenação condizente e favorável em relação ao dizer de um locutor que não se apresenta na cena (locução masculina em off).

Uma primeira constatação: nem todo tipo de prática endossante precisa ser mediado ou sustentado pela fala da celebridade que testemunha a favor do produto do qual é porta-voz. A materialização da narrativa e do endosso no caso do objeto de estudo é constituído em evidência pela questão da imagem filmica representada em enquadramentos e planos constituídos por um conjunto sincrético de *materialidades significantes* que dão conta de (re)produzir uma cenografia que interpela pelo dito e pelo não-dito.

O endosso de Rose di Primo não precisa ser materializado em discursos proferidos pela celebridade para que tenha valor de garantia a respeito daquilo que é enunciado e anunciado. Isso acontece devido à interpelação ideológica sustentada

pelo imaginário que coloca a mulher e o corpo como objetos e mercadorias e não como sujeitos. Neste sistema de crenças da dominação masculina, a imagem corporal de Rose di Primo vale mais do que qualquer palavra. Por isso, este endosso é sustentado pela imagem corporal.

Antes de prosseguir, cabe uma explicação mais detalhada acerca do fato de que a prática publicitária materializada em filmes publicitários pode ser compreendida como uma trama sincrética constituída por *materialidades significantes* que dialogam com sistemas simbólicos e semióticos diversos e com sistemas culturais e ideológicos distintos.

É possível dizer que a eficácia dos efeitos de sentidos veiculados e direcionados para determinadas audiências não são garantidos apenas pelos recursos persuasivos da prática discursiva endossada, mas por causa da materialidade significante que, assim como o discurso, como afirma Lagazzi (2007), atua como trabalho simbólico sobre o significante. A prática discursiva endossada no filme publicitário, em conjunto com elementos da linguagem audiovisual, pode ser constituída, enquanto efeitos de sentido para a audiência, pela relação entre a materialidade significante e a história.

O filme publicitário formado por narrativas, locuções, ações dramáticas, planos e enquadramentos, dentre outros elementos, também possui relação com a história e reproduz efeitos de sentido sobredeterminados pelo simbólico e pelo ideológico. Nesta

perspectiva, os planos, enquadramentos e outros efeitos que se materializam nas imagens do filme devem ser entendidos como *materialidades significantes* e não meramente como simples imagens e/ou recursos estéticos usados como assessórios para a prática suasória publicitária.

O filme publicitário, enquanto produto sincrético, reproduz efeitos de sentido por meio de elementos discursivos (linguagem verbal, nas bases da oralidade e da escrita) e de elementos não-discursivos (linguagem audiovisual, nas bases de imagens, sons e movimentos). Desse modo, deve ser imprescindível compreender que os sistemas simbólicos que formam a trama sincrética (a materialidade significativa) do filme publicitário, discursivos ou não-discursivos, são atravessados e constituídos por processos mercadológicos e processos ideológicos. E, por isso, são espaços de atuação da estratégia, da criatividade e da sobredeterminação ideológica.

Dado o fato de que a produção publicitária deve ser compreendida como uma solução de problemas de comunicação, cada elemento materializado na prática publicitária procura atender aos efeitos suasórios pretendidos pelo discurso publicitário. Pode ser dito que há uma relação de complementariedade entre o que é dito e o que é visto/visível no filme publicitário.

Com o amparo do instrumental teórico desenvolvido por Pêcheux (2009 [1975]), entendo que a relação entre o dito, o visto/visível e o interpretado não foge à sobredeterminação ideológica

e à filiação a uma ou outra formação discursiva que determina o que pode e deve ser dito e visto pela e na narrativa. Desta forma, acredito ser pertinente realizar um empreendimento analítico que busque levar em conta às relações de complementariedade formadas entre as práticas discursivas e as *materialidades significantes* reproduzidas nas imagens da prática audiovisual do filme publicitário.

De retorno às análises, como já dito, a discursividade é proferida por um locutor que não se revela no filme; a aceitação do que o locutor diz e a encenação da atriz e modelo em acordo com o que é dito qualificam esta prática testemunhal. Esta encenação endossante da celebridade é uma materialidade significante pensada e coordenada pelo sujeito publicitário. Para ratificar essa colocação, pode ser entendido que os efeitos de sentido reproduzidos neste filme são ancorados pela relação formada entre a fala do locutor e a imagem corporal da celebridade que estão subordinados à sobredeterminação de uma mesma formação discursiva que prega o corpo nutrido e saudável como corpo belo. Perceba-se que a encenação endossante reproduz efeitos de sentidos sobredeterminados ideologicamente, fato que atesta que não é apenas a prática discursiva que está subordinada ao ideológico, sendo as *materialidades significantes* também determinantes no processo de interpelação.

A estrutura do filme e do endosso, produtos da criação do sujeito publicitário, somente se tornam possíveis pelas vias do

imaginário que coloca o corpo belo como resultado do trabalho, da disciplina e do controle do sujeito em relação a sua corporalidade. Dito de outro modo, a prática publicitária, fruto de estratégias criativas, pode ser validada em meio a valores e práticas sociais formadoras de uma “subjetividade coletiva” constituída no relacionamento de figuras imaginárias (a celebridade endossante) com a vida cotidiana dos sujeitos.

Imagen 2

Enquadramento em close-up e locução do filme publicitário endossado pela celebridade Rose di Primo.

3



Locução off (masc.):
... pele perfeita, corpo perfeito.
Rose di Primo, atriz, maneca e carioca.

A locução transcrita na imagem 2 apresenta uma descrição da celebridade Rose di Primo. Ao dizer que ela é atriz,

maneca (modelo/manequim) e carioca, o locutor do anúncio relata alguns dos atributos que permitem ela ocupar a posição de endossante. Um dos principais quesitos requeridos para a escolha de uma celebridade para endossar a mensagem publicitária é a *credibilidade* que esta possui em relação à audiência do produto anunciado. Ser atriz, modelo e musa carioca são atributos que, de certo modo, oferecem condições para Rose di Primo figurar no lugar de celebridade, mas o atributo principal que a coloca na posição de endossante é a materialidade significante sustentada na sua beleza corporal.

Esta celebridade, na década de 1970, ganhou notoriedade, ao reclamar a invenção do biquíni em formato de tanga, com o qual frequentava as praias cariocas. Esse fato a tornou símbolo sexual e recordista de vendas de capas de revistas voltadas para o público masculino. Há na escolha desta atriz o atravessamento de discursos que colocam o corpo belo como resultado de cuidados e controle sobre a corporalidade. Isso denuncia que há processos de sobredeterminação ideológica que atuam como *relações de força* e como determinantes dos efeitos de sentido que circulam a respeito do corpo belo.

A partir do fragmento de enunciado “*pele perfeita, corpo perfeito. Rose di Primo, atriz, maneca e carioca*”, percebe-se que o endosso desta celebridade evidencia para a audiência que o lugar ocupado pela mulher deve ser o lugar da vigilância sobre o corpo. Como ressalta Bourdieu (2014 [1998], p. 82), ao feminino é imposto

um estado de permanente insegurança corporal, pois todas as mulheres devem ser “femininas, isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, contidas ou mesmo apagadas”.

Neste sentido, o endosso desta celebridade reforça o imaginário da ordem masculina que sobredetermina os efeitos de sentido a respeito do corpo feminino. Conforme Bourdieu (2014 [1998], p. 118), enquanto que, “para homens, a aparência e os trajes tendem a apagar o corpo em proveito de signos sociais”, para as mulheres os trajes e adereços “tendem a exaltá-lo [o corpo] e a dele fazer uma linguagem de sedução”. Assim, pode ser compreendido que o principal atributo desta celebridade, enquanto materialidade significante, é a beleza corporal.

Pode ser pertinente procurar compreender o “jogo” das formações imaginárias que estão materializadas na prática discursiva deste filme. Para isso, parto da defesa da necessidade de avaliação não da função da celebridade no endosso publicitário, mas do funcionamento deste tipo de estratégia discursiva da prática publicitária.

O funcionamento discursivo da escolha da celebridade e do endosso, enquanto parte da prática publicitária sobredeterminada pelo ideológico, é pensado pelo sujeito publicitário como presença encenada com a simulação de certa autenticidade. A beleza corporal de Rose di Primo nada mais é do que um produto (mercadoria) da sociedade de consumo que busca atuar e mediar uma comunhão (identificação e aceitação) entre aquilo que é dito

estrategicamente pelo sujeito publicitário no filme publicitário e as possibilidades de interpretação da audiência.

O endosso desta celebridade atua como estratégia discursiva da prática publicitária que atesta os supostos benefícios e qualidades do iogurte natural Vigor. Essa estratégia está ligada às designações relativas às antecipações a respeito da imagem que a marca anunciante faz da endossante em relação à audiência. Esta antecipação busca responder o questionamento implícito concernente ao lugar que esta celebridade endossante ocupa na encenação daquilo que precisa ser dito para a audiência do filme em relação ao produto anunciado. A jornada endossante busca mediar um acordo entre os interesses do anunciante e os valores imaginários da audiência. Com a encenação endossante de Rose di Primo, os interesses (econômicos) do anunciante, embora não estejam silenciados, ficam em segundo plano em relação à prática discursiva que procura apresentar o iogurte natural Vigor como opção de alimento que pode propiciar condições apropriadas para alcançar o corpo belo.

Imagen 3

Enquadramento em close-up e locução do filme publicitário endossado pela celebridade Rose di Primo.

5



Locução off (masc.):
Rose você poderia abrir a boca
para provar que é também inteligente.

Questionamentos como “*Quem é Rose di Primo para concordar com o que o locutor diz sobre ela?*” e “*Por que Rose di Primo concorda com o que o locutor diz sobre este produto?*” são balizadores de efeitos de sentido possíveis para a encenação endossante. Entendo que a audiência precisa reconhecer na figura endossante certos atributos traduzíveis em efeitos de certeza e efeitos de evidência. Desta forma, a encenação endossante da celebridade é catalizadora do *efeito-audiência* (imagem que o consumidor faz do anunciante, da marca, do produto e da própria prática publicitária) produzido pelas manobras discursivas realizadas pelo sujeito publicitário na criação da peça publicitária.

Cabe aqui um esclarecimento: a encenação endossante, frente a determinadas restrições discursivas e não discursivas da prática publicitária, atua como mediadora entre os interesses do anunciantes, a produção do filme e os interesses do universo consumidor. Isto é, o anunciantes e o sujeito publicitário têm algo a dizer para um tipo de interlocutor específico: o consumidor alvo da prática publicitária. Neste sentido, esta mediação (sobre determinada pela projeção de um interlocutor virtual ideal) é catalizadora do *efeito-audiência* convocado estrategicamente para humanizar produtos e persuadir consumidores.

O *efeito-audiência*, portanto, é afetado constantemente pela necessidade do sujeito publicitário de reproduzir a imagem que o consumidor faz do anunciantes, da marca, do produto e da própria prática publicitária. Pode ser falado aqui de *efeito-audiência* por entender que o sujeito que assiste e interpreta o filme publicitário encontra um interlocutor virtual constituído pelo sujeito publicitário na trama suasória da prática discursiva publicitária.

Por isso, é possível aceitar que este *efeito-audiência* (e as possibilidades interpretativas decorrentes) coloca ao nível do não-dito, pelo menos, no caso da prática discursiva analisada neste capítulo, o corpo como resultado direto de ações desenvolvidas a partir de práticas alimentares enunciadas como saudáveis.

O *efeito-audiência* pode ser atravessado pelos discursos do biopoder decorrentes das práticas econômicas e mercadológicas da indústria alimentícia. Assim, os atributos tangíveis (*materiolidades*

significantes) da celebridade utilizados como estratégias na busca da atenção do consumidor e no aumento da lembrança da marca não seriam nada mais do que efeitos da mesma ordem de práticas que colocam o corpo como resultado de controle e disciplina.

Para reforçar este posicionamento, veja-se o enunciado a seguir: *"Rose você poderia abrir a boca para provar que é também inteligente"*. Este fragmento da discursividade do anúncio está amparado no imaginário corrente que estereotipifica as mulheres (principalmente, as loiras) como burras e/ou sexualmente disponíveis. Este enunciado demonstra que a imagem da mulher reproduzida neste filme publicitário está associada à inferioridade em relação ao masculino, isto é, pode ser verificado que a partir da dominação masculina só há interesse da mulher ser inteligente se for para cuidar da imagem corporal para agradar a visão masculina (o lugar da mulher como ser percebido pela ordem masculina).

Neste caso, em particular, pode ser compreendido a partir do *efeito-audiência* elaborado pelo sujeito publicitário que a celebridade pode ser considerada inteligente, porque consome o iogurte que permite a ela cuidar da sua aparência corporal e poder ser vista como uma mulher bela. Nesta perspectiva, observo que o *efeito-audiência* também é afetado pelas *materialidades significantes* reproduzidas no filme, pois a eficácia dos efeitos de sentidos direcionados para determinadas audiências não são garantidos apenas pelos recursos persuasivos da prática discursiva. Há uma série de elementos que reiteram a produção

de efeitos de sentido. Dentre eles, destaco os enquadramentos e planos da composição da imagem filmica que atuam na ancoragem dos efeitos de sentidos sustentados pela prática discursiva publicitária.

Os planos e enquadramentos retratados pelas imagens 2 e 3 podem ser compreendidos como planos fechados, responsáveis por evidenciar a expressividade da encenação da endossante. O centro de interesse deste plano fechado é enquadrar o rosto de Rose di Primo e criar condições favoráveis para apresentar o consumo do iogurte. A escolha destes planos e enquadramentos é sobredeterminada pelo *efeito-audiência* e traduzidos pelas *materialidades significantes* que trazem à cena o imaginário de que o consumo do iogurte natural Vigor pode criar condições benéficas para a conquista do corpo belo.

Imagen 4

Enquadramento em plano detalhe e locução do filme publicitário endossado pela celebridade Rose di Primo.

7



Locução off (masc.):
Ultra gostoso, ultra cremoso, zero gorduras, zero
adição de açucares e colesterol.

A ancoragem do enquadramento nos seios da celebridade e na embalagem do iogurte natural Vigor em relação às práticas discursivas dos segmentos da narrativa ilustrados pelas imagens 2, 3 e 4 permite o entendimento de que, ao ingerir este iogurte, segundo a proposta endossada por Rose di Primo, o consumidor(a) estaria cuidando do corpo.

Postulo, pois, a necessidade de compreender a imagem filmica como materialidade significante subordinada e sustentada pela subordinação a determinadas formações discursivas que pregam o corpo saudável como sinônimo de corpo belo. O

atributo determinante para a indicação desta celebridade como endossante da prática publicitária reside na imagem corporal sobre determinada ideologicamente que representa um corpo saudável (ancorado na prática discursiva que afirma que este iogurte não possui gorduras, açúcares e colesterol) que reproduz o imaginário social que interpela a respeito da relação estabelecida entre saúde e beleza.

Sem ter a pretensão de esgotar as possibilidades analíticas deste filme publicitário, pode ser depreendida a necessidade de entender as condições de produção do uso de celebridades para além dos atributos comportamentais que as qualificam como endossantes. Isto é, para além da discursividade, há materializações significantes distintas que atuam na significação daquilo que é dito pela prática discursiva reproduzidas em filmes publicitários.

Acredito ter mostrado que a atuação encenada da celebridade promove um espaço de estímulo, motivação e influência sobre o consumo não apenas pelos atributos que possui, mas pelas *materialidades significantes* que reforçam os imaginários e discursos que pregam a necessidade de ter um corpo belo (e sexualmente disponível e passivo).

Pode ser entendido que o enquadramento da gota de iogurte derramada sobre o seio da celebridade corresponde a uma espécie de subordinação erotizada do feminino em relação ao desejo de dominação sexual da ordem masculina. Para Bourdieu (2014 [1998], p. 31), as relações sexuais se colocam como

uma questão de dominação social. O masculino, sempre ativo, desenvolve o desejo como uma forma de dominação erotizada/sexual frente ao feminino, passivo, que deseja a dominação erotizada/sexual masculina.

Com esta análise, não como ponto final, mas como um início para a problematização das condições de produção estratégicas e criativas do sujeito publicitário, espero ter mostrado, ainda que minimamente, que noções como materialidade significante e *efeito-audiência* podem ser utilizadas para compreender com determinada exatidão as questões relativas a estratégias desenvolvidas pelos manobras criativas do sujeito publicitário, sem deixar de reconhecer que estes tipos de ações com determinadas intervenções de um sujeito ao nível da enunciação, pelo menos, não fogem da sobredeterminação ao ideológico.

3 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES PERTINENTES

Quem é a celebridade, para que endosse o consumo de produtos de determinadas marcas? Quem é a audiência, para que a celebridade lhe endosse o consumo de produtos? Quem são os anunciantes e celebridades, para que falem assim sobre o consumo de produtos? Estas questões precisam figurar como base para problematização das estratégias discursivas da prática publicitária que busca construir o *efeito-audiência* de anúncios publicitários.

Na publicidade, há expressão, há força retórica suasória, há promoção e divulgação, há estratégia. Enfim, há na publicidade processos de criatividade (não subjetivos) desenvolvidos por ações de antecipação que buscam desenvolver esforços interpelativos e persuasivos para incutir no imaginário da audiência crenças a respeito do que anuncia. A divulgação persuasiva da publicidade não para de promover situações e condições para promover o consumo.

O discurso publicitário, sustentado pelo tripé formado pelos protagonistas/interlocutores *anunciante, sujeito publicitário e público-alvo/audiência*, pode e deve ser visto, em resumo, como um espaço de estratégia desenvolvido em nome de um *anunciante* por um *sujeito publicitário* frente às expectativas e/ou interesses de um *público consumidor*.

Penso ter demonstrado nas análises que as condições de produção ideológicas do processo discursivo do filme encenado por Rose di Primo são concernentes às preocupações dos sujeitos com os cuidados de seus corpos, que precisam facilitar a realização, a satisfação e o prazer. Ao amparar o discurso que suscita efeitos de sentido relativos aos cuidados do corpo, as práticas discursivas do comercial ratificam o corpo saudável como o lugar da beleza.

Compreendo que é sobre esse alicerce que ocorre o trabalho do sujeito publicitário e o poder de manobra discursiva que possibilita a criatividade na prática publicitária. No caso em análise, a estratégia e a criatividade do sujeito publicitário estão

ancoradas no imaginário que coloca os cuidados com o corpo como uma ação de poder, disciplina e controle. Desse modo, os atributos comportamentais e pragmáticos da celebridade que figuram como estratégias na busca da atenção do consumidor e no aumento dos índices de comercialização da marca/produto não seriam nada mais do que efeitos de uma ordem prática que coloca o corpo belo como resultado de controle e disciplina.

A caminho do fechamento do texto, vejo que a encenação endossante resultante do *efeito-audiência* é sobredeterminada por uma ou outra formação discursiva que determina aquilo que pode e deve ser dito e mostrado. Sob esse viés, a celebridade endossante, enquanto materialidade significante, nada mais é do que resultado da mesma comanda social que se encontra na base da constituição tanto da indústria alimentícia, quanto do imaginário que associa o corpo belo ao resultado da alimentação e da saúde.

De certo modo, o *efeito-audiência* reproduzido na encenação endossante materializa aquilo que pode e deve ser dito e visto pela prática publicitária. O *efeito-audiência* permite a reprodução de efeitos de sentido sobredeterminados ideologicamente como um modo de aumentar a percepção e a atenção da audiência sobre o produto anunciado.

Compreender as condições de produção do filme publicitário e dar conta das formas heterogêneas nas quais as práticas publicitárias reproduzem e sustentam efeitos de sentido diversos e complexos remete a um projeto de pesquisa do qual

este breve estudo não pretendeu dar conta. Vejo a incompletude deste estudo como um direcionamento para futuras pesquisas que buscarão ver e mostrar outras questões que denunciem como se dá o funcionamento da prática ideológica publicitária pensada e realizada de modo estratégico e criativo.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. **A dominação Masculina**. Rio de Janeiro: BestBolso, 2014.

LAGAZZI, S. O Recorte e o Entremedio: condições para a Materialidade Significante. **Anais do III SEAD** – Seminário de Estudos em Análise do Discurso, UFRGS, Porto Alegre, 2007.

PÊCHEUX, Michel. (1969). Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, Francoise & HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. (Tradução Bethânia S Mariani et al.). Campinas: Editora da Unicamp, 1993. (p. 61 a 86 e 94 a 96).

_____. (1975). **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. [Trad. Eni P. Orlandi et al.]. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

POSSENTI, Sírio. Indícios de autoria. In: POSSENTI, Sírio. **Questões para analistas do discurso**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009b.

_____. O sujeito e a distância de si e do discurso. In: POSSENTI, Sírio. **Os limites do discurso: ensaios sobre discurso e sujeito**. São Paulo: Parábola Editorial, 2009a.

autora

aline luane fantinel

um estudo
discursivo
sobre a
superposição
de vozes

capítulo 2

UM ESTUDO DISCURSIVO SOBRE A SUPERPOSIÇÃO DE VOZES

1 INTRODUÇÃO

Este artigo é resultado da dissertação de mestrado que pretendeu refletir sobre o jogo de vozes nas fotografias do *Project Unbreakable*. Para a realização deste trabalho, retomou-se o percurso dos estudos polifônicos de Bakhtin (2010), Ducrot (1987) e Authier-Revuz (1998), propondo um embate entre eles e a AD, verificando aproximações e distanciamentos.

O *Project Unbreakable* (cuja tradução literal é “Projeto Inquebrável”), objeto deste estudo, surgiu no ano de 2011, em Massachusetts (EUA). Ele se vale de fotografias com o objetivo de promover a consciência a respeito de questões que envolvem violência sexual, violência doméstica e abuso infantil. O trabalho de conscientização do projeto ocorre por meio de palestras em

faculdades da América do Norte e, sobretudo, pela exposição de fotos de pessoas segurando cartazes com uma breve citação/comentário/relato a respeito da violência que sofreram. O projeto visa também oferecer às vítimas uma oportunidade de resposta e de ressignificação do evento traumático, tornando pública a experiência sofrida, reconhecendo-se como sobrevivente. Outrossim, já que seu acesso pode ser feito *online* através das redes sociais do *Project Unbreakable*, como o site e o *tumblr*, ele permite a interação entre as pessoas, funcionando como uma “corrente de apoio” e de conscientização.

É preciso explicar a razão pela qual se escolheu o discurso reproduzido em cartazes das fotografias do *Project Unbreakable* para constituir o objeto de estudo deste estudo. A escolha de teste *corpus* se justifica pela afinidade da proposta de pesquisa e as ações do projeto estadunidense, além da visibilidade internacional do projeto. Estima-se que foram divulgadas nas redes sociais mais de quatro mil fotografias, entre as de autoria de Grace Brown e as submetidas pelos internautas. Entre elas, são recorrentes as fotografias em que mulheres seguram cartazes com enunciados ditos pelos seus agressores; são justamente eles que interessam para este estudo. Dito de outro modo, o *corpus* que se pretende analisar é o discurso citado pela vítima de abuso (sexual, físico e/ou psicológico) que se materializa nos cartazes. Além desses fatores, acredita-se que o discurso, ainda que proferido por um agressor para uma agredida específica, revela uma realidade social

que vai além dos limites territoriais, religiosos, raciais e de idade, merecendo atenção científica.

Para a realização do estudo, foram selecionadas dez fotografias publicadas no *tumblr* do projeto. A seleção ocorreu a partir de alguns critérios, a saber: I - as fotografias deviam ser de autoria da fotógrafa e fundadora do projeto, Grace Brown; II - as fotografias deviam evidenciar que a vítima é uma mulher que sofreu alguma agressão¹ e III - devia constar, das fotos, o discurso do agressor reproduzido pela mulher agredida. Após a seleção das imagens, seguindo os critérios citados, foram isoladas as sequências discursivas (doravante, SDs) a partir das quais o estudo foi realizado. Em linhas gerais, este estudo se justifica por buscar analisar os enunciados de agressores, para perceber como há um discurso predominante que os atravessa e, neste sentido, como a sociedade, no limite, determina os sujeitos. Destaca-se que, para a realização da pesquisa, o *corpus* foi analisado tendo por base a pergunta de pesquisa a seguir (que parte do princípio de que, ao enunciar, o sujeito se denuncia e se anuncia): o que o agressor revela de si (e da sociedade) ao dizer o que diz para a vítima?

A partir desta breve contextualização da pesquisa da qual se origina este artigo, tendo em vista o espaço destinado para o seu desenvolvimento, neste momento, realiza-se um recorte. Portanto, na sequência, apresenta-se uma discussão acerca

¹ Utilizou-se como um critério de seleção as fotografias de mulheres, pois se pretende abordar a violência contra a mulher. Mas, como o projeto busca “dar voz” às vítimas de abuso, existem fotografias em que homens seguram cartazes com alguma lembrança referente à violência sofrida.

da possível relação entre a AD e a polifonia de Bakhtin, seguida da análise de uma SD, relacionada a uma fotografia presente no *Project Unbreakable*.

2 A POLIFONIA BAKHTINIANA E ANÁLISE DO DISCURSO

Considera-se que, nas fotografias analisadas do *Project Unbreakable*, como a que será apresentada à frente, há uma superposição de vozes, uma vez que a voz da agredida retoma a voz do agressor, permitindo que outras vozes sejam percebidas. Sabe-se que, no aporte teórico-metodológico da AD, não há o conceito de ‘voz’, porém se entende que seja possível mobilizá-lo, porque as fotografias do projeto evidenciam diferentes vozes que se manifestam em discursos que “circulam” e “organizam” a sociedade.

Ao buscar este conceito no trabalho, objetiva-se tratá-lo à luz das prescrições teóricas da AD, readequando-o para que não haja conflito teórico. Nesta perspectiva, é possível considerar que o termo “voz” pode produzir o efeito de som que o ser humano emite, ao utilizar as cordas vocais, para falar, cantar, rir, etc. Neste caso, comprehende-se o termo como uma voz física (v), que surge a partir do esforço realizado pelos indivíduos. Porém, não é com este efeito (ou apenas assim) que o termo é concebido e empregado, porque pensar na voz (v) que é produzida pelos

indivíduos pode levar à compreensão de que o sujeito é dono e origem do dizer. Como este estudo se inscreve no campo da AD, é preciso considerar a concepção de sujeito desta teoria: ele não é autônomo ou homogêneo e nem está no controle do dizer e do sentido produzido. Contrariamente, a noção de sujeito é tomada pela teoria como sendo clivado, dividido, descentrado pelo inconsciente, afetado pela ideologia e constitutivamente heterogêneo (DEZERTO, 2010).

Para a Análise do Discurso, teoria que alicerça este trabalho, o sujeito é constituído pelo trinômio linguagem/ideologia/inconsciente, uma vez que é constituído no entremeio destas “realidades”. Conforme afirma Ferreira (2010, p. 10),

O sujeito do discurso vai [...] colocar-se estratégica e perigosamente entre o sujeito da ideologia (pela noção de assujeitamento) e o sujeito da psicanálise (pela noção de inconsciente), ambos constituídos e revestidos materialmente pela linguagem.

A noção de assujeitamento supracitada é decorrente dos estudos do filósofo francês Louis Althusser acerca da ideologia e da vida social. Está intrinsecamente relacionada à noção de interpelação ideológica, que se refere ao processo em que a ideologia age sobre os indivíduos, transformando-os em sujeitos. Silva (2013, p. 95) afirma que Althusser distingue o Sujeito-ideologia e o sujeito-indivíduo, para poder “caracterizar o caráter sobredeterminante da ideologia sobre os indivíduos ou os sujeitos interpelados e o caráter submisso do sujeito-indivíduo ao Sujeito-ideologia”. Sob este prisma, assume-se que o Sujeito-ideologia aparece como uma autoridade superior que interpela os indivíduos em sujeitos e os submete aos seus princípios, que, por

esta razão, são desprovidos de liberdade. Michel Pêcheux se interessou pelos estudos de Althusser, utilizando os conceitos citados, porque reconhecia a existência de fatores extralingüísticos na produção de sentidos. Deste modo, admitiu o papel da ideologia na semantização dos discursos, uma vez que ela determina os sujeitos e produz determinados efeitos de sentidos, enquanto apaga outros.

Mariani e Magalhães (2013, p.114) explicam o sujeito do inconsciente dessa maneira: "Quando se fala em sujeito, em psicanálise, está-se falando do sujeito do inconsciente. O sujeito do inconsciente é esse Outro estranho familiar que nos habita e que nos leva a tropeçar na língua". A respeito desse Outro, esclarecem que, para Lacan, ele é o registro do simbólico da cadeia significante que antecede a constituição do sujeito. O inconsciente é estruturado como uma linguagem que se manifesta no simbólico, revelando o dizer outro, que surpreende, que provoca deslizamentos de sentidos e que evidencia algo da verdade do sujeito.

Verifica-se, pois, que é o simbólico que oportuniza um lugar para o sujeito, ou seja: se o indivíduo não se inscrever ou for inscrito no/pelo simbólico, ele não chega à subjetivação. Segundo Dezerto (2010, p.15), "só há lugar para o sujeito dentro do processo discursivo, ele só se constitui se for no e para o discurso, ocupando posições inseridas e construídas nesse simbólico". Verifica-se, assim, que o sujeito do discurso da AD é afetado concomitantemente pela ideologia e pelo inconsciente:

Para Pêcheux, apenas uma articulação teórica entre a linguística, o materialismo histórico e a psicanálise permite compreender, analisar e extraír consequências do fato de que, quando falamos, estamos simultaneamente afetados pelo funcionamento da ideologia e do

inconsciente, ambos inscritos no funcionamento da linguagem, aqui compreendida como um sistema sujeito a falhas (MARIANI; MAGALHÃES, 2013, p. 103).

Com a entrada no simbólico, o sujeito se identifica (sem ter consciência) com uma formação discursiva (doravante FD) onde os sentidos são predeterminados. Em outros termos, neste momento é que ocorre o processo de identificação dos sujeitos com a FD e, tendo em vista que o sujeito não tem controle do seu dizer, os sentidos são determinados pela FD que, como dito, funcionam como a matriz do sentido. A respeito do processo de identificação, Dezerto (2010, p. 17, grifo nosso) esclarece que

Falar do processo de identificação dos sujeitos com as formações discursivas que os dominam significa entender como os indivíduos são interpelados em sujeitos do seu próprio dizer. **Sujeito e sentido se constituem ao mesmo tempo nas formações discursivas como se nascessem a partir daquele momento**, havendo um apagamento do complexo de formações discursivas imbricadas no interior das formações ideológicas.

Com base nestas considerações sobre o sujeito, que não é centrado ou tem o controle do dizer, por ser constituído e afetado pela ideologia e pelo inconsciente, comprehende-se como o termo ‘voz’ é empregado neste trabalho. Como o sujeito é, desde sempre, porta-voz de uma FD, ao usar a ‘voz’, está-se referindo aos efeitos de sentido produzidos por FDs afetadas por Fls. Não se nega a voz física (v), mas se entende que ela está a serviço de outra voz, a voz ideológica (V). Assim, ao se referir às vozes presentes nos enunciados inscritos nas fotografias, considera-se que elas são determinadas pela (V).

Compreende-se, então, que ‘voz’ é a materialização de

um “ponto de vista” discursivo de ordem sócio-ideológica. Ela é concebida assim, porque é determinada pelas FDs e pelas formações ideológicas (Fls) e porque se manifesta no e pelo discurso através dos indivíduos que são interpelados em sujeitos. Neste sentido, pode-se afirmar que o termo ‘voz’ não é empregado como um conceito autônomo e independente, mas é considerado como sendo determinantemente dependente das noções de FDs/Fls.

A partir destas considerações, justifica-se a “metaforização” do conceito de ‘polifonia’. Por ser verificável a superposição de vozes nos enunciados das fotografias, considerou-se pertinente investigá-los. Contudo, por não haver um conceito na AD que trate de vozes, optou-se por deslocar o conceito utilizado por outros estudiosos, no caso deste artigo, a ‘polifonia’ de Mikhail Bakhtin.

Acredita-se ser possível realizar este deslocamento por considerar como a própria AD foi constituída: a partir de uma série de rupturas e deslocamentos conceituais devidamente adequados para o que foi visado principalmente por Pêcheux. Diante disso, sabendo que ‘polifonia’ não se encontra nos domínios da AD, realiza-se um empréstimo conceitual e se faz uma reterritorialização deste conceito, compreendendo que as vozes presentes no discurso são constituídas histórica e ideologicamente. Neste sentido, entende-se as vozes como discursivas, porque são afetadas pela história e pela ideologia e não como produtos de sujeitos conscientes e “donos do seu dizer”: eles são, poder-se-ia dizer: porta-vozes.

Considera-se, ainda, relevante o conceito de ‘polifonia’, porque

Cada enunciado é, por natureza, polifônico, pois ainda que busque mostrar uma só voz, nele estão presentes murmúrios de enunciados com que dialoga, o que ocorre de forma crucial, quando, na forma interna, vozes distintas são ouvidas. Seja por meio de uma polifonia assumida e que se representa no enunciado, ou por uma outra que, em forma de diálogo, remete a vozes que não se encontram no tecido textual, mas explicam a sua necessidade histórica, o homem não pode ser outra coisa que não voz entre vozes, com relação às quais se posiciona e polemiza. (CATTELAN, 2008, p. 143-144).

Diante do exposto, neste momento, é pertinente apresentar uma breve retomada a respeito da noção bakhtiniana de polifonia. Pires e Tamanini Adumes (2010, p. 66) explicam que, originalmente, o termo polifonia foi relacionado à música: "Na música, o termo polifonia é usado desde há muito para designar um tipo de composição musical em que várias vozes, ou várias melodias, sobrepõem-se em simultâneo.". Para as autoras, esta composição musical, ao surgir, opõe-se à homofonia (monodia), característica do canto gregoriano (por referência ao Papa Gregório), cuja composição é constituída por melodias unitárias e homofônicas. Roman (1992-93, p. 210) explica a diferença entre estas duas modalidades musicais:

Enquanto polifonia é uma multiplicidade de vozes independentes, imiscíveis e superpostas cantando textos variados, homofonia são várias vozes cantando simultaneamente o mesmo texto, subordinadas à harmonia que garante a unidade musical através dos acordes.

Tomando como base estas composições musicais - polifonia e homofonia, o filósofo russo, Mikhail Bakhtin, ao analisar a poética do também filósofo e escritor russo, Dostoiévski, realiza um deslocamento do conceito de polifonia e o retoma para

refletir sobre as vozes presentes na obra dostoievskiana. Nesta perspectiva, embora seja possível perceber a relação existente entre a polifonia musical característica da Idade Média e a polifonia literária de Dostoevski, verifica-se que o teórico da linguagem se apropria do conceito, aplicando-o em sua crítica literária. Em outras palavras, a polifonia é aplicada e desenvolvida, por ele, no universo enunciativo de uma obra literária.

Diante disso, atenta-se para o fato de que Bakhtin aplica os estudos de polifonia à esfera romanesca e, neste trabalho, realiza-se outro deslizamento, pois o olhar analítico incide sobre a polifonia, não mais do texto literário, mas no discurso inscrito na fotografia do Project Unbreakable. O objeto de análise se refere a enunciados compreendidos discursivamente à luz da AD. Isto é possível, porque os enunciados apresentam uma multiplicidade de vozes e podem ser compreendidos como “enunciados concretos” que se constituem na interação entre interlocutores e porque, para Bakhtin, “a polifonia é parte essencial de toda enunciação, já que em um mesmo texto ocorrem diferentes vozes que se expressam, e que todo discurso é formado por diversos discursos” (PIRES; TAMANINI-ADUMES, 2010, p. 66).

Retomando a questão da polifonia na obra romanesca de Dostoiévski, Bakhtin (2010, p. 4, grifos do autor) explica que “A multiplicidade de vozes e consciências independentes e imiscíveis e a autêntica polifonia de vozes plenivalentes constituem, de fato, a peculiaridade fundamental dos romances de Dostoiévski”. Frente a esta constatação, Bakhtin considera o escritor russo o criador do romance polifônico, porque se afasta do comum de sua época, em que as personagens eram objetos do discurso do autor:

só ele soube colocar e resolver em toda sua amplitude e profundidade: a tarefa de construir um mundo polifônico e destruir as formas já constituídas do romance europeu, principalmente do romance monológico (homofônico) (BAKHTIN, 2010, p. 6).

Acerca do romance monológico, Pires e Tamanini-Adumes (2010, p. 67) explicam que, “na monodinia musical, nos gêneros que tendem à monologia, uma voz domina as outras vozes, que se subordinam”, mas o texto romanesco de Dostoiévski, ao contrário, apresenta uma multiplicidade de consciências que participam do diálogo em uma relação de absoluta igualdade. Existem vozes ideológicas contraditórias que coexistem com o narrador. Deste modo, as personagens principais não são objetos da consciência do autor:

Suas obras marcam o surgimento de um herói cuja voz se estrutura do mesmo modo como se estrutura a voz do próprio autor no romance comum. A voz do herói sobre si mesmo e o mundo é tão plena como a palavra comum do autor; não está subordinada à imagem objetificada do herói como uma de suas características, mas tão pouco serve de intérprete da voz do autor (BAKHTIN, 2010, p. 6).

Em vista disso, Bakhtin (2010, p. 12) afirma que a originalidade de Dostoiévski ocorre por mostrar o valor da individualidade dos sujeitos, havendo independência interior de suas personagens: “Trata-se, antes de mais nada, na liberdade e independência que elas assumem na própria estrutura do romance em relação ao autor”. Portanto, para o teórico, o romance de Dostoiévski não se reduz a uma consciência única:

Não se constrói como o todo de uma consciência que assumiu, em forma objetificada, outras consciências, mas como o todo da interação entre várias consciências, dentre as quais nenhuma se converteu definitivamente em objeto da outra. (BAKHTIN, 2010, p. 18-19).

Para Bakhtin (2010, p. 47), as interações entre as consciências e os elementos do romance revelam que Dostoiévski “construiu o todo romanesco como um ‘grande diálogo’”. Verifica-se, desse modo, que a obra romanesca do autor é simultaneamente polifônica e dialógica. Neste ponto, introduz-se a questão do dialogismo, outro conceito significativo dos estudos bakhtinianos e que está relacionado à noção de polifonia.

A noção de dialogismo está relacionada à concepção de linguagem bakhtiniana. Pires e Tamanini-Adumes (2010, p. 67) explicam que, para Bakhtin, a linguagem é “uma realidade intersubjetiva e essencialmente dialógica, em que o indivíduo é sempre atravessado pela coletividade” e, portanto, entende-se a língua como interação verbal. Faria e Silva (2013, p. 53), abordando a noção de dialogismo, explicam uma de suas facetas constitutivas:

se toda palavra se dirige a alguém e tem seu tema construído na interação, temos sempre o mínimo de dois interlocutores. No entanto, devemos também considerar que todos os enunciados de que participamos vêm de outros enunciados e provocam respostas. Por isso, dizemos que nosso enunciado estabelece relações dialógicas com tantos outros.

A partir dessas considerações, a autora ressalta que, além dos interlocutores presumidos, em um enunciado, há outras “vozes”. Nesta perspectiva, o dialogismo ocorre pela interação entre

interlocutores e pela relação entre as vozes que estão presentes, explícita ou implicitamente, nos enunciados. Contudo, apesar da relação existente entre a polifonia e o dialogismo, é pertinente enfatizar que eles não devem ser confundidos entre si:

o dialogismo é o princípio dialógico constitutivo da linguagem, enquanto a polifonia se caracteriza por vozes polêmicas em um discurso. Podemos concluir que, nos gêneros polifônicos, há vozes tão polêmicas quanto as dos personagens dos romances de Dostoiévski, os quais funcionam como seres autônomos, com visão de mundo, voz e posição própria (PIRES; TAMANINI-ADUMES, 2010, p. 67, grifos nossos).

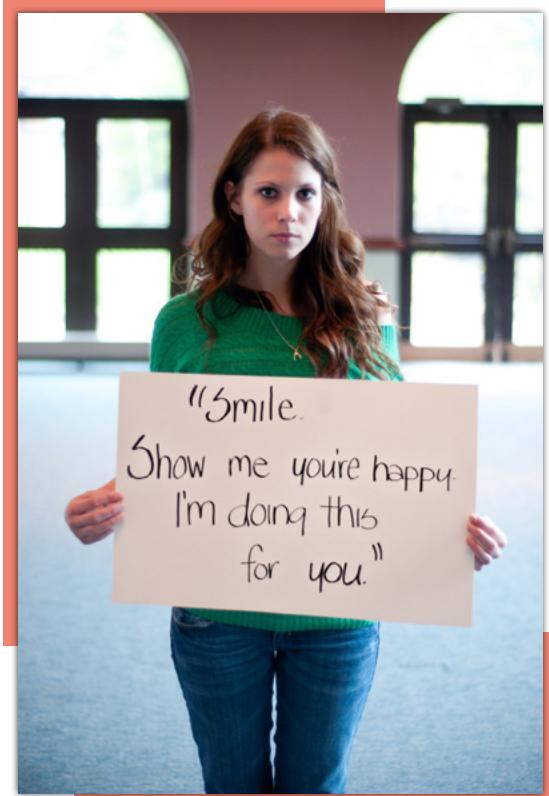
3 MOMENTO ANALÍTICO: ESTABELECENDO DIÁLOGOS

Diante dessa breve retomada dos conceitos bakhtinianos, doravante, serão estabelecidas relações de aproximações e distanciamentos entre suas teorizações e as da AD a partir da seguinte sequência discursiva:

SD1 – ‘Sorria. Mostre-me que você está feliz. Estou fazendo isso por [para] você’.

Esta SD é a tradução do enunciado transcrito na fotografia de Grace Brown, realizada em Delaware, Ohio, no dia 25 de setembro de 2012:

Imagen 1
Fotografia do Project Unbreakable



Fonte: <https://projectunbreakable.tumblr.com/image/33908594298>

A partir das concepções bakhtinianas, pode-se afirmar que o enunciado da fotografia é dialógico e polifônico. Ele remete a uma citação concreta, em que é possível perceber mais de um interlocutor. Num contexto imediato, os interlocutores são: a fotógrafa e a moça agredida, que aparece no momento da captura da imagem; a fotógrafa e o "público leitor" do trabalho a partir da publicação das fotografias nas redes sociais; a moça e o público que a vê na imagem; a moça e seu agressor, em vista

da possibilidade de “resposta” e de ressignificação, dentre outros. No contexto mediato, dado que é característico do projeto as mulheres reproduzirem algo que o abusador disse, retoma-se o momento de interação verbal referente ao abuso, quando ele diz o que diz para a agredida.

Nesta multiplicidade de interlocutores possíveis, também pode ser notada a presença de vozes que atravessam o enunciado, sendo as vozes do agressor (v1), da agredida (v2A), da fotógrafa (v2B). Como para Bakhtin, de acordo com Faria e Silva (2013), os interlocutores são marcados social, ideológica ou historicamente e, tendo em vista que, para ele, segundo Pires e Tamanini-Adumes (2010, p. 71) “todo texto é constituído por várias vozes, é a reconfiguração de outros textos que lhe dão origem, dialogando com ele, retomando-o”, é possível afirmar que as vozes citadas remetem àquelas Vozes ideológicas que as constituem.

No que se refere às vozes presentes no enunciado constante da fotografia do projeto, ao atentar para elas, nota-se uma superposição de vozes que contribui para a produção de um efeito de sentido polêmico, já que se considera que a voz é a materialização de um ponto de vista discursivo. Neste sentido, verifica-se que os enunciados são atravessados por diferentes vozes superpostas, que criam uma relação de embate. Sobre a superposição, pode-se afirmar que o enunciado se ancora em diferentes vozes ideológicas que sustentam crenças distintas sobre a mulher: uma a considera como objeto e objetivo do prazer do homem (Voz ideológica 1); outra a coloca como tendo direito sobre o próprio corpo e podendo definir o que quer fazer (Voz ideológica 2). Estas vozes afetam os sujeitos e se materializam no

intradisco^rso; há, pois, em qualquer uma das vias, ecos da ideologia que alicerçam a materialidade discursiva. Estas vozes sustentam as demais; elas podem ser elencadas da seguinte maneira:

V1: a voz ideológica 1, que toma a mulher como objeto;

v1: a voz do abusador, que é reproduzida pela vítima;

V2: a voz ideológica 2, que empodera a mulher no sentido de defender que ela possua direito sobre sua vida e sobre seu corpo;

v2A: a voz da mulher agredida, que se posiciona sobre a agressão/abuso;

v2B: a voz da fotógrafa e, por conseguinte, da “causa” do projeto.

Estas vozes são sustentadas por formações ideológicas e discursivas (doravante, FI e FD) que as determinam e carecem ser entendidas por meio da relação entre si no jogo da discursividade. Neste sentido, v1 é afetada por V1, sendo ambas determinadas pelas FI1/FD1. Em contrapartida, v2A e v2B são afetadas pela V2 e determinadas pelas FI2/FD2.

Nesta perspectiva, podem ser evidenciadas vozes polêmicas que ecoam no enunciado. Tecendo uma relação entre a polifonia bakhtiniana e o aproveitamento do conceito pela AD, seria no modo de “ecoar” que elas se diferenciam de um modo determinante: a) para Bakhtin, as vozes reverberam de maneira equivalente, “em pé de igualdade”, conscientes de si mesmas, plenipotentes; b) para a AD, estas vozes (v) não estabelecem um “coro harmonioso”, porque não são equipolentes ou autônomas, mas estão a serviço de outras Vozes (V): são porta-vozes. Neste ponto, toca-se na questão mais complexa: a noção de sujeito.

Na AD, o sujeito é visto como determinantemente assujeitado à ideologia e ao inconsciente e, por isso, não tem controle do dizer e não é origem do sentido. Ele se constitui como tal por meio da entrada no simbólico, ou seja, torna-se sujeito no e pelo discurso. É assujeitado pela(s) FDs/FIs que o interpelam em sujeito.

De acordo com Bezerra (2005, p. 192 apud PIRES; TAMANINI-ADUMES, 2010, p. 73), “Bakhtin não constrói suas concepções de monologismo, dialogismo e polifonia como abstrações desprovidas de conteúdo histórico, social e ideológico”. Neste sentido, nota-se que a teoria do discurso bakhtiniana também considera o papel que a história e a ideologia desempenham na produção dos discursos e dos sentidos. Bakhtin também destaca a questão de que os discursos retomam outros discursos já ditos e que as vozes retomam outras vozes já ditas. Então, a diferença significativa incide sobre como o sujeito é compreendido na teoria de Bakhtin. A respeito desta concepção, Faria e Silva (2013, p. 56, grifos nossos) esclarecem:

Bakhtin e o Círculo, então, propõem um sujeito que não tem liberdade, por sempre trazer as vozes de outros e responder a elas? De maneira alguma. Existe, para esses teóricos, o entendimento de que **cada enunciador confere ao enunciado seu estilo, ainda que representante de um grupo social, histórico e ideológico, ainda que inevitavelmente sendo um homem de sua época.** [...] cada um, ao fazer uso da língua e se instaurar como sujeito do discurso, assume, com esses discursos, um comprometimento ou um embate, reproduzindo-os, questionando-os ou rechaçando-os em inúmeras variações de grau.

O sujeito de Bakhtin possui relativa consciência e liberdade.

Mesmo sendo afetado pela história, pelo social e pela ideologia, ele possui um estilo e uma atitude responsiva em relação aos discursos. Contrariamente, para a AD, o sujeito é absolutamente afetado pela ideologia que o interpela como tal e, deste modo, não apresenta um estilo próprio ou uma atitude responsiva de escolha. O sujeito da AD se manifesta no discurso de acordo com o que uma FD/FI estabelecem, sendo atravessado por elas. O sujeito diz o que uma FD determina que pode e deve ser dito e, neste sentido, a própria “escolha” lexical não é decidida por ele. A partir da oposição que ocupa, ele se manifesta no discurso de um modo que os recursos linguísticos que compõem o intradiscurso são determinados pelo que está pré-construído para/pela FD. Concomitantemente, a constituição da linearização do discurso no intradiscurso também é determinada pelo discurso transverso da FD.

Com base no exposto, refletindo sobre a SD em destaque, percebe-se que o sujeito agressor (s_1) só diz o que diz por conta de todo processo descrito sumariamente acima. O s_1 , afetado por uma FI1 que objetifica e inferioriza a mulher, manifesta no discurso modos de dizer sobre a mulher que estão em consonância com aquilo que é dado pela FD1. Em outras palavras, os sentidos que se materializam no discurso revelam um modo de pensar a mulher como estando à disposição do homem:

SD1 – ‘**Sorria. Mostre**-me que você está feliz. Estou fazendo isso por [para] você’.

Na condição de produção do discurso (CP) que se refere

ao abuso, por estar agredindo a mulher, o agressor manifesta a crença na superioridade e no poder sobre ela, achando que pode usá-la para sua satisfação sexual. Esta crença é perceptível na materialidade linguística do discurso. O enunciado inicia pela repetição imediata do modo verbal imperativo dos verbos “sorrir” e “mostrar”. Como o sujeito para a AD não controla o dizer, pelo fato de ser determinado pela ideologia e pelo inconsciente, pode-se afirmar que o emprego destas flexões não ocorre aleatoriamente. Ou seja, elas ratificam a FI1, que concebe a mulher como estando disponível ao homem. Dentre as possibilidades de dizer o que disse, “escolheram-se” verbos imperativos, sendo a “escolha” permitida pela FD1 que interpela o agressor em sujeito.

FI1/FD1/V1 afetam s_1 , constituindo-o como sujeito, e a sua voz (v.). Estas formações e vozes concebem a mulher como ser dominado pelo homem e lhe devendo obediência e subserviência. Se o homem deseja, a mulher deve obedecer. Verifica-se, pois, que o emprego dos verbos “sorrir” e “mostrar” no modo imperativo, considerando uma CP abusiva, revelam ordens a serem seguidas pela mulher: deve sorrir e se mostrar feliz, apesar de estar sendo agredida, agressão que o agressor parece (mas apenas parece) não reconhecer que ocorra.

Sabe-se que os verbos imperativos, além de expressarem ordens, também podem expressar pedidos, convites, conselhos, orientações, etc. No entanto, por se tratar de um contexto abusivo e não de uma relação consentida, neste caso, eles provocam um efeito de ordem e não, por exemplo, de um pedido, pois, se assim fosse, a resposta da mulher teria espaço no discurso e, provavelmente, ela não seria uma vítima. Ou ainda: mesmo que

pareça provocar um efeito de “pedido”, as CPs e as FI1/FD1, que interpelam o agressor, fazem com que os sentidos deslizem de modo que o ato de pedir produza um efeito retórico: ele não espera uma resposta; contrariamente, deseja que ela aja de acordo com a sua vontade.

Ela não é ouvida no sentido de ter sua vontade respeitada; pelo contrário, ela é obrigada a ouvir e a obedecer ordens em um contexto em que seu corpo é (foi) violado. O corpo da mulher é submetido ao abuso físico e, concomitantemente, ela é violentada pelas ordens do “homem” que a agride. E não são quaisquer ordens: é sorrir e é mostrar que está feliz, numa situação dramática. Ela deve obedecer e mostrar ao agressor aquilo que menos pode oferecer dadas as circunstâncias.

O uso do modo verbal imperativo, aqui, está adequado ao ato abusivo, pois, num contexto de agressão sexual, existe uma relação assimétrica conflituosa: o homem, provido da supremacia física, obriga a mulher a satisfazer os seus desejos. De maneira geral, só se pode ordenar e ser obedecido, quando se está (ou acredita estar) hierarquicamente acima daquele que deve obedecer. Uma ordem revela uma relação de força e de poder. No caso da SD2, verifica-se a relação de força e poder do homem sobre a mulher, que a violenta física e verbalmente, exigindo-lhe atitudes tão cruéis quanto o próprio abuso, como oferecer um sorriso quando se é violentado tão intimamente e sorrir diante de um ato de violação.

Os dois primeiros enunciados da SD estão marcados pelos imperativos “sorria” e “mostre” e exigem da vítima uma atitude, no mínimo, sofrível: sorrir e mostrar felicidade não é algo que,

normalmente, possa ser esperado de uma vítima de abuso. Para as mulheres, o abuso representa dor, vergonha, tristeza e, portanto, naturalmente, não provocam alegria e contentamento. Pode-se postular que exigir estas atitudes surge como mais uma maneira de violentar a mulher: exige-se e se toma a sua intimidade, quando ela não quer e, ao mesmo tempo, impõe-se um comportamento que, na situação, a mulher não tem/pode oferecer.

O terceiro segmento da SD2 (*Estou fazendo isso por [para] você*), mesmo não apresentando verbos imperativos, também violenta a mulher, pois é mais uma maneira de agredi-la por meio da língua. Contudo, antes de discutir essa afirmação, faz-se necessário apresentar algumas ressalvas no que tange à tradução e aos efeitos produzidos por ela. Neste sentido, direciona-se o olhar para a preposição em *I'm doing this for you*: a preposição *for* possui duas possibilidades de tradução, 'por' e 'para'. Por esta razão, a SD2 permite a detecção de ambas as possibilidades.

Neste período, o pronome demonstrativo "isso" remete às ações do agressor, mesmo que não afirme ou não acredite agir abusivamente. Ele afirma fazer o que faz *por/para* sua agredida. Considerando a SD integral, o que se percebe é que o agressor parece acreditar que produz um favor para a mulher: é como se ela "quisesse" o contato íntimo e, portanto, o que faz não é uma agressão, mas uma forma de homenagem; algo que se faz com a intenção de "ajudar". Mesmo que ela tenha recusado verbalmente, o "não" é desconsiderado. Além disso, pode-se inferir que, pelo fato de o agressor "mandar" que sorria e se mostre feliz, ela estava manifestando fisicamente (por expressão de dor, choro, desaprovação) o contrário, ou seja, é possível afirmar que, de algum

modo, a mulher manifestou uma recusa, que não foi respeitada. Pode-se, desse modo, notar que esse efeito de “favor” se configura como uma justificativa (que nada justifica) para a ação do agressor e como uma forma de desresponsabilização por seus atos, com as responsabilidades recaendo sobre a mulher agredida.

Considera-se que as possibilidades de tradução da preposição, mesmo produzindo (aparentemente) efeitos diferentes, também acabam por eximir a responsabilidade do agressor (ou pretender eximir). Nesta perspectiva, traduzindo o *for* por *por*, pontuam-se duas questões: i) o *for* é usado, no inglês, como preposição de direcionamento e pressupõe algo que alguém faz para outra pessoa, porque ela não pode fazer. Por exemplo: em *I'm reading this letter for you* (Estou lendo essa carta por você), o for permite pressupor que uma pessoa não pode ler a carta e, por esta razão, necessita que alguém a leia. Por mais que o exemplo seja simples, ao se relacionar com a SD, é possível afirmar que o agressor acredite que a mulher queira e precise desse contato íntimo, mas que não pode fazer sozinha ou admitir querer o contato e ele, então, faz esse “favor”. Esta preposição produz, de certo modo, o efeito de “ajuda”. É como se o agressor necessitasse desta crença para justificar suas ações e não sentir que tenha agido inadequadamente; ii) traduzido por *por*, o *for* também pode produzir o efeito de causa e, neste sentido, quem causa as ações do homem é a mulher. Sendo ela a causa por, segundo ele, não poder/querer admitir intimidade, novamente, a responsabilidade não recai sobre o homem, mas sobre a mulher. Neste sentido, para o agressor, a mulher seria a causa, o motivo e a razão de ele estar realizando um “favor”.

Por outro lado, traduzindo o *for* por *para*, o efeito que se produz é de finalidade: é *para* ela que ele faz o que faz. Fazendo *para* ela, mais uma vez, o que se pode observar é que há uma fuga da responsabilidade por parte do agressor, que recai sobre a mulher agredida. Logo, é possível afirmar que, de um modo ou de outro, seja por meio do efeito de *causa* ou de *finalidade*, ocorre um processo de culpabilização da mulher frente a uma violência, que se acredita ser tão traumática quanto a própria violência sofrida. O segmento *Estou fazendo isso por [para] você* é tão agressivo que é ele que ela escreve no cartaz. A agressão simbólica, somada à física, torna-se traumática (também) pelo fato de ser imposto à mulher carregar a responsabilidade e a culpa pela violação sofrida. Ela é violentada em todos os níveis: seu desejo é descartado, seu corpo é usado e sua condição de vítima é denegada: a culpa é dela.

A partir dessas considerações, pode-se defender que, no momento do abuso, as vozes presentes no enunciado revelam o pressuposto de crença no domínio da superioridade do homem. A voz do agressor (v_1) é dominante em relação à voz da mulher agredida (v_{2A}), tanto que sua vontade não é considerada e v_1 só apresenta essa dominância por ser sobreterminado pelas FI1/ FD1/V1 e por estar em uma CP que contribui para que isso ocorra. Contudo, quando se considera a CP da produção e divulgação da imagem do *Project Unbreakable*, a dominância de $v_1/V1$ torna-se relativa, pois entra em confronto com $v_{2A}/V2$.

A SD1, quando remetida ao contexto abusivo, revela o embate entre as vozes do sujeito agressor (v_1) e do sujeito agredida (v_{2A}), de tal modo que se percebe a dominância do agressor sobre a agredida, isto porque o sujeito agressor é interpelado em sujeito

pela FI1 e pela FD1, que veiculam a ideologia da superioridade masculina ainda arraigada. Além disso, denuncia uma das facetas do agressor e das vozes (V₁ e V1) que o atravessam: é ele quem manda e quem ordena. São as vozes que o atravessam que imperam, gerando a subordinação da mulher: porque é ela que deve obedecer; porque a intimidade praticada é responsabilidade dela. Mantendo o foco na condição de produção e de divulgação da fotografia, relacionada ao preceito do *Project Unbreakable*, a dominância de V1 é negada, porque passa a se confrontar diretamente com V2, que interpela a agredida e a fotógrafa (V_{2A} e V_{2B}), que lutam contra a inferiorização e objetificação da mulher.

Com base nas reflexões realizadas, afirma-se que a SD-2 é polifônica, já que apresenta uma multiplicidade de vozes polêmicas. Entretanto, a compreensão do conceito de polifonia empregado distancia-se da polifonia bakhtiniana, pois, como se buscou demonstrar, as vozes que compõem o coro das SDs analisadas são determinantemente afetadas por FIs, por FDs e por um Sujeito-ideologia. Esta determinação produz dois efeitos que contrariam a concepção polifônica de Bakhtin: a) os sujeitos não estão no controle do dizer e dos sentidos: o sentido é dado pelas FDs que os constituem e eles se iludem como fonte do dizer e dos sentidos pelo trabalho de ilusão que a ideologia exerce sobre eles; b) o coro de vozes não é harmônico: como, de modo geral, as vozes são constituídas por ideologias distintas que se aproximam ou se embatem, há vozes mais dominantes do que outras.

A polifonia de Bakhtin, que se refere ao texto literário, principalmente pela questão da subjetividade, não pode ser utilizada tal como postulada nos domínios da AD, sem gerar conflito entre essas

teorias. É em vista disso que o que se propôs foi um deslocamento do conceito para o campo da AD, respeitando seus princípios.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acredita-se que recuperar o caminho traçado até aqui possa produzir um efeito de fechamento que este espaço exige. Tomou-se como objeto de estudo o discurso presente na fotografia de Grace Brown, realizada por meio da sua atividade no projeto estadunidense Project Unbreakable, que visa combater a violência, sobretudo, contra mulheres e crianças. Na fotografia analisada (bem como nas outras nove que constituíram o corpus da pesquisa da qual este artigo é resultado), em que uma mulher segura um cartaz com a transcrição de algo dito pelo agressor, percebe-se uma superposição de vozes, que ecoam e produzem sentidos. Desse modo, objetivou-se, de modo geral, compreender os deslizamentos de sentidos que essas vozes e suas relações produzem e, de modo específico, perceber qual a imagem que o agressor revela de si e da sociedade ao dizer o que diz para a agredida.

A partir da análise, ancorada nos pressupostos teóricos da AD principalmente, pôde-se perceber que os enunciados apresentam as vozes da agredida, da fotógrafa e do agressor, bem como as vozes ideológicas que os determinam. Observou-se que estas vozes relacionam-se entre si e são também atravessadas por dois pontos de vista discursivos, a saber: o da Voz ideológica 1 (V1), histórica e socialmente dominante, que defende a supremacia

masculina e a objetificação da mulher; e o da Voz ideológica 2 (V2), que luta contra as determinações de V1, pois considera a mulher como ser dotado de direitos e de liberdade sobre si e seu corpo. Estas vozes ideológicas, que ressoam e significam nos discursos dos sujeitos, são resultados de um trabalho produzido pelas FIs e FDs e o Sujeito/Ideologia.

Para observar o fato de o discurso ser polifônico, apresentou-se brevemente o percurso histórico deste conceito, abordando a noção de polifonia postulada por Bakhtin (2010). Contudo, como demonstrado, pelo fato deste teórico conceber o sujeito e o papel da ideologia de maneira distinta de Michael Pêcheux, fundador da teoria do discurso, foi necessário metaforizar o conceito de polifonia para os domínios da AD. Deste modo, as vozes foram compreendidas como sobredeterminadas ideologicamente para que estivesse em consonância com os pressupostos teóricos da AD.

Em vista disso, considera-se que apresentar diferentes vozes é uma característica constitutiva do discurso, uma vez que ele retoma outros discursos já-ditos. Pode-se perceber, então, em um discurso, vozes dos sujeitos (v) e as Vozes ideológicas (V) que os determinam. Estas Vozes são fruto do trabalho realizado pelas FIs/FDs e pelos Sujeitos-ideologia e, por isso, sustentam seus pontos de vista. Elas podem ser percebidas (ouvidas) na materialidade discursiva por meio da voz do sujeito do discurso, que revela inconscientemente pistas das formações e da Voz que o determinam e, consequentemente, desvela as outras formações e Vozes com as quais se confronta. A análise da SD possibilitou perceber que as vozes da agredida e da fotógrafa,

sobre determinadas por FI2/FD2/V2, chocam-se com a voz do agressor, atravessada por FI1/FD1/V1.

O enunciado do agressor para a agredida enfatiza a relação assimétrica entre homem e mulher, sustentada por V1, revelando o tom ameaçador dos sujeitos agressores. Estes sujeitos sentem-se/assumem-se “empoderados” em relação à mulher e, por isso, para conseguirem o que desejam, ameaçam simbólica, psicológica e fisicamente. Neste sentido, notou-se que, ao dizerem o que dizem, os agressores se denunciam e trazem à tona questões sociais que contribuem para a objetificação e culpabilização da mulher.

A SD evidencia um agressor que, para se inocentar, responsabiliza sua vítima, seja de maneira velada, por meio de um jogo psicológico, seja por meio de violência bruta. É neste ponto que se pode notar como os discursos dos agressores revelam a própria organização social: duvida-se sempre da mulher, busca-se nela (em sua conduta) justificativas para um episódio abusivo. Sendo assim, verifica-se como V1 e sua “família discursiva” ainda exercem papel dominante na sociedade, alimentando uma cultura do estupro, em que a mulher não sofre tão somente um “estupro”, mas sofre também um “estupro social”, porque a sociedade, de um modo geral, como dito, procura nela argumentos para justificar uma relação abusiva. Entende-se que V1 cristaliza a cultura do estupro, manifestando-se nas práticas sociais. Por este motivo, pode-se afirmar que ela é a causa da persistência da violência contra a mulher na atualidade e que se, se pretende resolver esta problemática, é necessário combatê-la.

REFERÊNCIAS

- AUTHIER REVUZ, Jacqueline. **Palavras incertas**: as não coincidências do dizer. (Trad. Claudia R. Castellanos Pfeiffer et al.). Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1998.
- BAKHTIN, Mikhail. **Problemas da poética de Dostoiévski**. (Trad. Paulo Bezerra). 5.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2010.
- BROWN, Grace. **Photographs**. Disponível em: <<http://projectunbreakable.tumblr.com/tagged/grace%27s-photography>>. Acesso em: 20 jun. 2016.
- CATTELAN, João Carlos. **Colcha de retalhos**: micro-história e subjetividade. Cascavel: Edunioeste, 2008.
- DEZERTO, Felipe Barbosa. Sujeito e sentido: uma reflexão teórica. **Revista Icarahy**, Niterói-RJ, n.04, p.1-21, out. 2010.
- DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. (Rev. Trad. Eduardo Guimarães). Campinas: Pontes, 1987.
- FARIA e SILVA, Adriana Pucci Penteado de. Bakhtin. In: Oliveira, Luciano Amaral (org.). **Estudos do discurso**: perspectivas teóricas. São Paulo: Parábola Editorial, 2013. p. 45-69.
- FERREIRA, Maria Cristina Leandro. Análise do discurso e suas interfaces: o lugar do sujeito na trama do discurso. **Organon**, Porto Alegre-RS, v. 24, n. 48, p. 1-12, jan./jun. 2010
- MARIANI, Bethânia; MAGALHÃES, Belmira. Lacan. In: Oliveira, Luciano Amaral (org.). **Estudos do discurso**: perspectivas teóricas. São Paulo: Parábola Editorial, 2013. p. 101-122.
- PIRES, Vera Lúcia; TAMANINI-ADUMES, Fátima Andréia. Desenvolvimento do conceito bakhtiniano de polifonia. **Estudos Semióticos**. São Paulo, v. 6, n. 2, nov. 2010, p. 66-76. Disponível em: <<http://www.fflch.usp.br/dl/semitica/esi>>. Acesso em: 10 out. 2017.
- ROMAN, Artur Roberto. O conceito de polifonia em Bakhtin – o trajeto polifônico de uma metáfora. **Letras**. Curitiba, n. 41-42, 1992-93, p. 207-220.
- SILVA, José Otacílio da. Althusser. In: Oliveira, Luciano Amaral (org.). **Estudos do discurso**: perspectivas teóricas. São Paulo: Parábola Editorial, 2013. p. 71-100.

autora

ana maria de fátima leme tarini

efeitos de sentido do (não) valor da palavra da vítima

capítulo 3

EFEITOS DE SENTIDO DO (NÃO) VALOR DA PALAVRA DA VÍTIMA

1 APONTAMENTOS INTRODUTÓRIOS

Mesmo com posições conquistadas no mercado de trabalho e na política, a “ascensão feminina” parece não ter apagado a imagem binária da mulher, responsável pelo lar e pelos filhos (a mãe/a santa/a honesta) e que seduz os homens (promíscua/profana/desonesta), embora haja mulheres que resistam ou que não se enquadrem nessas posições, pois, no dinamismo da sociedade, a heterogeneidade está presente. Há uma identificação da mulher construída há séculos e ainda presente na memória discursiva, que emerge em determinados momentos. Em relação aos homens, não há críticas a respeito de seu comportamento social ou de seu vestuário: se são sedutores. Por outro lado, há muitas histórias de estupro e/ou atentado ao pudor contra mulheres, justificados pelo vestuário ou comportamento. Cabe,

pois, uma reflexão sobre essas diferenças de tratamento dado às mulheres nas práticas discursivas, que não estão apenas nos discursos do sujeito ordinário, mas também nas práticas discursivas jurídicas. Em casos de estupro, é comum a vítima ser indagada sobre a roupa que usava, se tem namorado e se trabalha, assim como suas testemunhas são questionadas acerca do comportamento social da vítima.

Nos últimos anos, graças às delegacias especializadas em atendimento às mulheres e à Lei Maria da Penha, houve uma ampliação da quantidade de dados coletados a respeito da violência contra as mulheres. As estatísticas costumam incluir como violência os casos de lesão corporal leve, grave e gravíssima, tentativa de homicídio e homicídio consumado e violência sexual, o que posicionou o Brasil como o 5º país em homicídios de mulheres e o Estado do Paraná como o 3º. O Mapa da Violência contra as mulheres¹ (publicado em 2015, relativo a 2014) é um estudo completo que quantifica a violência por tipo; a reflexão das próximas seções é embasada nesse documento mais recente.

A proposta deste trabalho é analisar a *prática discursiva do/no jurídico a respeito das mulheres vítimas de violência sexual*. Em relação ao *problema de pesquisa* e aos seus *objetivos*, eles são: a) Como se constitui o discurso que se verifica nos processos judiciais de violência sexual contra mulheres? b) Por que, nos processos de crimes sexuais cometidos contra mulheres, elas

¹ Disponível em: <http://www.mapadaviolencia.org.br/pdf2015/MapaViolencia_2015_mulheres.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2016.

precisam provar que são idôneas.

Para a pesquisa, estabeleci como objetivo analisar a prática discursiva em processos judiciais de 2012 a 2014, já sentenciados e julgados, verificando como são tratados os casos de violência sexual (estupros e abusos sexuais) acontecidos em diferentes condições de produção, buscando verificar se a prática discursiva neste *corpus* rompe ou reitera a memória estabelecida sobre a mulher e se há ou não ruptura com o 'já-dito', o 'sempre-já-aí' e o 'sempre-foi-assim'.

Esta pesquisa não contabiliza casos, mas os analisa. Desta forma, faz-se necessária uma *metodologia de pesquisa* qualitativo-documental, que vise a analisar discursos jurídicos proferidos em processos judiciais de casos de violência sexual. A análise pode ser lida na íntegra na tese; neste artigo, apresentarei apenas recortes das sentenças finais proferidas pelo juiz. Serão dois recortes, um de cada caso, divididos em sequências discursivas (doravante, SDs)².

A análise do *corpus* está embasada nos estudos da Análise de Discurso (doravante, AD) de orientação francesa. Para compreender os estudos da AD, torna-se fundamental um percurso de análise de discursos, que considere condições de produção (doravante, CP), formação discursiva (doravante, FD), memória e efeito de sentido: eles serão apresentados em duas subseções, a seguir, com as análises dos dois recortes das sentenças do juiz (divididos em SDs).

2 As SDs aparecerão com um número sequencial relativo ao processo a que pertence.

2 A PALAVRA DA VÍTIMA EM QUESTÃO

O conceito de 'discurso' é crucial e Pêcheux (2010, p. 81), fundador da AD na França, define-o como "efeito de sentidos entre os pontos A e B", ou seja, entre locutores, sendo ele o espaço de funcionamento e de materialização da relação entre a língua e a ideologia. Para Orlandi (2005, p. 15), "a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem". É na prática de linguagem, ou seja, na materialidade discursiva, que se observa o discurso e a determinação das condições de produção (CPs). Para Orlandi (2005, p. 21), os discursos constituem sujeitos e são suportados por eles nas relações de linguagem, o que equivale a "processos de identificação do sujeito, de argumentação, de subjetivação, de construção da realidade, etc.". Portanto, constituem a subjetivação e o discurso das vítimas e dos operadores do jurídico, como também do analista do discurso.

Na tentativa de entender o sentido de alguma palavra ou proposição, muitas vezes, esquecemos o exterior que constitui o discurso e apaga o que permeia a significação: as questões ideológicas, a interpelação, o sujeito, a língua e a história. Orlandi (2006) afirma que o uso feito do conceito de 'discurso' é o de linguagem em interação, que considera a relação estabelecida entre os interlocutores e o contexto, constitutivo da significação,

haja vista que o discurso se materializa na língua e a língua materializa o discurso. Se a materialização da língua se dá no mundo e pelo sujeito para o mundo, a língua se materializa pelo discurso na relação com sua exterioridade, produzindo sentidos.

Na escrita da tese, afirmo que há as “letras” da lei e a prática da lei. A lei é um conjunto de regras aplicáveis à sociedade. Essas regras visam, em teoria, garantir as liberdades e os direitos e garantir a todos um tratamento igualitário. Todavia, sempre foram criadas por grupos dominantes e detentores do poder: reis, nobres e senhores feudais; sujeitos de casta superior que se (auto) encarregaram de reger a vida e a morte da população do seu entorno. Sempre que se percebe um problema de convivência, novas leis surgem para delimitar os comportamentos na vida econômica, social e cultural. Mas surgem também os desvios ou o não cumprimento das leis, ou seja, os crimes. Além disso, práticas comuns de um tempo tornaram-se crimes em outros, do que é um exemplo recente o hábito de bater nos filhos e nas esposas para educá-los, matar animais silvestres para se alimentar e publicar fotos de mulheres em atos praticados em seus relacionamentos, todos eles considerados crimes atualmente.

No Brasil, o Código Filipino³ foi o primeiro documento de lei, trazido de Portugal e aplicado na colônia do século XVII ao século XIX. Os títulos 16, 17 e 18 do Código Filipino (p. 1165-1169), no Livro 5, tratam dos casos de estupro e abuso sexuais. Nele,

³ Código Filipino (ou Ordenações Filipinas) é um documento de Lei de Portugal aplicado no Brasil por três séculos. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/242733>>. Acesso em: 10 fev. 2015.

são denominados como “homens que dormem com as mulheres” virgens, viúvas honestas, escravas brancas e parentes de primeiro e segundo graus. As penas são para quem dormir (estuprar) com “virgem”, “viúva honesta” ou “viúva de qualidade” e “escrava branca”. No caso de ter dormido com virgem ou viúva de qualidade, além das penas de degredo e pagamento em moedas de réis, o réu deveria se casar com a mulher para corrigir o mal que praticou. O tipo da pena dependia sempre da linhagem, isto é, do poder econômico do réu e da vítima, “segundo a diferença das gentes”, ou seja, conforme a classe social.

Da forma com que se constrói o discurso do Código Filipino, há duas considerações relevantes: 1. ser virgem, ser honesta e ser de qualidade são dados a ver como iguais; então, ‘virgem’ é sinônimo de ‘honesto’ e de ‘qualidade’. 2. mulheres casadas (com suposta vida sexual ativa) não aparecem na legislação. O efeito de sentido de ‘honesto’, no documento, equivale a não ter experiência sexual, mas em nada lembra o ser ladra, corrupta, situações para as quais o termo seria usado atualmente. As casadas não aparecem, porque o crime de estupro contra elas era um atentado contra a honra do marido: as mulheres estavam sob a tutela masculina.

Mesmo depois da extinção do Código Filipino no século XIX e com os direitos alcançados com a Constituição de 1988 e com a mudança no Código Penal em 2005, no Brasil, as mulheres ainda lutam por igualdade de direitos, tanto que foi sancionada a Lei 11.340/06 em defesa da preservação da vida das mulheres.

Um exemplo se verifica na expressão “mulheres honestas”, que constou no Código Penal de 1940 até 2003, quando foi suprimido (por um projeto de lei aprovado em 2005); inclusive, o título do trecho que traz os artigos 213 e 214, denominado “crimes contra costumes”, passou a ser “crimes contra a dignidade sexual”. Assim, não se afirma que as mulheres não conquistaram direitos e forçaram a revisão de legislações, como o Código Penal e o Código Civil, mas há uma distância, às vezes invisível ou apagada, entre as letras do direito e a força dos costumes; basta observar que, nos processos judiciais nos quais figuravam ‘mulheres honestas’, aparece ‘idônea’, mostrando que se mantém o costume de analisar a moral da vítima: muda a nomenclatura e o efeito de sentido permanece.

2.1 PROCESSO 1: DA VÍTIMA FILHA

Até o século XVIII, a vida dos súditos pertencia aos monarcas. Antes desse período, a violência contra uma mulher de um reino era um ataque à família dela, bem como poderia ser considerado um ataque ao rei, sua honra e seu feudo. A existência do indivíduo como sujeito de direito é uma ideia moderna, pós Revolução Francesa.

O pesquisador Vigarello (1998) traz inúmeras histórias ocorridas do século XVI até o século XX, estampando ocorrências de violência sexual. Ele percebe que a violência reinava, pois era

comum as crianças serem espancadas por adultos, empregados por patrões, mulheres por homens ou por outras mulheres (economicamente superiores), imperando a lei do mais forte na cadeia de agressores. No estudo sobre estupro, Vigarello (1998, p. 29) conclui que “o ataque aos objetos pode provocar penas mais pesadas que o ataque às pessoas”. O direito crucial da sociedade capitalista é a propriedade e mulheres, crianças, empregados/empregadas e animais compõem o seu todo. As mulheres e crianças são marcadas com o uso do sobrenome, os empregados adquirem o sobrenome dos patrões ao dizer que trabalham na casa dos “senhores tais” e os animais são marcados a ferro. Todos podem ser moeda de troca.

Segundo Vigarello (1998, p.21), as nações civilizadas não admitem o estupro há muito tempo (mesmo reconhecendo que essa prática ainda acontece em guerras entre nações), mas ressalta que a maioria dos processos por estupro na França do século XVIII eram “recusados pelas cortes. A queixa é pouco ouvida, os fatos pouco aprofundados, o acusado pouco interrogado, principalmente quando a vítima é uma mulher adulta e também quando não há nem assassinato, nem ferimento físico grave”. O crime de estupro pode ser visto como mais crime ou menos crime dependendo de quem comete e contra quem, conforme as histórias coletadas por Vigarello (1998), pois uma violência cometida pelo patrão contra uma empregada é menos crime do que se ela for cometida por um empregado contra a mulher do patrão ou ele próprio. Isto mostra

que a sociedade do século XVIII hierarquizava os crimes: antes, analisava-se a classe social à qual os envolvidos pertenciam; depois, se os agredidos e agressores eram homens ou mulheres e, se eram mulheres, analisavam se eram honestas; e, por fim, se os agredidos eram crianças: então, haveria maior possibilidade de culpar o agressor.

Em todo discurso há um pré-construído do que é ser pai, do que é ser mãe, do que é ser criança, mesmo que as posições-sujeitos estejam sendo reanalisadas, discutidas e postas em xeque; mesmo assim, há o discurso fundante de que, de um pai e de uma mãe, espera-se que eduquem os filhos com amor e carinho. Essas condições históricas de constituição do pátrio poder, emergem nos recortes do processo 1, no qual observo, inicialmente, que a denúncia de estupro e atentado violento ao pudor feita em 2009, recebida somente no final daquele ano (essa é a rotina), foi julgado em 2012.

As (CPs) desse processo são constituídas pelas suas condições socioculturais e históricas em que sujeito, situação e memória se apresentam. São sujeitos a) pai, filha, irmão, mãe e tia; b) agente do jurídico: juiz. A situação/ocorrência é de estupro e atentado violento ao pudor de uma menina de 07 (sete) anos de idade pelo próprio pai; ela denuncia aos 14 anos de idade o incesto que vinha acontecendo desde 07 anos; o irmão, a mãe e a tia se tornam as testemunhas; a memória discursiva vai sendo retomada ao longo dos ditos. O recorte, dividido nas SDs analisadas nesta

seção, referem-se à sentença final dos autos do processo criminal de estupro⁴.

O crime foi enquadrado no decreto Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940: "Art. 217-A. Ter conjunção carnal ou praticar outro ato libidinoso com menor de 14 (catorze) anos: (Incluído pela Lei nº 12.015, de 2009)"⁵. Nesse caso, a vítima é tida como vulnerável.

Sentença final (do juiz), R1:

(1) FUNDAMENTAÇÃO - Imputa-se ao réu a prática de crimes de estupro e atentado violento ao pudor, com violência presumida, cometidos com abuso da qualidade de pai, contra a vítima ..., menor de quatorze anos ao tempo dos fatos. **A materialidade do crime de estupro restou comprovada pelo Laudo de exame de conjunção carnal** de fls 15 e verso, pela carteira de identidade de fls 11, e pelos **depoimentos da vítima e de seu irmão...**

(2) A autoria do estupro é certa e recai na pessoa de ..., pai da vítima. Com efeito, a **vítima**, ... revelou em Juízo que aos 07 anos de idade começou a sofrer abuso sexual de seu pai; que os estupros aconteciam à noite, quando a mãe saía para trabalhar; que o pai a segurava para introduzir o pênis na sua vagina; bem como passava as mãos nos seus seios; que às vezes conseguia fugir do pai; que enquanto era forçada a praticar conjunção carnal com o pai, os irmãos dormiam no beliche que era separado por um guarda-roupa da cama onde ela estava com o pai; que ela achava que o irmão... sabia, pois às vezes este lhe fazia perguntas; que acabou contando para o irmão..., mas este também tinha medo de contar para alguém; que muitas vezes pediu para a mãe para ir embora, mas não dizia o motivo; que não sabe precisar, mas foi constrangida a manter relação sexual com o pai mais de dez vezes, não havendo uma frequência certa; que os abusos cessaram quando ela e a mãe foram morar na casa da tia...

(3) A **palavra da ofendida** encontra apoio no depoimento judicial convincente e comovente de seu irmão... que confirmou os fatos ocorridos na última visita de... ao pai e aos irmãos. Relatou, ainda, que enquanto os pais eram casados, dormiam todos no mesmo

4 Os grifos dos processos são dos próprios autos, mas também faço meus destaques em negrito.

5 Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12015.htm>. Acesso em: 30 ago. 2016.

cômodo; que ele, o irmão e a... dormiam num beliche, ao passo que os pais dormiam numa cama de casal; que o beliche era separado da cama de casal por um guarda-roupa; que sempre soube que o pai abusava sexualmente de..., em razão de certa noite ter ouvido gemidos vindos da cama e só podiam ser de... pois a mãe havia saído para trabalhar; que, no dia seguinte, ao questionar..., ela ficou bastante nervosa e constrangida, mas nada contou; que... tentava fugir do pai, mas não conseguia; que há cerca de um ano... lhe contou tudo, isto é, que, aproveitando-se da ausência da mãe, o pai... a constrangia a ter conjunção carnal, como também passava as mãos nos seios e vagina.

(4) Aduza-se ao ser questionado pelo Juízo se a **vítima** ... estaria mentindo a respeito dos fatos, o irmão... foi firme em dizer que ela não mentiria; que acredita na irmã, pois sempre soube dos abusos em razão de dormir no mesmo cômodo onde os estupros aconteciam embora... nunca confirmasse quando por ele questionado. Embora haja alguma contradição entre os depoimentos das testemunhas... e..., mãe e tia da vítima, a respeito de quem ouviu de... o relato sobre abusos, ambas confirmaram o fato ocorrido na última visita que... fez ao pai e aos irmãos, que deu ensejo à revelação feita por... da violência sexual que sofrera do pai, o que fez com que a mãe e a tia... tomassem as providências necessárias.

(5) Destarte, embora o réu... negue as acusações, alegando que se trata de uma vingança da ex-esposa..., em razão dos filhos do casal terem preferido permanecer com ele quando da separação do casal, forçoso reconhecer que os **depoimentos firmes e convincentes da vítima**, prestados na delegacia e em Juízo; **o depoimento judicial da testemunha..., filho do acusado e irmão de..., corroborando a versão da ofendida; o laudo de exame de conjunção carnal (fls...); e a ausência de elementos de convicção capazes de infirmar a versão consistente da vítima; constituem conjunto robusto e harmônico de provas de que o réu**, ao desamparo de qualquer excludente da ilicitude ou da culpabilidade, **efetivamente cometeu crime de estupro contra a filha... menor de 14 anos ao tempo dos fatos**, delito tipificado à época no art. 213, caput, c/c 224 letra "a", e art. 226, inciso II, todos do Código Penal.

(6) No tocante à imputação do crime tipificado à época dos fatos no art. 214 do Código Penal, cumpre asseverar, num primeiro momento, que diante das alterações promovidas no Código Penal pela Lei nº 12.015/09, o atentado violento ao pudor não mais caracteriza crime autônomo. A prática de outro ato libidinoso diverso da conjunção carnal passou a configurar também o crime de estupro [...] a conjunção carnal e a prática de outros atos libidinosos contra a mesma vítima, dentro do mesmo contexto fático, configuram crime único de estupro.

(7) Em face do exposto, julgo parcialmente procedente a denúncia para: I) **CONDENAR** o réu... como incurso nas sanções do art. 213, caput, c/c art. 224, letra "a", e art. 226, inciso II, todos do Código Penal e vigentes ao tempo da denúncia (1º fato imputado); II) **ABSOL-
VER** o réu da imputação do crime autônomo de atentado violento ao pudor (2º fato imputado), em virtude de alterações no Código Penal promovidas pela Lei nº 12.015/09 (*novatio legis in mellius*), e com base no parágrafo único do art. 2º do CP. Passo à fixação das penas: O réu, ao que consta, é primário. Não há elementos para melhor valorar sua personalidade e conduta social.

(8) A prova oral produzida, notadamente, o depoimento judicial da vítima, demonstrou que o réu passou a constranger a sua filha a praticar com ele conjunção carnal e atos libidinosos, com certa frequência, desde que ela contava com 07 anos de idade, o que acentua sobremaneira a culpabilidade. O motivo, da natureza do crime, é a satisfação da concupiscência. **A vítima em nada contribuiu para o delito.**

(9) Sopesadas essas circunstâncias, levando em especial conta a elevada culpabilidade, **fixo as penas-bases em 07 (sete) anos de reclusão. Tendo o réu praticado o crime na condição de pai da vítima, aumento a pena da metade**, com fulcro no art. 226, inciso II, do CP. Na falta de outras causas modificadoras, torna as penas definitivas em **10 (dez) anos e 06 (seis) meses de reclusão**. A pena privativa de liberdade será cumprida **inicialmente em regime fechado** (art. 2º, § 1º, da Lei nº 8.072/90). Condeno o réu, ainda, ao pagamento das custas processuais.

Destaco o modo como a menina/adolescente é discursivizada, bem como o conjunto de elementos que corroboram a história contada. No relato, pesam elementos fundamentais para o caso, ditos pelo juiz: "depoimentos firmes e convincentes da vítima", "o depoimento judicial da testemunha..., filho do acusado e irmão de..., corroborando a versão da ofendida", "o laudo de exame de conjunção carnal", "conjunto robusto e harmônico de provas" e o réu "efetivamente cometeu crime de estupro contra a filha... menor de 14 anos ao tempo dos fatos".

A questão que fica é, se o irmão não tivesse ouvido, mas houvesse laudo comprovando que, antes dos 13 (treze) anos, a adolescente não mais era virgem, o que aconteceria com os ingredientes probatórios? A voz da vítima não seria ouvida, em face do peso do depoimento do irmão, que “foi firme em dizer que ela não mentiria” (SD4). Se ele não o fizesse, talvez o caso nem chegasse ao tribunal, como muitos em que a vítima não tem testemunha. Na SD8, acham-se em negrito ‘condenar’, ‘absolver’ e ‘10 (dez) anos e 06 (seis) meses de reclusão’, que objetivam destacar os pontos relevantes do registro da sentença.

As SDs de 7 a 9 são passagens que explicitam o entendimento final do juiz, o qual se ancora nos relatos ocorridos durante o julgamento. O juiz condena por prática de estupro de vulnerável e absolve por atentado violento ao pudor, entendendo que, quando o crime ocorreu, um artigo do Código Penal era ferido, mas, com a alteração da Lei, o artigo 214 foi suprimido e o 213 sofreu alteração para o albergar, isto é, o que se considera “ato libidinoso” foi anexado ao artigo que trata da conjunção carnal (estupro). Neste processo, os dois artigos estavam em vigência, mas a lei age em benefício do réu, de modo que não se somam as penas previstas nos artigos 213 e 214 e se “escolhe” o artigo 213. **“ABSOLVER** o réu da imputação do crime de atentado violento ao pudor (2º fato imputado), dadas as alterações no Código Penal promovidas pela Lei nº 12.015/09 (*novatio legis in mellius*)” foi o entendimento do juiz.

No processo, a adolescente é designada como ‘vítima’ e ‘ofendida’ e é designada como filha do acusado. As duas primeiras designações são comumente encontradas nos processos desse tipo, mas ‘filha’ é inserção que marca uma posição-sujeito e torna essa vítima diferente, dado o grau de descendência. As SDs do juiz assumem o que houve com a menina/adolescente: “foi constrangida” e “tinha sido abusada”, que revelam passividade e são formas adjetivais que qualificam e modificam o efeito de sentido de ‘ser vítima’. Além disso, a flexão verbal ‘ficava’ demonstra permanência e duração, ou seja, ela ficou várias vezes com o pai na mesma situação, o que parece indicar uma escolha (ou, minimamente, uma aceitação) e não uma situação na qual o sujeito sofre coerção ou está passivo frente ao que está acontecendo.

Neste processo, houve apelação por parte do réu, em outra instância, por meio de seu advogado, afirmando que não havia indícios suficientes da autoria, de modo que deveria ser aplicado *in dubio pro reo*. Então, o caso foi analisado novamente e sentenciado em 2013.

2.2 PROCESSO 2: DA VÍTIMA “NETA” ADOLESCENTE

Em **A ordem do discurso**, Foucault (2006, p. 39) afirma que há uma ritualização para o procedimento discursivo, pois há

discursos autorizados e outros não autorizados, e “o ritual define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam”; assim “os discursos religiosos, judiciários, terapêuticos e, em parte também, políticos não podem ser dissociados dessa prática de um ritual que determina para os sujeitos que falam, ao mesmo tempo, propriedades singulares e papéis preestabelecidos”. O julgamento é, pois, um ritual: cada fala, cada gesto, cada olhar importa no processo, haja vista que, antes da sentença, ele foi organizado e estruturado com documentos, provas e testemunhos.

Para analisar o discurso do processo 2, devem-se observar as questões ideológicas que possibilitam as CPs das SDs que compõem a sentença final e que, neste julgamento, tornam visível a hierarquia das vozes⁶. Trata-se da denúncia de prática de ato libidinoso, diverso da conjunção carnal, que constava do artigo 214 do Código Penal de 1940 a 2009, e foi absorvido pelo artigo 213. Os sujeitos são: a) o acusado é o companheiro da avó da vítima (denominado amásio); b) a vítima é menor de idade (16 anos); c) a avó; d) a tia; e e) o juiz. Sobre a situação da ocorrência, as condições demonstram que o companheiro da avó praticou sexo oral com a adolescente, que residia com a avó, pois a mãe vivia no Paraguai e ela havia sido estuprada lá, pelo padrasto, aos dez anos de idade.

Sentença final (do Juiz), R2:

(10) O Ministério Público, com base em inquérito policial, denunciou..., qualificado a fls02, como incurso nas sanções do art. 214 do

6 Embora em todos os processos haja hierarquia das vozes, neste, ela está mais visível do que nos outros pela importância menor dada à fala da vítima.

Código Penal. Imputa-se ao réu a prática de atentado violento ao pudor contra..., com 16 anos de idade ao tempo dos fatos. Segundo a denúncia, o acusado prevalecendo-se da condição de coabitar na mesma residência que a vítima, na qualidade de amásio de sua avó, mediante o emprego de força física, objetivando paralisar o movimento dos seus braços, tirou as roupas e passou a beijá-la nos seios, tórax, abdômen e na vagina, tendo, por fim, se masturbado sobre ela.

(11) **As provas produzidas**, no entanto **são insuficientes** para demonstrar que o réu efetivamente cometeu o delito. Com efeito, o réu em seu interrogatório judicial, negou com veemência a prática do crime, afirmando que a acusação é fruto de uma contenda familiar em razão de sua enteada... não aprovar seu relacionamento com..., sua mãe e guardiã à época dos fatos da **vítima e neta**... Em realidade, **a única prova concreta que incrimina o réu é a palavra da vítima**. Aduza-se que as declarações de sua tia... constituem mero testemunho de "ouvir dizer", de valor probatório insignificante, na medida em que apenas fazem referência ao que lhe narrou a **suposta ofendida**.

(12) **As declarações da vítima, ainda que não se mostrem invrossímeis, não alimentam a certeza necessária para ensejar um decreto condenatório, diante do conjunto probatório produzido e das próprias circunstâncias em que o suposto crime veio à tona.**

(13) Veja-se que a **vítima** ainda permaneceu convivendo com o réu cerca de uma semana após o suposto abuso. Os depoimentos de..., avó da **vítima**, prestados na delegacia e em juízo, evidenciam [...] que a **vítima mente muito; que a acusação dela contra o réu é mentira; que percebeu a mentira da neta quando ela foi lhe relatar o ocorrido; que o réu sempre tratou a vítima como filha**.

(14) Cumpre ressaltar, ainda, que a **vítima... sofreu violência sexual aos 10 anos de idade** quando morava com a mãe e o padrasto no Paraguai; que o **padrasto praticou com ela conjunção carnal**, fato que motivou a avó... a obter a guarda.

(15) Anoto que o **relatório psicológico de fls.... não comprova, a contento, a existência do crime em apreço**. As conclusões extraídas pela psicóloga... não foram fundamentadas de forma consistente. A título de exemplo, cito o seguinte trecho do relatório:... 'Aos 10 anos de idade foi estuprada pelo padrasto. Daquela época em diante houve muitas perdas afetivas em sua vida... apresenta, desde aquela época, um quadro de depressão, inclusive com uma tentativa de suicídio. Com a violência sexual sofrida no mês de novembro de 2008, o quadro de depressão agravou-se...'.

(16) Ressalta-se que a **psicóloga realizou dois testes psicológicos chamados de ESI e HTP**, de onde as conclusões se referiram tão-somente ao estado emocional da vítima, não havendo qualquer

conexão com a ocorrência do suposto abuso sexual.

(17) Em verdade. A psicóloga já tomou como verdadeira a palavra da **vítima** de que o réu cometeu o crime sexual e, a partir dessa premissa, passou a analisar a suposta alteração e agravamento do estado emocional da **vítima** decorrente dessa violência. A psicóloga... revelou em seu depoimento judicial que, e, razão de... já ter sido **vítima** de violência sexual, teve muita dificuldade em atendê-la, **pois apesar dos sintomas depressivos serem visíveis, não conseguia distinguir se era efeito de um novo abuso sexual ou apenas consequência do abuso sofrido quando criança.**

(18) Além das dúvidas alimentadas pelo conjunto dos elementos de convicção, examinadas, cumpre ressaltar que a **única prova concreta** que incrimina o réu é a **palavra da vítima**. Os depoimentos da tia... e das psicólogas, repise-se limitam-se a fazer referência ao que lhes narrou a **suposta ofendida**. **Não se desconhece que a palavra da vítima em crimes sexuais assume especial relevo. No entanto, somente as declarações da suposta ofendida confrontada pela negativa do acusado e sem apoio de outras provas incriminadoras concretas e idôneas, não imprimem a certeza moral necessária para a condenação.**

(19) Posto isso, julgo improcedente a denúncia para **ABSOLVER** o réu... da imputação que lhe pesa, por insuficiência de provas, com fulcro no art.386, VII, do Código de Processo Penal.

Se, de fato, não há testemunhas, então, não há prova transparente; se não há prova, “não há crime” ou, pelo menos, impera a dúvida sobre o ocorrido neste caso. De fato, “o atentado violento ao pudor”, como eram denominados os atos libidinosos até 2009, com a Lei 12.015/09, raramente deixa marcas visíveis; são agressões difíceis de provar. Essa FD jurídica mostra que, mesmo sendo reconhecida como vítima, é preciso apresentar uma materialidade comprobatória do crime de estupro ou outros atos diversos da conjunção carnal. Porém a vítima não pode obter provas de uma agressão com sexo oral. Destaco que o juiz está numa situação em que pode condenar alguém sem provas

materiais que embasem a condenação; o que o juiz possui é a palavra de uma adolescente de 16 anos, talvez por isso, a vítima seja vista como a “suposta ofendida”, na SD18, ou seja, não há certeza da “ofensa” e essa compreensão da FD jurídica vai se tecendo ao longo do discurso do juiz.

Deve-se notar que, com essa idade, no Brasil, as jovens não são tidas como vulneráveis. Muitos brasileiros, aliás, acreditam que toda adolescente de 16 anos já teria tido experiências sexuais, visto que há uma forte erotização do corpo na nossa cultura. Conforme Del Priore (2012), algumas meninas até se casavam aos doze anos. Permanece a crença de que as meninas acima de doze anos já não são inocentes. Mas uma pesquisa de 2012, período anterior à geração de dados, mostrou que 18,3 % das meninas perdem a virgindade entre 13 e 15 anos; entre os meninos, o número sobe para 40%⁷. Apenas um quinto das meninas se encaixa no discurso, o que mostra o engano de que as mulheres brasileiras iniciam a vida sexual precocemente.

Na linha argumentativa da hipótese, ao tratar de uma “suposta vítima”, trata-se de uma “suposta violência sexual” ou de um “suposto crime” e, mais uma vez, o adjetivo indica a não certeza de que o crime foi cometido contra a adolescente. É uma estratégia discursiva que coloca a ação e a vítima em suspeição. O juiz ainda argumenta por que, para ele, a história não é inverossímil, mas pesa não haver provas suficientes que a

⁷ Informação disponível em: <<http://www.correiouberlandia.com.br/cidade-e-regiao/sexualidade-precoce-atinge-287-dos-adolescentes-de-13-a-15-anos/>>. Acesso em: 21 mar. 2017.

corroborem. Conforme a SD12, “**As declarações da vítima, ainda que não se mostrem inverossímeis, não alimentam a certeza necessária para ensejar um decreto condenatório, diante do conjunto probatório produzido e das próprias circunstâncias em que o suposto crime veio à tona**”.

As designações de mulher mostram as marcas ideológicas no itens lexicais utilizados, como ‘ofendida’, vítima, jovem e neta. O juiz mostra um sempre-já-aí no modo de designar a vítima como ‘ofendida’, termo de uso comum nos casos de crimes contra a honra, como já foi intitulado esse tipo de crime. E, mesmo entendendo o valor especial que a voz da vítima possui, conforme a lei, os sujeitos da FD jurídica não desabonam a necessidade de provas materiais, sempre, mesmo que pareça esdrúxula a possibilidade de coleta de provas (visto que a vítima não tem como parar o ato para convidar alguém para testemunhar ou que ela colete líquidos seminais ejaculados no caso de sexo oral). Desta forma, parece que a FD jurídica desconhece o *modus operandi* dos casos de estupro.

Adesinência modo-temporal de pretérito perfeito do indicativo está presente na maior parte do R2, como em “permaneceu”, “sofreu” e “narrou”. São ações decorrentes da situação denunciada, supondo que aconteceram uma única vez, de forma pontual. Quanto a “mente” e “sofre”, conjugados no presente do indicativo, são ações que se repetem. Os efeitos de sentido sobre a mentira e os transtornos psicológicos que a denunciante sofre contribuem para descrever no seu depoimento, concebendo-a como volúvel e instável.

"Vem desenvolvendo quadro de depressão", na SD16, indicia que a doença ocorre há algum tempo, isto é, desde a agressão que sofreu até o momento presente, o que significa que a depressão pode não ser consequência da última ocorrência. Inclusive, o laudo da psicóloga é desacreditado pelo juiz: **"o relatório psicológico de fls... não comprova, a contento, a existência do crime em apreço.** As conclusões da psicóloga... não foram fundamentadas de forma consistente". O fato é que uma análise psicológica dificilmente conseguirá comprovar se uma depressão foi causada pelo estupro A ou estupro B.

O processo 2 traz para a ordem do dia uma memória discursiva semelhante com o que acontecia em séculos anteriores, em que a palavra da vítima não era ouvida e, se era, não tinha o mesmo valor que a do acusado; ou ainda, se era ouvida, mas, sem provas, não se podia criminalizar: isso em caso de estupro (conjunção carnal). Os casos sem conjunção carnal não eram relatados, pois atos libidinosos, como passar a mão e praticar sexo oral, não eram crimes, sendo apenas recriminados pelos costumes morais religiosos. Nos tempos atuais, são crime, mas Vigarello (1998, p. 44) aborda as dificuldades que se apresentavam em caso de estupro, no qual "o ato pode ocorrer sem testemunhas, a queixa ser imprecisa, as 'provas' precárias, como o exame das partes genitais, ou a procura de eventuais vestígios"; estas são as dificuldades também enfrentadas atualmente. Para Bourdieu (2016, p. 52-53), "as mulheres, façam o que fizerem, estão, assim,

condenadas a dar provas de sua malignidade e a justificar em troca as proibições e o preconceito que lhes atribui uma essência maléfica".

Há desequilíbrios nesse processo, pois, se a palavra da vítima é uma prova e em casos de estupro e atentado violento ao pudor "a palavra da vítima tem especial valor" (cf. CP), neste caso, não há testemunhas do fato ou elementos materiais (como laudos, atestados psicológicos, etc.), de forma que a palavra somente tem valor, quando respaldada por provas; assim, ela não consegue a punição do réu: "Há uma única condição nesse caso, para esse direito criminal antigo: a reputação sem mancha da vítima (fama), 'sua honestidade de vida e de costumes'" (VIGARELLO, 1998, p. 45). Há ainda hoje a necessidade de provas, mesmo que a legislação afirme a importância da palavra da vítima. Quanto aos crimes sem testemunhos, como na maioria dos estupros, quase não há punições. No caso dessa vítima, ela tem o que pode ser visto como "fama", isto é: a avó a vê como mentirosa e há um histórico de depressão relatado.

Como citado, o artigo 213 do Código Penal penalizava a conduta de "constranger mulher, mediante violência ou grave ameaça, à conjunção carnal", impondo ao infrator a pena de 6 a 10 anos de reclusão. Já, com o advento da Lei nº 12.015/2009, o artigo 213 passou a ter a seguinte redação: "Constranger alguém, mediante violência ou grave ameaça, a ter conjunção carnal ou a praticar ou permitir que com ele se pratique outro ato libidinoso". A sanção imposta na nova redação passou a ser de 6 a 10 anos

de reclusão para a conduta tipificada no Caput; 8 a 12 anos de reclusão, prevista no parágrafo primeiro, aplicável nas hipóteses em que a vítima for maior de 14 anos e menor de 18 anos de idade.

Esta lei é melhor descrita na redação do Código Penal⁸, conforme decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, ainda em vigor, com pequenas reformas. Com a Lei 12.015, de 2009, ele passou a ser: Art. 213. “Constranger alguém, mediante violência ou grave ameaça, a ter conjunção carnal ou a praticar ou permitir que com ele se pratique outro ato libidinoso: Pena - reclusão, de 6 (seis) a 10 (dez) anos”.

Na nova redação da Lei, optou-se por enquadrar no artigo do ‘estupro’ as duas situações: quando o agente constranger alguém (homem ou mulher), mediante violência ou grave ameaça a ter conjunção carnal ou a praticar com ele ou permitir que se pratique outro ato libidinoso⁹. É preciso notar que, com isso, a legislação avançou na questão da igualdade de tratamento, mas

8 Código Penal (já citado), disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/Del2848.htm>. Acesso em: 30 ago. 2016.

9 **Outro ato libidinoso** é qualquer ato **diverso da conjunção carnal** (da cópula do pênis na vagina). Além da cópula vaginal (pênis na vagina), **podem ser considerados atos libidinosos** (ou seja, são questionáveis), todos os atos que implicam contato da boca com o pênis, com a vagina, com os seios ou com o ânus, os que implicam manipulação erótica (por mãos ou dedos) destes mesmos órgãos pelo respectivo parceiro, os que implicam introdução do pênis no ânus ou o contato do pênis com os seios e os que implicam masturbação mútua. Beijos na boca, mesmo de língua, ou carícias leves, não são atos libidinosos. Carícias mais fortes serão libidinosas apenas se implicarem qualquer dos atos acima descritos. Mas “realizando uma análise do crime de estupro, denota-se que a finalidade do legislador ao criar o referido tipo penal foi punir, com severidade, aquele que constrange a vítima a praticar com ele atos libidinosos. Entretanto, dentro da ética da razoabilidade, não é qualquer ato libidinoso de cunho sexual diverso da conjunção carnal que é suficiente para ensejar a configuração do delito. É necessário que causem verdadeira repulsa na sociedade para que mereçam tal repressão. Os demais atos, ainda que de cunho sexual, desde que não firam a dignidade sexual da vítima, estariam descartados, a princípio, deste enquadramento”. Conforme artigo disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/49529/o-princípio-da-proporcionalidade-o-conceito-de-ato-libidino-so-no-crime-de-estupro-e-a-criação-de-um-tipo-penal-intermediário>>. Acesso em: 09 mar. 2017.

retroagiu, porque antes se somavam as penas de dois artigos e a reclusão chegava a quase vinte anos nos casos de menores de idade, por exemplo. A lei que parece ter se tornado mais severa, quando transforma o atentado violento ao pudor em estupro, de fato, beneficia o réu. Além disso, há a redução de pena em casos decorrentes de bom comportamento, horas de trabalho, horas de leitura, etc. O aspecto inovador é a isonomia do atentado violento ao pudor (que era o estupro masculino, o sexo anal) e a conjunção carnal (sexo vaginal) em estupro. O interessante é que somente a relação vaginal era “conjunção carnal”; o sexo anal praticado com o masculino (e, às vezes, o feminino) não é considerado conjunção carnal.

O juiz é o sujeito autorizado a dizer quem é o réu e quem é a vítima e o promotor está autorizado a representar a vítima na condenação, isto é, fala pela vítima e acusa o réu, enquanto o advogado responde pelo réu. Há, pois, uma dominância simbólica que autoriza os ditos jurídicos e que respalda a “escolha” discursiva, hábito denominado como *habitus* por Bourdieu (1998). Mesmo com as mudanças nas posturas sociais e na legislação acerca da questão de gênero, o olhar subjetivo dos agentes ainda sobressai nos julgamentos; o que importa é quem é a mulher e quem é o homem. Considerando que se observa que ela é adolescente, é vitimada pela segunda vez e sofre de depressão, o que está em jogo novamente é a condição de mulher.

3 APONTAMENTOS FINAIS: ENTRETECENDO OS FIOS DOS DISCURSOS

Nesses dois casos, houve denúncia, apreciação e julgamento e seguiram-se os trâmites prescritos para esses crimes (embora tenha havido uma condenação e uma absolvição). Esses processos foram raridades, pois esse tipo de violência costuma ser subnotificado. O comum é nem haver denúncia e se, por acaso, houver, não a levar adiante, dado que a prática de estupro é cotidiana e está na ordem do dia, mesmo que não se queira dar ouvidos e que se atribua o assunto às “feministas vermelhas”. O fato é que

Heróis nacionais estupraram índias e negras nas ruas e nos matos, mas também o fizeram em suas casas com as mulheres brancas. Autoridades viola(r)am mulheres presas. Colegas de trabalho e Faculdade estupram suas amigas. Os estupros não são obra de desconhecidos, não raro. Nos bordéis, nas cadeias, nos estacionamentos, nas casas e nos leitos maritais esses corpos femininos foram e são colocados como o objeto do desejo e do ódio (SÁ, 2016, SP).

Os estupros não são obra de desconhecidos nesses casos e na maioria dos relatos de mulheres no Brasil. As práticas de análise da vítima também não; elas são respaldadas em comportamentos, em moral familiar, em posição social e em quem é a vítima e quem é o réu. Porém, o foco das perguntas

está sempre na vítima, o que não acontece, por exemplo, quando objetos são roubados ou uma casa é arrombada.

Em casos de estupro, especificamente, o juiz faz questão de destacar ao final: "a vítima em nada contribuiu para o delito" - mesmo que a proposição seja um jargão jurídico, por vezes repetido, afirmação que gera o efeito de sentido de que ela poderia ter feito algo que justificasse a ação do estuprador. O discurso que engendra a culpa como sendo de quem é vítima é resultado do processo de instituição imaginária que a sociedade produz, exigindo os comportamentos previstos para a mulher e para o homem. Tanto um como outro estão presos na teia discursiva que não lhes deixa perceber a ideologia que cerca as suas práticas. Assim, o sujeito submetido a uma FD religiosa, política ou jurídica emerge sempre e tão logo um novo caso se torna midiático e as pessoas vêm a público expressar aquela que pensam ser "sua" opinião.

A questão é por que é necessário analisar a vítima (ou mesmo o réu) e por que o discurso jurídico não se prende ao crime. Uma interpretação possível pela leitura e análise dos processos que li, é que há problemas no sistema: os exames de corpo de delito são falhos, normalmente inconclusivos, e raramente é feita a coleta de sêmen e exames de DNA; não há uma investigação profunda que busque as provas do ocorrido no local do crime (há mais preocupação com os homicídios); há boletins de ocorrência escritos à mão que geram incompreensões e evanescem; o longo

tempo para as oitivas contribui para o esquecimento de detalhes, tanto pela vítima quanto pelas testemunhas, ou por questões da própria memória, que falha ou que deseja falhar e esquecer, como é o caso das vítimas. Diante do exposto, e das CPs dos processos, o trabalho de investigação e coleta de provas, quando ocorre, possui falhas que podem ser da própria natureza do crime (um ato sexual de natureza íntima) ou da falta de preparação técnica ou de equipamentos obsoletos, devido ao atraso tecnológico das secretarias de segurança pública, bem como das posições ideológicas dos sujeitos da segurança pública e do judiciário. A interpelação ideológica faz ver o criminoso como a escória; não há interesse em analisá-lo para encontrar as causas; o seu comportamento é visto como falta de caráter; verifica-se se, no passado, foi violentado também ou se agiu pelo simples prazer da violência; as causas sociais e psíquicas envolvidas nas práticas de violência não são levantadas. Lança-se um olhar de avaliação sobre a vítima e, sobre o acusado, apenas é informado se é trabalhador, casado com filhos e se tem ficha criminal (se não tem, é honesto).

Em nenhum dos dois casos foi esse o *modus operandi*. Na maioria dos casos, não há a presença de armas. Os agressores são conhecidos e com proximidade afetiva; por consequência, têm vantagens para a abordagem. A coerção empregada na ação de estupro parece mais psicológica que física; é um exercício de poder e de dominação. Afirma Bourdieu (2016) que, entre homens e mulheres, há “uma relação de dominação, as práticas

e as representações dos dois sexos não são, de maneira alguma, simétricas. [...] ato sexual em si é concebido pelos homens como uma forma de dominação, de apropriação, de ‘posse’”. (BOURDIEU, 2016, p. 36-37, grifos do autor). O estupro não ocorre apenas por prazer, mas também pelo prazer de dominação e de poder coagir e dominar, sendo as mulheres as mais sujeitas, em face da sua condição de mulher e de todos os estereótipos que carrega.

Não se julga o crime, mas a pessoa. Henry (2013)¹⁰ reitera que “os indivíduos, os sujeitos, não são iguais, não são equivalentes, contrariamente, apesar do princípio jurídico. Eles o são de direito mas isso é tudo, não de fato”. O fato de a denominação ser outra não mudou a forma de olhar para a mulher vítima. No século XXI, a expressão ‘mulher honesta’ não consta mais do Código Penal, porém se analisa a honestidade da vítima e se é idônea, ou seja, usa-se um sinônimo para manter o sentido do que fixava anteriormente a qualificação e a tipificação da vítima, ou seja, permanecem os costumes.

REFERÊNCIAS

BRASIL, Senado. **Código Filipino**: <http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/242733>. Acesso em: 10 fev. 2015.

BRASIL, Senado. **Código Penal**: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/DeL2848.htm>. Acesso em: 30 ago. 2016.

¹⁰ Entrevista disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/ju/587/o-discurso-nao-funciona-de-modo-isolado>. Acesso em: 15 set. 2016.

BOURDIEU. **Economia das trocas linguísticas:** o que falar quer dizer. Trad. Sérgio Miceli *et al.* 2. ed. São Paulo: Edusp, 1998.

_____. **A dominação masculina:** a condição feminina e a violência simbólica. Trad. Maria Helena Kuhner. 3. ed. Rio de Janeiro: Bestbolso, 2016.

CORREIO DE UBERLÂNDIA. Sexualidade Precoce: <<http://www.correiodeuberlandia.com.br/cidade-e-regiao/sexualidade-precoce-atinge-287-dos-adolescentes-de-13-a-15-anos/>>. Acesso em: 21 mar. 2017.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso.** Trad. L.F.A. Sampaio, São Paulo: 14 ed, Edições Loyola, 2006.

HENRY, P. O discurso não funciona de modo isolado. Entrevista disponível em: <http://www.unicamp.br/unicamp/ju/587/o-discurso-nao-funciona-de-modo-isolado>. Acesso em: 15 set. 2016.

ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso:** Princípios e procedimentos. São Paulo: Pontes. 2005.

_____. **A linguagem e seu funcionamento:** as formas do discurso. 4. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2006.

PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, F.; HAK, T. **Por uma análise automática do discurso:** uma introdução à obra de Michel Pêcheux; Trad. Bethânia Mariani *et. al.* Campinas, SP: 4. ed. Editora da UNICAMP, 2010 [1983].

SÁ, P. P. O que será que ela fez para ser estuprada? Nasceu mulher! In: **Empório do Direito.** Jornal on-line, 27/05/2016, s.p. Disponível em: <<http://emporiiododireito.com.br/tag/priscilla-placha-sa/>>. Acesso em: 5 abr. 2017.

TARINI, A. M. F. L. **As condições de produção dos discursos de identidade: um estudo sobre os jovens militantes do MST.** Cascavel/PR, 2007, 199f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de pós-graduação em Letras, Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=104990>. Acesso em: 20 fev. 2016.

VIGARELLO, G. **História do estupro:** violência sexual nos séculos XVI-XX. Trad. Lucy Magalhães. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 1998.

autores

ana paula picagevicz e
alexandre sebastião ferrari soares

**“você seria tão
bonita, se fosse
magra”:** os múltiplos
sentidos no discurso
da superação da
obesidade

capítulo 4

“VOCÊ SERIA TÃO BONITA, SE FOSSE MAGRA”: OS MÚLTIPLOS SENTIDOS NO DISCURSO DA SUPERAÇÃO DA OBESIDADE

1 INTRODUÇÃO

Falar de beleza no contexto atual é despertar sentimentos e inspirar atitudes que seguem da adoração à ousadia frente à determinação conceitual e material para desfrutá-la ou produzi-la. Vinícius de Moraes já dizia “As muito feias que me perdoem. Mas beleza é fundamental” (MORAES, 1992, p. 227-228), traduzindo de maneira poética um ideal que permeia a vida, principalmente das mulheres, ligando-a a um padrão associado ao papel desempenhado na sociedade. A concepção de beleza é uma “obrigação” ligada ao feminino.

No âmbito da beleza corporal, afirma Novaes (2013) que uma imagem vale mais que mil palavras, uma vez que

Em uma cultura, com cada vez mais telas e menos páginas, as imagens passam a constituir, por si só, a realidade, em vez de retratá-la, reproduzi-la e representá-la. **A imagem toma lugar do sujeito, e, sem perspectiva de si mesmo, não há identidade possível, ele torna-se estrangeiro em seu próprio corpo, alienado em si mesmo, pois existe somente como imagem** (NOVAES, 2013, p. 59, grifos nossos).

É na aparência que o sujeito se diferencia e se destaca dos demais. A aparência se revela a vitrine de sua evidência. É, portanto, essa previsão que se encontra dominada pela ditadura e pelo culto da aparência e da beleza. Além disso, entra em cena a lógica social do consumo, que funciona como “equalizador das diferenças, caracterizando, assim a sociedade contemporânea” (NOVAES, 2013, p. 59). Há uma homogeneização e uma globalização tanto dos objetos quanto dos homens, que, nesse processo, resultam em meros produtos.

Para entender a relação dos indivíduos com o corpo e o interesse por buscar moldá-lo, pode-se pensar nas seguintes instâncias sociais: a Mídia (comunicação de massa) e a Indústria (de bens e produtos, da saúde, da boa forma, da beleza, do bem-estar, da felicidade). A mídia referida é a televisiva (imagens, sons, textos) e a escrita (jornais, revistas, *Internet*, imagens e texto), que atendem a diferentes demandas do comportamento do sujeito e que transcendem o território nacional. A mídia, no que lhe concerne, apresenta papel destacado nessa construção, porque contribui significando efeitos, por meio da constituição de legitimidade e de veracidade. Já a indústria cultural envolve “necessidades”

apresentadas pelo mercado de produtos dos mais variados tipos (cosméticos, higiene, alimentício, etc.), assim como serviços de academias e clínicas de cirurgias plásticas, que afirmam que cuidar do corpo é indispensável. Desse cenário, resulta o crescimento de áreas profissionais ligadas à estética corporal, que abrange cursos técnicos, ensino superior e especializações. Nutricionistas, esteticistas, *personal trainers*, dermatologistas, massagistas, *personal stylist* e terapeutas corporais formam um conjunto de especialistas em embelezamento e manutenção corporal.

Com este artigo, busca-se verificar os sentidos produzidos e veiculados pelo jornalismo *on-line* sobre os indivíduos e sobre a sua relação com o corpo, a fim de moldá-los e fazê-los se aproximar ao máximo dos padrões de beleza destacados na sociedade. Esta pesquisa, focando a prática discursiva jornalística, busca compreender a valorização do corpo magro no cenário atual e os investimentos para a perda dos “quilinhos” a mais, dado que o sujeito constrói o seu “próprio” corpo a partir de condições socialmente dadas e de discursos veiculados nos meios de comunicação. Estas questões permitem mostrar o funcionamento ideológico dos sentidos sobre o corpo, a beleza, a saúde e o bem-estar intervindo sobre o sujeito que busca a felicidade plena. Esse efeito de homogeneização permite observar, ainda, os efeitos sobre os que dispõem dos atributos considerados quanto à beleza e os que não desfrutam de tais “benefícios”.

2 BREVES CONSIDERAÇÕES SOBRE O CORPO EM ANÁLISE DO DISCURSO

Ao estudar o corpo, na ótica da AD, comprehende-se que não se pode tratar de apenas um dos conceitos da teoria sem que se agregue outros no movimento teórico-analítico. Para esta pesquisa, utilizaram-se os conceitos de Sujeito, Formação Ideológica, Formações Discursivas e Condições de Produção, sendo os dois últimos, foco nas análises apresentadas.

Assim sendo, ao refletir sobre a superação da obesidade em notícias produzidas e veiculadas pelo Portal *G1*, consideraram-se os aspectos históricos que produziram, ao longo do tempo e em diferentes conjunturas, efeitos de sentido sobre o corpo gordo/magro. As transformações do corpo noticiadas representam ideais de beleza concebidos pela sociedade no percurso de cada período mediante as referências culturais que cruzam o sujeito e a sociedade e se refletem no discurso jornalístico. Dito de outro modo: essas referências são captadas pelas mídias em geral, ressignificadas e restituídas para a sociedade.

Pensar a historicidade a qual se encontra atado e refletir sobre os sentidos construídos sobre o corpo implicam adentrar num emaranhado de acontecimentos que permitem observar imagens ambíguas, que ora despertam aversão e inquietude, ora bem-estar e beleza, dependendo da época e da cultura observada. Em consonância com o posto, na AD, o corpo, quando

pensado enquanto linguagem, não tem apenas *status* de forma de expressão, mas é resultado das relações político-histórico-simbólicas. Isso, de acordo com Orlandi (2012), ocorre

Porque o corpo não escapa à determinação histórica, nem à interpelação ideológica do sujeito. O corpo não é infenso à ideologia. Por isso pode ser tão afetado como o é, em nossa sociedade de consumo, de mercado, de tecnologia. **Ele funciona estruturado pelos modos de produção da vida material que condicionam o conjunto dos processos da vida social e política** (ORLANDI, 2012, p. 95, grifos nossos).

Dessa forma, tornando-se um artefato cultural, o corpo é assujeitado a partir de crenças e ideais estabelecidos. Nas palavras de Ferreira (2015, p. 22), o corpo como objeto teórico e categoria de análise é “determinado por novas formas de assujeitamento e, portanto, associado à noção de ideologia”, fatos verificados nas notícias veiculados pelo *G1*. A autora ressalta que “mais do que um objeto teórico, o corpo comparece como um dispositivo de visualização, como modo de ver o sujeito, suas condições de produção, sua historicidade e a cultura constituinte” (FERREIRA, 2015, p. 22). Dessa maneira, ele é um texto que permite perceber a sociedade a partir das pedagogias que o regem, mostrando que decorrem do tempo questões quanto à forma e à eficácia e ao funcionamento do corpo também mudam.

Observa-se, ainda, que a busca por modificações do corpo sempre esteve presente nas civilizações. Existe uma lista de questões que se pode relacionar com tais modificações, que,

por sua vez, estão ligadas aos limites, sonhos e desejos de cada sujeito e é referente a dado período da sociedade, o que revela o constante (re)descobrimento do corpo. Desde a antiguidade até a atualidade, artistas, pintores, poetas, filósofos, médicos e antropólogos, entre outros, tratam do corpo gordo/magro sob diferentes perspectivas, destacando que o corpo é um referente imaginário, produzido em determinadas CPs. Enquanto para uns o corpo mais “cheiinho” e com curvas maiores é apreciado, para outros, representa preocupação, doença, feiura, preguiça, má vontade etc. Conforme aponta Sant’Anna (2000),

Da ornamentação e das tatuagens utilizadas no Neolítico, à cosmética e às cirurgias estéticas dos nossos dias, **as metamorfoses corporais provocadas pelo ser humano serviram aos mais diferentes fins: para embelezar e fortalecer o corpo, para marcar um estatuto social e modos de pertencimento ou exclusão em relação ao mundo natural, sobrenatural e social, como maneira de se auto-superar** (SANT’ANNA, 2000, p. 50, grifos nossos).

Essas transformações não dizem respeito apenas a um período, pois cada um apresenta seus ideais estéticos, problematizando a definição/conceito de um corpo gordo/magro, o que resulta em transformações ao longo dos séculos, ou seja, o corpo não pode ser desvinculado do sentido produzido pela sociedade. Ao contrário disso, Orlandi (2012, p. 95) afirma que “o corpo do sujeito está atado ao corpo social”. Consequentemente, não é possível afirmar que exista um imaginário cultural sobre o

corpo ideal, pois o imaginário se revela de acordo com o contexto sócio-histórico no qual ele está inserido.

Seguindo essa lógica, a construção da vida moderna que, sobretudo, motiva outras maneiras de expressão e organiza a realidade social com outra base, demonstra que o estereótipo corporal é guiado também por essa “nova” realidade. Assim, a atual busca pela beleza corporal é atrelada ao investimento do mercado e dos objetos oferecidos por ele, com a mercantilização da vida reduzindo tudo, inclusive o corpo, à mera mercadoria.

Ombreado adentra também a relação dos sujeitos com seus corpos, ou seja, a estética ligada ao mercado faz com que o corpo se torne um objeto entre tantos outros. Isso, de acordo com Sant’Anna (2014), é um agravante, “dentro do qual todos os desejos e quilos de um corpo precisam ser úteis e, principalmente, devem existir como investimento lucrativo”. O corpo, na sociedade contemporânea, como observa Sant’Anna (2000), desperta prazeres e uma busca desenfreada pela estética perfeita como forma de autorrealização e bem-estar pessoal. Esse processo é pregado incessantemente através da legitimidade do discurso médico e dos discursos sobre saúde e beleza, que instigam o consumo de bens e de produtos que direcionam um corpo saudável, sem “curvinhas” a mais, forte, ou seja, “em dia” com a boa forma.

Observa-se a partir do exposto que a obesidade, ícone de distinção social como foi em alguns períodos históricos, vista como

sinônimo de riqueza ou poder, hoje perdeu seu *status* em função do que é “qualidade” de vida, “saúde” e corpo “leve”. Segundo Vigarello (2012, p. 9), “o gordo, porém, nem sempre foi tão estigmatizado”. Para ele,

O desenvolvimento das sociedades ocidentais promove o afinamento do corpo, a vigilância mais cerrada da silhueta, a rejeição do peso de maneira mais alarmada. **O que transforma o registro da gordura, denegrindo-a, aumentando o seu descrédito e privilegiando insensivelmente a leveza. A amplitude de volume afasta-se cada vez mais do refinamento, enquanto a beleza se aproxima mais e mais do que é magro, esguio** (VIGARELLO, 2012, p.10-11, grifos nossos).

Percebe-se, então, que o corpo é uma construção que se dá pelo discurso e no discurso, concebido como objeto simbólico pelo qual operam as imposições da história e da cultura. O sujeito a/de linguagem é atravessado por uma FD dominante, nesse caso, a da estigmatização do corpo gordo e a exaltação do corpo magro, que rege as instituições de maneira política: corpos diferentes são ora aceitos, ora excluídos, dependendo da posição-sujeito. Refletir sobre o corpo acarreta envolver o sujeito “em seu aspecto inconsciente e ideológico, com a devida mediação da linguagem” (FERREIRA, 2015, p.13).

Dessa forma, na ótica da AD, não há corpo que não esteja cercado de sentidos constituídos através das práticas históricas e sociais. Dito de outro modo, os sujeitos se relacionam com seus corpos já atravessados por uma memória e pelo discurso social

que o significam e “se deslocam na sociedade e na história: corpos segregados, corpos legítimos, corpos tatuados. Corpos integrados. Corpos fora de lugar” (ORLANDI, 2012, p.87).

3 “VOCÊ SERIA UMA GAROTA MUITO BONITA SE FOSSE MAGRA”

De acordo com Sant’Anna (2000), o gosto por modificar o corpo sempre esteve presente nas diversas civilizações, seja para embelezar ou fortalecer o corpo, ou para marcar *status social* e modos de pertencimento ou de exclusão a um determinado grupo social, como forma de autossuperação”. Essa valorização se deu cada vez de forma mais ampla e o corpo que, durante séculos foi considerado “o espelho da alma”, agora é invocado a ocupar seu lugar, porém sob “a condição de se converter totalmente em boa forma” (SANT’ANNA, 2001, p. 108).

As Condições de Produção (doravante, CPs) dos discursos sobre saúde, beleza e bem-estar na atualidade fizeram com que os olhares se voltassem cada vez mais para o corpo. São diferenças reveladas pelas mudanças sociais, impondo, hoje, que cuidar do corpo é indispensável. O que de fato acontece é uma submissão velada do corpo ao poder; acredita-se na busca desejável por um padrão e pela beleza, quando ela é uma busca obrigatória (NOVAES, 2013), criando a ilusão de controle do sujeito sobre o corpo. Souza (2004, p. 181), afirma que “há uma necessidade de organizar as

naturezas corporais, em definir padrões, classificações, excluindo as formas ‘estranhas’, numa tentativa de naturalizar as formas aceitáveis segundo um discurso gestado no seio da sociedade de cada época”.

O Portal *G1* lança, a partir de 2011, notícias sobre a superação da obesidade, relatando o percurso pelo qual homens e mulheres atravessam para alcançar o tão desejado corpo da moda: regimes e dietas, acompanhamento médico e/ou nutricional, prática de atividades físicas, cirurgias, medicamentos etc. As notícias seguem um roteiro: primeiro relatam os problemas vivenciados: preconceito, dificuldade de comprar roupas, problemas na vida afetiva e no mercado de trabalho, solidão, tristeza, falta de representatividade, dores nas mais diversas partes do corpo, dificuldade de respirar e doenças relacionadas ao excesso de peso - algumas até com dificuldade de diagnóstico; depois, as motivações e as práticas escolhidas para emagrecer; e, finalmente, os resultados positivos obtidos com o emagrecimento. É uma equação linguística¹ cuja fórmula se dá da seguinte forma: corpo gordo = solidão; corpo gordo = tristeza; corpo gordo = falta de representatividade; corpo gordo = dores; corpo gordo = feio. Por outro lado, corpo magro = felicidade plena; corpo magro = belo; corpo magro = sucesso imediato; corpo magro = solução de todos os problemas, sejam pessoais, sociais, amorosos ou laboral.

¹ Equação linguística: conforme Soares (2006, p. 64) é um termo apresentado por Mariani (1998, p. 18) “para designar a equivalência de sentidos entre duas ou mais expressões produzidas e recorrentes no interior de uma Formação Discursiva a partir de certas condições de produção de sentidos”.

Objetiva-se analisar nesse estudo os corpos considerados fora dos padrões, isto é, o corpo gordo que, com o surgimento de várias práticas corporais e técnicas em favor da modelagem física, é evidenciado como um problema de má aparência. Atualmente, a obesidade assume o lugar do “diferente”; tornando-se categoria de exclusão carregada de estereótipos depreciativos. A forma como a gordura se constitui no imaginário social atribui aos gordos e obesos a responsabilidade por sua condição, considerados descontrolados, visto que não conseguem encaixar-se no padrão por “incapacidade”:

A gordura figura entre os piores tipos de desleixo com o corpo, sendo concebidos como transgressão moral, traduzindo um modo inadequado de relacionamento com o corpo, o qual estão excluídos os exercícios físicos regulares, esforço, disciplina, persistência, obstinação e autoestima (NOVAES, 2013, p. 29, grifos nossos).

A partir das SDs, objetiva-se observar como o corpo gordo é discursivizado de forma negativa, ao contrário do corpo magro, que é exaltado, não só pela mídia, mas também pelo discurso médico e pela moda. O corpo gordo é estigmatizado, marca essa que se reflete na dificuldade no mercado de trabalho, pela acessibilidade reduzida nas cidades (catracas de ônibus, assentos, etc.), pela solidão em relacionamentos, pela falta de representatividade na mídia, dentre outras questões que afetam os sujeitos, que sofrem exclusão e preconceito, uma vez que o corpo é objetificado e padronizado em torno de uma ideologia dominante de mercado

e de consumo, que busca moldar o corpo feminino e o masculino às suas concepções de beleza. Para a mulher, a beleza sempre foi um requisito. No cenário masculino, essa realidade é algo atual, conforme já destacado. Novaes (2013) diz que o aval da sociedade quanto a aparência masculina é menos rigorosa, pois a preocupação dessa parcela da população é mais sutil.

O contrário ocorre no universo feminino, no qual a boa aparência está ligada a conquistas subjetivas e tem funções que prevalecem ainda no campo da felicidade amorosa, familiar e sexual. De acordo com as autoras referidas, no âmbito feminino, não basta ser profissionalmente competente, mãe e esposa dedicada: “é preciso estar enxuta para que cada um desses papéis seja mais valorizado socialmente” (NOVAES; VILHENA, 2003, p. 30).

Busca-se também, refletir sobre a tríade saúde/beleza/bem-estar adotada nos discursos, observando-se principalmente de que maneira o discurso sobre a saúde é “empoderado” pela mídia para “incitar” o consumo, fazendo com que sujeitos se inscrevam na ideologia dominante, a do padrão do corpo magro, uma vez que tudo o que resulta dela afeta os sujeitos. Considerada como uma instituição social, a mídia funciona, portanto, como guia para os sujeitos, domando, domesticando e vigiando. Novaes (2013, p. 100) aponta que “os imperativos estéticos são (...) produzidos e reforçados por expectativas socialmente instituídas e historicamente datadas”, sendo possível afirmar que o olhar do Outro contribui para uma avaliação depreciativa em relação à

imagem que o sujeito constrói sobre seu corpo e sobre si.

SD 1 **'Eu me sentia um monstro e agora me sinto cada dia melhor. Já emagreci 50 kg. Estou ótima e me sentindo uma princesa.** As pessoas podem até me olhar e falar que estou gorda, mas não me vejo assim. Eu sei como eu estava, como eu era, o que eu passei' (G1, "jovem perde 56 kg e volta a passar em roleta de ônibus: 'perdi o trauma'", 09/05/2012, grifos nossos).

Cada ideologia define os padrões de corpo ideal. Os sujeitos, por sua vez, mantêm um registro do referencial quanto à aparência, que pode variar de acordo com a apresentação do corpo na sociedade. Assim, o diferente, o que foge aos padrões estabelecidos no imaginário social, causa a rejeição. Vigarello (2012, p. 262) lembra que, nesse cenário, "o gordo é feio, mesmo antes de ser guloso, abusivo, excessivo". O autor assegura ainda que a gordura após décadas deixa de ser prestigiada, passando "à categoria do monstruoso", a ser constatada sem dúvidas a partir da instauração de "normas" uniformes, quando a sociedade deixa a disparidade transparecer por meio dos meios de comunicação, transformando essas diferenças em estigmas, instigando a lipofobia como um sintoma social. É nesse "horror" a gordura que muitas técnicas para a busca/manutenção do corpo são forjadas, afiançadas pelo discurso instituído nas teias culturais do corpo saudável e malhado, em forma, do *fitness* e do belo.

Na SD 1, no adjetivo 'monstro' tomado pelo sujeito, pode-se perceber que a Formação Imaginária do gordo como anomalia

demonstra a estreita ligação do imaginário entre a feiura e a gordura. A equação linguística nessa SD é a que afirma que o corpo gordo equivale a feio e desagradável. Em contraponto, no substantivo 'princesa', tem-se a Formação Imaginária que relaciona o corpo magro ao belo, o que possibilita perceber como a experiência do corpo é sempre modificada pela experiência da cultura; o corpo aparece como uma beleza concebida pelos padrões estabelecidos pela sociedade e, em contraponto à equação anterior, tem-se a equação: corpo magro = belo.

Na SD1, o discurso simboliza o atravessamento do discurso do Outro, ou seja, em concordância com Novaes (2013), se os imperativos estéticos são construídos e reforçados socialmente, a SD 1 é atravessada por uma "voz social" que estabelece que somente o corpo magro pode proporcionar ao sujeito, por exemplo, "sentir-se uma princesa", reafirmando a inadequação de ser gordo. Nessa lógica, a equação linguística gordo = feio + infelicidade aparece como uma evidência, como se ela estivesse sempre lá. Ao afirmar "eu me sentia um monstro", além de mostrar uma frustração com o próprio corpo, a depoente sinaliza a ideologia que a interpela em sujeito desejante e o ideal que circula socialmente; portanto, ela não se encontra aceita pelo julgamento social. Ela é um corpo que viola a norma e o acordo vigente no seio social. Demonstra-se como qualquer interpretação fora dessa equação sinaliza para o campo do impossível do dizer, ao menos nessas CPs.

Souza (2004) lembra que,

Consideradas certas fronteiras, cada cultura define a beleza corporal a seu próprio modo, de acordo com as determinações do grupo. **Os indivíduos mantêm um registro de referências com respeito à aparência, e as impressões que se tem do outro podem variar de acordo com a apresentação do corpo no meio social. Aquilo que parece fugir a um padrão estabelecido imaginariamente produz formas de rejeição** (SOUZA, 2004, p. 181, grifos nossos).

Se observado, na contemporaneidade, a partir da política de identidade e diferença, o diferente “deve” ser colocado fora da fronteira do considerado “normal” e “belo”; é um corpo considerado como ameaça à norma: ele come mais do que o normal e mais do que precisa.

SD 2 ‘Hoje, tenho qualidade de vida. Parei de sentir dores articulares e tenho muita disposição. **Eu me alimentava mal e porcamente**, comia coisas que não me faziam bem. Depois de 12 anos, me sinto mais saudável e disposto. Consigo fazer qualquer exercício’ (MENDES, G1, “Após pesar 110 kg e usar bengala aos 36, homem emagrece e abre loja ‘fit’”, 12/10/2015, grifos nossos).

Na SD 2 “eu me alimentava mal e porcamente”, o ato de comer é animalizado e remete à sujeira, um ato desprezível, posto que o animal ao qual se compara é o porco. A imagem do gordo, do excesso, do comer demais se liga a uma condição animal. O excesso cometido é associado à culpa, reflete o imaginário relacionado ao excesso retratado na metade da Idade Média pelo clero e contesta seu prestígio pela associação “absurda”, segundo

Vigarello (2012, p. 45), “do porco ao glutão, da lama à gordura”. A partir desse discurso, a realidade pouco a pouco se transforma e se atribui ao corpo certos cuidados, que, imperceptíveis, interferem nas relações entre sujeitos, resultando em filiações nesse ideal já engessado na sociedade.

As SDs 1 e 2 traduzem a insatisfação com o próprio corpo interiorizado, que configura o que é imposto socialmente, revelando o desprazer causado pela opressão social, que se revela mesmo quando o sujeito se encontra só diante do espelho. A maneira que o sujeito percebe, lida e sente o corpo, que é atravessado pela exigência social, reflete o processo de identificação com as formações sociais e imaginárias, pois ele, como materialização do sujeito, ocupa o lugar das formações sociais e imaginárias, retratando o seu cenário e o próprio sujeito.

O sujeito ex-obeso materializa, pela língua, a frustração, a insatisfação e a negação pelo corpo gordo. Sendo um sujeito identificado com a FD dos discursos sobre o padrão corporal ideal, ser gordo equivale a impotência, vergonha, infelicidade, etc., ou seja, temos uma equação em que ser gordo é = impotência, vergonha, infelicidade.

O sujeito é um efeito da/de linguagem, ou seja, de acordo com Orlandi (2006, p. 15), “a posição-sujeito projetada no discurso”. Isto significa que há em toda língua um mecanismo de projeção, que nos permite passar da situação-sujeito para a posição-sujeito. “No discurso”, é necessário lembrar, que o sujeito pode ocupar

várias posições². Segundo Pacífico e Romão (2005, p. 5), elas são definidas por representações imaginárias, que se dão de forma inconsciente “determinadas pela estrutura socioeconômica e, também pela ideologia, que faz parecer natural o sujeito produzir ‘seu’ discurso daquela maneira e não de outra”.

O sujeito na AD, de acordo com Pêcheux (2014), como já mencionado, corresponde a uma posição, fundada ao mesmo tempo que os sentidos, e a uma forma histórica, que na atualidade é a do capitalismo. De acordo com Payer (2005), esse sujeito contemporâneo reflete a relação mídia e mercado, na qual o sujeito se constitui como tal, pela interpelação do mercado e não mais pelo Estado. Dado o fato de a mídia ter se fortalecido na sociedade, é possível pensar nessa instituição como lugar de produção de sentido.

Pela noção de posição sujeito no discurso, torna-se possível pensar o sujeito não como uma forma de subjetividade, **mas como um “lugar” ocupado para se sujeito do que diz. A posição sujeito compreende o lugar que pode ocupar todo indivíduo para ser sujeito do que diz; trata-se de uma posição marcada sócio-historicamente** (DELLA-SILVA, 2011, p. 1579, grifos nossos).

O sujeito, nessa perspectiva, ao mesmo tempo que determina seu dizer, ao elaborá-lo, é determinado pela exterioridade, “ele é materialmente dividido desde sua constituição: ele é sujeito de e é sujeito à. Ele é sujeito à língua e à história” (ORLANDI, 2015, p. 49). É importante o lugar do qual se fala, pois, de acordo com Orlandi

2 Essas posições dizem respeito aos lugares sociais de professor, de aluno, de médico, de jornalista, etc.

(2006, p. 16), cada lugar tem sua força marcada no discurso. Isso é representado nas posições sujeito e “por isso essas posições não são neutras e se carregam do poder que as constitui em suas relações de força”.

Uma das posições sujeito que se constituem com a mídia é a de sujeito (do corpo) saudável. A saúde desse corpo vem representada na forma de um corpo magro e bem torneado, um corpo ideal. E tudo que foge desse ideal deve ser normatizado. Desse modo, não só feia, a gordura é vilã e o gordo é o culpado, pois, estando fora dos padrões de beleza, é discriminado. O gordo, como já explicitado, é entendido como doente, impossibilitado, limitado e indesejado, ou seja, é percebido como o diferente e passa a carregar um caráter pejorativo, o que relaciona o gordo ao descuido, à preguiça, ao desleixo e à falta de disciplina. O que é dito sobre o gordo (memória) resulta numa relação específica e estreita com tais características. Ser gordo é ser adjetivado como tal, em torno de uma equação que se retoma em cada SD apresentada.

Orlandi (2015) postula que a força de qualquer imagem não pode ser menosprezada na constituição do dizer:

O imaginário faz necessariamente parte do funcionamento da linguagem. Ele é eficaz. **Ele 'não brota' do nada: assenta-se no modo como as relações sociais se inscrevem na história e são regidas, em uma sociedade como a nossa**, por relações de poder (ORLANDI, 2015, p. 42, grifos nossos).

A imagem que retrata o gordo, por exemplo, não é

casual e aleatória; ela se constitui no confronto, de acordo com a referida autora, “do simbólico e do político, em processos que ligam discursos e instituições”. Orlandi (2015) lembra que, para compreender como o discurso significa, faz-se necessário atentar para as CPs nas quais é produzido: o lugar do qual fala o sujeito é constitutivo do que diz. Logo, no caso do ex-obeso, considerando que os sentidos se estabelecem de acordo com as CPs em relação à memória e à dada FD, as palavras significariam de modo diferente, se ditas do lugar de um gordo: “como nossa sociedade é constituída por relações hierarquizadas, são relações de força, sustentadas no poder desses diferentes lugares, que se fazem valer na ‘comunicação’” (ORLANDI, 2015, p. 40). Dessa forma, se as CPs atuais evidenciam que, para ser aceito, é preciso ter um corpo magro (FD dominante), outros sentidos são silenciados para o sujeito ex-obeso, prevalecendo, portanto, os aspectos negativos sobre a imagem do gordo, que é “carregada de estereótipos depreciativos, a gordura dá lugar à magreza, que é, então positivada e exaltada” (NOVAES, 2013, p. 118).

Se observada, a mídia e os efeitos por ela veiculados exercem um papel central na construção do sujeito, que é interpelado pelos discursos que buscam promover a saúde e a boa forma. A mídia cria, reforça as tendências, padrões e valores sociais relativos ao corpo e à atratividade física, que, em conjunto com a indústria, estimulam o consumo de produtos e serviços destinados à finalidade de se tornar saudável e belo. A mídia,

em conjunto com o mercado, representa um poder máximo de interpelação. Sendo extremamente poderosa, a mídia constrói e/ou reforça o imaginário coletivo, construindo um campo de produção de sentido, que, conforme representa a vida, cria realidades.

O discurso sobre o corpo (beleza) na mídia trava-se em torno de um jogo que determina o poder dizer sobre esse corpo, significando-o e re-significando-o; demarcando a forma como o corpo deve ser, comportar-se e assumir-se na sociedade. **São práticas de significação, em meio às relações de poder tomadas como verdade** (SOUZA, 2004, p. 183, itálico e parênteses da autora, grifos nossos).

De acordo com Souza (2004), esses discursos sobre o corpo, principalmente os que tratam da saúde e da boa forma, tornam-se hegemônicos e representam as formas de pensar e agir do outro. A mídia, na sua relação com o leitor, põe-se na posição de poder informar. Quanto ao leitor, por ser interpelado por essa posição, assume o lugar de quem precisa ser informado. Ao se colocar como porta-voz de saberes, a mídia sabe o que deve dizer de modo que, ao chegar ao leitor, o que é dito possa ser visto como verdade: “esse mito sustenta o trabalho do jornalista, interpelado pela objetividade dos fatos” (Souza, 2004, p. 183).

Desse modo, delegando a mídia a posição de representante do dizer, designa-se a ela poder de dizer sobre e isso é amparado em “verdade”. Funcionando com tal, a mídia legitima o seu discurso e os sujeitos, por meio da paráfrase, reproduzem essas “verdades”, apoiados na representatividade desta instituição.

De acordo com Castro (2004, p. 7), na contemporaneidade,

a "mídia e a indústria da beleza são aspectos estruturantes da prática do culto ao corpo". A mídia, dado o seu caráter onipresente e a agilidade que mantém com o espectador, atualizado quanto às novidades do mercado, cria, dita e estabelece tendências. Já a indústria da beleza é responsável por assegurar a materialidade de tais tendências e dos comportamentos, que, conforme a autora supracitada, "como todo traço comportamental e/ou simbólico no mundo contemporâneo - só poderá existir se contar como um universo de objetos e produtos consumíveis" e, por isso, não pode ser desvinculado do mercado do consumo.

A mídia, por sua vez, funciona como uma voz homogeneizadora, pois, (re)produz sentidos estabelecidos a partir de uma memória discursiva. Nos discursos e nas imagens sobre o corpo que ela veicula, observa-se a presença de um corpo padronizado e materializado em personalidades da moda (atriz, modelos, cantoras, apresentadoras de TV, etc.). Um corpo modificado por meio das várias técnicas cirúrgicas disponíveis, exercícios físicos, dietas, dentre outros funciona, também, nesses meios de comunicação com o intuito de vender uma imagem e diversos produtos e serviços. Um corpo que consome e é consumido. Um corpo capital.

SD 3 'Eu literalmente sou a borboleta que saiu do casulo, muito feliz, realizada [...] Resolvi participar do concurso para mostrar não só para mim, mas para todos que **tudo é possível** quando se tem sonhos e fé' (G1, "Após sofrer preconceito, jovem faz cirurgia e se torna miss: 'sai do casulo'", 22/10/2016, grifos nossos).

Nessa SD é possível estabelecer uma equação linguística: corpo magro = felicidade plena. A ilusão de completude do sujeito se materializa na SD 3 parafraseada em: “saiu do casulo”, “muito feliz”, “tudo é possível”. A aparência é responsabilidade das mulheres (hoje é possível observar que não só delas, mas também é um investimento masculino); não apenas uma preocupação, ela é baseada na capacidade individual de atender a um “dever moral”. Os discursos que circulam colocam homens e mulheres a serviço do próprio corpo, para modificá-lo, aperfeiçoá-lo ou mutilá-lo. A diferenciação se dá pela exclusão entre aqueles que têm e os que não têm, os que conseguem alcançar o ideal reproduzido socialmente, em comparação com os que não possuem condições físicas, psicológicas e financeiras para atender a um padrão.

Desse modo, tudo que foge ao que é apresentado é posto como algo que deve ser consertado, pois a gordura é considerada inimiga da saúde e, nesse caso, também da boa forma: “A gordura, a flacidez ou a moleza são tomadas como símbolo tangível da indisciplina, do desleixo, da preguiça, da falta de certa virtude, isto é, da falta de investimento do indivíduo em si mesmo” (GOLDENBERG; RAMOS, 2007, p. 31).

A posição ocupada pelo sujeito é que determina os sentidos e mostra a sua filiação com dada FD. O sujeito da notícia, na SD 3, ocupa a posição de ex-obesa: “sua” FD é decorrente da Formação Imaginária do corpo magro e sua CP permite, dessa forma, dizer que hoje é “feliz e realizada”. Posto na ótica jornalística, observa-se

que a notícia funciona como um mecanismo de neutralização e institucionalização de um sentido: para emagrecer, basta sonhar e ter fé, quando, na verdade, acaba ocultando todo o processo antes, durante e após a cirurgia. Isto é, o fim apaga os meios, sendo acatada pelo sujeito somente a relação entre causa e resultado, pois, na lógica do consumo, o importante é vender a imagem de um corpo transformado e enquadrado nos moldes/padrões, a fim de conquistar mais consumidores.

Vigarello (2012, p. 341), aponta que ao aumento de peso soma-se a perda de identidade “de viver intimamente um corpo rejeitado”, resultando no sujeito a sensação de ser traído por esse corpo. Além de ser um sofrimento, gera sua infelicidade. Na verdade, conforme Novaes (2013, p. 59), essa lógica funcionará apenas como “um equalizador das diferenças”. Nesse movimento, a mídia funciona mostrando tanto o real quanto a ficção, saturando o imaginário do sujeito de imagens e dando suporte à dinâmica do consumo.

Novaes (2013, p. 60) afirma que “a lógica do consumo não deve ser quebrada e, para que isso aconteça, os sujeitos devem desejar o mesmo”. Isto posto dentro da cultura do culto ao corpo cria uma ilusão e um desejo de uniformidade nos quais a gordura é negativa. Haja o que houver, aconteça o que acontecer, custe o que custar: seja feliz e, portanto, magro, conforme é destacado pelo sujeito da notícia na SD 3; só assim é possível se sentir realizado.

Os sujeitos das notícias são interpelados pelo enunciado

de “sucesso” que é propagado pela mídia, de modo que demonstra tentar todas as alternativas para obtê-lo, até uma funcionar: a cirurgia. Payer (2005, p. 20) lembra que “pode-se observar facilmente que o sujeito pego na injunção ao sucesso é aquele em que mais firmemente funciona a ‘ilusão de completude’”. Essa ilusão é entendida como uma forma-sujeito desejante, que tudo quer e faz para atingir a promessa ilusória do Mercado - o “sucesso”.

Essa ilusão de completude, que abarca os sujeitos na contemporaneidade, sobrevive por meio das condições sociais que é, de acordo com Payer (2005), amparada por uma FD que a produz, a sustenta e a propaga. O sujeito, por sua vez, apoia-se nessa FD e não pode existir senão sustentado pelos discursos que a abarcam. Esses dizeres assumem *status* de verdade absoluta, principalmente, quando reproduzido pelo ex-obeso que, pelo fato de ter vivido em um corpo gordo, pode falar em nome desse grupo. Desse modo, cria-se a impressão de que o que é dito só pode ser aquilo. E, portanto, tem-se nas SDs analisadas, um efeito de verdade absoluta, pois não é qualquer um que diz.

Tais sentidos já são determinados pela Formação Ideológica que sustenta os dizeres. Esses sentidos não são casuais e tampouco estagnados, mas determinados na linguagem, pois estão associados a uma discursividade orientada por dizeres e por sentidos estabilizados. Assim,

Estar magra é positivado em qualquer contexto, discurso ou meio de sociabilidade. Estar magra é o melhor capital, portanto, a melhor

forma de inclusão social e, por fim, a moeda de troca mais eficaz. Ser magra, nos dias atuais, é um adjetivo de beleza (NOVAES, 2013, p. 72, grifos nossos).

O desejo de alcançar o corpo magro é retratado como se, por meio dele, fosse possível chegar a um equilíbrio, a felicidade, mesmo que isso se reflita só externamente. Demonstra-se como a questão sobre o padrão corporal imposto, em grande parte utópico, revela a sociedade tirana para com o sujeito considerado desviante. Ser/estar/parecer bela é/era obrigatoriedade feminina e, por isso, o corpo é um “lugar” em que o poder social se estabelece.

Na AD, o corpo posto como objeto teórico é determinado por novas e variadas formas de assujeitamento, afirma Ferreira (2015). É, portanto, associado a noção de ideologia. Se observadas, as notícias do Portal G1 reforçam o controle e a dominação às quais o corpo se encontra submetido. O corpo, nessa lógica, apresenta-se como um “dispositivo de visualização, como modo de ver o sujeito, suas condições de produção, sua historicidade e a cultura que o constitui” (FERREIRA, 2015, p. 22).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo entender os processos discursivos que oportunizam, como CPs, que os efeitos de sentidos sobre o corpo sejam produzidos, nesse caso, pelas notícias do Portal G1. Porém, o significado sobre o corpo está

sempre em movimento e os sentidos podem vir a ser outros e os sentidos hoje ignorados podem se tornar comuns.

Pela análise dos recortes, portanto, observa-se que as questões que envolvem o cuidado corporal recebem atenção e orientação da cultura de consumo e da mídia, sendo que a mídia reproduz e reforça efeitos sobre o corpo, agindo como uma instituição pedagógica. O consumo, por sua vez, garante a circulação e a materialidade das tendências. O corpo tornou-se o principal alvo dos poderes disciplinares e de controle e pensar nesse corpo como algo privilegiado desses poderes reguladores é perceber como ele se tornou importante.

A partir dos recortes foi possível identificar também como o corpo gordo é adjetivado de maneira negativa, enquanto o corpo magro é glorificado. O efeito da ideologia sobre o corpo do sujeito que atravessa emerge até a própria percepção. O que gera esse efeito de transparência, de que existe uma proporção para o corpo, é a ideologia, pois não há sentido sem interpretação e, de acordo com Orlandi (2015), pensada como 'interpretação', a ideologia determina a direção dos sentidos. Dessa forma, cria-se, não somente foco sobre o processo na obtenção do corpo magro, mas a expectativa dos resultados (sendo que este é o objetivo das notícias).

A prática discursiva torna possível a produção dos efeitos de sentidos apresentados na fórmula da equação linguística que deslizam em corpo gordo = solidão; corpo gordo = tristeza; corpo

gordo = falta de representatividade; corpo gordo = dores; corpo gordo = doente; corpo gordo = feio, enquanto a equação linguística do corpo magro é = felicidade plena; corpo magro = belo; corpo magro = sucesso imediato; corpo magro = solução de todos os problemas sejam pessoais, sociais, amorosos ou laboral. O corpo cada dia mais parece estar limitado à ideologia da perfeição e à imposição da saúde, da beleza e do bem-estar, reduzindo-se a um consumidor sedento pelos produtos dessa cultura.

REFERÊNCIAS

CASTRO, A. L. Culto ao corpo: identidade e estilos de vida. **VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais**, 2004, Coimbra - Portugal. Disponível em: <<http://www.ces.uc.pt/lab2004/inscricao/pdfs/painel24/analuciastro.pdf>>. Acesso em: 24/ago/2017.

FERREIRA, M. C. L. Discurso: conceitos em movimento. In: **Oficinas de Análise do Discurso**: conceitos em movimento. FERREIRA, M. C. L. (Org). Campinas, SP: Pontes Editores, p.11-23, 2015.

GOLDENBERG, M.; RAMOS, M. S. A civilização das formas: o corpo como valor. In: GOLDENBERG, M. (org.). **Nu & vestido**: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Ed. 2, Rio de Janeiro: Record, p. 19-40, 2007.

G1. **Jovem perde 56 kg e volta a passar em roleta de ônibus: 'perdi o trauma'**. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mato-grosso/noticia/2012/05/jovem-perde-56-kg-e-volta-passar-em-roleta-de-onibus-perdi-o-trauma.html>>. Acesso em: 10/mar/2017.

G1. **Após sofrer preconceito, jovem faz cirurgia e se torna miss: 'saí do casulo'**. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/to/tocantins/noticia/2016/10/apos-sofrer-preconceito-jovem-faz-cirurgia-e-se-torna-miss-sai-do-casulo.html>>. Acesso em: 13/mar/2017.

MARIANI, B. **O PCB e a imprensa** – os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989. Rio de Janeiro: Revan, 1998.

MENDES, R. **Após pesar 110 kg e usar bengala aos 36, homem emagrece e abre loja 'fit.** 2015. disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2015/10/apos-pesar-110-kg-e-usar-bengala-aos-36-homem-emagrece-e-abre-loja-fit.html>>. Acesso em: 10/mar/2017.

MORAES, Vinícius. **Antologia Poética**. São Paulo: Companhia de Letras, 1992.

NOVAES, J. V. **O intolerável peso da feiura**: sobre as mulheres e seus corpos. Rio de Janeiro: PUC Rio: Garamond, 2013.

_____; VILHENA, J. Da Cinderela a Moura torta: sobre a mulher, beleza e feiura. **Interações**, v VIII, N 15, p. 9-36, Jan-Jun. 2003.

ORLANDI, E. P. **Discurso e textualidade**. Campinas: Pontes, 2006.

_____. **Discurso em análise**: sujeito, sentido, ideologia. Ed. 2, Campinas – São Paulo: Pontes, 2012.

_____. **Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos**. São Paulo, Ed. Pontes, 2015.

PACÍFICO, S. M. R.; ROMÃO, L. M. S. Sem querer acertou na cabeça: o litígio com Lula acerca de um boné. *Revista de Ciência Política Achegas.net*, Rio de Janeiro, n.26, nov./ dez. 2005. Disponível em:http://www.achegas.net/numero/vinteesseis/soraya_lucilia_26.htm. Acesso em: 05/out/2017.

PAYER, M. O. Linguagem e sociedade contemporânea – sujeito, mídia e mercado. In: **RUA**. Revista do Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade da Unicamp XI. NUDECRI. Campinas: Unicamp, 2005.

PÊCHEUX, M. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni P. Orlandi et al. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2014.

SANT'ANNA, D. B. Descobrir o corpo: uma história sem fim. **Educação e Realidade**, 25(2), p. 49-58, 2000.

_____. **Corpos de passagem**: ensaios sobre a subjetividade contemporânea. São Paulo, Ed. Estação da Liberdade, 2001.

- _____. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.
- SOARES, A. S. F. **A Homossexualidade e a AIDS no Imaginário de Revistas Semanais (1985-1990)**. 2006. 238 f. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos) – Universidade Federal Fluminense, Niterói. 2006.
- SOUZA, A. F. C. **O percurso dos sentidos sobre a beleza através dos séculos** – Uma análise discursiva. 2004. 224 f. Dissertação de Mestrado (Mestrado em Linguística). UNICAMP, Campinas, São Paulo.
- VIGARELLO, G. **As metamorfoses do gordo**: história da obesidade no ocidente: da Idade Média ao século XX. Trad. Marcus Penchel. Petrópolis – RJ: Vozes, 2012.

autoras

andriele de chaves bortolin
e dantielli assumpção garcia

**(ciber)militância
no facebook:
materialidades
em discurso**

capítulo 5

(CIBER)MILITÂNCIA NO FACEBOOK: MATERIALIDADES EM DISCURSO

1 PALAVRAS INICIAIS

As eleições para a presidência da República brasileira, do ano de 2018, foram marcadas por manifestações nas ruas e no espaço digital, no que se refere à liberdade, à democracia e à luta das mulheres contra dizeres que não garantem seus direitos (econômicos, políticos, sociais, religiosos, sexuais, entre outros) na sociedade patriarcal. Circularam, então, formulações conservadoras que sustentam dizeres como “a mulher deve ganhar menos que o homem porque engravidou”, “não te estupro, porque você não merece”, a mulher é fruto de uma “fraquejada”. Também, nesse momento, surgiram diversos movimentos liderados por mulheres, dentro e fora da rede digital, que intentavam fazer frente e produzir resistência às formulações misóginas e machistas que eram postas a circular.

Neste trabalho, nosso olhar se direciona para o espaço digital, buscando compreender como os sujeitos usam-no para lutar por pautas mais igualitárias e menos sexistas em relação às mulheres. É sabido que o sujeito utiliza a linguagem para se relacionar com os outros sujeitos no mundo e o *ciberespaço* tem se tornado, principalmente a partir do século XX e com os avanços tecnológicos que aconteceram em nível mundial, uma grande teia que possibilita a intensificação dessas relações, muitas das vezes velozes e efêmeras.

Estes avanços, como as mídias sociais digitais, além de serem lugares de entretenimento, têm sido notados como espaços em que discursos polêmicos circulam e são repetidos, podendo estabilizar já-ditos, romper ou até mesmo apagar sentidos estabilizados/naturalizados no imaginário sobre o lugar ocupado pelas mulheres na sociedade. As polêmicas discutidas são inúmeras a começar por questões políticas, religiosas, de gênero e outras que mexem com os direitos dos sujeitos e com a democracia que deve ser garantida e preservada.

É nesse lugar de produção e circulação de sentidos que diferentes materialidades significantes (LAGAZZI, 2009; 2011) exercem sua função de enunciado “mais ou menos estabilizado” (PÊCHEUX, 2014), pois, ao mesmo tempo que retomam e reforçam dizeres sobre as mulheres no que diz respeito aos lugares que ocupam e assumem, como é no caso da maternidade e do relacionamento, rompem com dizeres que são da ordem de “enquadrá-las” como somente responsáveis pelo “parir” e pelo “lar”,

ao passo que também assumem outros lugares, como o de luta e de liderança, sejam mães, esposas ou não.

Analisaremos, neste trabalho, com o intuito de compreender como o ciberespaço tem sido um lugar para que movimentos de mulheres militem e produzam resistência ao/no sistema patriarcal, duas materialidades que circularam na página do *Facebook* “Mulheres unidas contra Bolsonaro”, que passou a ser nomeado como “Mulheres unidas com o Brasil”¹, em janeiro de 2019, observando como o seu funcionamento produz sentidos pelo imbricamento do verbal e do não-verbal, significando o lugar das mulheres na sociedade, especialmente, na política.

Para isso, as análises serão sustentadas pelos pressupostos teóricos da Análise de Discurso de linha francesa (doravante, AD), embasada nos conceitos postulados por Michel Pêcheux, na França, e desenvolvidos por Eni Orlandi, no Brasil, e por pesquisadores que com ela tecem discussões.

2 SUJEITO-MULHER-MILITANTE E IMAGEM EM FUNCIONAMENTO

A AD é uma disciplina de entremeio, constituída por uma tríplice aliança teórica formada pela Linguística, tomando como

1 O grupo “Mulheres Unidas contra Bolsonaro” foi criado no dia 30 de agosto de 2018 e conta com quase 4 milhões de membros. É destinado à união das mulheres de todo o Brasil, bem como das brasileiras que moram em outros países, que se mostram “contra o avanço e fortalecimento do machismo, misoginia, racismo, homofobia e outros tipos de preconceitos” (FACEBOOK, 2018). Assim que Bolsonaro foi eleito o presidente da república, a moderadora da página alterou o nome do grupo para “Mulheres unidas com o Brasil”.

base os pressupostos teóricos saussureanos, pelo Materialismo Histórico, com a releitura de Althusser, leitor de Marx, e pela Psicanálise, a partir das leituras lacanianas. Essa articulação teórica sustenta o modo como a AD postula sua conceituação em torno da noção de “sujeito”.

O sujeito, para a AD, é o “indivíduo interpelado em sujeito pela ideologia” (PÊCHEUX, 2014, p. 141), tomando como pressuposto a tese do funcionamento da ideologia, defendida por Althusser em *Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado* (1970). Trata-se de um trabalho de produção de evidências, por meio do dizer, contudo, pela perspectiva discursiva, como salienta Orlandi (2015), o trabalho é o de questionar as evidências, encontrar os furos e as fissuras presentes na linguagem, justamente pelo fato de os sujeitos serem clivados, errantes e falhos.

O sujeito considerado aqui resiste no espaço digital a partir do momento que se contraidentifica e, principalmente, desidentifica com os discursos que lhes são dados a ver/ler no ciberespaço. Para Pêcheux (2014), para que haja relação entre o “sujeito enunciador” (a quem se atribui o discurso) e o “sujeito universal” (o da ciência/ideologia, que organiza os saberes), existem modalidades de tomada de posição para esse processo.

A primeira delas caracteriza o discurso do “bom sujeito” (PÊCHEUX, 2014, p. 199), que, ao formular o discurso, sob a forma do “livremente consentido”, identifica-se plenamente com o sujeito universal, uma vez que não contesta este discurso, mas se

submete a ele, de determinada forma, espontaneamente.

A segunda modalidade, que vai de encontro à primeira, traz à discussão o discurso do “mau sujeito”, pois ele questiona, contesta, duvida, revolta-se e distancia daquilo que o sujeito universal lhe dá a pensar (PÊCHEUX, 2014, p. 199); porém, por mais que lute contra a evidência ideológica e questione os dizeres inscritos numa dada formação discursiva, ele não sai dela e respeita o sujeito universal, como postula Pêcheux (2014).

Por fim, a modalidade da desidentificação “constitui um trabalho (transformação - deslocamento) da *forma-sujeito* e não sua pura e simples *anulação*” (PÊCHEUX, [2014, p. 201-202, grifos do autor]). Segundo o autor, nessa modalidade de tomada de posição, ao passo que o sujeito enunciador sai de uma formação discursiva, inscreve seu dizer em outra(s).

Nessa perspectiva, o que aparece na *timeline* do *Facebook*, por exemplo, abre margem para a contestação, o questionamento e a polêmica, garantindo ao sujeito o direito de posicionar-se, questionar as evidências que surgem, tendo em vista que é uma rede social que permite esse tipo de interação. Ele pode ou não identificar-se com o que está sendo posto, contraidentificar-se e até mesmo se desidentifica com aquilo que é posto a circular. Resistir, pois, e militar por meio do *ciberespaço* tornaram-se uma alternativa para garantir maior visibilidade aos movimentos de luta, uma vez que os sujeitos compartilham diversificados tipos de texto quase que o tempo inteiro, a depender das posições discursivas que os constituem.

Por mais que, em alguns momentos, os movimentos que ocorrem no *ciberespaço* sejam deslegitimados e criticados por não serem movimentos constituídos por sujeitos “fisicamente” presentes, Dias (2018, p. 189) defende que a “materialidade digital não é redutível ao digital ou ao on-line, o que caracteriza a materialidade digital é sua *discursividade*”. De acordo com ela, é possível afirmar que o sujeito (ciber)militante apostava na *discursividade* presente no espaço digital e na força que a visibilidade dos movimentos iniciados, neste espaço, possam ter. Tanto é que o *#EleNão* iniciou no *Facebook* e foi às ruas em busca de reivindicação de direitos sociais, garantia da democracia, da não emergência do fascismo e do autoritarismo que a candidatura de Jair Bolsonaro impunha e não somente pelas causas feministas².

Para Garcia e Sousa (2014), com a era tecnológica e o avanço das mídias sociais digitais, o movimento feminista ganha uma nova significação em que pese a relação que as mulheres estabelecem com o público e o privado, ou seja, aquilo que é da rua, das manifestações, como foi o caso do *#EleNão*, maior manifestação de rua liderada por mulheres, no Brasil, em prol da garantia dos direitos democráticos, mas também aquilo que é do seu ambiente familiar, lutar pelos seus direitos enquanto mulheres, contradizendo um sujeito que as intitula como fruto de uma “fraquejada”, ou que produz dizeres como “ela não merece ser

2 “Iniciada no âmbito das redes sociais – principalmente Facebook e Twitter – o movimento social chamado de *#EleNão* foi alavancado no espaço digital, mas foi também vivenciado nas ruas como forma de protesto ao pensamento fascista que assola não só a comunidade brasileira, mas que está enraizado numa onda mundial de intolerância, de diversas ordens”. (BARONAS; COSTA; PONSONI, 2019, p. 520).

estuprada” e “mulheres têm que ganhar menos”. Assim,

A militância se dá pela definição, pela caracterização do que é ser mulher, do que é ser livre, e do que esse movimento deseja. Além disso, a militância se dá por meio de um discurso que sai do espaço público (do urbano) e adentra o espaço tecnológico/virtual. É através do tecnológico que inúmeros sentidos se formulam, que há uma interlocução entre a Marcha das Vadias e as mulheres que desejam militar por elas e por todas as classes vítimas de perseguição, de opressão, de violência por uma sociedade patriarcal, machista e sexista (GARCIA; SOUZA, 2014, p. 1053).

No caso do movimento #EleNão, diferente da Marcha das Vadias citada pelas autoras, o movimento foi do espaço digital para as ruas, mas, mesmo depois de ambas as manifestações, a página “Mulheres unidas com o Brasil” continua disseminando a luta pelos direitos das mulheres e da população como um todo. Todavia, não há como precisar se todos os membros inscritos na página, mais de 1,5 milhão, corroboram de fato com os ideais e as bandeiras que a moderadora da página e o movimento de mulheres defende, afinal, muitos sujeitos podem se inscrever numa formação discursiva sem se identificar propriamente com ela.

Sendo assim, a mulher “passa a significar-se no meio digital e lutar nesse espaço” (GARCIA; SOUSA, 2014, p. 1051). Trata-se, portanto, de uma ferramenta de disseminação e compartilhamentos de lutas que se assemelham. Nesse espaço de produção e circulação, várias materialidades significantes estão em constante aparição. A imagem, por exemplo, é uma delas,

sendo discurso. Ela pode aparecer de variadas formas, em *memes*, fotografias, charges, propagandas, enfim, e produzir sentidos sobre o que se diz/vê.

A imagem é uma das materialidades significantes que circula na *internet* e a AD, ressalta Orlandi (1995), além de aceitar a existência de diferentes linguagens (a imagem é uma delas), preocupa-se em entender o seu funcionamento e o que tem de característico nelas.

aquele que observa uma imagem desenvolve uma atividade de produção de significação; esta não lhe é transmitida ou entregue toda pronta. Esse estado de coisas abre, como aliás insistem em nos fazer observar, a uma liberdade de interpretação (o que quer dizer que o conteúdo 'legível', ou antes 'dizível', pode variar conforme leituras). [...] ela assinala um certo lugar ao espectador (DAVALLON, 2015, p. 26-27).

O sujeito interpelado ideologicamente comprehende uma imagem de acordo com sua posição: "Diante de qualquer objeto simbólico, o homem, enquanto ser histórico, é impelido a interpretar, ou em outras palavras, a produzir sentidos" (ORLANDI, 1995, p. 44) e, como materialidade significante, como veremos no *meme* e na fotografia analisadas, ela trabalha em funcionamento com a materialidade significante do verbal, a linguagem escrita, produzindo interpretações variadas a depender da posição que o sujeito ocupa.

De acordo com Lagazzi (2009;2011), pensar na materialidade significante, para nós aqui a imagem ao funcionar juntamente com

uma formulação verbal, “não se trata de analisarmos uma imagem e a fala e a musicalidade, por exemplo, como acréscimos uma das outras, mas sim de analisarmos diferentes materialidades significantes uma no entremeio da outra” (LAGAZZI, 2011, p. 402, grifos da autora). É trabalhar no imbricamento, sem pensá-las sobrepostas umas às outras, mas na sua relação com a história para o processo de produção e significação dos sentidos na/pela teoria da interpretação.

Na sequência, analisaremos duas materialidades que circularam no *Facebook* “Mulheres unidas com o Brasil”. O primeiro recorte é uma fotografia retirada no dia da manifestação #EleNão, 29 de setembro de 2018, e o segundo recorte é um *meme* que circulou depois da votação da eleição em primeiro turno, que ocorreu em 7 de outubro de 2018, ambas publicadas por mulheres e representadas em lugares que supostamente não deveriam ocupar.

3 (CIBER) MILITÂNCIA DE/SOBRE MULHERES: UM GESTO ANALÍTICO

Antes de entrarmos nas análises das materialidades recortadas para este trabalho, é relevante apresentar discursivamente os efeitos de sentidos produzidos pela mudança de nome que ocorreu nessa página do *Facebook*, pois, em sua criação, foi intitulada “Mulheres unidas contra Bolsonaro”; todavia,

ao ser eleito como Presidente Jair Bolsonaro, o nome da página foi alterado para “Mulheres unidas com o Brasil”.

Há um jogo de sentidos por meio do uso das preposições **contra** e **com**, uma vez que a preposição **contra**, presente no primeiro enunciado, produz o efeito de sentido de estar em oposição direta, num movimento contrário ao de eleger Jair Bolsonaro; trata-se de um combate ao adversário, fazendo-lhe oposição.

Já, ao enunciar “Mulheres unidas com o Brasil”, depois da eleição do presidente, há um deslizamento de sentidos por meio da utilização da preposição **com** em relação ao Brasil, pois estar **com** é o mesmo que se relacionar, apoiar algo ou alguém, nesse caso o Brasil, aquilo que está em evidência. Mas há algo que falha e fura na mudança de nome, pois estar “com o Brasil” é estar, também, com Bolsonaro, afinal ele é o Presidente da República, aquele que representa o país, que aprova projetos e detém poderes e privilégios.

Isso implica dizer que as escolhas lexicais feitas pelos sujeitos são capazes da produção de diferentes efeitos de sentidos ao serem analisadas; mesmo que, primeiramente, a evidência apontasse para a mudança de nome como uma resistência frente à eleição, ela falha com o uso da preposição **com**, que acaba por incluir Bolsonaro, quando enuncia a união com o Brasil. Desse modo, parece que há um esvaziamento da oposição/resistência que iniciou o movimento.

Feita esta apresentação sobre o nome da página, traremos,

na sequência, dois recortes de quando a página se chamava “Mulheres unidas contra Bolsonaro”, sendo que, no primeiro recorte, funcionam imbricadas a imagem da mulher grávida e a formulação verbal que ela carrega no cartaz e no seu próprio corpo, na barriga de gestante.

A fotografia foi postada na página um dia depois da manifestação de rua #EleNão. Muitas outras também foram, porém escolhemos esse recorte pelo número de reações e de compartilhamentos que rendeu à postagem e por se tratar de uma ruptura com a evidência que se tem, no imaginário, sobre o lugar da mulher grávida.

Recorte 1

Facebook “Mulheres Unidas com o Brasil”



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1839910799425235&set=p1839910799425235&type=1&theater>.

Primeiramente, o efeito de sentido que ressoa na memória discursiva, ao observarmos a imagem que apresenta uma mulher gestante, é o de que essa mulher deveria ocupar o lugar privado, ou seja, a casa, preservar seu corpo, repousar, dedicar-se exclusivamente aos cuidados com a vida que está gerando em seu ventre, o que implica, logo de início, na ruptura com o sentido estabilizado sobre o lugar da gestante.

Além disso, aparece no fio do discurso, justamente pelas condições de produção da materialidade discursiva, o dizer do presidente Jair Bolsonaro sobre “mulheres têm que ganhar menos”. Essa é uma discussão que ocorre na sociedade brasileira, de maneira desigual no que diz respeito à igualdade de gênero, já que gestantes, por precisarem se ausentar do trabalho para consultas periódicas gestacionais e por possuírem licença maternidade como uma garantia e um direito, podem ser vistas como “problema” para a empresa, como atraso para o andamento dos projetos desenvolvidos e isso permanece até quando não são demitidas, com o nascimento do bebê, pois são denominadas como “possíveis faltantes no trabalho”, para resolução de seus problemas familiares e do que lhes é responsabilidade: a filha e/o filho.

São discursos que ressoam na memória discursiva, desde a possível “fragilidade” que a mulher gestante apresenta para si e para o seu local de trabalho (o que justificaria o fato de ganhar menos do que um homem), até a completa responsabilidade pelo seu filho (a), o que isenta o homem de ser visto como “um possível faltante” no

trabalho, uma vez que nasce um filho e uma mãe, mas e o pai?

Estes discursos estão imbricados com o discurso da máquina, da memória metálica, daquela que é a base do discurso digital e “se constitui pelo excesso, acúmulo, quantidade e não historicidade, acumula e não esquece” (DIAS, informação verbal (vídeo) 1'12”). Isso por que a postagem teve um grande número de “reações” e compartilhamentos, o que garante sua repetibilidade e replicabilidade no espaço digital.

Essas possibilidades de “reações” diante de uma determinada postagem sinalizam para a possibilidade de o sujeito corporizar seu discurso no ciberespaço, uma vez que, conforme Dias (2004, p. 140), “há uma inscrição do corpo na língua, o corpo acontecendo na significação [...] o ‘corpo sem órgãos’: a ‘corpografia’”.

Funcionando junto da imagem, há um enunciado no cartaz segurado pela mulher: **“Eles verão com quantas fraquejadas se faz uma revolução”**, e outro na sua barriga: **“pelas mulheres que somos. Pelas que ainda virão”**. Por meio dessas formulações verbais, outros dizeres são trazidos à baila e reforçam os sentidos sobre a militância presente na figura na mulher, rompendo com o imaginário, mais uma vez, sobre a mulher, a que gera e é gerada.

Ao afirmar “eles”, o efeito de sentido produzido é o de que a mulher dirige seu dizer ao governo, especialmente o Bolsonaro, uma vez que ele, certa vez, disse publicamente que seu último filho foi uma menina, já que dessa vez ele havia dado uma “fraquejada”, ou seja: dado o tom de provocação e de ironia, as mulheres se sentiram

convocadas a iniciar uma revolução para que, em contradição ao termo ‘fraquejada’, demonstrassem a força que possuem para que uma revolução seja feita, o que reforça a importância do movimento, em termos políticos e sociais, com vistas a alcançar uma maior visibilidade dos movimentos de mulheres e das causas que defendem, por mais que circulem discursos que defendam que todo esse movimento não passou de um “jogo” político.

A palavra ‘revolução’ traz, no fio discursivo, outros movimentos já liderados por mulheres, como o sufragista, que começou no final do século XVIII, na França, e foi um marco na luta das mulheres pela igualdade de gênero, já que trabalhava em função da garantia de seus direitos políticos e econômicos, como atuantes diretas no processo democrático.

A concomitância de ‘fraquejadas’ e ‘revolução’ no mesmo enunciado produz um efeito de ironia, uma vez que fraqueza não pode ser vista como correlacionada com revolução, um movimento que requer luta, força e coragem. E, ao dizer que a luta é pelas mulheres, mas também pelas que estão por nascer, há o efeito de defesa da possível filha que está por nascer e que também virá para romper com o imaginário que se tem sobre o nascimento de mulheres na família, que, desde a antiguidade, eram tidas como submissas, sendo o homem o detentor dos poderes, cargos, riquezas, enfim, a base do sistema patriarcal.

O segundo recorte é um *meme* que circulou um dia depois das eleições para o primeiro turno. Ele (re)significa o papel da

mulher na sociedade, rompendo com o imaginário de que a mulher é submissa, “fraquejada”, ou até mesmo não tem força, seja ela intelectual ou física, para lutar por seus direitos; um dos efeitos de sentido produzidos é a “brincadeira”, por meio de filme, cores e partidos políticos.

Recorte 2

Facebook “Mulheres Unidas com o Brasil”

**“Lembrando que a Katniss era
do distrito 12, e quando o
distrito 12 foi destruído ela
migrou pro 13 e assim venceu
a Capital e salvou Panem”**



Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2286972701589947&set=g.499414607198716&type=1&theater&ifg=1>

Por meio da imbricação do verbal com o não verbal, ressoam discursos sobre a política e sobre o lugar da mulher na sociedade. Esse *meme* foi compartilhado por um membro do grupo que utilizou como legenda a formulação #EleNão para convocar os

sujeitos a compartilhar essa manifestação. Isso aconteceu um dia depois do resultado do primeiro turno da eleição de 2018. A imagem em questão representa uma personagem do universo literário e filmico: trata-se de Katniss Everdeen, representada pela atriz Jennifer Lawrence.

O enredo da história acontece em um país chamado *Panem* e nele, anualmente, as pessoas lutam até a morte para relembrar um fato ocorrido no passado nesse lugar e que trouxe morte a ele. Há, portanto, doze distritos, ou seja, doze divisões que são representadas por duas pessoas. A protagonista em questão fez parte do distrito doze, juntamente com um amigo. Ambos lutaram para eliminar seus concorrentes e, para que não houvesse a necessidade de lutarem entre si, ela teve a ideia de migrar para o distrito treze, criado por ela mesma.

Pensando no cenário político de circulação do *meme*, o humor ocorre pela relação feita entre os números dos distritos que correspondem aos números dos partidos, quer dizer, muitos sujeitos tentaram nas eleições não se filiar de forma alguma ao Partido dos Trabalhadores (PT - 13), representado por Fernando Haddad, e ao Partido Social Liberal (PSL - 17), representado por Jair Bolsonaro. Então, viram no candidato Ciro Gomes, do Partido Democrático Trabalhista (PDT – 12), uma possibilidade de mudança para o Brasil e depositaram nele seu voto.

No dia da eleição, 7 de outubro de 2018, Ciro Gomes não foi eleito e o encaminhamento dado foi o segundo turno entre os

candidatos mais votados, Fernando Haddad e Jair Bolsonaro. É aqui que reside o humor e, ao mesmo tempo, a ironia do *meme* em questão, pois ele faz um jogo na sua formulação verbal por meio do seguinte enunciado: “[...] **quando o distrito 12 foi destruído ela migrou para o 13 e assim venceu a capital e salvou Panem**”.

O distrito 12 remete ao candidato Ciro Gomes e essa migração para o distrito 13 diz respeito ao apelo sugerido para que o apoio fosse direcionado ao PT e, assim, Jair Bolsonaro, não fosse eleito Presidente da República no segundo turno.

Essa produção de sentidos é feita também por meio da formulação não-verbal, pois temos uma forte e guerreira mulher, que, no filme, luta e destrói todos os homens usando sua inteligência, força física e estratégia de jogo; ela possui uma visível beleza e luta pelo bem estar da irmã que a espera do lado de fora do jogo. Esta mulher está no trono, que confere a ela o poder, a vitória, a conquista de um alto nível, mas o que mais significa no processo de produção dos sentidos do *meme* é a cor vermelha, que ressoa, por meio do interdiscurso, o símbolo e a marca registrada do Partido dos Trabalhadores (PT) e dos movimentos liderados pelos partidos de esquerda, cor que a personagem veste da cabeça aos pés.

Onde o *meme* circulou, as mulheres que o compartilharam e o (re)significaram fazendo com que viralizasse e produziram o efeito de sentido de apoio a Fernando Haddad, ao PT, aos projetos apresentados pelo seu plano de governo, mas, principalmente,

pelo uso da *hashtag* #EleNão como legenda, repúdio ao candidato Jair Bolsonaro e seus projetos, considerando-o e intitulando-o fascista, denominação que faz com que ressoem outras memórias no imaginário dos sujeitos que temem tempos ditoriais, por exemplo, em que a repressão e a tortura foram as principais características sociais.

Dito isso, para finalizarmos, defendemos que o *meme* funciona como um discurso de resistência, porque ele é um texto produzido e posto em circulação por sujeitos ideologicamente interpelados. Os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos-falantes (em sujeitos de seu discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (PÊCHEUX, 2014, p. 147, grifos do autor), ou seja, a ideologia é constitutiva da prática discursiva e efeito da relação necessária entre sujeito e linguagem.

4 EFEITO DE FECHAMENTO

Com a era tecnológica, as modalidades de militância apresentaram modificações, pois as relações entre o que é público e privado são refeitas frequentemente e as mulheres têm se tornado responsáveis por movimentos que ganham visibilidade em nível nacional e mundial, seja pelas causas feministas ou pelas causas sociais, que pensam na população em sua totalidade.

As materialidades discursivas retiradas da página do

Facebook “Mulheres Unidas contra Bolsonaro” reforçam a tentativa de rompimento dos sentidos estabilizados no imaginário sobre o que é ser mulher no Brasil e qual é o lugar que ela deve ocupar, mostrando, pelo imbricamento de diferentes materialidades significantes, texto e imagem, ora trazendo ironia, ora humor e ironia, a presença constante de dizeres machistas e sexistas no cotidiano dos sujeitos e por parte de sujeitos que ocupam cargos considerados de alto escalão, o da presidência, por exemplo.

Mulheres gestantes, mulheres que lideram, mulheres em suas diversidades carregam memórias sobre serem fracas, frágeis, “fraquejadas”, até mesmo incompetentes, simplesmente pela carga biológica que carregam: a de serem mães. São dizeres que circulam e que se inscrevem no domínio do machismo/do sexismo e dos diversos preconceitos que excluem os sujeitos da participação social, ou seja, do senso-comum sobre o lugar que os sujeitos devem ocupar na sociedade, especialmente as mulheres.

O espaço digital tem funcionado com lugar da/para a militância e possibilita aos sujeitos maior visibilidade para as causas que defendem, convocando outros sujeitos a compartilharem ou não com aquilo que está sendo dito/visto/lido, ou seja, para militarem ou não em prol da democracia e contra a misoginia e o patriarcado que sustentam as relações entre os sujeitos.

REFERÊNCIAS

BARONAS, Roberto Leiser; COSTA, Julia Lourenço; PONSONI, Samuel. Os tecnografismos a partir da hashtag #EleNão. **Discurso & Sociedad**. Vol.13(3), 2019, 515-533. Disponível em: <http://www.dissoc.org/ediciones/v13n03/DS13%283%29Leiser%20et%20al.pdf>. Acesso em: 14 de fev. 2020.

DAVALON, Jean. A imagem, uma arte de memória? In: ACHARD, Pierre; DAVALLON, Jean, DURAND, Jean-Louis; et al. **Papel da Memória**. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 2015.

DIAS, Cristiane. **Análise do Discurso Digital**: sujeito, espaço, memória e arquivo. Campinas, SP: Editora Pontes, 2018.

_____. Memória metálica. **Enciclopédia virtual da Análise do Discurso e áreas afins**. Brasil:2016. Campinas: UffTUBE. 2016. [vídeo]. (312 minutos). Disponível em: <<http://ufftube.uff.br/video/ADGOD4HW8KHO/Memória-Metálica--Cristiane-Dias>> Acesso em: 20 20 de agos. 2017.

_____. **A discursividade na rede (de sentidos)**: a sala de bate papo hiv. Tese de doutorado. Campinas, SP: Unicamp, 2004.

GARCIA, Dantielli Assumpção; SOUSA, Lucília Maria Abrahão de. A marcha das vadias nas redes sociais: um discurso de militância? **Estudos Linguísticos**. São Paulo. v, 43, nº 3, p. 1041-1055, set-dez 2014.

LAGAZZI, Suzy. O recorte significante da memória. In: INDURSKY, Freda. et al (orgs). **O Discurso na contemporaneidade**: materialidades e fronteiras. São Carlos: Editora Claramuz, 2009. p. 67-78.

_____. O Recorte e o entremeio: condições para a materialidade significante. In RODRIGUES, Eduardo Alves. et al (orgs). **Análise de Discurso no Brasil**: pensando o impensado sempre uma homenagem a Eni Orlandi. Campinas: Editora RG, 2011. p. 401-410.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: Princípios e procedimentos.12. ed. Campinas: Editora Pontes, 2015.

_____. Efeitos do verbal sobre o não verbal. **Revista Rua**. Campinas. v. 1, nº 1, p. 31-47, 1995. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8638914/6517>. Acesso em 03 de mar. 2017.

PÊCHEX, Michel. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Puccinelli Orlandi et al. 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.

autora

eliana cristina souza santos

professores em professor: circularidade de efeitos de seres incorpóreos

capítulo 6

PROFESSORES EM PROFESSOR: CIRCULARIDADE DE EFEITOS DE SERES INCORPÓREOS

*Por essa via, concomitantemente, parece haver ainda
um outro caminho que pode ser seguido pelo leitor
(Cattelan,2008)*

*Falamos da produção de um efeito
(Pecheux,1973/2012)*

1 PARA INICIAR

O presente texto é resultado de pesquisa em que se desenvolveu o estudo do discurso presente nas capas da Revista Nova Escola (RNE) sobre o que é “ser professor”, no período de 2005 a 2012, além do estudo dos slogans usados desde a primeira edição (1986). O trabalho se refere a uma compilação da dissertação de mestrado, ancorada na Análise de Discurso de linha francesa, que considera o discurso como sendo heterogêneo e marcado pela multiplicidade e pela alteridade, ou seja, por já-ditos que vêm de outro lugar.

As análises realizadas se ocupam dos conceitos da teoria com o objetivo de identificar qual é o discurso apresentado pelas capas que não está na linearidade, mas que, por meio das condições de produção, do silêncio e da memória discursiva, constroem a representação da profissão do professor: majoritariamente feminina, etnicamente de hegemonia branca e como pessoa responsável por gerir a sala de aula.

As capas são manifestações da espessura material e da superficialidade propostas sobre os professores e elas revelam como (a mídia pensa que) deve ser um docente para a cultura midiática, por meio da apresentação espontânea ao professor de uma identidade de educador. Esses ditames são resultados de relações de poder baseadas na cooperação e se valem de uma representação do gênero feminino, de etnia branca, bem como de comportamentos configurados para esse sujeito (como se fossem inerentes a ele).

Em virtude de que a presente explanação se refere a um recorte da dissertação e que ele constitui apenas um dos capítulos deste e-book, aborda-se apenas uma capa da revista: da edição 236 de outubro/2010, a partir da qual o estudo tece considerações acerca dos discurso em sua materialidade no que tange ao professor e ao modo como ele deve ser e o que dizer.

20 LEVIATÃ DO SABER



Capa 1- Edição 236 – Outubro/2010

Para esta seção, tomou-se, portanto, como corpus de análise, a capa da edição 236 de outubro/2010, mês em que é comemorado o dia do professor. É necessário entender que ser professor é antes de tudo um lugar; no entanto, as ideias positivistas que presidiram o processo de secularização da educação como responsabilidade do Estado trouxeram consigo a tarefa do professor como ato de vocação, como posição assemelhada ao sacerdócio, e a escola como o “templo do saber”. Assim, o papel do

professor seria a “missão” de ensinar: “daí vem o termo professor, o que professa fé e fidelidade aos princípios da instituição e se doa sacerdotalmente aos alunos, com parca remuneração aqui, mas farta na eternidade” (KREUTZ, 1986, p. 13).

O professor, enquanto lugar, constituiu-se a partir da intervenção e do enquadramento pelo Estado, uma mudança complexa que remete as referências profissionais do magistério ao apostolado e ao sacerdócio, “envolto numa auréola, algo mística de valorização das qualidades de relação e de compreensão da pessoa humana” (NÓVOA, 1991, p 02). Essa confusão de concepção em relação ao magistério como vocação, ainda presente nos dias atuais, dificulta a participação efetiva na organização da categoria profissional, a luta pelas reivindicações das necessidades materiais a organização do trabalho. Segundo Kreutz (1986), isso favorece a manipulação, a omissão e o autoritarismo do poder público sobre o ensino e o magistério.

Segundo Nóvoa (1991), a formação profissional do professor se acha sob influência de dois processos antagônicos: profissionalização e proletarização. Para ele, a profissionalização do professor não se dá apenas na sua formação inicial, não consiste apenas em aprender um ofício e executá-lo. É, na verdade, uma profissão que exige um contínuo aperfeiçoamento com a prática. Enquanto profissionalização, os sujeitos “melhoram o seu estatuto, elevam os seus rendimentos e aumentam o seu poder/autonomia” (NÓVOA, 1991, p.23). No que se refere à profissionalização, Libâneo

(2004) acrescenta as condições ideais que garantem o exercício profissional de qualidade: formação inicial e formação continuada, em que o professor aprende e desenvolve as competências, habilidades e atitudes profissionais; remuneração compatível com a natureza e com as exigências da profissão; e condições de trabalho (recursos físicos e materiais, ambiente e clima de trabalho, práticas de organização e gestão).

Por outro lado, a proletarização (concepção de princípios marxistas, cunhada na divisão do trabalho, originária das sociedades divididas em classes: a classe dos proprietários dos meios de produção e a classe proletária, que não é dona dos meios e vende sua força de trabalho) representa a degradação da profissão: baixos rendimentos e pouco poder enquanto categoria.

A proletarização é visível quando se percebe que a profissão sofre desqualificação, há redução salarial e um processo de precarização do trabalho nas condições gerais de exercício, "em decorrência das mudanças ocorridas na sociedade capitalista e, como consequência, no processo de trabalho do professor". (TUMOLO E FONTANA, 2008, p.3). Este, enquanto trabalhador, pertencente a uma classe social que vende sua força de trabalho para o Estado, é proletário e a condição material de vida decorrente de seu trabalho o situa no proletariado. Ele é um assalariado, remunerado pela profissão que exerce e como tal "lhe impõem" certas normas na revalorização econômica da categoria profissional e na conquista de maior liberdade em outro espaço

cultural" (FERNANDES, 1987, p.31).

Segundo Ferreira Júnior e Bittar (2006, p.1), essa proletarização do professor brasileiro é resultado do empobrecimento econômico da categoria devido "à expansão da escola pública desde a ditadura militar" Com a aprovação da LDB 5692/1971, que ampliou de quatro para oito anos a escolaridade obrigatória, exigindo uma rápida quantidade de professores no mercado, uma "combinação entre crescimento quantitativo, formação acelerada e arrocho salarial deteriorou as condições de vida e de trabalho dos professores, principalmente do setor público" (FERREIRA JÚNIOR E BITTAR, 2006, p.1). Com relação a isso, Apple e Teitelbaum (1991) não negam a teoria, mas afirmam que o problema está relacionado às questões curriculares. Para eles, o não controle das mudanças curriculares implica em desqualificação do trabalho do professor, pois, por não planejar e por não controlar parte do trabalho, torna-se uma classe de "executores alienados de planos alheios" (APPLE E TEITELBAUN, 1991, p.67). O ideal é que o professor elabore seus "*planos de aula*" e não apenas execute planos elaborados por outrem como os planos propostos pela revista, como sugestões ou como receitas para que determinados objetivos sejam atingidos. É importante observar que a revista tem parceria com o governo federal e defende um discurso estatal, às vezes, pertencente a formações discursivas contrárias à dos professores que atuam nas escolas públicas brasileiras.

Nóvoa (1991) aponta quatro elementos responsáveis

pela proletarização: a separação entre concepção e execução; a padronização das tarefas; a redução dos valores necessários à aquisição da força de trabalho; a intensificação das exigências em relação à atividade laboral. No que tange ao aperfeiçoamento da prática do profissional professor, para que ele seja "*o professor do futuro*", como apregoa a revista, ele pode aperfeiçoar sua prática e, ao mesmo tempo, degradar a sua profissão, ao separar concepções teóricas de execução prática. A revista entra com a teoria decifrada, com planos de aulas prontas e, ao professor, cabe a execução. O professor vende a força de trabalho e permite que o trabalho seja fragmentado por quem produz a teoria; dessa forma, a proletarização se intensifica: perde-se a noção do todo.

Nessa perspectiva, o discurso da revista em relação ao ser "*professor do futuro*", com seus "*planos de aulas*", tem a função de contribuir com o proletarizar da profissão do professor. Proletarizar no sentido de ser o resultado da perda do profissional de planejar e executar ao mesmo tempo o seu próprio trabalho. Ocorre a ruptura entre concepção e execução em partes distintas e, por haver essa fragmentação, há um maior controle administrativo. Portanto, os "*planos de aula*" e as atividades pré-preparadas asseguram uma continuidade do modo de ser *professor* e de fazer educação, uma "continuidade entre o sujeito concreto e o sujeito universal, supostamente o sujeito da ciência" (PÊCHEUX, 2009, p.179).

A revista legitima ainda o professor trabalhar muito e receber pouco. Ele deve trabalhar mais para ganhar mais e deixa

de refletir sobre sua prática e proletariza a profissão, deixando que outro pense sua prática, mantendo uma prática recorrente: com baixa remuneração, trabalha mais; sem tempo, não reflete sobre sua prática e busca atividades prontas para trabalhar mais. Esse *"bom profissional do século 21"* da revista recebe valores salariais baixos e, por isso, dobra ou triplica a jornada diária. A intensificação gera sobrecarga de atividades e impõe a busca de apoio nos especialistas “a esperar que lhes digam o que fazer, iniciando-se um processo de depreciação da experiência e das capacidades adquiridas ao longo dos anos”. Essa intensificação conduz o professor “a seguir por atalhos, a economizar esforços, a realizar apenas o essencial para cumprir a tarefa que tem em mãos”. (APPLE; JUNGCK, 1990, p. 156).

Corroborando o postulado da proletarização, Pucci et al. (1991) comprehende o professor enquanto proletário em termos da longa jornada de trabalho que o sobrecarrega, fazendo com que não consiga se desligar de sua profissão. Há um controle do corpo, que se dá pelo ir e vir em diferentes turmas e turnos, tal como está organizada a escola.

A revista parece acreditar na profissionalização e na capacitação do professor, mas, ao mesmo tempo, acaba por empobrecer a profissão docente. As atividades prontas trazidas, como um receituário, proletarizam a profissão e o professor. Discursiviza, como voz autorizada, que o professor precisa dessas atividades para facilitar o dia-a-dia e não percebe que as mesmas

o desprofissionalizam, tratando-o como semiprofissional sem autonomia frente ao Estado, que fixa a prática e supre a ausência de conhecimento científico especializado e de organização exclusiva que regule o acesso e o código profissional do ser professor, apresentando-lhe as “*seis características de um bom profissional*”, não permitindo ao professor as condições de mediador do conhecimento, substituindo “a reflexão pelo automatismo” (ORLANDI, 2002, p.22).

As “*seis características de um bom profissional do século 21*” enuncia o professorado como profissão, mas, a fim de reforçar sua posição de especialista, a revista utiliza a cor amarela nas letras para dar destaque aos “*planos de aula, atividades para: pré-escola, Ciências, Arte, Matemática, Língua Portuguesa e Educação Física*”. À essa luz, ela nega uma posição materialista-histórica do professor, em nome de um pragmatismo sem reflexão, um mito continuísta empírico-subjetivo. Ela silencia a possibilidade de reflexão por meio de “*planos de aula*” “ideais”, garantidos por uma “*rede universal, a priori, de noções*”, sob a forma empirista do professor como executor de um “*procedimento administrativo aplicável ao universo pensado como conjunto de fatos, objetos, acontecimentos ou atos*” (PÊCHEUX, 2009, p.72).

Na capa, a imagem que aparece é homogeneizada pelo busto de uma professora que se forma como um mosaico. A totalidade do corpo não é focada na imagem. Diversas fotografias do mosaico são cabeças de professores. A grande diversidade

de rostos e cabeças se apagam em nome de uma figura maior: a de uma professora, branca, jovem. O que é dado a ver é apenas a parte superior da professora, ou seja, a cabeça, possibilitando a produção de um efeito de sentido encadeado à importância do cérebro do professor e aos conhecimentos acumulados e que são reproduzidos através de aulas expositivas. A diversidade de cabeças e rostos revela a homogeneidade da qual é composta o “corpo” docente: um “corpo” de pessoas representado pela complexidade superficial de tantas “cabeças”. Por outro lado, pode-se inferir que há um único modelo de professor, pois são vários os exemplos de professores, mas, unidos, formam o que se pode compreender como um *“bom profissional”*: um efeito de sentido de multiplicidade de fazeres pedagógicos reunidos em um único modelo de professor ou único modelo de educação, que a RNE quer veicular.

A multiplicidade de professores que compõe o mosaico remete a uma formação discursiva única e ao mesmo tempo heterogênea. Esse “corpo docente” sem corpo representa a infinidade de professores na formação dos alunos e representa a infinidade de profissionais que são responsáveis pela formação do professor. No jogo entre o uno e o múltiplo, constitui-se um professor formado pela unicidade da formação discursiva da revista que lhe permite ser o *“bom profissional”*. Os efeitos de sentido na visualização do mosaico remetem interdiscursivamente à obra clássica do Leviatã, do século XVI, de Thomas Hobbes: um homem

gigante composto por vários homens menores. Leviatã é também o título de um livro que trata da estrutura social e seu governo. A formação macro da figura na capa possibilita o efeito de sentido de que o professor é o grande responsável pela educação, entretanto sabe-se que não se faz educação somente com professores; porém, devido à grandiosidade da figura que o mosaico forma, visualiza-se a importância que é dada ao professor no ritual escolar. Este ritual, muitas vezes, está organizado somente em torno da fala do professor e, dessa forma, ele se torna o personagem principal e maior fonte de conhecimentos. Sendo assim, como sujeito “principal”, espera-se do professor “que seja facilitador de aprendizagem, pedagogo eficaz, organizador do trabalho de grupo, e que, para além do ensino, cuide do equilíbrio psicológico e afetivo dos alunos, da integração social e da educação sexual, etc.” (NÓVOA, 1991, p.100).

O fato é que ser professor é uma profissão que abrange singularidades, as quais o diferenciam dos demais. Como metáfora, enquanto possibilidade de haver deslocamento de sentidos, à multiplicidade de professores, a imagem possibilita representar a quantidade de teorias que um bom profissional pode receber ao longo de sua formação. São diversos os profissionais que possibilitam a formação de um “*bom profissional*” que é também a conjunção de várias formações. Para ser professor, não é suficiente apenas ter um título acadêmico; é preciso também dedicação diária. Existem degraus em qualquer profissionalização,

que não são alcançados apenas pelo simples querer-ser-professor ou pelo se “identificar” com ser-professor; é, antes de tudo, um compromisso do profissional com o social e consigo mesmo, sob uma ação pautada na práxis. Não basta ter as “*seis características*” da RNE, que simplificam e demarcam aspectos que definem ou não um bom profissional. Segundo Vázquez (1968, p. 5), a práxis do professor é uma “atividade material do homem que transforma o mundo natural e social para fazer dele um mundo humano”, que concebe não só a interpretação e reprodução do mundo, mas o toma como guia para transformação.

É o profissional que se assume enquanto ser humano, social e político. É um sujeito que se sensibiliza com as questões sociais e tem uma posição ideológica que a defende, por acreditar que pode contribuir, por meio da educação, com/para a transformação social. Dessa forma, rejeita modelos prontos de atividades, por acreditar que, na repetição de atividades sugeridas, não há construção do saber, não há transformação, não há criticidade; ocorre mera transmissão e reprodução de conteúdos. Segundo Freire (2002), tornam os sujeitos homens em seres de adaptação ao mundo, pois lhes impõem a passividade, sem tentativa de questionamento.

A imagem é de vários professores subsumidos por uma gigantesca professora. Por se tratar da imagem mais importante a ser observada na capa, como uma “pintura, com efeito, dá a ver, e, inseparavelmente, enclausura os olhos, faz não ver” (AUMONT, 2004, p. 114, grifo do autor). Devido às condições de produção e ao

tamanho em que é materializada a imagem do professor sobre a capa, é dado ao olho ver uma enorme cabeça e, com ela, o efeito de sentido de que o professor ainda é a figura de maior importância, de acordo com a RNE, para o contexto escolar, no qual ele exerce sua profissionalização/proletarização. Para ela, o professor é o principal agente do processo de ensino.

Essa grandeza imagética, materializada em formato de busto, possibilita que os sentidos se concentrem na parte superior do professor, na sua cabeça, que, como suporte responsável pelo cérebro, permite a relação com o armazenamento de conhecimentos e, consequentemente, com uma parte importante, o cérebro, que é o órgão mais importante do corpo, pela capacidade de controlar todos os movimentos e funcionamento dos demais órgãos do corpo humano. Ao apresentar o professor como um mosaico de cabeças que, encaixadas, forma a cabeça maior, produz-se o sentido de o professor ser definido pela biologia e pela psicologia e as questões sociais e históricas ficam à margem. Sobremaneira, ser professor é, ainda, armazenar uma quantidade significativa de conhecimentos e transmiti-los aos estudantes, processo assimétrico previamente estabelecido entre quem sabe (o professor) e quem deseja aprender (o aluno).

A imagem supõe o “modelo” de professor brasileiro: mulher, branca e jovem, tendo apenas cabeça. É o Leviatã do saber; é ele ainda o mais preparado para ensinar as novas gerações, uma vez que, socialmente, estamos organizados para percorrer uma

educação escolar. E, para que se aprenda, é necessário passar pelo ritual escolar. Nesse ritual, o professor é a figura fundamental do saber; é ele que pode avaliar os conhecimentos dos alunos, atribuir notas e dizer se estão aptos ou não para aprender outras coisas. Orlandi (2011, p.15), ao definir o discurso pedagógico, como local de “circularidade” dos sentidos, afirma que, por esse estar ligado ao cognitivo aparentemente informacional, cria um efeito de científicidade.

Esse efeito legitima o saber transmitido pelo professor, criando a imagem do professor como o Leviatã do saber, que ocupa o lugar de dominador do conhecimento, pois seus discursos são apresentados como discursos de verdade. Pelo como é mostrada a imagem do professor na capa, a revista enuncia que ele é o sujeito portador de conhecimentos científicos armazenados em seu cérebro e, por isso, sua cabeça é mais importante que as demais partes do corpo. Assim, para ser o “professor do futuro”, é necessário que toda a concentração esteja na aquisição e na transmissão de conhecimentos científicos produzidos por outrem e no apagamento de qualquer outra necessidade advinda dos órgãos silenciados, como braços, pernas etc.

Sendo essencialmente cérebro, a revista silencia, por exemplo, a existência de docentes com deficiência, silenciando condições diferentes. O mais importante é que tenha cérebro; dessa forma, os outros órgãos que pertencem ao corpo e que representem qualquer outra condição que não seja a da capa não

é permitida no modelo de professor proposto pela revista. O corpo não é importante, não tem serventia para o trabalho: o professor é desumanizado. O discurso insiste ainda na construção imaginária de um estereótipo: professora de óculos, branca, jovem e sem excesso de gordura corporal (magra); e silencia os demais sujeitos professores: homem, negro, deficiente, idoso. A diversidade e multiplicidade de professores que são empregados para compor o mosaico da revista são apenas componentes heterogêneos para o arranjo homogêneo do modelo de professor que o discurso da revista contempla.

O enunciado afirmativo "*o professor do futuro é você*", ao mesmo tempo que convida para a leitura, transfere ao professor a responsabilidade por ser o sujeito do ensino. "Você", que remete a todo professor, requisita que todos sejam/estejam em concordância com a atuação futura da profissão ou que se assumam como responsável pelo futuro. Ao sujeito professor/leitor é dada a responsabilidade da profissão. Por meio do dêitico "*você*", busca-se a proximidade com o coenunciador professor, assumindo um efeito de sentido de estar dialogando com o leitor. Para a revista, o professor é o educador das novas gerações e o responsável pelo aprendizado de milhares de crianças que, de acordo com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), não podem ficar fora da escola. Agindo assim, ela cria "uma espécie de cumplicidade entre o locutor e aquele a quem se dirige (...) essa cumplicidade supõe de fato uma identificação do locutor,

isto é, a possibilidade de pensar o que ele pensa em seu lugar" (PÊCHEUX, 2009, p.114).

Enquanto enunciadora, a RNE interpela o outro, dando-o como sujeito responsável pelo "futuro" da educação brasileira. Ao apresentar as características se posiciona, antecipa-se em pensar pelo professor, antevendo quais seriam as necessidades emergenciais para se adequar a esse futuro. Como voz de autoridade, busca a cumplicidade do sujeito professor que está na sala de aula. Essa cumplicidade ocorre no sentido de que o professor, por operacionalizar as atividades do dia-a-dia, fica impossibilitado de pensar sua prática e, então, busca, na revista, os "*planos de aula*" e "*as atividades*". A revista sussurra que, se o interlocutor/professor deseja conhecer e saber como se tornar um "*bom profissional*", o caminho é ler a revista que apresenta "*seis características*" para isso.

Além de ser responsável pelo "futuro", já que o Leviatã era uma espécie de monstro que concentraria todo o poder em torno de si, o professor, assim como ele, no que se refere ao poder, é a representação de autoridade dentro da escola; é ele que tem o conhecimento científico e, por isso, sua voz tem autoridade. O professor imbuído de poder é o "*profissional do futuro*" por ser responsável pelo futuro dos alunos. Nessa capa, é possível considerar que o que se busca revelar é um sujeito-professor concebido a partir do senso comum tradicional e corriqueiro.

Com a palavra "futuro", a revista convoca o professor para

a responsabilidade pelo futuro de milhares de alunos, já que a profissão está baseada na formação de pessoas e na reprodução dos *“planos de aula”*. Dessa forma, produz um efeito de sentido que reserva ao professor o papel de melhoria da sua profissão e do ensino brasileiro. Há, pois, a transferência de responsabilidade para o sujeito professor pela educação brasileira. Ao professor, resta a busca de aperfeiçoamento, para ser o *“profissional do futuro”* e ser *“quem educa”* a nação brasileira, uma busca que passa pela aquisição das *“seis características”* que o definem e cujo objetivo é melhorar sua imagem pública em detrimento da proletarização da profissão.

Pode-se dizer que a RNE apresenta o professor a partir de uma premissa idealista e platônica. Existe a ideia ideal de professor, mostrada pela composição das pequenas imagens: mulher, branca e jovem (grande ser). E todos os demais professores são criados a partir dessa ideia maior, como um “molde”, apesar de diferenças existentes. As diferenças são silenciadas e não pertencem à “ideia professor” como coisa perfeita e autossuficiente. Percebe-se “a pretensão idealista” de chegar à universalização do professor e de suas atividades. (PÊCHEUX, 2009, p.64). Há, também, a pretensão idealista de chegar ao sentido universal do enunciado professor é *“quem educa”*, como se ele fosse fixo e unívoco e capaz de recobrir toda a realidade.

A subordinação do professor ao enunciado é *“quem educa”* do slogan implica em efeitos de sentido de normatividade e de

imposição de que “*quem educa*” é necessária e unicamente o professor. Entretanto, nada impõe que o professor seja educador; também não há evidência de que “*quem educa*” é unicamente o professor. Eis uma questão (evidentemente exterior à lógica): a capa evidencia que só o professor educa, como se o processo educar fosse uma propriedade essencial do professor e tudo dependesse unicamente dele.

3 A TÍTULO DE FINALIZAÇÃO

A docência acaba, assim, sendo discursivizada como semiprofissionalismo, já que o magistério é dado como extensão da casa e ligado à maternidade e à educação dos filhos, como função feminina. A revista, ancorada em uma “teoria universal” das ideias, formata o sujeito professor, sócio-histórico e ideológico, “como sendo fonte de homogeneidade e não interroga o sujeito paradigmático, no sentido kantiano e também no sentido contemporâneo do termo” (PÊCHEUX, 2012, p.32). Ela oferece ao professor uma identidade de educador, valendo-se de uma representação do gênero feminino, de etnia branca, e como sujeito acorporal, como se ele fosse apenas cérebro, com os comportamentos decorrentes. Sobre esse Sujeito, impõe-se o atravessamento do mundo físico em busca do real ideal de professor com práticas educativas redentoras. Inclusive, idealizado em um mosaico, ele se inventa; a verdade está com ele e as saídas

para as dificuldades estão ao seu dispor intelectual. O docente é, ainda, o sujeito protagonista responsável pela educação, pelas mudanças teóricas e estruturais e pela resolução de problemas sociais que eclodem na sala de aula.

O concurso, para citar o caso, que premia alguns professores nota dez, privilegia um professor, em detrimento de um coletivo e de uma categoria. Estes ditames são resultado de relações de poder baseadas na competitividade, com um concurso que seleciona e premia alguns professores pelos projetos desenvolvidos: estratégia neocapitalista em que os mesmos trabalhos recebem um selo que é melhor que o do coletivo. Embora a cada mês a RNE produza e disponibilize novas capas, o discurso, enquanto efeito de sentido, repete-se, não como uma reprodução exata, mas um mesmo “repetível (interdiscurso, memória discursiva) ” (ORLANDI, 1996, p.48), que se inscreve na história e, assim, torna-se interpretável. Sustentada pelo repetível dado ideologicamente, que torna os discursos evidentes e “naturais”, a profissão de educar é mostrada como atribuição da mulher branca e jovem e exclui, dessa maneira, o homem, o negro, o idoso e tantos outros dessa função.

REFERÊNCIAS

APPLE, Michael W. É impossível entender a escola sem uma teoria da divisão sexual do trabalho (Entrevista). **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v.11, n.2, p.57-68, jul/dez. 1986.

_____; JUNGCK, Susan. No hay que ser maestro para enseñar esta unidad: la enseñanza, la tecnología y el control en el aula. In **Revista de Educación**. N° 291, p. 149-172, 1990.

_____; TEITELBAUN, Kenneth. Está o professorado perdendo o controle de suas qualificações e do currículo? In **Teoria & Educação**, Porto Alegre, n. 4, p. 62-73, 1991.

AUMONT, Jacques. **A Imagem**. 4. ed. São Paulo: Papirus, 2004.

BRASIL. **Lei no 5.692**, de 11 de agosto de 1971.

CATTELAN, João Carlos. **Colcha de Retalhos**: micro história e subjetividade. Edunioeste, Cascavel, 2008

FERNANDES, Florestan. A formação política e o trabalho do professor. In: Catani, Denice Bárbara et al. (org). **Universidade, escola e formação de professores**. 2^a ed., São Paulo: Brasiliense, 1987. p. 13-37.

FERREIRA JÚNIOR, A.; BITTAR, M. A ditadura militar e a proletarização dos professores. **Educação & Sociedade**, Campinas, v. 27, n. 97, p. 1159-1179, set./dez. 2006.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 32. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

KREUTZ, Lúcio. Magistério: Vocação ou Profissão? **Educação em Revista**, Belo Horizonte (3): 12-16, jun. 1986.

LIBÂNEO, José Carlos. **Organização e gestão da escola: teoria e prática**. 5. ed. Goiânia: Editora Alternativa, 2004.

NÓVOA, Antônio. Para o estudo sócio-histórico da gênese e desenvolvimento da profissão docente. In: **REVISTA TEORIA & EDUCAÇÃO** – Dossiê Interpretando o trabalho docente, Porto Alegre, Editora Pannonica, n. 4, 1991

ORLANDI, Eni. **A linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. Campinas: Pontes, 2011.

_____. **As formas do silêncio: nos movimentos dos sentidos**. 5^a. Ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 2002.

_____. Discurso: fato, dado, exterioridade. In: CASTRO, M. F. P. (Org.). **O método e o dado no estudo da linguagem.** Campinas: Editora da Unicamp, 1996. p. 209-218.

PÊCHEUX, Michel. **Análise de Discurso: Michel Pêcheux.** Textos selecionados por: Eni Puccinelli Orlandi. 3^a edição. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

_____. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio.** Trad. de Eni P. Orlandi. 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

PUCCI, Bruno et al. O processo de proletarização dos trabalhadores em educação. **Teoria & Educação**, Porto Alegre: n. 4, p.91-108, 1991.

REVISTA NOVA ESCOLA. **O futuro do professor é você.** Disponível em: <<http://revistaescola.abril.com.br/edicoes-impressas/236.shtml>> Acesso em: 10 de jul. 2012.

SANTOS, Eliana Cristina Pereira. **A imagem do professor nas capas da Revista Nova Escola:** a circularidade do sentido. 148 f. Dissertação (Mestrado em Linguagem e Sociedade) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2013.

TUMOLO, Paulo Sergio e FONTANA, Klatte Bez. Trabalho docente e capitalismo: um estudo crítico da produção acadêmica da década de 1990. **Educação e Sociedade** [online]. Vol.29, n.102, p. 1-11. Campinas. Jan./abril. 2008. ISSN 0101-7330. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-73302008000100009>. Acesso em: 12/01/2013.

autora

isabela karolina gomes
ferreira oliveira

ex-gordinhas:
uma alma indecisa

capítulo 7

EX-GORDINHAS: UMA ALMA INDECISA

1 INTRODUÇÃO

Partindo do princípio de que “o corpo na cultura atual possui especificidades na forma como é percebido esteticamente” (NOVAES, 2013, p. 51), faz-se necessário discutir sobre o padrão corporal que paira, especialmente, sobre o público feminino, pois se entende que um único modelo de corpo passou a receber valorização social; os que não atendem ao perfil estabelecido são “convidados” a experimentar os mais variados dissabores. Deste modo, percebe-se que o corpo feminino é colocado diariamente sob holofotes e, em razão disto, as mulheres “brigam” com o espelho e com a balança para atender ao corpo cultuado e exibido, insistentemente, nos mais variados meios midiáticos.

A mídia, de modo geral, tem interesse em dar visibilidade ao assunto. As propagandas, os *outdoors* e os comerciais televisivos disseminam textos verbais e imagéticos que reforçam a “importância” de seguir um padrão corporal. Há, atualmente, revistas que se encarregam do “cuidado” com o corpo; as reportagens e, é claro, as capas exibem, a cada nova edição, corpos idealizados

e “perfeitos”. *Slogans* e manchetes persuasivas fazem parte do “pacote” de beleza, que objetiva mostrar para a mulher o corpo que deve ter, caso queira seguir a prática estética e corporal imposta socialmente. Para exemplificação, observem-se os enunciados transcritos abaixo, pertencentes às capas da revista de onde o *corpus* foi retirado:

- a) Fique linda e definida: com o circuito rápido para a perda de peso¹.
- b) Corpo de verão (comece já, dá tempo): pernas lindas, corpo torneado, barriga de atleta e receitas saudáveis².
- c) Corpo mais durinho com apenas 4 exercícios: treino de bumbum para definir curvas³.
- d) Magra e saudável com pouco esforço: circuito *relax* de 30 minutos⁴.

Pode-se perceber, nos excertos, que há um culto ao corpo magro. Os discursos sobre ele atrelam este modelo ao que é “bom” e “belo” e, por consequência, ao que é “saudável”. Por outro lado, o corpo gordo ocupa outro lugar, que está relacionado ao que é “indesejável” e “ruim”. Portanto, estar “em forma”, magra, malhada e “definida”, com ausência de barriga e músculos tonificados, é estar

1 Revista *Women's Health Brasil*. Matéria de Capa. Editora Abril, publicação realizada no mês de maio de 2017, edição nº 95.

2 Revista *Women's Health Brasil*. Matéria de Capa. Editora Abril, publicação realizada no mês de Outubro de 2015, edição nº 36.

3 Revista *Women's Health Brasil*. Matéria de Capa. Editora Abril, publicação realizada no mês de Junho de 2017, edição nº 94.

4 Revista *Women's Health Brasil*. Matéria de Capa. Editora Abril, publicação realizada no mês de Novembro de 2016, edição nº 87.

próxima do padrão ideal de corpo “perfeito”. Verifica-se, pois, que, enquanto o corpo magro é enaltecido, há um aprofundamento da desvalorização do corpo gordo, paralelamente ao aumento de expressões designando as barrigas julgadas belas porque são praticamente inexistentes (SANT'ANNA, 2014a).

Constata-se que o corpo feminino é posto em ‘xequé’: ser magro se tornou produto de primeira necessidade e a porta de entrada para adquirir, por decorrência, “saúde” e “beleza” (SANT'ANNA, 2014b). Neste sentido, justifica-se a possibilidade de uma discussão sobre o corpo, pois o(s) discurso(s) que o define(m) mostra(m)/implica(m) diretamente em algo que constitui a “natureza” feminina e a busca por adequação aos “ideais” de beleza.

Nesse sentido, é preciso adiantar que este trabalho, de cunho qualitativo, destina-se a investigar o corpo feminino. Para isso, a fundamentação teórica que o subsidia é a Análise de Discurso de linha francesa (doravante, AD). Entende-se que trabalhar sob uma perspectiva discursiva leva a compreender que, por meio da língua em funcionamento, podem-se verificar as problemáticas ideológicas, mercadológicas e socioculturais que atravessam e constituem os sujeitos e os seus corpos.

Para a realização do trabalho, foram recortadas *Sequências Discursivas* (doravante, SD) de depoimentos de mulheres publicados na revista *Women's Health Brasil*⁵, entre os anos de

5 A revista *Women's Health Brasil* é direcionada exclusivamente ao público feminino. Trata-se de uma publicação da editora Abril; sua primeira edição no Brasil se deu em 2008. Porém, a revista já circulava em outros países a partir de uma parceria entre a editora Abril e a editora Rodale dos Estados Unidos.

2013 e 2017, como parte de uma *Formação Discursiva* (doravante, FD) dominante sobre o corpo feminino “ideal”. Escolheu-se esta revista por ser uma mídia de alcance nacional; a sua relevância pode ser atestada pelo fato de que atinge um público considerável, já que a sua assinatura é mensal e circula em diversos lugares, como consultórios médicos, odontológicos, salões de beleza, clínicas de estética e academias. Compreende-se que, ao investigá-la, pode-se constatar o modelo corporal que ela dissemina, pois é um veículo formador de “opinião”.

A escolha desse *corpus* foi conduzida pelo fato de que, dentre o conjunto de matérias com dicas e instruções de combate à gordura (receitas, dietas, exercícios físicos e *fitness*, para citar alguns), chamou atenção a presença de uma *seção exclusiva de depoimentos* de mulheres que se consideravam “acima do peso” e perderam os quilos “extras”; a provocação se deu pela relação estabelecida entre perder peso e obter determinados “benefícios”.

É possível verificar que os depoimentos reproduzem este repertório: enquanto mulher “acima” do peso, o sujeito se sentia infeliz, mas, após perder os “quilos a mais”, a sua vida melhorou. Entende-se que essas mulheres mudam o corpo e, por isto, “transformam” as suas vidas. No espaço que lhes é destinado, relatam as desventuras de ser gordo e as satisfações advindas do corpo magro, que proporciona, supostamente, uma vida de realizações e prazeres.

Os depoimentos (e seus silêncios) mostram a relação

conflituosa existente entre *bem-estar* e *beleza*, uma vez que, para além de um discurso como “emagreci pela minha saúde e bem-estar”, outros discursos emergem, revelando, mesmo que de forma inconsciente, o maior “problema”: a insatisfação pelo não atendimento ao modelo de beleza. Nesta condição de produção, constata-se que o ponto crucial que incomodava as mulheres não era a relação entre gordura e saúde (que apenas mascara um real), mas gordura e estética.

2 OS PRESSUPOSTOS TEÓRICOS DA AD

A fundamentação teórico-metodológica deste estudo segue os princípios da Análise de Discurso de linha francesa. Deste modo, faz-se necessário situar o seu quadro epistemológico, considerando os deslocamentos e as rupturas realizadas pelo filósofo ao qual se atribui a “paternidade” da AD. Deve-se elucidar que a teoria do discurso originou-se na França, na década de 1960 do século XX, cujo principal representante é Michel Pêcheux. Vale ressaltar, ainda, que as referências desta época se pautavam, sobretudo, na área das Ciências Sociais, da Psicologia Social e da Linguística (PÊCHEUX, 2016).

Era no campo dessas regiões teóricas e, sobretudo, em suas contradições que Pêcheux pressentia a importância de instaurar o seu objeto de estudo. A AD, como o próprio nome sugere, “não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas

lhe interessem. Ela trata do discurso". (ORLANDI, 1999, p. 15). Partindo deste princípio, é preciso perceber que o autor criticava as ciências de prestígio da época; por esta razão, seus primeiros textos eram assinados com o pseudônimo de Thomas Herbet, que, em 1966, começou a refletir sobre a situação teórica das Ciências Sociais, da Psicologia Social e da Linguística. Conforme aponta Maldidier (2003, p. 11),

Era pensando essas regiões do conhecimento, colocando questões delas para elas mesmas, que ele ia estabelecendo um novo território de conhecimento da linguagem, da história (e do sentido), do sujeito.

Nesta perspectiva, Pêcheux problematizava I) as Ciências Sociais, por considerarem a língua como transparente; II) a Psicologia Social, por recalcar a noção do inconsciente e, por fim, III) a Linguística, por "ignorar" a parte social da linguagem até então encoberta/recoberta pelos estudos descritivos e estruturalistas.

Para Pêcheux (2016, p. 288), "o projeto da análise do discurso marca uma ruptura com esta problemática psicossocial, pela qual o triplo registro da história, da língua e do inconsciente permanece recalcado". Diante disto, ele clamava por questões que eram deixadas à margem: a historicidade, o sujeito e a língua.

Uma das principais críticas de Pêcheux às Ciências Sociais era com relação à defesa da transparência da linguagem. Para o autor, ela não poderia ser considerada como unívoca ou literal, pois as palavras, as expressões e os textos só adquirem sentido em relação com a exterioridade e com as formações discursivas

de que emergem. A respeito disso, o filósofo (2014a, p. 148, grifos do autor) enfatiza que: “uma palavra, uma expressão ou uma proposição não tem *um* sentido que lhe seria ‘próprio’, vinculado a sua literalidade. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada formação discursiva”. Afirmar isto significa compreender que o sentido pode ser outro e que ele é mutável. Assim, o autor propõe a opacidade da língua, considerando que ela tem história e incide sobre a constituição dos sentidos.

A Psicologia Social também foi alvo do filósofo, principalmente, por conceber o sujeito como consciente - “mestre em sua morada” - e que, em razão disto, poderia controlar o seu quadro epistemológico. Ancorado nas (re)leituras de Freud por Lacan e pela leitura althusseriana de Marx a respeito do materialismo histórico, postula que o sujeito é submetido às formas de poder que o governam. Trata-se de um indivíduo interpelado em sujeito pela ideologia e pelo inconsciente. O conceito de interpelação é definido pelo autor como segue:

A modalidade particular do funcionamento da instância ideológica quanto à reprodução das relações de produção consiste no que se convencionou chamar de *interpelação*, ou assujeitamento do sujeito como sujeito ideológico, de tal modo que cada um seja conduzido, sem se dar conta, e tendo a impressão de estar exercendo sua livre vontade, a ocupar o seu lugar em uma ou outra das duas classes sociais antagonistas do modo de produção (PÊCHEUX; FUCHS, 2014a, p. 162, grifos do autor).

Diante disso, para o autor, o sujeito do discurso não se encontra na fonte do sentido. Tem-se, então, para a AD, que o

sujeito é assujeitado, isto é, ele não é o dono do discurso, mas é levado - sem que tenha consciência disso - a ocupar um lugar social e, a partir dele, enunciar o que é determinado pelas *formações discursivas e formações ideológicas*.

No que diz respeito às rupturas, pode-se dizer que Pêcheux rompe com o movimento em voga na França na década de 1960: o estruturalismo. De acordo com Gadet *et al* (2014, p. 41), Pêcheux revelou “uma grande familiaridade com os textos de Saussure⁶, uma leitura informada, inteligente e pessoal”, que o fez propor deslocamentos teóricos. Nesse sentido, encontram-se, em seus estudos, críticas ao modo como o estruturalismo sobrepõe a estrutura (o sistema da língua) ao sujeito do discurso: o filósofo se propôs a refletir sobre as questões ideológicas que atravessam o discurso. Nas palavras do autor, “A instituição da AD exige uma ruptura epistemológica, que coloca o estudo do discurso num outro terreno em que intervêm questões teóricas relativas à ideologia e ao sujeito” (PÊCHEUX, 1990, p.105).

Os estudos de Pêcheux evidenciavam que, na conjuntura estruturalista, a língua é concebida como um objeto científico homogêneo, regida por normas e organizada em um sistema estrutural. Logo, ela não se cria na relação funcional com o mundo, mas em relação à estrutura interna. Contudo, o estudioso enfatiza que

6 Ferdinand de Saussure (1857-1913) foi um linguista e filósofo suíço, cujas contribuições teóricas proporcionaram o desenvolvimento do estudo da língua. Sua obra póstuma intitulada *Curso de Linguística Geral* o fez ser considerado o “pai” da Linguística Moderna e do Estruturalismo.

o deslocamento conceptual introduzido por Saussure consiste precisamente em separar essa homogeneidade cúmplice entre a prática e a teoria da linguagem: *a partir do momento em que a língua deve ser pensada como um sistema, deixa de ser compreendida como tendo função de exprimir sentidos* (PÊCHEUX, 1990, p. 62, grifos nossos).

Deste modo, o autor enfatiza que se deve considerar o sujeito que se manifesta por meio da língua(gem), estabelecendo uma relação de completude entre a língua e a sua função extralingüística, entre a linguística e uma teoria do discurso, pois, para o autor,

uma linguística Saussuriana, uma linguística da língua, não seria o suficiente; só uma teoria do discurso, concebido como um lugar teórico para o qual convergem componentes linguísticos e sócio-ideológicos poderia acolher este projeto (PÊCHEUX, 1990, p.105).

Portanto, Pêcheux propõe “uma mudança de terreno que faça intervir conceitos exteriores à região da linguística atual” (PÊCHEUX, 1990, p.72). Nesse contexto, foi por meio das críticas do filósofo aos estudos estruturalistas que nasceu a AD.

Pode-se observar que a preocupação do autor se pautava na parte menos desenvolvida pelos estudos de Saussure: a fala, uma vez que ele contesta que esta seja livre/espontânea, conforme assumiu o filósofo suíço. Ao contrário, ela é afetada por procedimentos coercitivos que regram/controlam o dizer (FOUCAULT, 1996). Nessa perspectiva, o interesse de Pêcheux se baseava em buscar compreender a língua(gem) em funcionamento,

considerando que é por meio dela que a ideologia se materializa, isto é, é na/pela língua que se pode perceber a materialização dos processos ideológicos presentes nos discursos.

Em consonância com estes postulados, verifica-se que, "Na análise de Discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história" (ORLANDI, 1999, p. 15). Nesse tipo de estudo, evidencia-se o homem falando e sua capacidade de significar por meio do discurso. Assim, Pêcheux (1990, p. 82) lança mão do conceito de *discurso*, definindo-o como "efeito de sentido entre locutores". De acordo com o filósofo, o discurso é uma fala regrada por condições de produção específicas que preestabelecem os sentidos do dizer.

A partir destas considerações, ele instaura a sua teoria baseado numa tríplice aliança, constituída pelas seguintes áreas do conhecimento:

- 1) o materialismo histórico, como teoria das formações sociais e de suas transformações, compreendida aí a teoria das ideologias;
- 2) a lingüística, como teoria dos mecanismos sintáticos e dos processos de enunciação ao mesmo tempo;
- 3) a teoria do discurso, como teoria da determinação histórica dos processos semânticos (PÊCHEUX; FUCHS, 2014, p.163).

Os estudiosos do discurso salientam, ainda, que é necessário explicitar que estas três regiões são atravessadas por uma teoria da subjetividade de natureza psicanalítica (PÊCHEUX; FUCHS,

2014). Pode-se dizer que Michel Pêcheux buscou refletir sobre a singularidade do sujeito na língua, bem como sobre a articulação entre a língua, a ideologia e o inconsciente (ORLANDI, 2012).

3 A INDECISÃO QUE PERPASSA SUJEITOS E CORPOS

Objetiva-se refletir, nesta seção, sobre como o corpo magro é discursivizado pelas depoentes na revista *Women's Health Brasil* e, mais polemicamente, busca-se perceber até que ponto as "ex-gordinhas" assumem, de fato, o discurso de que são porta-voz. Entende-se que, sob a justificativa da busca da saúde e do bem-estar, essas mulheres revelam, mesmo que inconscientemente, o desejo de corresponder a um modelo de corpo que atenda aos ditames atuais. Como forma de exemplificação, considere-se a SD que segue:

SD 1: Pedi demissão e estipulei um ano para focar apenas na minha **saúde** e no meu **bem-estar**. Passado este ano, atingi meu objetivo: do manequim **48** ao **36**⁷.

Pode-se constatar, com base na SD, que a saúde e o bem-estar estão submetidos ao investimento na busca pelo manequim tido como "ideal". Desta maneira, percebe-se que o principal intuito estabelecido pela "ex-gordinha" não é, crucialmente, a saúde, mas ser

⁷ Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 39 anos; altura: 1,60 m; peso antigo: 95 kg e peso atual: 60 kg.

magra, já que, "passado esse ano, atingi meu objetivo: do manequim 48 ao 36". Assim, percebe-se que, amparada pelo discurso da saúde e do bem-estar, a depoente manifesta, sobretudo, o desejo de conquistar o manequim valorizado socialmente.

Outro ingrediente que chama a atenção é a passagem "pedi demissão e estipulei um ano para focar apenas na minha saúde e no meu bem-estar". O enunciado permite inferir que a depoente não é uma mulher qualquer, que pertença a um segmento social indiviso. Ela é alguém que tem poder aquisitivo e, por isto, pode "pedir demissão" para 'cuidar', apenas, do corpo e, assim, 'atingir' "o ("seu") objetivo", que nada mais é do que ter o corpo e a estética aceita socialmente, ou seja: ser magra e vestir 36.

Nesta perspectiva, atenta-se para o efeito de sentido que relaciona *magreza* e *saúde*, como estando ao lado do bem e do bom, e a gordura, como estando ao lado do mal e do ruim. Sob este prisma, observe-se a SD abaixo:

SD 2: Os frutos da minha dedicação incluem a melhora no bom-humor, no **bem-estar**, na **saúde** e na vida afetiva.⁸

Na SD, a "ex-gordinha" relata as "vantagens" que chegaram com o "novo" corpo: a "melhora no bom-humor, no bem-estar, na saúde e na vida afetiva". Dois "benefícios" especiais são ressaltados: bem-estar e saúde. O bem-estar mencionado pela depoente não parece estar atrelado a sua saúde, mas à

⁸ Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 29 anos; altura: 1,57 m; peso antigo: 67 kg e peso atual: 54 kg.

satisfação de atender o modelo corporal previsto. Defende-se, pois, que o sujeito se sente bem, não por estar saudável, mas por corresponder ao corpo disseminado pela ideologia atual: aquele cujas formas são consideradas esteticamente “perfeitas”. Nesse sentido, comprehende-se que “o corpo, assim visto, passou então a ser o passaporte para a felicidade, o bem-estar e a realização pessoal” (NOVAES, 2013, p. 26).

Verifica-se que as “ex-gordinhas” parecem assumir esse discurso. Elas relatam os “benefícios” que surgiram com a “conquista” do corpo “ideal”. No entanto, parece possível pleitear que elas não estão convictas de que o discurso seja tão verdadeiro e nem que estejam totalmente de acordo com ele; ou seja: o discurso delas falha e, ao falhar, mostra que o ditame atual não parece ser tão bem-vindo assim.

Nesta via, comprehende-se as palavras de Pêcheux, que afirma que *“apreender até seu limite máximo a interpelação ideológica como ritual supõe reconhecer que não há ritual sem falhas; enfraquecimentos e brechas”* (PÊCHEUX, 2014b, p. 277, grifos nossos). A falta de convicção das “ex-gordinhas” frente ao discurso da corporeidade moderna se manifesta em pequenas lacunas ou equívocos que apontam para um desejo que parece um tanto afastado, mas que, mesmo assim, faz-se presente nas brechas que constituem o(s) seu(s) discurso(s). Apesar de os depoimentos serem teimosamente a favor do corpo magro, alguma coisa mostra que ele suprime o desejo de algo ‘perdido’ no tempo anterior.

Esta insegurança ou falta de convicção (ou, ainda, a manifestação de uma falta/desejo) sobre as renúncias e os investimentos que se devem fazer à luz do discurso atual sobre o corpo magro é identificável no *corpus* pesquisado. Para a demonstração desta hipótese, considerem-se, de início, as SDs que seguem:

SD 3: Costumo dizer que **hoje sou ex-gordinha**⁹.

SD 4: Digo brincando que **me considero uma ex-gordinha**¹⁰.

Percebe-se, nas SDs, que as depoentes se autodenominam “ex-gordinhas”. Chama-se a atenção para o uso do prefixo “ex”, pois, no limite, entende-se que é uma marca reveladora da insegurança que permeia o discurso dessas mulheres. Como é comum acontecer, o uso deste prefixo unido a um substantivo como, por exemplo, “gordinha”, *indica que o sujeito deixou de ser aquilo que era antes*, como se verifica no caso de palavras, como “ex-marido”, “ex-esposa”, “ex-funcionário”, “ex-presidente”, dentre outros. Constatase, nestes casos, que o uso indica que o sujeito *deixou de ser marido, deixou de ser esposa, deixou de ser funcionário e deixou de ser presidente*, mas, como também é atestável com uma determinada facilidade, sempre existe a *possibilidade de voltarem a ser*; é isso que parece ocorrer em relação às “ex-gordinhas”: uma vez que foram, podem voltar a ser; daí a insegurança e a falta de convicção.

9 Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 29 anos; altura: 1,57 m; peso antigo: 67 kg e peso atual: 54 kg.

10 Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 32 anos; altura: 1,70 m; peso antigo: 70 kg e peso atual: 58 kg.

Posto isto, comprehende-se, por meio das SDs em estudo, que as depoentes passaram de “gordas/gordinhas” para “ex-gordinhas”; e não de “gordas/gordinhas” para **magras**, o que revela uma certa indecisão e permite pressupor que, mesmo que não o queiram, sentem que podem voltar a ter o corpo que tinham antes, o que não é visto de todo como uma coisa indesejável (ver a seguir). Assim, entende-se que o discurso falha em relação ao atendimento à previsibilidade discursiva, uma vez que se espera que afirmassem que, hoje, “são magras”; esse seria o discurso previsto, caso tivessem assumido plenamente o discurso que impera sobre a “necessidade” de ter um corpo dentro do padrão.

A respeito disto, Authier-Revuz (2014, p. 261, grifos do autor) menciona que “o sujeito se constitui, em um irredutível desvio [*écart*] de si mesmo, sujeito pelo fato de que é falante e, por consequência do que ele é, falho”. Assim, entende-se que o discurso das “ex-gordinhas” falha, em algum momento e de alguma forma. Buscar-se-á dar sustentação a esta hipótese por meio de ingredientes do discurso das depoentes.

Outro elemento da materialidade linguística do intradiscurso das “ex-gordinhas” que permite postular a falha supramencionada e, por decorrência, da falta de convicção é o uso do *advérbio de intensidade* “mais”. Vejam-se, abaixo, SDs sobre esta problemática:

SD 5: Hoje, os homens me olham na rua e meu marido me dá **mais** atenção ¹¹.

Verifica-se, na SD, que a depoente aborda a “admiração” que o seu “novo” corpo causa no público masculino (no marido e nos outros homens), pois ela passou a receber *mais* atenção (o que não significa que ela já não existisse). Deste modo, pode-se presumir, por meio do *advérbio de intensidade “mais”*, que a atenção recebida por parte do marido já se fazia presente em sua vida e, talvez, ela não fosse nem tão distante assim da atual e nem se pode afirmar que tenha melhorado apenas pelo “novo” corpo. Entende-se que a autoestima elevada não é um “benefício” exclusivo do corpo magro e se pode afirmar é que, talvez, a atenção tenha se intensificado, sem que se saiba em que graduação isso acontece. Considera-se, pois, que o uso do advérbio *mais* provoca fissuras no discurso previsto.

Percebeu-se, com o estudo, que o discurso das “ex-gordinhas” sobre o corpo gordo se centra numa matriz de sentido negativa. Porém, a partir dos “equívocos” cometidos, parece que ele não é tão “ruim”, uma vez que a depoente deixa escapar que, quando gorda também recebia atenção do marido. Desse modo, entende-se que, se as “vantagens” fossem atreladas unicamente ao corpo magro, a depoente afirmaria que foi a partir da “conquista” do corpo aclamado socialmente que o marido passou a lhe dar

¹¹ Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 53 anos; altura: 1,80 m; peso antigo: 126 kg e peso atual: 76 kg.

atenção; e não *mais* atenção. Portanto, é necessário relativizar os corpos e ouvir os “equívocos” que estas mulheres cometem.

Nesta mesma toada, observe-se a SD que segue:

SD 6: Atualmente, com o ponteiro nos 60 kg, ela comemora as **novas amizades** e a melhora **na relação com o marido: Ele me valoriza mais e sente ciúme de mim**¹².

Pode-se observar que a SD vem ao encontro do que foi abordado na SD anterior. Nela, pode-se perceber que a depoente relata as “melhorias” obtidas com o corpo magro, sobretudo, no que tange às relações interpessoais.

Assim, chama-se a atenção para o uso do enunciado “ela comemora as novas amizades e a melhora na relação com o marido”. Nele, o uso do qualificativo “novas” permite inferir que, quando gorda, ela já tinha amigos ou “velhos” amigos e não que não tinha amizades. Além disso, se a relação com o marido *melhorou*, a flexão verbal não permite afirmar que antes não fosse interessante, pois não há uma escala que possa medir a diferença entre um estágio e outro. Veja-se, aqui, que as “conquistas” já faziam parte da vida da “ex-gordinha”.

Novamente, destaca-se o uso do *advérbio de intensidade* “*mais*”, em “ele me valoriza **mais** e sente ciúme de mim”, que permite afirmar que a “ex-gordinha”, antes, quando gorda, também era valorizada pelo marido. Por consequência, ser valorizada não é

¹² Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 39 anos; altura: 1,60 m; peso antigo: 95 kg e peso atual: 60 kg.

uma “vantagem” intrínseca do corpo magro, uma vez que este “benefício” também se fazia presente no corpo considerado “fora” do padrão. O discurso da “ex-gordinha” falha e, ao falhar, revela, como se pretende mostrar, que a interpelação não ocorreu em definitivo.

Outro aspecto a ser problematizado em relação à SD se refere ao excerto “sente ciúme de mim”, pois se entende que ser “mais” valorizada porque alguém sente “ciúme” pode não ser exatamente benéfico para o relacionamento, além do que não se pode precisar se o ciúme provocado seria, nessas condições, do corpo ou do sujeito que habita este corpo.

Já que a falha se manifesta “incessantemente e sob mil formas” no discurso do sujeito (PÊCHEUX, 2014b, p. 277), é necessário ir além para compreender a insegurança/indecisão constitutiva do discurso das depoentes. Sob este ponto de vista, vejam-se as SDs abaixo:

SD 7: Saltei do manequim 44 para o manequim 36, hoje sou uma mulher **mais** segura¹³.

SD 8: Quando gorda não sentia vontade de sair de casa, tinha vergonha da minha imagem, hoje eu sou **mais** feliz¹⁴.

SD 9: Costumo dizer que hoje sou uma nova mulher. **Mais feliz, mais saudável e mais bonita**¹⁵.

13 Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 29 anos; altura: 1,57 m; peso antigo: 67 kg e peso atual: 54 kg.

14 Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 39 anos; altura: 1,60 m; peso antigo: 95 kg e peso atual: 60 kg.

15 Estes são os dados que constam na seção de depoimentos sobre a depoente - idade: 32 anos; altura: 1,70 m; peso antigo: 70 kg e peso atual: 58 kg.

Nas SDs acima, as “ex-gordinhas” relatam, de forma renitente, as “vantagens” que o corpo magro, supostamente, trouxe para as suas vidas. Contudo, é necessário ressaltar, mais uma vez, o emprego do *advérbio de intensidade “mais”*; com o seu “uso”, percebe-se que, ao afirmarem que hoje são “mais seguras”, “mais felizes” e “mais saudáveis e bonitas”, elas não deixam de dizer que já eram antes. Percebe-se, portanto, que as depoentes criam rupturas, sem que o desejem, com o discurso previsto, uma vez que se esperaria que elas dissessem:

7.a - Saltei do manequim 44 para o 36, **hoje sou uma mulher segura**.

8.a - Quando gorda não sentia vontade de sair de casa, tinha vergonha da minha imagem, **hoje eu sou feliz**.

9.a - Costumo dizer que hoje sou uma nova mulher. **Feliz, saudável e bonita**.

Entende-se que a alma convicta de um prisma avaliativo e que aceite o discurso previsto pela FD de que parecem ser porta-vozes, deveria, talvez, dizer o que diz do modo “adequado”. No entanto, ao que parece, as “ex-gordinhas” se encontram no *entre meio* de dois ditames ideológicos: aquele sobre o corpo magro e aquele sobre o corpo gordo, já que se pode perceber que materializam o discurso socialmente imposto sobre a “necessidade” de possuir um corpo dentro do padrão, mas não parecem estar plenamente de acordo (ou seguras) com o que este discurso prega, pois não deixam de afirmar que, quando gordas, recebiam

atenção dos maridos e eram, de certo modo, valorizadas, seguras, felizes, saudáveis e bonitas.

Constata-se, portanto, que as “ex-gordinhas” são clivadas, ou seja, acham-se divididas entre posicionamentos discursivos em confronto; elas não assumiram radicalmente o discurso sobre o corpo magro e nem refutaram de todo o discurso sobre o corpo gordo. É nesta perspectiva que se postula que elas não estão seguras sobre o discurso que materializam e nem tampouco sobre o modelo de corpo que a FD que trata do corpo magro preza. É por esta razão que se defende que as “ex-gordinhas” são uma alma **indecisa**.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo objetivou problematizar o padrão corporal que sobrepara o público feminino. Para isso, procurou-se analisar as sequências discursivas recortadas de depoimentos de mulheres (“ex-gordinhas”) que emagreceram, mudando de um manequim maior para um menor, e que foram publicados na revista *Women’s Health Brasil*.

Buscou-se verificar o posicionamento das depoentes em relação ao corpo antigo/actual, objetivando trazer à tona até que ponto os discursos a respeito do corpo magro e do corpo gordo são assumidos por elas, uma vez que há marcas de um ritual que falha em termos de atender à previsibilidade discursiva. Por

meio das SDs analisadas, foi possível mostrar a insegurança que perpassa essas mulheres e os seus discursos.

Em relação à falha, pôde-se verificar, na materialidade linguística do discurso das depoentes, quando ela acontece. Nesta perspectiva, considerou-se que há dois grandes indícios de quando a língua “fura” o discurso desses sujeitos. O primeiro diz respeito ao fato de que se autodenominam “ex-gordinhas”. Conforme as discussões realizadas, o emprego do prefixo “ex” pode ser visto como indicativo da **indecisão** que essas mulheres vivem, pois, ao afirmarem que são “ex-gordinhas”, elas parecem não excluir a possibilidade de voltarem a ter o corpo que tinham antes. Compreende-se que, se tivessem assumido o discurso sobre o corpo magro, afirmariam, convictamente, que são **magras**; e não “ex-gordinhas”.

Outro ingrediente que mereceu destaque foi o uso do *advérbio de intensidade “mais”*, elemento de uso recorrente e utilizado para enfatizar que as “ex-gordinhas” recebem “mais” atenção, são “mais” valorizadas ou, ainda, “mais” seguras, “mais” felizes, “mais” saudáveis e “mais” bonitas, o que subentende que já eram antes e que, portanto, não assumiram tão radicalmente assim o discurso que impera sobre a “necessidade” de ter um corpo magro.

A partir disto, considera-se que as “ex-gordinhas” são sujeitos divididos entre duas formações discursivas. Elas parecem assumir, na materialidade linguística, o discurso de que o corpo

magro é bom e capaz de “garantir” “benefícios” como, por exemplo, saúde, beleza, bem-estar, autoestima, dentre outros, mas elas não estão certas de que isso seja verdade e nem que estejam perfeitamente de acordo com o que o discurso prega, haja vista que as depoentes relatam que essas “vantagens” também se faziam presentes, de certa forma, em suas vidas quando eram gordas. Por consequência, o discurso delas falha e, ao falhar, revela que o ditame atual não parece ser completamente determinante para essas mulheres.

REFERÊNCIAS

- AUTHIER-REVUZ, J. Falta do dizer, dizer da falta: as palavras do silêncio. In: ORLANDI, Eni Puccinelli. **Gestos de leitura:** da história no discurso. 4. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014. (p. 261-284).
- FOUCAULT, M. **A Ordem do Discurso.** (Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio). São Paulo: Loyola, 1996.
- GADET, F. et al. Apresentação da conjuntura em Linguística, em Psicanálise e em Informática Aplicada ao Estudo de Textos na França, em 1969. In: GADET, Françoise & HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso:** uma introdução à obra de Michel Pêcheux. (Trad. Bethânia S. Mariani *et. al.*). 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014. (p. 39-60).
- MALDIDIER, D. **A inquietação do discurso:** (re)ler Michel Pêcheux hoje. (Trad. Eni P. Orlandi). Campinas: Pontes, 2003.
- NOVAES, J. V. **O intolerável peso da feiúra:** sobre as mulheres e seus corpos. Rio de Janeiro. Ed. PUC-Rio: Garamond, 2013.
- ORLANDI, E. P. **Análise do Discurso:** princípios e procedimentos. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 1999.

_____. **Discurso em Análise:** Sujeito, Sentido e Ideologia. 2. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). IN: GADET, Françoise e HAK, Tony. **Por uma Análise Automática do Discurso:** uma introdução à obra de Michel Pêcheux. (Trad. Bethânia Mariani *et al.*). Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1990. (p. 59-106).

_____. A forma sujeito do discurso. In: PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso:** uma crítica a afirmação do óbvio. (Trad. Eni Puccinelli Orlandi *et al.*). 2.ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014a. (p. 145-168).

_____. Só há causa daquilo que falha ou o inverno político francês: início de uma retificação. In: PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso:** uma crítica a afirmação do óbvio. (Trad. Eni Puccinelli Orlandi *et al.*). 2.ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014b. (p. 269-281).

_____. Nota sobre a questão da linguagem e do simbólico em Psicologia. In: ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso:** Michel Pêcheux. (Trad. Pedro de Souza). 4. ed. Campinas: Pontes, 2016. (p. 55-71).

_____; FUCHS, C. A propósito da Análise Automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, Françoise; HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso:** uma introdução à obra de Michel Pêcheux. (trad. Bethânia S. Mariani *et al.*). 2. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 2014. (p. 159-249).

REVISTA WOMEN'S HEALTH BRASIL, São Paulo: EDITORA ABRIL, 2013.

REVISTA WOMEN'S HEALTH BRASIL, São Paulo: EDITORA ABRIL, 2014.

REVISTA WOMEN'S HEALTH BRASIL, São Paulo: EDITORA ABRIL, 2015.

REVISTA WOMEN'S HEALTH BRASIL, São Paulo: EDITORA ABRIL, 2016.

REVISTA WOMEN'S HEALTH BRASIL, São Paulo: EDITORA ABRIL, 2017.

SANT'ANNA, D. B. Da gordinha à obesa: paradoxos de uma história das mulheres. **Labrys**, [S.I.], jan./jun. 2014a. Disponível em: <<https://www.labrys.net.br/labrys25/corps/denise.htm>>. Acesso em: 09 Ago. 2017.

_____. **História da beleza no Brasil.** São Paulo: Contexto, 2014b.

autor

joão carlos cattelan

**a tríplice
ideologização
do direito:
um estudo de caso**

capítulo 8

A TRÍPLICE IDEOLOGIZAÇÃO DO DIREITO: UM ESTUDO DE CASO

1 INTRODUÇÃO

Começo pela apresentação/circunscrição/descrição do objeto de estudo: ele se refere à Ação Penal nº 5021365-32.2017.4.04.7000/PR, conduzida pela 13ª Vara Federal de Curitiba, contra o ex-presidente Lula e que foi julgada pela juíza substituta de Sérgio Moro, Gabriela Hardt. Tendo como autor o Ministério Público Federal e a Petrobrás que, como “vítima”, atuou como assistente de acusação, a ação foi movida contra, além de Lula, Emílio Alves Odebrecht, Paulo Roberto Valente Gordilho, Rogério Aurélio Pimentel, Alessandro de Salles Ramos de Alencar, José Adelmário Pinheiro Filho, Carlos Armando Guedes Paschoal, Marcelo Bahia Odebrecht, Emry Diniz Costa Júnior, Roberto Teixeira, Agenor Franklin Magalhães Medeiros, Fernando Bittar e José Carlos da Costa Marques Bumlai, todos relacionados às

reformas no Sítio de Atibaia, que, conforme a denúncia, ocorreram como favorecimento ao petista.

A íntegra da sentença está disponível *on line*¹. Ela foi postada em 06/02/2019, dois dias após o julgamento em que o ex-presidente foi condenado por corrupção e lavagem de dinheiro. Dada a impossibilidade de tratar o documento de forma exaustiva, volto-me para o recorte, que inicia na página 167 e termina na página 182. Nele, é descrita a acusação sofrida pelo petista e há uma insistência em demonstrar o vínculo de Lula com o imóvel, como se o uso fosse prova de propriedade e de beneficiário das melhorias.

Tomo este dado empírico como dado a serviço da hipótese que pretendo sustentar². Parece bem assentado o pleito sobre a natureza ideológica do Direito^{3 4}, que é exercido para a manutenção de uma conjuntura. Assumindo este postulado, pretendo demonstrar que, às vezes, ele, em face de constrições estranhas à justiça, inclina-se em favor de indícios lidos à revelia das evidências empíricas. Na ação, apesar de os indícios poderem ser lidos de modo bifurcado, a escolha incide sobre o efeito que

1 https://download.uol.com.br/files/2019/02/1552395364_lava-jato-lula-sentenca-sitio-de-atibaia.pdf.

2 Saliento que optei por utilizar notas de rodapé para apresentar os conceitos de que preciso para o movimento analítico, entendendo que, assim, há mais espaço para a análise e que, de todo modo, a ausência de uma seção teórica não prejudica a hipótese a que busca dar sustentação.

3 Para Pécheux ([1966] 2011), a Prática Social se divide em Prática Técnica e Prática Política. Neste último caso, a prática se caracterizaria pela “transformação de relações sociais dadas em novas relações sociais produzidas por meio de instrumentos políticos” (p. 24), embora ocorra também e, sobretudo, pela busca de manutenção de um certo status. Para o autor, “a prática política em por função transformar as relações sociais no interior da prática social, de tal maneira que a estrutura global não se modifique”, atuando pela “mudança aparente” (p. 37), para o que a ideologia jurídica, moral, religiosa e artística não deixa de contribuir de modo decisivo (p. 26 - grifo meu).

4 A escrita do termo ‘direito’, às vezes, será feita em maiúsculas e, às vezes, em minúsculas: escolho esta forma para dar conta do fato de que, às vezes, o termo equivale à área de conhecimento e, às vezes, a uma determinada prática concreta e circunscrita a exercê-lo.

favorece o aparato punitivo, dobrando a relação entre a ideologia⁵ e o Direito. Em outros termos: contra o direito com caráter probatório, a indicialidade duplamente ideológica sobrepara a decisão do juiz, levando-o a supervalorizar um polo do sentido e silenciar o polo oposto, que o levaria a uma outra leitura/decisão. Tenho como objetivo geral tornar esta tese demonstrável no decorrer deste trabalho.

Antes de iniciar a análise, peço que o leitor tenha um pouco de generosidade na leitura, porque não consigo evitar que este trabalho pareça uma peça política e produza um efeito de engajamento com um mirante partidário. Não pretendo me engajar (não por meio deste trabalho, que deve ser avaliado pelo seu mérito) e nem defender um partido político. O objeto de estudo produz, mesmo que eu não queira, um efeito de compromisso, que pode ser obliterado, se os nomes das pessoas forem substituídos por incógnitas (do tipo x, y e z), restando, que é o que importa, o funcionamento tríplice que o direito adquire, às vezes.

2 SOBRE A PROPRIEDADE FORMAL x O DIREITO PROBATÓRIO

Na seção destacada, há uma insistência na demonstração de que Lula e a família usaram várias vezes o Sítio de Atibaia. A ênfase

5 Quando utilizo o conceito de 'ideologia', considero-o, conforme Pêcheux (1993, p. 166 - grifo do autor), como "um conjunto complexo de atitudes e representações que não são nem 'individuais' nem 'universais', mas se relacionam mais ou menos a posições de classe em conflito umas com as outras". O autor aborda as relações de "afrontamento (...) de posições políticas e ideológicas que não constituem a maneira de ser dos indivíduos, mas se organizam em formações que mantêm entre si relações de antagonismo, de aliança ou de dominação".

sobre a presença no local, pela superabundância com que é construída e pelo conjunto “desproporcional” de comprovações da sua ocorrência, mostra a importância que a juíza atribui aos eventos, ao mesmo tempo que revela a renitência da defesa de um ponto de vista que conflita com as provas documentais. Este descompasso na condução do processo parece ter o único objetivo de condenar o réu. Colocá-lo na propriedade de forma assídua permite que a julgadora deslize do uso para a propriedade do imóvel.

Nos autos, que o imóvel não pertencia a Lula, mas a Fernando Bittar, aparece inúmeras vezes, o que aponta para a incongruência entre o direito calcado em evidências fatuais, embora ele também não deixe de ser ideológico, já que é praticado à luz de uma conjuntura social, e o direito movido por constrições que o ultrapassam, denegando as provas materiais. A própria juíza admite que a propriedade não pertencia a Lula, o que explica a teimosa reiteração sobre o uso por parte do ex-presidente. Em mais de uma ocasião, a propriedade formal é reconhecida como sendo de Fernando Bittar (e Jonas Leite Suassuna). Eis algumas delas:

SD1: O registro da propriedade do imóvel em que foram realizadas tais reformas está em nome de **Fernando Bittar**, também réu nos presentes autos (p. 168 - grifos na sentença).

SD2: As matrículas e as escrituras de compra e venda dos imóveis foram anexadas no evento 2 (anexos 228 a 231) e indicam que o imóvel de matrícula 55.422 está registrado em nome de **Fernando**

Bittar e o de matrícula 19.720 está registrado em nome de Jonas Leite Suassuna (p. 168 - grifos na sentença).

SD3: **Juíza Federal Substituta**: *Mas o senhor entende que o sítio é dele ou o senhor entende que é do senhor?*

Fernando Bittar: *Da família.*

Juíza Federal Substituta: *É da família?*

Fernando Bittar: *É da família, meu e dos meus irmãos.*

Juíza Federal Substituta: *No futuro dividiria para os três?*

Fernando Bittar: *Eu tenho um compromisso com os meus irmãos, esse é um compromisso ético* (p. 178 - grifos na sentença).

Na primeira sequência⁶, há a assunção de que o imóvel reformado pertencia a Fernando Bittar e não ao petista; mas, com o alerta de que Bittar também é réu nos autos, a juíza prepara o terreno para o deslizamento de que Bittar acobertaria o proprietário. Na segunda, outra vez é reconhecido que o sítio pertence a Bittar e a Jonas Leite Suassuna, mas, em que pese a citação dos proprietários/beneficiários das reformas, há duas "estratégias"⁷ discursivas⁸ dignas de nota: uma, a de apenas o

6 Para Pêcheux ([1966] 2011, p. 167), “a primeira etapa do tratamento do corpus consiste em segmentá-lo em sequências discursivas autônomas. Sequências autônomas porque, ao selecioná-las, quebramos o fio do discurso e permitimos que sejam tratadas (...) como entidades independentes”. Neste sentido, uma sequência é um segmento linguístico que possui um determinado grau de independência sintática e semântica frente ao tecido discursivo.

7 Contrariamente à compreensão de que o sujeito do discurso é um estrategista que dirige o sentido para onde quer se valendo dos recursos que movimenta para atingir o “seu” objetivo, coloco o termo “estratégia” entre aspas, por entender, pautado em Pêcheux ([1966] 2011, p. 156), que “o espaço do semântico e do pragmático longe de ser a matriz originária da discursividade poderia bem ser um efeito que resulta desta”. Em outros termos: ao invés de o sujeito estar na fonte do sentido, ele é o suporte que o carrega sendo o seu porta-voz.

8 Utilizo o conceito de ‘discurso’ neste trabalho de acordo com a definição dada por Pêcheux, na AAD-69. Para ele, “Chamaremos discurso uma sequência linguística de dimensão variável, geralmente superior à frase, referida às condições que determinam a produção dessa sequência em relação a outros discursos, sendo essas condições propriedades ligadas ao lugar daquele que fala e àquele que o discurso visa, isto é, àquele a quem se dirige formal ou informalmente, e ao que é visado através do discurso” ([1966] 2011, p. 214). É necessário, além disso, levar em consideração que o autor postula que o ‘discurso’ não se refere a “uma transmissão de informação entre A e B, mas, de modo mais geral, de um ‘efeito de sentidos’ entre os pontos A e B” (1993, p. 82).

nome de Bittar estar em negrito (o de Suassuna não está), que mostra que a “escolha” se deve a ele ser réu no processo e que ele merece a atenção da juíza dados os seus propósitos (ele será acusado de dissimulação), devendo-se interrogar por que Bittar é apontado como cúmplice e Suassuna não. Detalhe de uma “lógica” que, se fosse pertinente, obrigaria a citar o segundo nos autos e a julgá-lo também. A outra se refere à “opção” de não afirmar que o sítio ‘pertencia’ a Bittar e a Suassuna, mas alegar “está registrado”. ‘Estar registrado’ permite que, por meio do deslizamento citado, a juíza conclua que o proprietário real Lula e não as pessoas que teriam emprestado o nome para a compra. Desvinculando a propriedade formal do “real” proprietário, Hardt produziu a brecha que permitiu considerar um como dissimulador e o outro como imputável de lavagem de dinheiro e corrupção. Na terceira, perguntado se o sítio pertencia a ele ou ao pai (*dele*), Jacó Bittar, Fernando Bittar sustentou que o imóvel pertencia à família e que, em caso de venda, “dividiria para os três”: ele e dois irmãos. Além de sustentar que o sítio era da família e que tinha “um compromisso ético com os irmãos”, o depoente, via pressuposto⁹, reiterou a não pertença do sítio a Lula. É, pois, sobejamente explicitado que o sítio ou pertencia a Fernando Bittar, ou a Fernando Bittar e Jonas Leite Suassuna ou à família do primeiro. Conclui-se, pois, que, se o sítio era de Bittar, as reformas beneficiaram a ele e não a Lula, e que, se

9 A pressuposição diz respeito ao fato de que determinados enunciados, além do posto/explicito, carregam um sentido pressuposto/anterior, como em “voltei”, que faz pressupor que “fui” (Ver: Ducrot (1987)). Há que se considerar, porém, que os estudos de Ducrot se situam numa determinada pragmática linguística e, como aqui, o terreno é discursivo, a pressuposição entra como um efeito que circula determinado ideologicamente.

o sítio não era de Lula, ele não seria o beneficiário de melhorias na propriedade de outra pessoa: a acusação de corrupção e lavagem de dinheiro perderia o mérito. Porém, este não era o efeito que a juíza estava disposta a aceitar, colocando-se no dever de trilhar a via que fazia o uso do imóvel equivaler à propriedade efetiva.

O ponto crucial se refere ao fato de que não havia como obliterar que o sítio era de Bittar e Suassuna, que, sendo os proprietários (formalmente comprovado), seriam os beneficiários. Mesmo que reformas tenham acontecido para receber Lula após a saída da presidência, os reais beneficiários eram os proprietários que disporiam do imóvel em benefício dos “três irmãos” e “Da família”. A atribuição da propriedade “real” do sítio e das reformas a Lula foi produzida de modo superficial que apagou o que os documentos demonstravam e deslizou para a alegação de que o uso demonstrava que a propriedade seria do petista. A inconsistência da tese jurídica ocorre por haver proprietários formais e a juíza recusar a prova, para atribuir uma pertença a quem não era proprietário, fazendo o mundo ser o que o discurso afirma que é, à revelia de evidências fatuais. Dito de outro modo: se alguém era o proprietário formal do sítio, parece óbvio que, havendo melhorias no local, ele seria o beneficiário. Em outros termos ainda: se alguém usa um imóvel que pertence a outro, o uso não permitirá que o venda e receba os valores da transação. O uso só prova o uso e não a propriedade ou algum direito sobre ela.

O exposto permite uma primeira conclusão. Se a autoria

do crime e a condenação de carecem de evidências objetivas, neste caso, contra a materialidade exigida pelo direito pautado em evidências fatuais, as provas da propriedade do sítio foram recusadas e superdeterminadas pela assunção de que seriam subterfúgio para a cobertura de crime. O direito positivo, embora também seja ideológico, já que age no sentido do reforço de uma conjuntura, exige provas do crime. Além disso, um ditame da justiça é o preceito *in dubio, pro reo*, que não foi observado. A escolha de “está registado”, e não de ‘pertence’, e o destaque a “Fernando Bittar”, obliteram o preceito jurídico e preparam o terreno para que a autoria de corrupção e lavagem de dinheiro a Lula seja possível. Os acontecimentos são subvertidos para submeter o mundo a determinadas vontades. Neste sentido, destaco o questionamento de Lula sobre se ele era ou não o proprietário do sítio, que focava o mérito do julgamento, mas foi reputado como impertinente. Eis a primeira razão para afirmar que o direito, às vezes, à revelia da leitura que os fatos impõem, tergiversa e se deixa conduzir pela mirada que açambarca o juiz.

3 SOBRE O APAGAMENTO DA PROPRIEDADE FORMAL

Insisto sobre a questão da propriedade formal, pois ela seria definitiva para estabelecer o beneficiário das reformas,

mesmo que tenham sido feitas para abrigar o acervo de Lula após a saída da presidência. Segundo a própria juíza, amparada em Bittar, "chegou-se a discutir a compra do imóvel por Lula e Marisa, mas o pai de Fernando, Jacó Bittar não quis vender" (p. 179). Na passagem, é óbvio que o imóvel objeto da denúncia não pertencia ao ex-presidente, sendo as melhorias feitas pelo amigo que foi acolhido em Brasília por sofrer de depressão e do mal de Parkinson e que, na luta sindical, ajudou Lula a fundar o PT (Partido dos Trabalhadores) e a CUT (Central Única dos Trabalhadores). Insisto nisso, porque o reconhecimento de que o sítio era de Bittar desmantelaria o mérito da denúncia.

Porém, contra as evidências documentais, a propriedade formal foi desconsiderada, tornando-se o uso o parâmetro de julgamento; aliás, há que se considerar que o uso não é negado por Lula, não havendo necessidade de demonstrá-lo. Se ele fosse obliterado, então, haveria uma atividade criminosa sendo encoberta. De toda sorte, na seção II.2.3, **Crimes de Lavagem de Dinheiro e Corrupção nas Reformas**, na página 167, a juíza explicita:

SD4: Nestas reformas teriam sido utilizados ainda estratégias para a dissimulação e ocultação: a) da origem ilícita dos recursos empregados, advindos de crimes antecedentes praticados pela ODEBRECHT, OAS e SCHAHIN (BUMLAI); e b): do destinatário do dinheiro sujo empregado nesses processos: e ex-presidente **Luiz Inácio Lula da Silva** e sua família (p. 167 - grifos na sentença).

Já que a propriedade do imóvel não poderia ser imputada

ao petista, a saída foi acusar os réus de dissimulação e ocultação dos recursos e do destinatário das reformas, que seria, de acordo com os autos, o mentor do esquema e cuja preponderância é destacada no negrito aposto ao nome. A saída, à revelia do caráter probatório da propriedade formal e contra a fatualidade indesejada, foi tornar o petista o destinatário da reforma e Bittar alguém que teria emprestado o nome para dissimular. Não parece improcedente observar o termo “estratagemas” que, em espelho, reflete a juíza, que agiu da maneira que, para ela, agiram os réus, e o “uso” do futuro condicional, “teriam sido”, que, como ingrediente que cria um efeito hipotético, lança dúvidas sobre o que teria acontecido, dado que sugere suposição e não, certeza.

É tergiversando sobre as evidências e lhes impingindo outro efeito de sentido¹⁰, em que “propriedade formal” equivale a “dissimulação” e “ocultação”, que o processo se sustenta; ele alcançaria o petista fosse pela via positiva e empírica ou pelo deslize para um terreno oportuno para o processo. Nesta toada, na seção II.2.3.1, **Da Vinculação de Lula com o Imóvel**, lê-se:

SD5: Necessário registrar mais uma vez que a imputação da presente ação penal, como já dito no tópico II.1.5 da presente sentença, não passa pela discussão sobre a propriedade formal do sítio, pois a denúncia narra ‘reforma e decoração de instalações e benfeitorias’ que teriam sido realizadas em benefício de **Luiz Inácio Lula da Silva** e família (p. 167 - grifos na sentença).

¹⁰ Em consonância com o conceito de ‘discurso’ (nota 8), definido como a produção de um efeito de sentido entre os interlocutores, Pêcheux (1995, p. 164) conceitua o ‘efeito de sentido’ “como relação de possibilidade de substituição entre elementos (palavras, expressões, proposições) no interior de uma formação discursiva dada”.

Nesta SD, é reiterado que “a propriedade formal do sítio” não estava em pauta, já que, se estivesse, faria desandar a articulação da acusação, o que levou a pleitear a dissimulação e a defender que as reformas foram feitas “em benefício” de Lula (veja-se, de novo, o uso do futuro condicional, que apresenta um hipótese duvidosa e não uma certeza inquestionável). É preciso questionar se, numa situação de venda, o valor iria para Lula ou para Bittar e sua família. Se a resposta for “para Bittar e família”, como ocorreu, a autoria de Lula foi um estratagema para condená-lo. Ser o proprietário ou não fazia diferença, já que, se fosse o dono, seria condenado e, se não fosse, seria também, em face das supostas “dissimulação e ocultação”.

Arrolo uma terceira SD que mostra a manobra jurídica de ignorar as provas documentais de propriedade, atribuindo-a Lula e o transformando em proprietário e cúmplice de corrupção e lavagem de dinheiro no caso das reformas. Eis:

SD6: O registro da propriedade do imóvel em que foram realizadas tais reformas está em nome de **Fernando Bittar**, também réu nos presentes autos, pois a ele imputado auxílio na ocultação e dissimulação do verdadeiro beneficiário (p. 168 - grifos na sentença).

Mesmo que tente minimizar o efeito de que o réu visado era Lula e que os outros eram peças dispostas de forma a condenar o petista, o foco do processo era o ex-presidente; porém, como não era possível imputar a ele o benefício das reformas, o proprietário devia fazer parte dos autos, sendo réu e acusado de “ocultação e

dissimulação do verdadeiro beneficiário". Deve-se considerar que Lula era "beneficiário" e não 'proprietário' e que, pois, a propriedade formal seria irrelevante. Esta relação, que produz uma imbricação entre o beneficiário e a propriedade supostamente dissimulada, falha, quando Lula é considerado recebedor de reformas ocorridas num sitio que seria seu, mas que não era seu.

Se Lula era "beneficiário" e não proprietário, Bittar não deveria ter sido réu, pois a propriedade formal não estava em questão e não teria dissimulado; mas, se dissimulava a posse, era um cúmplice e Lula seria designado como 'proprietário' e não 'beneficiário'. Mas, se era apenas 'beneficiário' de um gesto de amizade e o beneficiário direto era o proprietário formal do imóvel (e era), então, nem ele estava lavando dinheiro "sujo" e "ilícito" e nem Bittar estava dissimulando uma pertença. A fragilidade da lógica construída se revela frágil e superficial, não resiste ao escrutínio e se trai nos termos que emprega. Nos interstícios das teias do discurso, o encadeamento acaba constrangendo o julgador a assumir uma impostura de reflexão e, por meio das palavras usadas, a estabelecer uma "racionalidade" que não resiste ao questionamento e só se mantém sob a guarda de um vontade que se sobrepõe às evidências, contrariando o que preconiza o direito de caráter probatório e o princípio do *in dubio pro reo*.

Considerando o funcionamento do discurso jurídico exposto, há uma segunda forma de submissão do Direito à conjuntura ideológica, desta feita, pela recusa teimosa das provas

fatuais que beneficiariam o réu. Se, no primeiro caso, mesmo ao sabor da objetividade das evidências empíricas do cometimento do crime, o direito é ideológico, porque ratifica as relações sociais e políticas, neste caso, a determinação ideológica acontece a partir da seleção arbitrária do que considerar, à revelia das provas que fariam o julgamento pender para outro resultado. Se, lá, considerando a propriedade formal do sítio, a posse seria respeitada pelo ditame ideológico de que o que o indivíduo possui é um direito inalienável, aqui, a arbitrariedade faz o ditame legal ser silenciado em proveito de um viés que “desconhece” o preceito. Por ora, postulo a existência de uma dupla face do direito: ideológico, porque conjuntural e ideológico porque é praticado à margem da circunscrição histórica. Em última instância, a decisão, como se percebe neste caso, é sobredeterminada pela obliteração daquilo que não se quer ouvir.

4 SERIA O USO CONTINUADO O EQUIVALENTE DE POSSE

Contra a parcimônia no tratamento da propriedade formal, dada como irrelevante para o julgamento, os autos mostram uma grandiloquência em relação ao uso do sítio por Lula. Esta insistência na presença da família do petista no sítio parece ter como meta o apagamento das provas fatuais. Foi pela quantidade de elementos

para provar o uso e pela obliteração de fatos de que o sítio não era de Lula que a juíza construiu o efeito de que a propriedade formal era descartável e o pleito de ocultação e dissimulação de propriedade era aceitável. Isto é: a busca de convencimento (que sugere, em última instância, a busca de autoconvencimento) é feita mais pela quantidade do que pela qualidade das “provas”.

No recorte em estudo, são várias as evidências de uso do sítio por parte do ex-presidente e de pessoas ligadas a ele. Menciono algumas para evidenciar essa exacerbação. Eis-las:

SD7: Fato também controverso é o uso frequente do sítio pela família de Luiz Inácio Lula da Silva, sendo que, ao menos em alguns períodos, também resta controverso que a família do ex-presidente chegou a usá-lo mais do que a família Bittar (p. 174).

SD8: Junto com a denúncia, no intuito de comprovar o uso frequente do sítio pela família de Lula, foram anexados aos autos diversos elementos de prova (p. 174).

SD9: Entendo que há grande probabilidade do número de deslocamentos mencionado na denúncia (546) esteja superdimensionado, mas, mesmo que se considere 1/4 deste número, ainda sim resta controverso que o ex-presidente frequentou assiduamente o sítio (p. 174).

SD10: Para confirmar tal assiduidade há ainda o relatório de diárias pagas aos seguranças do ex-presidente entre os anos 2012 e 2016, indicadas no relatório juntado ao evento 2, anexo 251, as quais são também significativas (p. 174).

SD11: Nos anexos 285 e 257 há troca de mensagens que indicam que Lula era tratado como dono do sítio (p. 175).

Há, ainda, outras passagens que provam a presença de Lula no sítio: elas tratam de peças de vestuário, produtos manipulados,

uma pasta cor de rosa, uma agenda, presentes e cartões, uma embarcação, chaveiros, um carregador de bateria e uma adega, todos identificados como pertencentes a Lula ou a pessoas de sua relação. Seria estranho se estas coisas, dentre outras, não fossem encontradas. Postulo, contudo, que as cinco SDs em destaque atendam ao propósito da defesa de que os autos revelam uma preocupação enfática com a demonstração do uso do sítio, hipérbole atestada pelo fato de que ele nunca foi negado pelos depoentes. Talvez, se ele tivesse sido negado, haveria razões sérias para postular a dissimulação.

Sobre as SDs destacadas, na 7, a juíza afirmou que Lula, "em alguns períodos", usou o sítio "até mais do que a família Bittar"; na 8, que "diversos elementos de prova" foram anexados para "comprovar o uso frequente"; na 9, que ele "frequentou assiduamente o sítio"; na 10, que "o relatório de diárias pagas aos seguranças" confirma a "assiduidade"; e, na 11, que "Lula era tratado como dono do sítio". Percebe-se a insistência na demonstração do uso, para, pela via da contradição às provas documentais, sustentar que o sítio era de Lula. Neste sentido, "até mais", "uso frequente", "assiduamente", "assiduidade" e "como dono" são ingredientes que atestariam o uso "incomum" e provariam a ocultação por Fernando Bittar, à revelia da impossibilidade de denegar que o uso não transforma alguém em dono e ser tratado como tal não define ou indica a quem pertence a propriedade. Permanece no horizonte o fato inapagável de o imóvel "estar registrado" (e, portanto, pertencer)

em nome de Bittar: o proprietário efetivo.

Por oposição à atenção exaustiva dedicada à comprovação do uso, pode-se constatar a obliteração de sequências como as que seguem que levariam a outra conclusão. De determinada maneira, elas aparecem meio que a contragosto, sendo forçadas a servir a outro propósito e sendo lidas a partir do diapasão do julgador. Eis uma delas:

SD12: Sobre a proximidade da família de Fernando Bittar com a família do ex-presidente, há nos autos diversos depoimentos. Consta dos autos inclusive que quanto houve a decisão de compra do sítio já se pensou que este poderia ser utilizado de forma concomitante pelas duas famílias (p. 168).

Percebe-se a assunção da proximidade entre a família de Bittar e a de Lula, reiterada pela passagem “diversos depoimentos”. Além disso, é assumido que, “quando houve a decisão da compra do sítio”, ele “poderia ser utilizado de forma concomitante pelas duas famílias”, o que revela uma amizade estreita que se consubstancia num grau de reciprocidade que excede a normalidade. Em face disso, pelo menos, dois efeitos de sentido são produzidos: a proximidade de tal monta entre as famílias seria o indicativo de que a cedência de uso do sítio a Lula nada teria de estranho; no outro, a proximidade com este grau de amizade seria indicativo de que Bittar não teria problema em ceder o nome para que Lula adquirisse o sítio. De um lado, uma chave para a inocência do réu; de outro, a chave para a condenação. Por mais que pareça que o primeiro caminho seja mais

aceitável que o segundo, considerando-se o título de propriedade, a opção pendeu para o lado que parecia mais inconsistente.

Uma segunda sequência que revela a mesma dubiedade em face do caminho bifurcado disponível pode ser vista a seguir:

SD13: **Ministério Público Federal**: Ok. Em depoimento, o senhor Fernando Bittar relatou que vocês, o senhor presidente e a dona Marisa, poderiam usar o sítio como quisessem, o senhor pode falar um pouco disso, por gentileza? [p. 177].

Nesta SD, a ênfase recai sobre poder “usar o sítio como quisessem”, o que, como na SD anterior, abre duas possibilidades interpretativas: de um lado, em face da amizade de longa data, da co-fundação do PT e da CUT, do abrigo de Jacó Bittar em Brasília em face da depressão e do mal de Parkinson e de Lula, ao deixar a presidência, não ter local para a guarda do acervo, a compra do sítio por Fernando Bittar, com recursos de Jacó Bittar, estaria justificada e o uso do sítio pela família de Lula significaria a reciprocidade de quem antes recebeu a cordialidade que aparece nos autos; de outro, por isso, tudo não passaria de dissimulação e de ocultação de lavagem de dinheiro. Se, lá, o réu seria inocentado, aqui, seria condenado; e, à revelia das provas fatuais e testemunhais, a opção recaiu sobre o polo supostamente criminoso.

Nós que parecem colocar problemas para a decisão interpretativa se referem, sobretudo, à escolha do caminho menos plausível de um ponto de vista lógico. Se o uso do sítio pela família

de Lula não foi negado, não havia necessidade de demonstrá-lo, pois era um dado estabelecido; se, mesmo em face do uso assíduo, a propriedade, em face do registro do imóvel, pertencia a Fernando Bittar, o uso não permitia concluir que equivalesse à propriedade documentalmente rejeitada; se o crime de dissimulação e ocultação fosse evidente, não se justificaria a criação de dois polos opostos, sendo um relegado ao silêncio e o outro hiperbolicamente até porque, por exigência do direito baseado em provas, o primeiro prepondera sobre o segundo; e, por fim, se o sítio era de Lula, é difícil encontrar uma explicação para a presença da família Bittar no sítio, a não ser sob a assunção de uma mentira mantida com uma alta dose de dispêndio de cuidado.

Alcanço, assim, a medida para a demonstração de que, às vezes, o Direito é triplamente ideologizado: no primeiro caso, porque, mesmo sendo exercido à luz de evidências irrefutáveis, o sistema punitivo age ao sabor dos valores de *uma* sociedade; no segundo, porque, indo de encontro a estes valores, as provas que fariam o mundo se vergar em uma direção são ignoradas em benefício de outra; no terceiro, porque, o conjunto de indícios que confirmaria o acerto do apagamento da prova fatal permite duas decisões antagônicas e a escolha incide sobre aquela que atende ao pêndulo do aparelho repressivo, ainda que a decisão insegura e superficial.

5 QUANDO FALAMOS SOBRE FAMÍLIA, FALAMOS SOBRE O QUÊ?

Como no caso do uso assíduo, que desliza para o efeito de propriedade oculta por meio de dissimulação e permite a percepção da tríplice determinação que, às vezes, sobredetermina o Direito, o modo como a família aparece no discurso revela que, em face do caminho bifurcado que se abre, o juiz pode, determinado por um imaginário, julgar numa direção que poderia ser outra. É o que pretendo demonstrar nesta seção, usando, como antes, SDs para a reflexão.

SD14: **Defesa**: - *Fernando, do que foi possível compreender aqui da instrução, a sua família e a família Silva na verdade são uma família só, é correto concluir isso?*

Fernando Bittar: - *Total, total, sempre foi, inclusive eu estive muito mais com a tia Marisa nos últimos anos de vida dela, vamos dizer, oito ou nove anos, do que com a minha mãe.*

Defesa: - *Você tinha uma relação maternal maior com a dona Marisa do que?*

Fernando Bittar: - *Ela falava isso para todo mundo, você é meu filho, onde ela ia apresentava 'O Fernando é meu filho, olha, eu cuido dele como meu filho', essa era a relação.*

Defesa: - *O contexto de utilização do sítio, seja por frequência, seja pra reformas, quando se fala que você autorizou a família Silva a fazer era nesse contexto de que era como se fosse para o seu pai e para a sua mãe?*

Fernando Bittar: - *Total. Total. (p. 172 - grifos na sentença).*

Em que pese, aqui, o interrogatório ser conduzido pela

defesa e ser feito com o intuito de absolvição, vale a pena ouvi-lo no tocante à família, para compará-lo com o que acontece no discurso da juíza. O afeto entre Bittar e Marisa, por exemplo, é maximizado, quando a relação é feita por meio de “tia” e quando ele afirma que, por “oito ou nove anos”, viveu mais com ela do que “com a minha (sua) mãe”. A relação filial de Fernando com Marisa é reiterada, além disso, por meio de “meu filho”, que aparece três vezes no mesmo turno. A proximidade estreita entre Bittar e a família de Lula é colocada como “seu pai” e “sua mãe”, referindo-se a Lula e Marisa, no que Fernando é incisivo em afirmar “Total. Total”. Não se pode apagar o operador discursivo “só”, que permite a conclusão de que as famílias Bittar e Silva, “na verdade”, eram tidas por ambas e pelo primeiro, sobretudo, como uma. Uma relação afetiva de tal envergadura parece autorizar a conclusão de que ceder o sítio nada teria de criminoso.

SD15: **Luiz Inácio Lula da Silva:** - *Era quase que uma relação de pai pra filho. Eu conheci eles muito jovens, o Jacó Bittar passou a ser um grande, ele junto com o companheiro Olívio Dutra, os dois melhores dirigentes sindicais que me ajudaram a criar o PT e criar a CUT. E eu tenho o Fernando como filho, a minha relação com ele, com a mulher dele, com o filho dele, é como filho (p. 173 - grifos na sentença).*

Assim como no depoimento de Bittar há a inflexão sobre uma relação familiar estreita, no depoimento de Lula, esta proximidade se revela. Na SD 15, passagens como “quase que uma relação de pai pra filho e como filho”, além de referências à família

de Fernando (“com a mulher dele e com o filho dele”), atestariam o grau de compromisso entre as famílias, recusariam a suposição do crime econômico e poderiam ser o ingrediente motivador de acolhida do petista no sítio. Se a relação familiar tinha a monta que os depoentes dizem, não parece implausível que as reformas foram feitas para abrigar um familiar e não como dissimulação e ocultação de propriedade. Parece que o princípio *in dubio pro reo* deveria ser considerado. Mas, determinada por uma tríplice ideologização, a juíza pleiteou o crime contra o contraditório ancorado em provas fatuais e evidências de laços familiares profundos.

SD16: **Lilian Maria Arbex Bittar**: - *Eu conheci a família Silva quando eu namorava o Fernando, tinha 17 anos e conheci o tio Lula como tio dele, ele ainda não exercia o cargo, ele era... Pra mim era o tio do meu marido, e praticamente quando eu entrei para a família Bittar eu também entrei para a família Silva, para mim eles sempre foram uma família só* (p. 173 - grifos na sentença).

Reiterando o discurso de Fernando e de Lula, a esposa de Bittar depõe no mesmo sentido do esposo e do “tio”. A coerência de porte entre os três deveria conduzir à percepção de que os laços familiares eram profundos, uma vez que Lilian se refere a Lula como “tio”, antes mesmo de ele ser presidente, afirma que, ao casar, entrou para “a família Silva” e sustenta que “eles eram uma família só”. A consistência entre os depoimentos sucumbe sob a suspeição de uma dissimulação e de uma mentira sustentada com o esforço psíquico que ela exige e leva à escolha da tese criminosa

em detrimento de um caminho que contradiz o preceito jurídico de que todos são inocentes até prova em contrário. A leitura judicial levou a entender a relação familiar como cumplicidade para a dissimulação de um crime ao revés da compreensão de que o sítio era de Bittar e Lula estaria sendo recebido entre familiares. O esforço que a juíza pleiteia em relação à tese da dissimulação não é diferente do que ela demanda de si para enviesar a conclusão em favor da ocultação de propriedade, que era contradita pelos registros formais do imóvel.

SD17: **Juíza Federal Substituta:** - *Mas o senhor entende que o sítio é dele ou o senhor entende que é do senhor?*

Fernando Bittar: - *Da família.*

Juíza Federal Substituta: - *É da família?*

Fernando Bittar: - *É da família, meu e dos meus irmãos.*

Juíza Federal Substituta: - *No futuro dividiria para os três?*

Fernando Bittar: - *Eu tenho um compromisso com os meus irmãos, esse é um compromisso ético (p. 171 - grifos na sentença).*

O confronto entre duas concepções de família (ou ela teria sido usada como subterfúgio para encobrir lavagem de dinheiro, sendo uma instituição que pode ser utilizada para delitos, ou ela seria compromissada para adquirir um sítio para a guarida de um segmento, realizando as melhorias necessárias para uma parte), com a parte considerada delituosa se sobrepondo, pode ser percebida na SD destacada acima, no que tangia ao proprietário

do sítio. Questionado sobre a posse, Bittar afirmou que ele era da família, *dele e dos irmãos* (grifos meus), e que sobre ele havia um compromisso ético de partilha. O elemento sobre o qual pesa a sobredeterminação de outra compreensão de família se denuncia nos questionamentos feitos pela juíza, sobretudo, quando pergunta se, em caso de venda, Fernando, “no futuro, dividiria para os três”. Além de não colocar em causa a posse do sítio, a pergunta só se justifica na medida em que é produzida a partir de um matiz de desconfiança sobre o grau de comprometimento entre os membros da família Bittar, pressupondo a tomada do bem para si em caso de venda.

A pergunta não deixa de estar matizada por uma perspectiva capitalista de apropriação privada dos bens, em que, em nome do lucro e da riqueza, irmão explora irmão e desrespeita direitos constituídos. Se, como afirma Freud, *quando Pedro fala de Paulo, descobre-se mais sobre Pedro do que sobre Paulo*, mais do que elucidar liames entre os familiares Bittar e Silva, nas perguntas, percebe-se uma concepção de família filiada ao discurso contrário as afirmações de Lula, Fernando e Lilian. Neste sentido, mesmo que de modo inconsciente, não é gratuita, mas determinada ideologicamente, a decisão condenatória. No caminho bifurcado entre duas concepções de família, os questionamentos revelam a constrição discursiva que sobrepara à decisão, levando a assumir o pleito do delito e não da partilha.

6 A AMIZADE DE LONGA DATA É FONTE DE ATOS CRIMINOSOS?

Além do uso e dos laços familiares usados com vistas à condenação do acusado, uma terceira entrada permite constatar a tríplice determinação que pesa, às vezes, sobre o Direito. Trata-se do entendimento de que os laços de amizade, mais do que justificarem gestos de auxílio mútuo, significam alianças para a dissimulação e a ocultação de corrupção e de lavagem de dinheiro. As SDs apresentadas a seguir mostram como laços longínquos e profundos de amizade foram lidos como equivalendo a cumplicidade e a conivência entre os envolvidos.

SD18: **Luiz Inácio Lula da Silva:** - *Era quase que uma relação de pai pra filho. Eu conheci eles muito jovens, o Jacó Bittar passou a ser um grande, ele junto com o companheiro Olívio Dutra, os dois melhores dirigentes sindicais que me ajudaram a criar o PT e criar a CUT. E eu tenho o Fernando como filho, a minha relação com ele, com a mulher dele, com o filho dele, é como filho* (p. 173 - grifos na sentença).

Na SD acima, há ingredientes que revelam a longevidade da amizade com Dutra e Bittar e o envolvimento com a política trabalhista, dificultada pelo período conturbado e de exceção da ditadura militar. Consoante Lula, Dutra e Bittar, “os dois melhores dirigentes sindicais”, ajudaram-no a criar o PT e a CUT, o que demonstra o envolvimento efetivo entre eles nas causas trabalhistas

e a existência de uma amizade que durava há quatro décadas. Sabedores dos dramas da sociedade a partir da Revolução de 64, que não hesitava em perseguir os críticos do regime, infere-se o grau de envolvimento político e de confiança que cada um depositava no outro. Há certeza sobre os laços de amizade que poderiam justificar a recepção de Lula no sítio; porém a juíza, frente a dois caminhos, preferiu o postulado da atividade ilícita.

SD19: **Fernando Bittor**: - *A gente conviveu a vida inteira, a partir da década de 70 o meu pai e ele juntos nos movimentos sindicais, junto com o presidente Lula, acabou adquirindo uma relação única entre as famílias, e a gente passou a conviver muito junto, natal, réveillon, festas, férias, alguns eventos em chácaras e sítios, então esse era um hábito muito comum entre a gente, e eu tinha uma relação muito próxima deles, a dona Marisa eu chamava de tia, a gente tinha uma relação, em momentos muito difíceis da nossa vida eles estiveram presentes, por exemplo, quando eu fiz dezoito anos meus pais separaram, foi um momento duro pra gente, adolescente encarar esses momentos, e os dois estiveram com a gente, acolheram, meu irmão, foi até morar com eles na casa deles em São Bernardo do campo (p. 169 - grifos na sentença).*

Na SD19, a convivência sindical é reiterada e é afirmado que as famílias passaram a ter “uma relação única” e a “conviver muito junto”, no “natal, réveillon, festas, férias (e) outros eventos”, o que se tornou “um hábito comum”, enfatizado pelo advérbio “muito”. A relação que poderia ser apenas nos momentos de lazer ocorria também nos episódios mais dramáticos, como na separação dos pais de Fernando, ao fazer “dezoito anos”. Conforme Fernando, Lula e Marisa “estiveram” com eles, “acolheram” e “o irmão foi morar

com eles". Os eventos descritos atentam para o envolvimento e compromisso entre as famílias e não é despropositado postular que "uma relação muito próxima" entre eles, que levava os filhos de Jacó Bittar a chamar Marisa de "tia", e Lula e Marisa acolherem os filhos de Jacó "em momentos muito difíceis" poderiam justificar a cedência e as melhorias do sítio para Lula, considerando a longevidade da amizade e o envolvimento afetivo entre(da) as(a) famílias(família). Porém, diante do caminho bifurcado dos eventos narrados por Bittar, a juíza escolheu a via, talvez, menos consistente e deixou de observar a dubiedade do que estava em jogo.

SD20: **Fernando Bittar**: - *Eu acho que foi em 2005, 2006, o diagnóstico do Parkinson, aí o meu pai começou a ficar muito mal, muito mal, o presidente Lula e a tia Marisa ficaram sensibilizados e foram buscar meu pai, acolheram meu pai para ficar com eles lá em Brasília. O meu pai foi realmente melhorando porque houve uma mudança do medicamento do meu pai, um acompanhamento mais de perto com o médico que eles tinham lá, caminhava, pescava, então... jogava mexe-mexe, foi o dia a dia dele lá em Brasília, meu pai chegou a ficar uma época com eles lá, uns quatro meses seguidos, então eles cuidaram muito dele; meu pai muito sensibilizado com tudo que estava acontecendo, porque já estava chegando no final do governo, e meu pai estava querendo reunir a família por causa da doença, ele falou 'Pô, os meus filhos, cada um está morando num lugar', meu irmão morava no Rio, eu morava em São Paulo, minha irmã morava em Campinas e meu pai morava em São Vicente, temos uma propriedade em outro lugar, mas é muito distante, fica a trezentos quilômetros da capital, então... (p. 169 - grifos na sentença).*

Na SD20, há outro episódio relativo ao pai de Fernando que leva a inferir o compromisso de Lula com o amigo sindicalista:

ele se refere ao mal de Parkinson de Jacó, que passou a sofrer de depressão. Como Jacó “começou a ficar muito mal, muito mal”, Lula e Marisa o buscaram, “acolheram” e ele ficou “em Brasília”, “melhorando” em face da “mudança de medicamento” e “acompanhamento”, podendo caminhar e pescar. Em Brasília por “quatro meses seguidos”, Lula e Marisa “cuidaram muito dele”, deixando o pai de Fernando “sensibilizado”. Esta SD, assim como as anteriores, permite perceber a relação profunda entre as famílias, que partilhava momentos de descontração, mas também os mais dramáticos, como a separação e a doença. Receber filhos do casal que está se separando e acolher o amigo que está doente não é algo corriqueiro. Isso acontece entre os membros da família comprometida com os filhos e com os pais e não com um conhecido com quem se compartilha o lazer. A partilha política e o cuidado no momento da separação e a atenção na doença poderiam ser chaves explicativas para o caso do sítio, mas a escolha incidiu sobre a amizade como justificativa para a ocultação.

SD21: Os proprietários dos dois imóveis são pessoas que possuem vínculo com a família do ex-presidente, vínculo este afirmado por todos os envolvidos. Ainda, as operações contaram com a participação do advogado **Roberto Teixeira**, pessoa também vinculada de forma próxima a **Luiz Inácio Lula da Silva**, sendo lavradas as duas escrituras pelo mesmo escrevente, em seu escritório (p. 168 - grifos na sentença).

Como no caso das duas compreensões de família, que mostra que a juíza se ancorava num modelo familiar distinto do

presenciado, o mesmo descompasso se percebe em relação à amizade, dado que ela a entende como ingrediente facilitador de atividade delituosa, ao invés de uma forma de apoio e reciprocidade. O fato de “os proprietários dos dois imóveis” (Fernando Bittar e Jonas Alves Suassuna), e “do advogado Roberto Teixeira” e do “mesmo escrevente” possuírem “vínculo com a família do ex-presidente” é entendido como argumento para a tese da dissimulação e ocultação de patrimônio, como se a juíza estivesse se pautando num modelo de relações entre as pessoas distinto do que estava acostumada a presenciar. A leitura de cunho conspiratório pode ser problematizada frente à possibilidade de a condução das “operações” ser feita por um estranho, porque, ainda assim, ela assumiria o pleito da ocultação, não restando alternativa ao réu que não a condenação. É razoável supor que, se, efetivamente, houvesse um crime a ser escondido, ele seria mais bem ocultado do que a juíza supunha.

As últimas três seções deveriam servir para demonstrar a terceira face da determinação ideológica sobre o Direito. Nelas, ao invés de a decisão jurídica estar pautada na observância empírica da evidência, o que significaria assumir a primeira via, ou de ignorá-la em proveito de uma leitura contrafáctual, o julgamento, frente a dois efeitos de sentido: um, em benefício do réu e outro contrário, foi orientado contra os interesses do réu. Se o uso assíduo, os laços familiares e a amizade poderiam levar ao entendimento de que a cedência do sítio se justificava pelo longo período de partilha

de vida ou poderiam ser entendidos como base para a atividade delituosa, a decisão judicial preferiu a segunda via, ignorando que, se há dúvida, ela serve para inocentar o réu e não para incriminá-lo. É neste sentido que, às vezes, o Direito é triplamente determinado pela ideologia, coincidindo, na terceira face, em definitivo, com a ideologia como manipulação, como criação de falsa consciência e como inversão entre a essência e a aparência.

Há uma observação a ser feita sobre as três últimas seções. É um princípio jurídico que, em face do crime cometido, o réu tenha a pena diminuída e até a absolvição à luz de atenuantes amenizadores. A demonstração de bons antecedentes e a primariedade, em geral, tornam menos contundente a sentença. Contudo, *mutatis mutandis*, na ação penal em apreciação, o conjunto de suportes auxiliares para garantir a condenação (uso, família e amizade) foram organizados para salvaguardar a posição do julgador (o que, na contramão, revela a insegurança sobre a tese defendida), dado que leu os indícios escolhidos à revelia e desconsiderou as evidências exigidas pelo direito calcado na materialidade probatória, preferindo buscá-las no que não tinha relação com o mérito da denúncia, relativa à dissimulação e à ocultação de posse do sítio; esta tese se perde no recorte em estudo. A grandiloquência sobre o uso, a cantilena sobre os laços familiares e a indicação enfática de laços de amizade produzem mais o efeito de argumentos favorecedores da leitura da juíza (atenuantes, num certo sentido; agravantes, em outro; e ambos

indicadores de uma decisão questionável) do que de evidências cabais do delito postulado.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando uma decisão judicial é tomada, ela, embora se aplique ao caso em julgamento, passa a significar uma orientação para ocorrências equivalentes. Não fosse assim, a justiça se obrigaria a tratar cada caso a caso, ao sabor das vontades e das simpatias entre os envolvidos. Este preceito, se observado na sua aplicação na sociedade brasileira, é seguidamente denegado, por levar em conta a quem se atribui a denúncia e o crime, o que revela o casuísmo que fere o direito lógico-abstrato ou científico. Afora estas considerações, que demandam uma infinidade de trabalhos, alguns já existentes, cumpre observar, à guisa de arremate deste estudo, os ditames interpretativos que a decisão relativa ao caso em discussão teria estabelecido.

Contra a prova documental da propriedade, o registro formal foi desconsiderado em benefício da insistência sobre o uso assíduo por parte de Lula: inúmeras formas de evidências da frequência ao sítio, que seriam desnecessárias já que nunca foi negada, foram arregimentadas nos autos, o que permite derivar que, doravante, a regra jurídica estabelece que alguém, mesmo que a propriedade não seja sua, se frequentar um imóvel assiduamente, passa a ser proprietário e beneficiário das melhorias. Ou seja: quem usar um

imóvel à revelia da titularidade se torna o dono, devendo responder judicialmente pela posse. Fosse assim, usuários infinitos deveriam ser transformados em proprietários e proprietários infindos que não usam deveriam perder a posse. O sistema jurídico teria dificuldades de aceitar esta premissa de interpretação, o que aponta para a decisão casuística e de exceção na ação estudada.

Contra o fato de que o sítio era de Fernando Bittar, ele foi reputado como dissimulador e ocultador da posse, o que foi reputado ao fato de as famílias Bittar e Silva serem próximas, a ponto de acobertarem o suposto crime. Em outros termos, as relações familiares estreitas entre os acusados foram lidas como oportunidade para cometimento de delitos e não como eventual auxílio entre as partes. Sob o escopo desta reflexão, relações familiares que conduzam à compra de imóveis cedidos a familiares ou terceiros deveriam ser vistas como ocultação e dissimulação de lavagem de dinheiro. Não são poucos os casos em que esta inferência é negada, mostrando a fragilidade dessa implicação. Creio que o tribunal terá parcimônia no acato desta questão, privilegiando a evidência documental probatória, ao invés do pleito casuístico da exceção.

Contra, ainda, a prova objetiva de pertença do sítio a Fernando Bittar, a decisão pendeu para a dissimulação de crime de corrupção, alicerçando-se na amizade entre as famílias. A assunção sobre a qual o pleito do delito se sustentou, então, partiu do princípio de que amizades fortes devem, quando houver

atividade financeira envolvida, ser vistas como dissimuladoras de delito. A jurisprudência criada definiria, assim, que, havendo movimentação financeira por pessoas com laços de amizade, haveria delito. Se, de um lado, há casos em que este tipo de crime acontece e, mesmo em face de denúncia, o tribunal não os pune, de outro, não faltam casos em que este tipo de atividade ocorre sem ser criminosa. Creio que o sistema punitivo terá problemas para sustentar esta jurisprudência em casos futuros.

No limite, mesmo que se unam uso, laços familiares e relações de amizade, não se pode afirmar que a quantidade de argumentos aprofunda a qualidade lógico-inferencial aumentando o seu rigor, já que argumentos frágeis isolados não se tornam mais potentes em conjunto. Se, isolados, eles são trôpegos, em conjunto, continuam mal assentados. É possível perceber, pois, o casuísmo da decisão na ação analisada e a busca enviesada de ingredientes atenuantes e agravantes para salvaguardar a tese jurídica, em última instância, triplamente determinada pela ideologia, evidenciado pela autorização judicial de Bittar vender o sítio que lhe pertencia.

SD22: Fernando Bittar, dono do sítio de Atibaia atribuído ao ex-presidente Lula, foi autorizado pela justiça a vendê-lo. A autorização saiu do Ministério Público Federal: o mesmo MPF que acusou o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva de ser 'dono' do sítio para condená-lo por recebimento de vantagens por meio de reformas feitas no sítio de Fernando Bittar¹¹ (adaptado).

¹¹ Notícia publicada em 18/07/2019, no jornal Diário da Causa Operária. Consultado em 05/08/2019. Endereço: https://download.uol.com.br/files/2019/02/1552395364_lava-jato-lula-sentenca-sítio-de-atibaia.pdf.

REFERÊNCIAS

DUCROT, Oswald. **O dizer e o dito**. (Rev. Trad. Eduardo Guimarães). Campinas, SP: Pontes Editores, 1987.

GADET, Françoise & HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. (Trad. Bethânia S. Mariani et al.). 2.ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1993.

PÊCHEUX, Michel [1966]. Reflexões Sobre a Situação Teórica das Ciências Sociais e, Especialmente, da Psicologia Social. In: ORLANDI, Eni Puccinelli.

Análise de Discurso: Michel Pêcheux. 2.ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

_____. [1973]. A Aplicação dos Conceitos da Linguística para a Melhoria das Técnicas de Análise de Conteúdo. In: ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. 2.ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

_____. [1982]. Análise Sintática e Paráfrase Discursiva. In: ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. 2.ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

_____. [1984]. Metáfora e Interdiscurso. In: ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. 2.ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.

_____. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. (Trad. Eni Puccinelli Orlandi et al.). 2.ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1995.

autora

juliana de sá franca

o éden jamais esquecido:

efeitos de sentido
sobre a américa
latina

capítulo 9

O ÉDEN JAMAIS ESQUECIDO: EFEITOS DE SENTIDO SOBRE A AMÉRICA LATINA

1 INTRODUÇÃO

O histórico dos livros didáticos (doravante, LDs) de espanhol no Brasil apresenta-se marcado pela presença de grupos editoriais espanhóis, que acabaram exportando da península um “modelo” de LD que não privilegiava a América Latina (doravante, AL) em suas páginas. A atuação de professores e de associações de professores de espanhol foram alguns dos elementos que reivindicaram um ensino de espanhol mais plural, tanto no que diz respeito à variação linguística, quanto à diversidade social, histórica e cultural. A publicação das Orientações Curriculares Nacionais para o Ensino Médio (OCN), em 2006, foi um marco ao coadunar com os anseios desses grupos e orientar que o ensino dessa língua valorizasse e desse espaço, de forma igualitária, a todos os países em que o espanhol é idioma oficial. Por consequência, a

produção de LDs deveria se adequar às novas demandas.

Diferentemente dos primeiros LDs que excluíam de seu bojo o tocante aos países de fala espanhola que não fossem a Espanha, a coleção didática *Cercanía Joven* (CJ) demarca-se como porta de entrada para o acesso a “*un mundo más amplio*”, constituído pela diversidade em seus vários aspectos. Ao acessar o site da editora SM, responsável pela publicação, é possível encontrar a divulgação da obra, que se propõe a ampliar o horizonte cultural do aluno brasileiro e a propiciar “o acesso à língua espanhola plenamente contextualizada com a diversidade do mundo hispânico em muitos aspectos: linguísticos, culturais, sociais, históricos e econômicos”.

Compreende-se, assim, que o LD se compromete a abrir espaço para a interpretação, já que o exercício de reflexão, como o que aparentemente se propõe, não pode ser traduzido apenas na observação do manejo que o estudante faz da base linguística do espanhol: trata-se de ampliar “o modo como ele se relaciona com a ordem do simbólico, ou seja, com os discursos da/na escola” (ORLANDI, 2016, p. 207).

Frente a essas considerações, pretende-se, à luz da Análise de Discurso de linha francesa (doravante, AD), examinar como a AL é discursivizada em um encaminhamento didático presente em CJ, buscando estabelecer relações entre o discurso veiculado pela publicação e vozes que o antecedem e nele se fazem presentes. Com isso, pretende-se observar se houve, efetivamente, a superação de uma prática que parecia, à época da publicação das

OCN (2006), “moverse en una sola dirección - desde el ‘centro’ peninsular hacia la ‘periferia’ mundial” (BRASIL, 2006, p. 135) ou, ainda, se, como diria Orlandi (2008), a produção de conhecimento da AL sobre a AL deixou de ser reprodução do olhar europeu ou da mirada norte-americana.

20 ÉDEN (NÃO MAIS) PERDIDO...

Desde os primeiros escritos que documentam impressões sobre a AL, há a recorrência de um tema: a descrição da natureza exuberante. Muito verde, fauna e flora diversificadas, praias paradisíacas, rios caudalosos, clima tropical e enormes cadeias de montanhas são imagens constantemente atreladas à AL e que encontram espaço na publicidade, no discurso do turismo, na literatura, na música, nos telejornais, na ambientação de produções filmicas e de telenovelas e podem ser percebidas, também, nos LDs manuseados na escola brasileira. É o mito do Éden - não mais perdido - que se atualiza constantemente e é associado à ideia de que os latino-americanos constituem um povo marcado pela hospitalidade e pela gentileza.

Condizente com as tendências atuais no ensino de línguas e com os documentos norteadores de ensino no Brasil, observa-se que CJ possui entre seus pressupostos teórico-metodológicos o trabalho com gêneros discursivos. Cada capítulo, estruturado a partir da abordagem de duas habilidades linguísticas, convertidas

em seções, expõe dois gêneros discursivos distintos, cujo conteúdo versa sobre a temática geral da unidade.

Mesmo presente em todos os apartados, percebe-se que é na seção de Escrita que se dedica maior atenção à abordagem das características estruturais do gênero discursivo posto em pauta. Antecedendo a etapa de produção, há a exposição do gênero a partir de um texto, tido como modelo, acompanhado de uma explicação que visa apresentar sua função, interlocutores, meios de circulação, estrutura, entre outras especificidades, e/ou de questões que visam fazer com que o aluno perceba, a partir da análise do texto modelo, as características do gênero discursivo. Esse destaque pode ser explicado pelo objetivo principal da seção: o estudante deve realizar uma produção escrita coerente com as características do gênero nela abordado.

Apesar da ênfase do apartado incidir sobre aspectos estruturais, sabe-se que o processo de ensino-aprendizagem não é neutro ou despolitizado e, mesmo ao se deter sobre a estrutura, o LD está imbricado em uma rede de significações: ainda que de forma velada, ele é lugar de constituição e propagação de sentidos, já que “os sentidos não se fecham, não são evidentes, embora pareçam ser” (ORLANDI, 2012, p. 09). Assim, dividindo espaço com a abordagem da estrutura do gênero discursivo, há, também, perpetuação de valores: “o LD será sempre portador [...] de formas de ser e agir no mundo na/pela língua, sem que o LD o diga explicitamente” (CORACINI; CAVALARI, 2016, p. 13). A fonte dos

textos selecionados, a produção de textos pedagógicos, a escolha das ilustrações e imagens, a proposição de atividades didáticas, o layout das páginas produzem efeitos de sentido a partir dessas materialidades e colaboram para a construção do imaginário dos sujeitos acerca das mais variadas questões.

Comungando a perspectiva da AD de que a língua não é neutra e, portanto, de que não há imparcialidade nos LDs, lança-se olhar sobre um encaminhamento pedagógico, que integra um apartado de escrita e de onde a SD que será posta em foco, na sequência, foi retirada. Nele, há a exposição de três cartões postais diferentes com o intuito de ilustrar as características desse gênero. Observa-se que as imagens representam distintas localidades latino-americanas e que contribuem para a produção de determinados efeitos de sentido.

Objetivando abordar o gênero, a atividade propõe ao aluno que escolha uma das regiões geográficas entre as possibilidades que são apresentadas. As imagens que compõem os cartões indicam países, cidades e sítios arqueológicos da AL: a cidade de Santa Lucía (Honduras), Chichén Itzá (México) e Cartagena (Colômbia). Não há qualquer informação anterior específica sobre esses lugares que possam embasar a escolha do aprendiz, além do mapa-múndi onde se nomearam os países que compreendem o *mundo hispano-falante*, na seção de abertura do LD.

Do modo posto, pode-se inferir que o encaminhamento se assenta no pressuposto de que os estudantes possuem

conhecimento prévio suficiente sobre as três localidades para nortear sua escolha ou que é desnecessário que sejam apresentados aspectos relativos às localidades, pois o lugar comum seria suficiente para fundamentar a escolha. De qualquer modo, são silenciados dizeres que podem sustentar ou embasar a opção a ser feita e justificada pelo aluno. Lembra-se a esse respeito que, conforme Pêcheux (2009, p. 146, grifos do autor), “é a ideologia que, através do ‘hábito’ e do ‘uso’, está designando, ao mesmo tempo, *o que é* e *o que deve ser*”. Dessa forma, é pelo assujeitamento ideológico que se naturaliza o não falar ou a não problematização sobre determinados dizeres.

Produz-se a sensação de que a apresentação de imagens é apenas um pretexto para que se cumpram outros fins: é dada maior importância à estrutura textual que começa a ser apresentada aos alunos do que aos discursos que subjazem às fotos apresentadas, como se os sentidos fossem transparentes. Não fosse pela indicação dos nomes que as acompanham - assemelhando-se à constituição de um mapa, que, ao mesmo tempo em que aponta a localização de continentes, cidades e países, não fala sobre eles, as três imagens poderiam se referir a qualquer outra localidade: às pirâmides do Egito, ao bucolismo de uma cidade no interior de Portugal, às praias da ilha de Cuba, por exemplo.

Destituídas de contexto, as imagens apresentam-se à deriva, à espera de alguém que possa lhes atribuir significados, uma vez que, do modo como são expostas, parecem espaços

em branco esperando para serem ditos. À época da chegada dos navegadores europeus às terras deste continente, Honduras, México e Colômbia - e a AL como um todo - começam a significar para a história ocidental a partir de um contato inicial - registrado em forma de diários e cartas; desprovidos de qualquer informação histórica ou social sobre as terras recém avistadas, os colonizadores passam a significá-las. Assim como o "Novo Mundo" é avistado pelos europeus, os alunos veem fotografias recortadas de seu contexto, sem que a ele se faça referência, e devem imprimir significados sobre essa localidade, considerando somente sua experiência.

Aparenta-se, desta forma, uma abordagem discursiva, mas que não se efetiva: mostra-se, mas não se desvela; apresenta-se, mas não se conhece; diz-se, mas se silencia; e, nesse jogo, não há um lugar representativo a ser ocupado pela AL ou, ainda, parece estar reservado a ela um lugar à margem no ensino de espanhol.

Se são silenciados dizeres que possam, de alguma forma, orientar a escolha do aprendiz entre as imagens, o mesmo não se pode afirmar sobre a mensagem que acompanha a localidade eleita, pois ela já está dada. Seguindo a estrutura típica do gênero, o espaço destinado ao texto a ser escrito pelo remetente apresenta um vocativo, um pequeno texto relacionado à imagem do cartão, uma despedida e o endereçamento postal: é o que se reproduz na SD a seguir:

(SD) Querido Federico:
¡Qué maravilla este país!
Los paisajes son alucinantes, como puedes ver y la gente es de lo más hospitalaria. Creo que te encataría estar aquí.
Um beijote,
Catalina
*Calle Príncipe de Vergara, 9531.
28000 - Madrid - España* (COIMBRA; CHAVES; BARCIA, 2013, p. 21).¹

Embora o aluno deva escolher entre três localidades pertencentes a países diferentes (México, Honduras e Colômbia), localizados nas três porções geográficas do continente Americano (norte, centro e sul), capturados por fotografias com recortes distintos (uma remissão histórica a um sítio arqueológico, a paisagem bucólica de uma cidade interiorana e cenas que mesclam o litoral e a urbanização de uma região), o texto pronto do cartão postal é o mesmo para qualquer uma das possibilidades: nele, elas são indiferenciadas e constituem um bloco homogêneo, em que se pode tomar um pelo outro.

A esse respeito, Ribeiro (2017, p. 21) considera que "o que sobressai do mundo latino-americano é a unidade do produto resultante da expansão ibérica sobre a América e o seu bem-sucedido processo de homogeneização". A observação do selo do cartão postal e do carimbo "do correio" ratifica a homogeneização, já que neles se pode constatar os nomes "Bolivia" e "República

¹ Querido Federico: Que maravilha este país! As paisagens são impressionantes, como você pode ver e as pessoas são o mais hospitalares possível. Acredito que você adoraria estar aqui. Um beijão Catarina Rua Príncipe de Vergara, 9531 28000 - Madri - Espanha" (COIMBRA; CHAVES; BARCIA, 2013, p. 21, tradução nossa).

Bolivia", além do próprio valor monetário, que teria sido pago ao enviar a correspondência, expresso em *Bolivianos* (Bs. 1,50). A Bolívia não está entre as opções oferecidas ao aluno; no entanto, o cartão postal é enviado desse país. As pistas deixadas no fio discursivo apontam, assim, para a indiferenciação do trato entre os países, como se emergisse uma voz que diz "**é tudo a mesma coisa**".

Mesmo que se tenha, antes, silenciado a contextualização histórica das localidades, entende-se que imagens diversas entre si possibilitariam apreensões - baseadas apenas no aspecto visual - diferentes. Contudo, o LD, alinhando-se a um discurso que homogeneíza e apaga as diferenças entre as diferentes partes da AL, exclui, até mesmo, as distinções visuais em uma mensagem que se prestaria a dar conta de qualquer uma das fotografias, o que confirma a hipótese já mencionada, segundo a qual o encaminhamento se baseia no pressuposto de que o conhecimento do lugar comum seria o suficiente para tratar de países da AL:

É a ideologia que fornece as evidências pelas quais 'todo mundo sabe' [...], evidências que fazem com que uma palavra ou um enunciado 'queiram dizer o que realmente dizem' e que mascaram, assim, sob a 'transparência da linguagem' aquilo que chamaremos *o caráter material do sentido* das palavras e dos enunciados (PÊCHEUX, 2009, p.146, grifos do autor).

No LD, ressoam vozes e sentidos oriundos de outro lugar e de outro espaço temporal e que emergem sob a ordem do natural. Portanto, na SD em foco, CJ **não** expõe um entendimento

próprio sobre os países que conformam a AL: ele está enlaçado por determinações sócio-históricas. É por isso que, para a AD, “algo a mais da ordem do inconsciente e da determinação ideológica é sempre dito além do formulado” (SERRANI-INFANTE, 2016, p. 246).

Considera-se, assim, que a SD não remete a uma fala original: nela, ouve-se a repetição das vozes de viajantes, de invasores, de desbravadores, de conquistadores, ou seja, do discurso das descobertas. De acordo com Orlandi (2008, p.18), o discurso das descobertas dá notícias daquilo que se vê: “é o olhar inaugural que atesta nas letras a nossa origem”. Sobre o “Novo Mundo”, registraram e enviaram suas impressões às metrópoles Cristóvão Colombo, Américo Vespúcio, Pedro Álvares Cabral, Pero Vaz de Caminha, Hernán Cortés e outros navegadores que aqui encontraram um porto para suas esquadras. Financiados por reis e rainhas de impérios europeus, esses homens relatavam em seus escritos os atributos naturais, o clima, os habitantes, os metais preciosos, as línguas e os hábitos observados nas terras recém “descobertas”. Tido como o primeiro Cronista das Índias, Cristóvão Colombo tem dois de seus escritos como os mais populares relatos que enquadram o discurso das descobertas: o Diário de Bordo de Cristóvão Colombo e uma extensa carta endereçada aos reis católicos, que se espalhou pelos reinos europeus e que conformou o imaginário europeu acerca do “Novo Mundo”.

Característica comum dos dois gêneros discursivos, tanto a carta de Colombo quanto o cartão postal reclamam por um

interlocutor específico. Na primeira, tem-se um relato histórico endereçado aos monarcas espanhóis Fernando e Isabel, cujo reino estava sediado em Castela, principal centro de poder da Espanha à época. Tal qual o escrito de Colombo, o cartão postal do LD continua a remeter suas impressões sobre o território e o povo latino a um interlocutor (Frederico) que também vive na Espanha: em Madri, a atual sede do poder espanhol.

Dado que o livro em pauta é um material desenvolvido para alunos brasileiros, o cartão postal poderia ter como destinatário um latino-americano, por exemplo, num exercício que pudesse contribuir para maior identificação com o que os alunos expõem; entretanto, a correspondência é enviada a um centro de poder no exterior, como faziam os colonizadores:

Quando falavam dos índios, não falavam *com* eles nem os tomavam como interlocutores reais. O destinatário efetivo era o governo português ou ainda os outros organismos do poder europeu de Estado ou religioso, ou simplesmente os europeus (ORLANDI, 2008, p. 88, grifos da autora).

Percebe-se que práticas discursivas oriundas da época do descobrimento persistem na contemporaneidade. Ao tratar da AL, Ribeiro (2017) explica que os processos de colonização implantados no território americano construíram e perpetuaram a falta de comunicação entre as sociedades latino-americanas, que, por séculos, coexistiram sem conviver, pois cada uma delas se relacionava apenas com as metrópoles coloniais: “ainda hoje, nós, latino-americanos, vivemos como se fôssemos um arquipélago de

ilhas que [...] voltam-se mais para fora, para os grandes centros econômicos mundiais, do que para dentro" (RIBEIRO, 2017, p. 17).

Escreve-se a alguém, porque se supõe que os interlocutores tenham interesse sobre o que se diz; do contrário, não faria sentido dirigir-se a eles. Ambos os escritos - cartão portal e cartas do descobrimento - relacionam-se à suposição do interesse tido pelo interlocutor em relação às localidades descritas. No caso das cartas enviadas pelos colonizadores, sabe-se que, devido ao fato de os destinatários serem os próprios financiadores das viagens, havia interesse em saber mais sobre as descobertas e a motivação estava atrelada a uma visão mercantilista de como os novos territórios poderiam beneficiar a metrópole. Já na atividade didática, o suposto interesse, dado o entusiasmo com que se descreve a localidade, dar-se-ia pela diferença e pelo que foge ao vivido no contexto em que se insere o destinatário: eis a busca do exótico.

E o caminho que muitas vezes se apresentou para tornar um país mais diferente do que todos os outros diferentes países foi o da representação exótica de sua diferença, artifício que permite a transformação de traços diferenciais em objetos de fantasia (SOUZA, 1994, p. 16).

Assim, tanto a SD quanto os escritos do descobrimento, ao mesmo tempo que descrevem e registram impressões, divulgam imagens da AL para aqueles que não a conhecem. Trata-se de uma imagem calcada na diferença, elaborada há mais de 500 anos pelo olhar do colonizador europeu e que se faz presente em

práticas discursivas latino-americanas, pois um dos efeitos do assujeitamento ideológico é a repetição.

Além de ter em comum um interlocutor europeu, a SD assemelha-se a uma paráfrase dos escritos do descobrimento, sobretudo porque homogeneíza as localidades latino-americanas e põe em relevo temas comuns a tais registros: a descrição da natureza e impressões sobre os habitantes e, por extensão, das próprias localidades. Acrescente-se o fato de que tanto o registro do colonizador quanto a SD mobilizam termos que se encaixam no mesmo campo semântico.

Na SD, as localidades são caracterizadas a partir de atributos geográficos, adjetivados como *"alucinantes"*, dado o fascínio e a admiração causados pelas paisagens observadas. A generalização do enunciado permite a inferência de que os aspectos naturais de todos os países latino-americanos podem ser assim descritos. Essa admiração vem pelo deslumbramento da descoberta: não se esperava encontrar tamanha beleza. Também seduzidos pela natureza estiveram os navegadores europeus e, no encaminhamento didático, pelo movimento interdiscursivo, a voz do colonizador europeu ressoa, uma vez que a exaltação da natureza local permeou o discurso do colonizador, sobretudo nos primeiros contatos com as *"novas terras"*, como se pode observar no excerto abaixo:

Esta costa toda y la parte de la isla que yo vi es toda cuasi playa y la isla, la **más fermosa isla que yo vi**, que si las otras son **muy hermosas**, esta es más. Es de muchos árboles y muy verdes y muy

grandes. [...] Yo quise [...] salir a tierra y ver **tanta fermosura**, mas era el fondo baxo y no podía surgir salvo largo de tierra, y el viento era muy bueno para venir a este cabo, adonde yo surgi agora, al cual puse nombre **Cabo Fermoso, porque así lo es** (COLONBO, 1998, p. 408, grifos nossos)².

Percebe-se que a AL, tomada a partir de seus aspectos geográficos, está presente tanto no do colonizador quanto no do LD: o fantástico, o belo e a abundância de beleza que causam fascinação. Ambos se deslumbram com uma natureza que não se enquadra nos moldes (re)conhecidos e, por isso, não dão margem para outras interpretações: “*como lo puedes ver*” e “*porque así lo es*” são enunciados que não permitem ao interlocutor colocar em dúvida o que está sendo dito, pois operam, de acordo com Maingueneau (1997), como citações de autoridade, indicando que “contra fatos, não há argumentos”. A atividade pedagógica instiga o estudante a observar a foto do cartão postal apenas para ratificar o que está sendo dito; já Colombo atesta a veracidade do que diz recorrendo à suposta incontestabilidade do mundo empírico.

A exaltação da natureza local, à época do “descobrimento”, foi tamanha que, associada a outros aspectos, culminou com o surgimento do mito do paraíso edênico: o Éden perdido havia sido reencontrado. O próprio Colombo chegou a escrever uma carta ao Papa afirmando que acreditava ter localizado o Paraíso Terrestre.

2 “Esta costa e a parte da ilha que eu vi é quase toda praia e a ilha é a mais bonita que eu já vi, que se as outras são muito bonitas, esta é mais. Ela tem muitas árvores, muito verdes e muito grandes. [...] Eu quis sair à terra ver tanta beleza, mas o fundo era fundo e a terra estava muito distante, e o vento era muito bom para vir a este cabo, onde estou agora, ao qual pus o nome de Cabo Bonito, porque assim ele é” (COLONBO, 1998, p. 408, grifos nossos, tradução nossa).

Américo Vespúcio, em *Mundus Novus*, carta endereçada a um membro da nobreza italiana, também declara que o paraíso não poderia estar longe das terras que viu. Conforme Ribeiro (2017, p. 57 - 58), "um lugar tão ameno, verde, arborizado, florido, salutar, frutífero, sonoro, saboroso, passarinhado, musical, cheiroso e colorido só podia ser mesmo o Éden". A frequência com que eram postas a público descrições maravilhadas com as paisagens do "novo mundo" e a referência a elas em mapas e itinerários propagou pela Europa a ideia de descobrimento do Éden perdido.

Dessa maneira, por meio do discurso, propagou-se a imagem da AL associada a belezas naturais e ao exotismo, que continua reverberando na atualidade, mesmo sabendo, hoje, que não se trata do Éden perdido. Esse imaginário é tão forte que Carvalho (1998) indica, em pesquisa, que a principal razão dada pelos brasileiros para ter orgulho do Brasil é a natureza. Entre as justificativas elencadas pelos entrevistados, foram mobilizados "terra maravilhosa", "natureza maravilhosa", "belezas naturais", "país belíssimo" e "clima bom".

Há no fio discursivo da SD a referência aos habitantes das terras latino-americanas, tidos como pessoas "*de lo más hospitalaria*"³. Para um viajante, o sentimento de sentir-se acolhido, sendo bem tratado e valorizado no estrangeiro, encoraja-o a caminhar, desbravar e conhecer mais de perto um terreno que lhe é estranho. O sentimento de acolhida cresce ou diminui na mesma

3 "O mais hospitalárias possível", tradução nossa.

proporção que o habitante local oferece, de alguma forma, ajuda ao estrangeiro.

O discurso do colonizador europeu também não estava alheio à receptividade dos nativos e, repetidas vezes, observam-se menções aos habitantes do novo mundo, tidos como “bons servidores”, como se observa em registros do Diário de Cristóvão Colombo (1998):

En fin, todo tomaván y **davan de aquello que tenían de buena voluntad**, mas me pareció que era gente pobre de todo.

[...] Los unos **nos traían agua**, otros otras **cosas de comer**.

[...] nos dexaron ir por la isla y **nos davan lo que les pedía** (COLOMBO, 1998, p. 398; 401 - 402, grifos nossos).⁴

Fazendo uma aproximação entre a SD e o excerto do Diário de Colombo, tem-se como efeito semelhanças entre ser hospitaleiro e ser bom servidor. Se um bom servidor é quem dá do que tem por boa vontade e supre as necessidades do outro espontaneamente ou atendendo a um pedido, depreende-se disso, por força de um efeito metafórico, ou seja, por um desdobramento de sentidos, que quem é hospitaleiro pode ser considerado, também, um bom servidor:

O povo sempre foi, nesse mundo nosso, uma mera força de trabalho, um meio de produção, primeiro escravo; depois assalariado, sempre avassalado. Suas aspirações, desejos e interesses nunca entraram na preocupação dos formuladores dos projetos nacionais, que só tem olhos para a prosperidade dos ricos (RIBEIRO, 2017, p. 67).

Ainda deslizando sentidos, a partir de uma relação

4 “Enfim, tudo tomavam e davam daquilo que tinham de boa vontade, mas me pareceu que eram pessoas pobres de tudo.” [...] “Alguns nos traziam água, outros, outras coisas de comer.” [...] “nos deixaram caminhar pela ilha e nos davam tudo que lhes fosse pedido” (COLOMBO, 1998, p. 398; 401- 402, grifos nossos, tradução nossa).

metonímica, tem-se que a alusão a “povo”, feita por *CJ* e pelos escritos do descobrimento, pode ser tomada por país ou por região. Nesse sentido, os países latino-americanos é que seriam bons servidores. E só se é um bom servidor, quando se corresponde aos anseios do outro; é necessário se submeter à forma como o outro pensa e às suas necessidades.

Em qualquer um dos casos, portanto, tem-se o latino-americano como aquele que serve o estrangeiro. Este, por sua vez, não é servido porque goza de uma posição inferior ao outro; pelo contrário, o estrangeiro é aquele que é valorizado, posto em condição superior por si próprio e pelo outro (vide o conquistador europeu que considerava sua língua, sua cultura e sua gente como civilizados em relação a um suposto estado de barbárie das tribos indígenas que aqui viviam): “eles são sempre o ‘centro’, dado o discurso das des-cobertas, que é um discurso sem reversibilidade” (ORLANDI, 2008, p. 55).

A SD em pauta reproduz o imaginário do colonizador estrangeiro sobre a AL. Esse discurso tem sido repetido com o passar do tempo, adquirindo certa regularização. De acordo com Indursky (2011), os LDs de História, tomados como lugares de memória, consolidaram o imaginário do colonizador e possibilitaram a repetição discursiva que fomenta o que é memorável para determinado grupo social: “seus sentidos passaram a ser objeto de repetição e de repetição da repetição, até cristalizarem e, por conseguinte, regularizarem um conjunto de sentidos e saberes” (INDURSKY, 2011, p. 76).

A descrição da AL a partir da caracterização de seu povo e de seus atributos geográficos tem reverberado, também, ao longo dos anos na produção de didáticos de espanhol. Ainda na década de 1990, *Vamos a Hablar*, para exemplificar, apresentava uma construção discursiva da AL de modo semelhante à que se observa na SD. Na referida publicação, em um texto intitulado “*Me llamo Jorge*”⁵, um homem espanhol descreve suas impressões sobre o Brasil da seguinte forma: “*Me gusta mucho Brasil. La gente es amable e cariñosa. Hay bellísimos paisajes y una vegetación espléndida. Bueno, la verdad es que nunca he estado allí, pero seguro que es así. ¡Ah! Y las playas son una delicia*” (JIMÉNEZ, CÁCERES, 1990, p. 18)⁶.

Tanto em *CJ* quanto em *Vamos a hablar*, quem enuncia sobre aspectos latino-americanos é o estrangeiro; contudo, há algo que os diferencia: em *CJ* o estrangeiro visita os lugares que descreve - é o olhar de quem vê -; em *Vamos a Hablar*, o estrangeiro nunca esteve no Brasil - é o olhar de quem imagina. Entretanto, entre o olhar de quem vê e o olhar de quem imagina não há diferenças, pois o discurso é o mesmo: as descrições coincidem tanto na exaltação das belezas naturais, quanto na referência ao acolhimento dos habitantes. Cria-se, com isso, o efeito de sentido de que não é necessário estar/ter estado na AL para conhecê-la ou que, estando nela, há apenas a confirmação

5 “Me chamo Jorge”, tradução nossa.

6 “Eu gosto muito do Brasil. As pessoas são amáveis e carinhosas. Há belíssimas paisagens e uma vegetação esplêndida. Bom, na verdade eu não estive ali, mas, com certeza, é assim. Ah! E as praias são uma delícia” (JIMÉNEZ; CÁCERES, 1990, p.18, tradução nossa).

do que já é sabido: tudo aparenta já estar dito, simulando um dizer transparente. Essa visão calcada no estrangeiro não contribui para o trabalho significativo da diversidade, enunciada como objetivo nas páginas de *CJ*, uma vez que continua a reproduzir discursos assentados no lugar comum, que apagam diferenças, ao colocar o outro como algo completamente conhecido.

Vê-se, assim, que o olhar do europeu, que inaugurou os discursos sobre a AL, parece naturalizar determinadas práticas discursivas ou modos de ver o mundo. Deve-se considerar sobre esse aspecto que a construção da imagem da AL, a partir do olhar inaugural europeu, foi forjada por relações assimétricas de poder.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise do corpus apontou para um discurso que, visando contemplar a diversidade do “mundo hispânico”, dá lugar ao atravessamento de vozes que tratam a AL de forma superficial e incidem no campo do já-dito. Percebe-se que há a tentativa de inclusão de elementos latino-americanos no LD - até mesmo devido à exigência de dispositivos legais, como o Programa Nacional do Livro Didático - , entretanto sua sustentação é feita a partir do lugar comum, implicando uma abordagem fragmentada que pouco difere de práticas discursivas que marcaram - e marcam - o ensino de língua espanhola.

A análise realizada apontou para a produção de efeitos

de sentido cristalizados: o exotismo das paisagens naturais e a hospitalidade do latino-americano. Verificou-se, também, que, atravessando o dito, está a atualização da voz do colonizador: “por aí vemos que a ideologia não ‘aparece’ em um passe de mágica. Ela tem uma materialidade, e o discurso é o lugar em que temos acesso a essa materialidade” (ORLANDI, 2008, p. 55).

A descrição e o enaltecimento dos atributos geográficos da região remontam aos primeiros registros realizados por navegadores europeus. Entretanto, à diferença dos escritos coloniais, que relatavam com abundância de detalhes e de coordenadas geográficas os locais observados, não há informações anteriores no LD que permitam ao estudante “conhecer” as localidades apresentadas no encaminhamento didático.

A repetição de dizeres valendo-se de adjetivos, como “bonito”, “maravilhoso” e “impressionante” parece ser uma tentativa de “preenchimento” da lacuna ocasionada pela falta de informações que possibilitariam o alargamento da compreensão da geografia e dos territórios latino-americanos e o que representam esses lugares dentro das distintas culturas e países. Espaços geográficos tão diversos, como o Salar de Uyuni e a Ilha Galápagos, para exemplificar, são apagados e uniformizados em enunciados generalizantes que, visando enaltecer a natureza, convertem-se em uma forma superficial de abordar a temática. Trata-se de um olhar apressado que não permite ver efetivamente as formas naturais que se pretende exaltar, fazendo com que o LD

atue como vitrine, que apresenta paisagens exóticas, sem implicar em contextualização ou questionamentos; logo “o que se propõe é sempre uma relação acidental do aluno com a linguagem, já que esta é despida de sua historicidade” (GRIGOLETTO, 1999, p. 84).

Se houve superficialidade relacionada à natureza, movimento semelhante se observou em relação à descrição dos habitantes, engessados sob a fixidez do estereótipo da hospitalidade. Por consequência, criam-se as condições para a intervenção do “interdiscurso do outro (o europeu), fazendo-nos significar (quer queiramos quer não) na história dos ‘seus’ sentidos” (ORLANDI, 2008, p. 59). Ao pinçar e dar visibilidade a imagens sedimentadas no imaginário brasileiro, de acordo com Lessa (2004), dá-se espaço ao discurso de que os povos latino-americanos são todos iguais. Repetem-se as vozes dos colonizadores europeus, que, não sabendo ver os nativos que aqui encontraram, procederam a caracterizações generalistas e tentaram plasmar a todos segundo moldes externos: “insiste-se, há séculos, na unicidade da nossa cultura. Diluem-se as diferenças” (ORLANDI, 2008, p. 67).

Pela simplificação e carência de informações, a abordagem das localidades apresentadas e a breve caracterização dos povos que a habitam acaba por ratificar posições que falam a partir da posição ocupada pelo colonizador (tomado como referente), indo ao encontro do que diz Foucault (2000, p. 22, grifos do autor) sobre os discursos, que “indefinidamente, para além de sua formulação,

são ditos, permanecem *ditos* e ainda estão por dizer".

Salienta-se que a análise empreendida não revela apenas uma discursivização realizada pelo material didático e que é cerceada pelos limites de suas páginas: mais do que isso, o exame do encaminhamento didático permite a reflexão sobre uma imagem da AL que circula socialmente e que, por isso, também pode ser vista no LD.

Segundo Orlandi (2008, p. 135), se a história latino-americana está marcada pelo discurso do outro, que explica sua "origem" e seu presente, uma abordagem crítica da AL deveria permitir atingir o lugar da produção desses efeitos de sentido: "é justamente aí que é preciso trabalhar a nossa relação crítica com a linguagem para aprender os 'outros' sentidos".

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Orientações Curriculares Nacionais para o Ensino Médio**. Brasília: MEC, 2006.

CARVALHO, José Murilo de. O motivo edênico no imaginário social brasileiro. IN: **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. [online]. 1998, vol.13, n.38. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69091998000300004. Acesso em 01/03/2018.

CASSIANO, Célia Cristina de Figueiredo. **O mercado do livro didático no Brasil**: da criação do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD) à entrada do capital internacional espanhol (1985-2007). Tese de Doutorado. 252f. São Paulo: PUC, 2007.

COIMBRA, Ludmila; CHAVES, Luiza Santana; BARCIA, Pedro. **Cercanía Joven: espanhol**, 1º ano. São Paulo: Edições SM, 2013.

COLOMBO, Cristóvão. **Diários da Descoberta da América**. Porto Alegre: L&PM Pocket, 1998.

CORACINI, Maria José Rodrigues Faria; CAVALLARI, Juliana Santana. Prefácio. In: CORACINI, Maria José Rodrigues Faria; CAVALLARI, Juliana Santana. (Orgs.). **(Des)construindo verdade(s) no/pelo material didático**: discurso, identidade, ensino. Campinas: Pontes, 2016.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2000.

GRIGOLETTO, Marisa. Seções de leitura no livro didático de língua estrangeira: lugar de interpretação? IN: CORACINI, Maria José Rodrigues Faria (org.). **Interpretação, autoria e legitimação do livro didático**. Campinas: Pontes, 1999.

INDURSKY, Freda. A memória na cena do discurso. INDURSKY, Freda; MITTMAN, Solange; FERREIRA, Maria Cristina Leandro (orgs.). **Memória e história na/da Análise do Discurso**. Campinas: Mercado de Letras, 2011.

JIMÉNEZ, Felipe Pedraza; CÁCERES, Milagro Rodríguez. **Vamos a hablar**: curso de lengua española. São Paulo: Editora Ática, 1990.

LESSA, Giane da Silva Mariano. **Lá na América Latina...**: um estudo sobre a (re)construção das identidades culturais na sala de aula de espanhol LE. Dissertação de Mestrado em Linguística Aplicada - Faculdade de Letras, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas, SP: Pontes, 1997.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Terra à vista**: discurso de confronto entre o Velho e o Novo Mundo. Campinas: Editora da Unicamp, 2008.

_____. **Interpretação, autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico**. Campinas: Pontes Editores, 2012.

_____. Identidade linguística escolar. IN: SIGNORINI, Inês (org.). **Língua(gem) e identidade**: elementos para uma discussão no campo aplicado. São Paulo: Mercado de Letras, 2016.

PÊCHEUX, Michel; FUCHS, Catherine. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualização e perspectivas. IN: GADET, F.; HAK, T. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.

RIBEIRO, Darcy. **América Latina**: a pátria grande. São Paulo: Global, 2017.

SERRANI-INFANTE, Silvana. Identidade e segundas línguas: as identificações no discurso. IN: SIGNORINI, Inês (org.). **Língua(gem) e identidade**: elementos para uma discussão no campo aplicado. São Paulo: Mercado de Letras, 2016.

SOUZA, Octavio. **Fantasia de Brasil**: as identificações na busca da identidade nacional. São Paulo: Editora Escuta, 1994.

autora

juliana karina voigt

femvertising: o efeito de ruptura sobre o significante 'mulher' na publicidade

capítulo 10

FEMVERTISING: O EFEITO DE RUPTURA SOBRE O SIGNIFICANTE 'MULHER' NA PUBLICIDADE

1 INTRODUÇÃO

O conceito de *Femvertising* é a união dos termos *feminism* (feminismo) e *advertising* (publicidade) e remete à defesa de que a publicidade pode contribuir com o empoderamento das mulheres. O termo foi divulgado na *Advertising Week XI* (semana de publicidade), principal evento para profissionais de marketing, que aconteceu no mês de setembro de 2014, em Nova Iorque, nos Estados Unidos, e surgiu a partir de uma pesquisa elaborada pela empresa norte-americana de mídia digital, *SheKnows Media*¹.

O resultado do estudo afirmou que 52% das entrevistadas já compraram um produto pela maneira com que o anúncio se dirigia às mulheres, 45% admitiram já ter compartilhado uma peça publicitária por achar que ela empoderava as mulheres e 94% das mulheres disseram acreditar que ser retratada como símbolo

¹ Disponível em: <https://www.sheknows.com/living/articles/1056821/sheknows-unveils-results-of-its-fem-vertising-survey-infographic>.

sexual na publicidade é prejudicial. A pesquisa mostrou ainda que 51% das pessoas que concederam entrevista afirmaram gostar desse tipo de campanha, porque acreditam que o *Femvertising* ajuda a quebrar as barreiras de gênero; 92% das entrevistadas declararam conhecer, pelo menos, uma campanha pró-feminina e 62% responderam que qualquer marca poderia fazer parte de campanhas a favor das mulheres.

A partir dos resultados verificados na pesquisa, a chefe executiva da agência *Sheknows Media*, Samantha Skey, foi a mediadora de uma sessão que aconteceu na *Advertising Week* intitulada *"Femvertising - Women Demand More as Their Piece of the Purchasing Pie Grows"*² (*Femvertising - Mulheres demandam mais conforme o seu poder de compra aumenta*). Fazendo uma analogia com o poder de consumo das mulheres, a apresentação do debate dizia que as mulheres representam um mercado de sete trilhões de dólares e que, em 85% dos lares, são elas quem têm o poder de decisão de compra.

Dados da revista *Forbes* indicando que as mulheres estão em trajetória para controlar mais de dois terços da riqueza da nação até 2030 foram mencionados. Assim, para a mediadora, deve-se notar que os anunciantes que criam mensagens e imagens geradoras de conscientização e rompem com estereótipos em anúncios voltados para mulheres estejam obtendo sucesso.

A publicidade pró-feminina, de acordo com a sessão,

² Disponível em: <https://www.advertisingweek.com/events/ny/2014/calendar/-newyork-2014- 10-02-femvertising-women-demand-more-as-their-piece-of-the-purchasing-pie-grows>.

é projetada para inspirar as mulheres e permitir que as marcas construam conexões mais profundas e significativas com esse importante grupo de consumidores. Para as participantes, os benefícios desse tipo de campanha vão muito além do sucesso da publicidade.

As imagens e efeitos pró-mulheres, nesse contexto, são usadas para empoderar meninas e mulheres e desconstruir padrões relacionados ao gênero feminino. Nos primeiros momentos da sessão mencionada, Samantha lançou uma pergunta: “será que podemos vender produtos enquanto tentamos mudar o mundo para melhor?”. A ligação do empoderamento com o mundo econômico não foi descartada em momento algum. Ao contrário disso, durante a conversa, os números foram apontados para comprovar que o *Femvertising* é algo lucrativo.

Reforçou-se, no debate, a importância do *Femvertising* para que a mulher possa se sentir representada com o que vê. A maior relevância das campanhas que empoderam as mulheres, de acordo com a sessão, é permitir que as meninas vejam o que elas podem ser, sem limitações de gênero. As debatedoras participantes disseram acreditar que as campanhas publicitárias têm o poder de mudar o comportamento das pessoas e de valorizar os produtos. Elas creem que o *Femvertising* pode vender produtos e mudar o mundo para melhor.

No mesmo evento de publicidade, outra sessão foi representativa para o conceito do *Femvertising*. Intitulada

*"Rethinking marketing to women"*³ (Repensando o marketing para as mulheres), a conversa ganhou fortes repercussões. Com o objetivo de dialogar a respeito de como imagens, mídia e publicidade podem gerar importantes mudanças culturais, o convite para a sessão afirmava que "as mulheres hoje detêm a maior parte do poder de consumo das famílias, mas muitas vezes sentem que as marcas não as entendem".

O debate teve como mediadora a chefe de operações do *Facebook*, Sheryl Sandenberg, que, na sua fala, afirmou que, apesar das diferenças culturais, os estereótipos⁴ relacionados às mulheres são muito parecidos ao redor do mundo. O debate carregava o propósito de mostrar a possibilidade de romper com essas marcas, a partir de imagens, conteúdos e propagandas. De acordo com os participantes do debate, as mídias sociais têm a capacidade de fazer com que as mudanças aconteçam de forma mais rápida.

No cenário nacional, foi a partir de 2014 que a atenção à diversidade ganhou força. Uma pesquisa realizada pela agência de propaganda Heads chamou a atenção para a maneira como a publicidade brasileira retratava homens e mulheres. A agência analisou 2,8 mil comerciais e divulgou que ainda existia a divisão de papéis sociais rígidos entre eles. De acordo com a pesquisa⁵,

3 Disponível em: <https://www.advertisingweek.com/events/ny/2014/calendar/-newyork-2014-09-29-rethinking-marketing-to-women>.

4 A palavra 'estereótipo' no presente trabalho, é compreendida discursivamente, referindo-se, assim, à memória/imaginário.

5 Disponível em: http://www.heads.com.br/uploads/Heads_Todxs.pdf.

45% dos comerciais recorriam a comportamentos caricatos, dando evidência às personagens femininas como incapazes de tomar decisões e as enquadrando como a mulher que trabalha-cuida-da-família-é-sexy-à-noite. A pesquisa afirmou que 65% das mulheres não se sentiam representadas pelas campanhas publicitárias usuais.

As agências publicitárias mostram preocupação com o assunto. A diretora de criação, Thaís Fabris, iniciou o projeto 65/10, que visa discutir o lugar da mulher na publicidade. O numeral 65 faz alusão à pesquisa mencionada e o número 10 faz referência ao percentual de mulheres que atuam na área de criação dentro das agências. A publicitária, que possui uma consultoria homônima de comunicação para a mulher, afirma que é essencial “mudar o papel da mulher na publicidade para acompanhar os novos papéis da mulher na sociedade”.

A consultoria Think Eva é outro exemplo. Criada por três mulheres, o empreendimento busca, desde 2015, ensinar a publicidade a respeitar a mulher e a lucrar também. Intitulando-se como “Núcleo de inteligência do feminino”, a consultoria afirma que o propósito “é criar uma conexão entre as necessidades reais do público feminino e os valores das marcas”.

Com o exposto, percebe-se que as agências de publicidade têm dado mais atenção à maneira de divulgar seus produtos, a partir de uma visão que desconstrua ou ressignifique o significante ‘mulher’. A ligação com o capital e as formas de consumo são

inevitáveis, uma vez que, como afirma Bauman (2010), a cultura líquido-moderna não tem “pessoas” a cultivar, mas clientes a “seduzir”. Assim, partimos da premissa de que o *Femvertising* também seduz as mulheres para que elas consumam.

2 FEMVERTISING E A ANÁLISE DE DISCURSO

Foi possível perceber que, para o marketing, o *Femvertising* é um recurso que contribui para o empoderamento feminino, ao mesmo tempo em que aumenta as cifras das empresas que corroboram com a sua ideia. A empresa Dove, com a campanha “Real Beleza”, é um exemplo da afirmação. A referida campanha, do ano de 2013, considerada uma das precursoras do *Femvertising*, alavancou as vendas de \$2.5 bilhões de dólares para \$4 bilhões⁶.

Posto isso, busca-se, por meio da Análise de Discurso, de vertente francesa, ir além da visão do marketing, e pontuar reflexões sobre essa “nova” maneira de construir campanhas publicitárias direcionadas ao público feminino.

Antes de apresentar dados deste estudo, faz-se válido compreender de que maneira as condições de produção, entendidas, de acordo com Pecheux (1997, p.75), como “o estudo da ligação entre as “circunstâncias” de um discurso [...] e seu processo de produção”, são significativas para o efeito de sentido sobre a

6 Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/2014/01/23/real-beleza-de-dove-celebra-10-anos.html>

‘mulher’ hoje, já que as campanhas analisadas correspondem ao momento histórico atual e brasileiro.

É de conhecimento que a busca pela igualdade de gêneros é uma atividade das atuais condições de produção, porque o significante ‘mulher’ esteve associado a um papel específico na sociedade, o que vale para o significante “homem”. Para Kehl (2016), os “papéis rígidos” ocupados pelos sujeitos do sexo feminino e do sexo masculino são constituídos historicamente e podem ser entendidos como significantes que representam, além de uma diferença anatômica, a pertença a um de dois grupos: ‘homem’ e ‘mulher’, carregados de significações imaginárias.

Antes de qualquer possibilidade de escolha, as formações de linguagem inscrevem os sujeitos em determinadas posições de ordem simbólica. Para Kehl (2016, p. 11), é “a partir da mínima diferença inscrita em nosso corpo” que, desde o início, os sujeitos são marcados pelos ideais considerados próprios a cada gênero. Por esse motivo, é possível compreender o porquê de a publicidade ter, ao longo dos anos, mantido um discurso cristalizado nas campanhas direcionadas ao público feminino.

Observa-se, analogamente, que, por muito tempo, a publicidade (e não só ela) reforçou os sentidos sobre o que é “ser” mulher na sociedade, produzindo referenciais que enquadram a mulher no acordo do que constituiria a feminilidade tradicional, ou seja, daquilo que carregava o sentido naturalizado de ser mulher; ou, como afirma Kehl (2016), evidenciava-se o que cada mulher

deveria ser para ser mulher.

A publicidade, com efeito, produzia campanhas direcionadas a 'mulher', i.e., ao sentido da palavra 'mulher' que estava cristalizado na sociedade. Seguindo os pressupostos de Pecheux (2014), sabe-se que o sentido não está "colado" à palavra. Como diz Fink (1998, p. 33), "nenhuma palavra, nenhuma afirmação tem qualquer valor fixo". Isso quer dizer que o sentido das palavras está relacionado aos processos sócio-históricos nos quais elas são reproduzidas. Em vista disso, entende-se que as campanhas publicitárias eram elaboradas tendo como base o "sentido" suscitado pela palavra 'mulher' à sua época.

Logo, os processos discursivos da publicidade e essa "nova proposta" para "representar o público feminino" estão diretamente relacionados, hoje, ao poder de compra das mulheres. Dessa forma, compreender, historicamente, quais são os efeitos de sentido sobre "ser" mulher em campanhas publicitárias e qual é o papel da publicidade nessa construção/ressignificação é algo de relevância para o presente estudo.

3 CERVEJA x MULHER x CARRO

Considera-se pertinente retomar um aspecto histórico das campanhas de cerveja. Sabe-se que a relação da publicidade de marcas de cerveja com o machismo foi, por muito tempo, praticamente intrínseca. A publicidade da bebida alcóolica

não poupava a exploração e objetificação do corpo feminino. Incontáveis são os trabalhos analíticos que retratam essa temática. Segundo Lessa (2005), a publicidade utilizava-se do corpo feminino, recriado a fim de mobilizar desejos, sonhos, prazeres e a necessidade de consumir.

Imagen 1
Campanhas antigas da Skol



Fonte: <https://www.promoview.com.br/live-marketing/skol-lanca-acao-para-trocara- cartazes-machistas-de- bares.html>.

Foi como uma reflexão sobre o seu “mau comportamento” no passado que a empresa Skol, por exemplo, lançou, em 2017, a campanha *Reposter*, afirmando que o mundo evoluiu e a marca também. A Skol convidou ilustradoras para recriarem pôsteres da marca sob um novo olhar. A ação lançada no dia da mulher, em 2017, foi criada pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi e veiculou um vídeo de mais de um minuto mostrando as reelaborações das campanhas.

Imagen 2
Campanha Reposter



Fonte: <https://bhaz.com.br/2017/03/09/campanha-reposter-skol/>

A diretora de Marketing da Skol, Maria Fernanda de Albuquerque, afirmou em entrevista que “não é uma forma de pedir desculpa, é uma forma de evoluir junto com o mundo, sem negar o que aconteceu de fato”⁷. Além da reelaboração, a ação da Skol buscou retirar os cartazes de campanhas antigas de bares e estabelecimentos. De acordo com a diretora de marketing, cartazes com mulheres seminuas não circulam há dez anos.

Ainda direcionando a atenção para as campanhas de cerveja, tem-se um exemplo elaborado pela marca Heineken. A Heineken buscou, também, romper com a barreira de estereótipo esportivo. Com o slogan “Mulher também curte futebol”, a empresa lançou uma campanha internacional, no mínimo, curiosa.

No ensejo, três casais heterossexuais foram convidados

⁷ Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/skol-lanca-acao-para-trocar-cartazes-machistas-de-bares.ghtml>.

a participar. Num jantar, os maridos ofereciam às esposas um final de semana em um spa. Em troca, eles iriam assistir à final da Champions League, campeonato europeu de futebol, em uma festa da Heineken, em São Paulo. A estratégia de marketing estava justamente aí. O convite para o spa, era, na verdade, um convite para ir a Milão, cidade italiana sede do evento. Enquanto os maridos assistiam à final do jogo acreditando que suas esposas estavam aproveitando um momento de lazer, elas estavam vendo a final do jogo ao vivo, no estádio italiano. Os maridos ficam surpresos, quando descobrem o verdadeiro paradeiro das companheiras e a Heineken lança a seguinte pergunta para o desfecho da ação: "já pensou que ela pode gostar de futebol tanto quanto você?".

Os dados vão além da venda da bebida alcoólica. Em outras campanhas publicitárias, como de automóveis, acontece o mesmo. A mulher é vista como potencial consumidora do produto e há uma estratégia de pesquisa para a produção publicitária adequada ao significante 'mulher' de hoje: a mulher que consome, que é independente, livre e tem poder de escolha⁸.

A campanha da Citroen, para o dia das mulheres do ano de 2016, afirmava⁹:

Único no design, dinâmico na vida. Cheio de personalidade. Poderíamos estar falando de qualquer Citroen, mas preferimos falar de mulheres que dirigem estes carros. Feliz dia da mulher. **Vocês podem tudo.** (grifo meu)

8 Reflexões da tese "#Femvertising à luz da Análise de Discurso: o processo discursivo das campanhas publicitárias direcionadas às mulheres", disponível em: <http://tede.unioeste.br/handle/tede/4691>.

9 <https://br-media.citroen.com/pt-br/citroen-brasil/marca/comunicação/not%C3%ADcias/homenagem-da-citroen-do-brasil-we-can-drive-it#prettyPhoto>.

Imagen 3
Anúncio Citroen



Fonte: <https://br-media.citroen.com/pt-br/citroen-brasil/marca/comunicação/not%C3%ADcias/homenagem-da-citroen-do-brasil-we-can-drive-it#prettyPhoto>

O enunciado final reitera o efeito de poder de escolha/compra/liberdade das mulheres. A imagem da campanha traz, ainda, o famoso e divulgado ícone feminista com o lema “we can do it” (nós podemos fazer isso), que, mesmo não elaborado com intuito feminista, é um símbolo das lutas das mulheres ao redor do mundo. Na imagem, incrustou-se o efeito de sentido de “sim, podemos fazer tudo”.

A Citroën descreve algumas qualidades que, a princípio, parecem fazer referência ao veículo automotivo. No entanto, as características são relacionadas ao público feminino, que “pode dirigir o carro” e, mais que isso, é um público que “pode tudo”. A interdiscursividade permite que se faça a relação com as determinações feministas tão caras ao *Femvertising*, aqui marcada

pela imagem da mulher com a demonstração de força e poder.

A campanha mostra rupturas com campanhas de veículos automotivos mais antigas.

Imagen 4

Anúncio Volkswagen



Fonte: <http://www.elciofernando.com.br/blog/2010/08/a-propaganda-machista-do-fusca>

O anúncio do Fusca, da marca Volkswagen, dizia: "Mais cedo ou mais tarde sua esposa vai dirigir. Esta é uma das razões para você possuir um Volkswagen". O enunciado apresenta a explicação de que as peças do veículo não são caras. Por isso, você poderia comprar o carro, a "sua" mulher poderia, ao dirigir, bater o carro, sem que isso causasse maiores prejuízos.

O enunciado antigo marca simbolicamente construções imaginárias que representam a falta de habilidade ou de

desempenho das mulheres no exercício de determinadas práticas, como, por exemplo, dirigir. Ou seja, caso a mulher dirigisse o automóvel, ela provocaria danos ao veículo. Convencionou-se, por exemplo, dizer que as mulheres não têm aptidão para dirigir um carro; por isso, o discurso que acompanha a imagem foi veiculado na época.

Há que se observar que a campanha se dirigia especificamente ao homem; ele é visto como o interlocutor da publicidade, pois é ele quem decide a compra e quem tem o poder aquisitivo para fazê-lo. Mais do que isso, o uso do pronome 'sua' soa discursivamente como posse, estando assim carro e mulher lado a lado. A 'sua' mulher e possuir um Volkswagen andam de mãos dadas, como se o discurso estivesse fazendo remissão ao ato de posse.

É possível constatar que há uma ruptura na forma com que a campanha é estruturada. Na atualidade, o homem não é mais o cliente em potencial para a compra de um veículo e as campanhas são construídas de forma a estabelecer o lugar da mulher consumidora, sem juízo de valor e rompendo com o interdiscurso ou, como afirma Orlandi (2015), com o já-dito.

4 GARÇONETE x CONSUMIDORA

A FD do *Femvertising* busca romper com o pré-construído naturalizado socialmente, dando visibilidade à mulher que lhe

interessa: a consumidora. Campanhas de cerveja provam a afirmação, uma vez que, como as de automóveis, elas também foram direcionadas ao público masculino por muito tempo. A produção atual vai ao encontro da mulher que consome a bebida e apresenta o efeito de ruptura na forma de produzir a publicidade e resistir ao interdiscurso.

A campanha da Skol, com a *#escutaasminas*, constrói a cena do vídeo publicitário em um bar, onde as clientes mulheres são confundidas com garçonetes. Um rapaz faz gestos pedindo para que lhe sirvam uma Skol; a tentativa é repetida três vezes, em relação a mulheres que respondem: "Eu não trabalho aqui". Na sequência, a terceira mulher confundida com uma garçonete assobia e faz com que todos no lugar as escutem, dizendo: "a gente tá bebendo aqui. Ele que trabalha aqui", dizem, apontando para o garçom.

Imagen 5
#escutaasminas



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=ZWUd2TKiC0Y>

A campanha elaborada no ano de 2018 traz uma série de rupturas por meio dos enunciados e imagens. O pré-construído, para Pêcheux (2014b, p. 151), “o sempre-já-aí da interpelação ideológica”, mais uma vez presente, retoma a questão de a mulher estar a serviço do homem, um dos preceitos bíblicos retomados, que molda as relações conjugais até hoje:

Mulheres, sujeite-se cada uma a seu marido, como ao Senhor, pois o marido é o cabeça da mulher, como também Cristo é o cabeça da igreja, que é o seu corpo, do qual ele é o Salvador. Assim como a igreja está sujeita a Cristo, também as mulheres estejam em tudo sujeitas a seus maridos. (Efésios 5:22-24)¹⁰

Rompendo com um discurso que é cristalizado na sociedade, a Skol traz as mulheres enquanto consumidoras do seu produto. O retorno ao interdiscurso é necessário para que se compreenda a construção da campanha a partir da não possibilidade de a mulher ocupar o lugar em uma mesa de bar e também de não ser ela a consumidora de cervejas.

O enunciado “Eu não trabalho aqui” produz o efeito de resistência a várias campanhas de cerveja que colocaram, durante anos, a mulher dos comerciais ocupando o lugar da garçonete de um bar. O enunciado cria o efeito de sentido de resposta ao já-dito, buscando romper com essa posição feminina, no caso do marketing da bebida alcoólica.

10 Disponível em: https://www.bibliaon.com/papel_da_mulher/.

Imagen 6
Mulheres garçonetas

Os *frames* de campanhas das marcas Itaipava, Skol e Antártica mostram qual era o “lugar” da mulher nas campanhas publicitárias, mas o número de dados é maior, o que revela que as campanhas inseridas no *Femvertising* são feitas a partir de outro olhar sobre a mulher.

Nesta esteira, as campanhas de cerveja também servem como dado, porque reforçam o compromisso do *Femvertising* de confrontar o já-dito e trazer outro efeito de sentido sobre a relação entre as mulheres e a bebida alcoólica. Se, no passado, as mulheres eram as garçonetas de bares e serviam as cervejas para os homens, hoje, elas são as consumidoras em potencial do produto e, por isso, é mais raro ver campanhas misóginas.

Além disso, as campanhas que apresentam elementos considerados machistas, que objetificam o corpo da mulher e/ou desrespeitam a condição feminina, são punidas pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação publicitário, o Conar, o que corrobora a mudança estrutural da sociedade e reafirma a

determinação da infraestrutura sobre a superestrutura.

Esse “novo” olhar é definido pela comanda econômica. Observar as campanhas antigas contribui para o melhor entendimento do efeito de ruptura sobre o significante ‘mulher’. Nota-se que o “lugar” ocupado pela mulher, tanto nas campanhas de cerveja, quanto na campanha de carro tornou-se outro. Se outrora as campanhas não eram direcionadas ao público feminino, ou, ainda, eram elaboradas com enunciados pejorativos, hoje, pode-se observar o zelo ao produzir os anúncios, uma vez que eles são direcionados às mulheres: o público consumidor.

Observando as campanhas, a exterioridade, a conjuntura social e a comanda econômica, é possível afirmar que a determinação econômica é o principal indicador das mudanças na forma de produzir as campanhas publicitárias. Observa-se que o Femvertising surge e é idealizado a partir do momento que a mulher entra para o mercado do consumo. Se ela pode consumir, ela se torna o público-alvo.

5 CONDIÇÕES (NA ERA TECNOLÓGICA) DE PRODUÇÃO

Se, antes, o marketing se pautava no discurso do senso comum para produzir as peças publicitárias e precisava de semanas ou meses para avaliar o resultado do que produzia,

hoje, o imediatismo é o carro chefe e a produção gira em torno do comportamento do cliente. Um vídeo publicitário pode ser banido do ar em minutos, ou, ao contrário disso, ser curtido por milhares de pessoas em poucas horas.

As mudanças sociais advindas da tecnologia fizeram com que o marketing se pautasse no cliente para produzir a publicidade: “análise de comportamento é a nova ferramenta dos publicitários para elaborar campanhas e vídeos”¹¹, noticia um site de marketing. Ou seja, a venda é pautada em dados do consumo, baseadas em informações do cliente em potencial.

Hoje, a mulher é o cliente possível e, como afirma Bauman (2010, p.21), “a chave do sucesso é “ser você mesmo”, e não “ser como todo mundo”. O que vende melhor é a diferença, não a uniformidade”. Com o objetivo de vender, o *Femvertising* afirma que as mulheres têm poder de consumo e que as marcas não as entendem. Assim, as marcas, para vender, passam a “entender” as mulheres, o que demonstra uma relação determinada pela comanda econômica.

Se a comanda econômica é tida como a propulsora das mudanças, uma vez que “os fatos econômicos são a base e causa determinante dos fenômenos históricos e sociais”. (ORLANDI, 2016, p. 13), o advento da tecnologia, com as redes sociais, é visto, aqui, como a materialidade que possibilita a divulgação da resistência ao pré-construído, o que ratifica a importância de

¹¹ Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/artigos/fatima-leal/37606/analise-de-comportamento-um-novo-olhar-sobre-o-consumo.html>.

pensar nas condições de produção no processo analítico. O que é dito aqui e agora só faz sentido para esse contexto. O discurso do Femvertising fora das condições de produção vigentes não seria válido/necessário/significativo.

6 ASSIM...

Observa-se que a comanda econômica é a determinação preponderante no discurso do *Femvertising*. A infraestrutura determina os dizeres e as escolhas discursivas das campanhas publicitárias. O conceito de Femvertising nasceu a partir de uma mudança no poder de compra/consumo das mulheres e essa é a sua principal característica: o imperativo econômico.

Desse modo, é importante ressaltar que o Femvertising não é, como afirma o senso comum, um recurso da publicidade que surge para empoderar as mulheres. Ele é consequência do 'empoderamento' econômico delas. Ele não é também a causa de mudanças sociais, mas pode, deve-se reconhecer, contribuir com elas.

O discurso do *Femvertising* não é o agente das rupturas; ele é fruto delas. Ele é uma ocasião mercadológica para impulsionar o consumo de produtos e serviços voltados às mulheres, inseridas numa conjuntura social modificada pela inserção delas no mercado de trabalho e, consequentemente, no poder de consumo.

O termo Femvertising é um recurso do marketing e tem como principal objetivo a venda de um produto. Essa obviedade

não pode ser esquecida. No entanto, apesar de obedecer à comanda econômica, é inegável que ele pode contribuir para a naturalização de alguns sentidos e para a ressignificação do significante ‘mulher’ na publicidade.

No passado, as mulheres apareciam em campanhas publicitárias inseridas em um contexto pejorativo ou que as colocava em lugares tidos como subalternos, como de garçonete, mencionado anteriormente. O discurso sobre a mulher na publicidade é outro: observam-se, hoje, novos efeitos de sentidos que possibilitam uma ressignificação e desnaturalização desse significante, que foi simbolicamente marcado pelo discurso religioso e, por isso, até hoje carregava ‘verdades’ sobre o que é ser mulher.

Sabe-se que, provindas de mais de um discurso, as injunções impostas sobre as mulheres advêm, ainda e principalmente, do discurso religioso. Se algum discurso teve a capacidade de proibir, monitorar, vigiar e estabelecer padrões, esse foi o papel do discurso religioso.

Rocha (2009, p. 48) ao estudar a tradição judaico-cristã, por exemplo, afirma que ela “instituiu um tipo particular de sujeito humano, à imagem e semelhança de um Deus masculino, com autoridade onipotente sobre suas propriedades: bens, mulher, filhos servos e animais”. A mulher, para essa visão, é entendida como propriedade e submissa. A FD religiosa judaico-cristã exerce um papel central sobre o significante ‘mulher’ ao longo da

história da humanidade.

Com o atravessamento da tradição judaico-cristã, o significante ‘mulher’ carrega dois sentidos, em especial. A mulher passa a ser vista como Eva, a pecadora, ou como Virgem Maria, a mulher pura e ideal, construção essa pautada no livro de Gênesis, que explica o surgimento do primeiro homem e da primeira mulher no universo. A partir dessa história, o significante ‘mulher’ ficou condicionado também aos preceitos religiosos.

As campanhas inseridas no *Femvertising* têm a capacidade de ressignificar o lugar da ‘mulher’ nas campanhas e de não aceitar atitudes machistas e misóginas que eram recorrentes no passado e de romper com o interdiscurso.

Sabe-se, como já mencionado aqui, que o nascimento do *Femvertising* e a sua maior comanda estão centrados no ato de consumir; contudo, ao analisar as campanhas publicitárias, observou-se que há contribuições para a formação social.

As campanhas trabalham com o efeito de ruptura e de resistência ao interdiscurso e, com esse ‘confronto’ com a memória discursiva, outro sentido se torna possível e pode contribuir positivamente com novos sentidos e romper com ‘velhas/outras’ cristalizações.

REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo Parasitário e outros temas contemporaneos.** Tradução Eliana Aguiar. Rio de Janeiro: Editora ZAHAR, 2010.
- FINK, Bruce. **O sujeito Lacaniano:** entre a linguagem e o gozo. Tradução de Maria de Lourdes Sette Câmara. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1998.
- KEHL, Maria Rita. **Deslocamentos do feminino:** a mulher freudiana na passagem para a modernidade. 2a. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.
- LESSA, Patrícia. **Mulheres à venda:** uma leitura do discurso publicitário nos outdoors. Londrina: Eduel, 2005.
- ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso:** princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 2015.
- _____. **Nota introdutória à tradução brasileira.** In: CONEIN, Bernard, COURTINE, Jean-Jaques [et al.] (Orgs). *Materialidades Discursivas*. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 2016.
- PECHEUX, Michel. *A Análise de Discurso: três épocas (1983)*. IN: GADET, Françoise & HAK, Tony (Orgs). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Editora da Unicamp, 1997.
- _____. **Semântica e discurso:** uma crítica à afirmação do óbvio. 5a ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.
- ROCHA, Patrícia. **Mulheres sob todas as luzes:** a emancipação feminina e os últimos dias do patriarcado. Belo Horizonte: Editora leitura, 2009.

autoras

luciane thomé schröder
e maria selma bispo

**reflexões sobre
um percurso de
escrita na escola**

Capítulo 11

REFLEXÕES SOBRE UM PERCURSO DE ESCRITA NA ESCOLA

*Dedicamos este texto aos pequenos,
que nos permitem aprender sempre.*

1 INTRODUÇÃO

Este artigo foi organizado a partir de uma pesquisa que investigou a produção escrita de alunos do 5º ano da rede pública estadual de ensino da cidade de Foz do Iguaçu (PR)¹. A orientação teórica que conduziu o trabalho foi a Análise de Discurso de linha francesa. Aqui, trazemos os seguintes *corpora*: entrevista com um professor (doravante P.A.), encaminhamento de uma produção textual do P.A., recorte da produção textual de alunos orientados pelo P.A. e trechos dos Parâmetros

¹ A pesquisa pertence à dissertação de mestrado produzida por Maria Selma Bispo, no âmbito do programa de Mestrado Profissional em Letras - PROFLETRAS da UNIOESTE, intitulada: **A escrita nos anos iniciais: percursos e percalços - reflexões sobre a autoria a partir das práticas de produção escrita de alunos do 5º ano do Ensino Fundamental**, defendida em janeiro de 2019.

Curriculares Nacionais de Língua Portuguesa (PCNLP).

A partir do encontro dessas vozes, organizamos uma reflexão sobre como o documento oficial anuncia uma ação para o professor, como a teoria é mostrada na prática docente e como o aluno se movimenta frente ao discurso que media a prática de escrita na escola. Para pensar esses movimentos discursivos, encontramos o respaldo na Análise de Discurso:

Seguramente uma das disciplinas que mais trouxe contribuições, especialmente por re-introduzir questões da ordem da história e da sociedade para os estudos da linguagem. Abandonando o espaço mais ou menos higienizado da língua como um sistema, a Análise do Discurso passou a enfrentar problemas insolúveis do ponto de vista da língua. Ao fazer isso, traz à cena os sujeitos da interlocução, as condições de produção, as relações com a memória e a projeção de horizontes de possibilidades de interpretação que um discurso abre (GERALDI, 2015, p. 109).

Entendemos que, entre as quatro paredes da sala de aula e o mundo lá fora, a escola, às vezes, fica alheia a determinadas questões, seja por uma escolha sustentada por práticas que desconsideram a natureza dialógica da linguagem, seja por desconhecimento sobre a prática discursiva frente à reflexão “por que se está dizendo o que se diz?”.

Na esterilidade das críticas em relação ao funcionamento da instituição escolar, ainda que os discursos intencionem marcar-la como um espaço de mediação sociointeracionista, por meio da mecanização de algumas das suas ações pedagógicas, percebemos alguns falhas, sobretudo quanto à concepção de

sujeito amparada numa subjetividade idealista, num contraponto à abordagem discursiva que entende o sujeito como ideológico, cindido, disperso, heterogêneo e inconsciente (PÊCHEUX, 1997).

Na perspectiva deste estudo, o professor e aluno se constroem por meio das relações sociais que são mediadas pela linguagem/discurso. E o ensino é uma prática social que se vale do discurso. É na relação discursiva entre os sujeitos que os discursos vão sendo produzidos e significam. À medida que os sujeitos se apropriam dos discursos são afetados por ele e este processo os marca e os determina dentro de uma rede de relações de sentidos. Aproximando o exposto da perspectiva da Análise do Discurso, entendemos que o discurso é responsável pela mediação entre o homem e sua realidade:

ao dizer, nos significamos e significamos o próprio mundo, ao mesmo tempo, a realidade se constitui nos sentidos que, enquanto sujeitos, praticamos. (...) a linguagem é uma prática; não no sentido de efetuar atos, mas porque pratica sentidos, intervém no real. (...). O sujeito do discurso se faz (se significa) na/pela história (ORLANDI, 2001, p. 95).

Defendemos, assim, que as aulas de língua portuguesa devem ter como princípio norteador, no que se refere ao trabalho com a produção textual, possibilitar a formação de um sujeito capaz de se pronunciar por meio do texto que escreve como o sujeito social que é, de forma que se tenha nas práticas da linguagem, efetivamente, uma possibilidade de manifestação sobre o mundo. Essa perspectiva retira o aluno do espaço artificial da escrita e o

coloca numa outra condição: a de um sujeito cidadão que tem o que dizer, porque é atravessado pelas vozes sociais que o habitam e que tornam possível que ele reorganize saberes e aponte pontos de vista dentro da ordem social que vivencia.

Iniciamos com observações sobre a entrevista com o P.A., que mostra o atravessamento do discurso pedagógico no seu dizer e permite avaliar como teoria e prática se entrelaçam, o que não significa que o laço permaneça na sua prática. Depois, passamos à análise do processo de encaminhamento de escrita pelo P.A. e, por fim, passamos a refletir os textos dos alunos.

2 A VOZ DO PROFESSOR

Neste momento, lançamos o olhar sobre o fazer docente e, por meio dos movimentos discursivos, buscamos delinear as marcas do discurso pedagógico² que se fazem presentes. Também trazemos as respostas à entrevista que foi organizada a partir de três perguntas: 1) Quantas atividades de produção escrita o planejamento inicial prevê? 2) Como são selecionados os temas? 3) Quais são os gêneros privilegiados? Na sequência, tecemos breves considerações a partir de cada uma das respostas.

2 Para Orlandi (1996, p. 28), o discurso pedagógico é “[...] um dizer institucionalizado, sobre as coisas, que se garante, garantindo a instituição em que se origina e para a qual tende: a escola. [...] um discurso neutro que transmite informação (teórico ou científico), isto é, caracterizar-se-ia pela ausência de problemas de enunciação”.

Pergunta 1: Quantas atividades de produção escrita o planejamento inicial prevê?

P.A.: O planejamento que recebemos não prevê número de atividades escritas.

Como se pode perceber, a professora afirma que não há determinação quanto ao número de atividades escritas no planejamento. Nesse sentido, caberia ao professor da turma definir as em seu planejamento, ainda que o documento 'planejamento oficial' não traga uma instrução específica. Podemos dizer, então, que haveria duas vozes atuantes no enunciado: a explicitada, que se refere ao documento oficial *que não prevê número de atividades escritas* e, a silenciada, que se referiria à ação (ou não) do professor. Nesse não-dito, aparece uma certa fragilidade da autonomia do professor frente ao que regulamenta os procedimentos na escola, pois, dada a ausência de ações marcada pelo que não se diz ao dizer, podemos compreender, inclusive, que a atividade de escrita pode não acontecer (visto que não está no planejamento oficial).

Pergunta 2: Como são selecionados os temas?

P.A.: Então, eu trabalho seguindo a proposta do conteúdo bimestral, do planejamento né, que eu tenho vários gêneros textuais que eu deveria ter trabalhado, conforme está lá no planejamento, e a partir daí procuro trabalhar a seleção dos temas.

Pensar no tema escolhido para encaminhar a produção textual é um processo importante que requer pensar no grupo de alunos que se tem à frente e implica organizar uma ambientação temática para dar condições ao dizer. Entretanto, parece-nos

que o P.A., ao enunciar que há “vários gêneros textuais que eu deveria ter trabalhado, conforme está lá no planejamento”, não traz qualquer especificidade quanto ao trabalho a ser conduzido por meio dos gêneros. No esvaziamento do que poderia ser dito, mas não foi (novamente), abre-se espaço para a crítica sobre a falta de uma certeza sobre o procedimento a ser adotado. O termo “lá”, que remete ao planejamento, gera o sentido de uma tarefa distante do enunciador (algo “lá” do planejamento, não da prática). Entendemos, ainda, que a resposta dada por P.A. mostra uma obediência à voz que diz o que deve ser tratado na escola, definido pelo documento oficial (o planejamento), em que o professor segue “a proposta do conteúdo bimestral, do planejamento né, é, que eu tenho vários gêneros textuais que eu deveria ter trabalhado”. Os objetivos para produzir textos ficam atrelados ao cumprimento do que determina o planejamento autorizado. Considera-se, ainda, que, ao dizer *deveria*, podemos inferir que a atividade pode não acontecer de fato.

Para a Análise do Discurso, o sujeito é interpelado pela ideologia e cindido por uma voz do inconsciente que é determinante para o dizer. Pêcheux (1997) postula o sujeito como não sendo a origem, nem a fonte absoluta do sentido, porque na sua fala outras falas são ditas. No caso do professor, sua fala se mostra atravessada pelo discurso da instituição que o sustenta e, por isso, determina-o. Assim, a linguagem permite a “mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação que

é o discurso, torna possível tanto a permanência e a continuidade quanto o deslocamento e a transformação" (ORLANDI, 2001, p.15).

Pergunta 3: Quais os gêneros privilegiados?

P.A.: É, foi poesia, biografia e propaganda, esses foram os mais privilegiados e que mais usei, não consegui explorar muito a produção de texto.

Diante da resposta, observamos a fragilidade da compreensão do que significa um trabalho com textos em sala de aula, bem como do conceito de gênero textual/discursivo, pelo afastamento que parece descolar um exercício do outro (trabalhar com gênero vs. trabalhar com texto), pois, ao citar certos gêneros e afirmar que "não consegui explorar muito a produção de texto", a fala do P.A. deixa entrever certa incorreção conceitual. As menções feitas aos gêneros discursivos/textuais evidenciam o atravessamento da voz autorizada que apresenta a lista de gêneros exigidas para ancorar a prática de produção textual, legitimando o uso de certo rótulos teórico-conceituais às práticas na instituição escolar, sem garantias sobre a compreensão desses "rótulos" no efetivo exercício do professor em sala de aula.

Temos, nas três questões respondidas pelo professor, uma busca de cumprimento do que está estabelecido em documentos autorizados. Quando se diz sobre o trabalho com os gêneros, no caso, revela-se a lacuna com relação aos procedimentos metodológicos referentes à produção textual, evidenciando que, ao se valer dos gêneros, não se está garantindo, nem levando

PA a trabalhar com a produção textual. Este é um primeiro dado significativo que cerca a trajetória que seguimos na análise abaixo.

3 AS VOZES QUE SE PERDEM NO CAMINHO

Apresentamos, abaixo, a transcrição dos encaminhamentos de uma aula de produção textual do PA, mais a seleção de recortes dos PCNLP eleitos para uma análise comparativa entre o que o documento que alicerça a prática do professor diz e o que se executa na prática.

P.A.: [A professora cumprimentou os alunos e em seguida apresentou a professora pesquisadora à turma]:

Bom dia! Essa é a professora X e ela assistirá a nossa aula.

Hoje, faremos uma produção de texto.

Vocês lembram que nós trabalhamos a biografia da poetisa Cecília Meireles?

[Sim! (respostas dos alunos)].

Então, agora vamos reler o poema, "A bailarina".

[A professora faz a leitura coletiva do poema, que estava afixado em uma parede da sala, retomando oralmente a interpretação do poema com relação à estrutura do gênero e do tema].

A professora escreveu no quadro: "Todas as crianças têm sonhos! Qual é o seu sonho? Fale de forma escrita, produzindo um texto e desenhando".

No momento de execução da atividade de escrita, os alunos se mostraram receptivos à atividade, o que mostra uma não resistência a escrever. Quando tinham dúvidas, solicitavam o auxílio da professora que os atendia. Destacamos que as dúvidas

dos alunos remetiam exclusivamente a perguntas de ordem ortográfica ou gramatical, revelando o tratado na escola de que escrever corretamente é importante.

A tabela ilustra as relações que buscamos evidenciar sobre a presença do discurso pedagógico na voz do sujeito professor. Para este momento, selecionamos os PCNLP, visto que se tratava, à época da pesquisa, do documento oficial norteador para o ensino no país. Alinhamos a fala do P.A. a trechos do documento de modo a visualizar a alguns entrelçamentos que procuramos explicitar.

Discurso pedagógico: o que deve ser feito	Discurso de PA: o que se faz
A conversa entre professor e aluno é, também, importante estratégia didática em se tratando da prática de produção de texto (PCNLP,1997, p.50).	"Hoje, faremos uma produção..." "Vocês lembram que nós trabalhamos..." "agora vamos reler o poema..."
O trabalho com leitura pode ser realizado em voz alta (individual ou em grupo) (PCNLP, 1997, p.44).	"leitura coletiva do poema..."
... a possibilidade de interrogar o texto [...] a interpretação [...] são aspectos relacionados a compreensão do texto (PCNLP, 1997, p.45).	"retomou oralmente a interpretação do poema..."
...é preciso também oferecer condições de os alunos criarem seus próprios textos (PCNLP, 1997, p.50).	"Todas as crianças tem sonhos. Qual seu sonho? Fale de forma escrita, produzindo texto e desenhando".

Voltamos a atenção ao encaminhamento para a produção escrita que nos oferece pistas que permitem observar os

atravessamentos de um discurso institucionalizado na prática do P.A., ainda que de forma conflituosa, dado que a compreensão do exposto na primeira coluna não se encontra com a prática efetivada na segunda coluna. Observamos que, embora o P.A. busque estabelecer uma interlocução, interagindo com os alunos por meio da aproximação de um tema sobre o qual, em princípio, todos teriam o que dizer, as condições para orientar uma ação de escrita aparece restrita à temática estabelecida, centrada numa situação artificial de produção. Trata-se, assim, de uma proposta mais silenciadora do que provocativa ao dizer.

Temos pelo quadro delineado que ainda hoje a escola reproduz um padrão de escrita que apenas é modificado num discurso destinado ao professor que não está se efetivando na prática. Não se trata de uma aula desenvolvida na década passada; estamos diante de uma prática pedagógica atual em que os conceitos de texto/gênero/discurso se mostram ocos de sentido, artefatos teóricos que não estão atavessando as paredes da escola.

4 A VOZ DO ALUNO: NA DISPERSÃO, UM ENCONTRO

Nessa última parte, escolhemos uma perspectiva de conduzir o olhar sobre as produções das crianças, no caso, a da autoria. Refletir sobre a autoria na escola, em especial nos

anos iniciais, é indispensável, quando buscamos compreender a produção textual como um exercício de cidadania e de constituição do sujeito. Entendemos a autoria como uma posição ocupada, uma função a ser assumida (ORLANDI, 2000). Ao produzir sentido, o sujeito promove gestos de interpretação e imprime autoria na organização do dizer pelo agrupamento dos discursos que se estabelecem na materialidade textual, que remontam à sua condição de sujeito do/no mundo. Na escrita das crianças, revelam-se vivências, memórias e histórias; revelam-se vozes da mãe, do pai, da mídia. Daí, vem a reflexão que nos acompanhou: dizemos porque somos sujeitos marcados e atravessados desde muito cedo pelo discurso do outro que fica à mostra, ainda que, no processo de escolher, sejam negadas aos alunos as condições tidas como “ideais” para levar uma pessoa a se pronunciar na escola. Em todo caso, e esta é a nossa questão, percebemos que o aluno se movimenta, cabendo ao professor sensibilidade e algum conhecimento para perceber a trajetória discursiva do educando para além da formalidade das regras de escrita.

**“Todas as crianças têm sonhos! Qual é o seu sonho?
Fale de forma escrita, produzindo um texto e desenhandoo”.**

Diante da motivação por meio de um enunciado-pergunta “Qual é o seu sonho?”, chamou a atenção o efeito de sentido do termo *sonho* no texto trabalhado que remeteu *a ser alguém no futuro*. Esta interpretação se materializou em 90% dos textos

produzidos. Em apenas três textos, o efeito de sentido da palavra *sonho* foi usado para refletir as vontades pessoais do sujeito como viajar/conhecer o mundo ou ser útil à sociedade e ao planeta. Para os fins de escrita desta artigo, selecionamos 10 (dez) trechos que remontam às produções dos alunos.

Texto I:

Eu queria ser policial para prender algumas pessoas que poderia ta atrás das grades prender políticos. E eu queria ser guarda florestal e eu quero prender quem faz mal ao ambiente.

No texto I, verificamos a presença de uma formação discursiva³ pertencente ao discurso da justiça atrelada ao policial, cujas expressões tomam de empréstimo o discurso dos noticiários frente à onda de violência que tem afetado a ordem social, “*prender algumas pessoas que poderia ta atrás das grades*”. Em outro momento, o aluno diz que deseja ser policial para “*prender políticos*”. Vemos que se trata de discursos pertencentes às notícias divulgadas pela imprensa nacional. Observamos que a criança, ao dizer que “*algumas pessoas poderia tá atrás das*

3 Segundo Pêcheux (1997, p. 160-161): “Chamaremos, então, formação discursiva aquilo que, numa formação ideológico dada, isto é, a partir de uma posição dada numa conjuntura dada (...) determina o que pode e deve ser dito”. E, continua o autor: “uma palavra, uma expressão ou uma proposição não tem um sentido que lhe seria ‘próprio’, vinculado a sua literalidade. Ao contrário, seu sentido se constitui em cada formação discursiva, nas relações que tais palavras, expressões ou proposições com outras palavras”. Portanto, ao buscarmos nominar a evidência de um dado discurso como pertencente a certa formação discursiva, pretendemos explicitar a relação não-consciente do sujeito frente aos discursos que ele enuncia, no caso, marcando sua condição de assujeitamento ideológico. Nessa compreensão, destacamos que o dizer da criança é uma dizer apenas possível pelo arravassamento da voz do Outro.

grades", acena para o fato de que existem pessoas criminosas que estão soltas, no caso, certos políticos. Neste contexto, o aluno se coloca como aquele que exerceria a profissão de quem executa a lei de forma "correta". Em outro momento, a formação discursiva da justiça atrelada ao policial se desloca para o espaço do discurso da preservação ambiental: "*prende quem faz mal ao ambiente*". O discurso de preservação ambiental está presente na escola, nos livros didáticos e na mídia e aponta as leis de preservação ambiental como atrelada às listas de crimes passíveis de punição. O aluno reescreve, assim, o discurso possível e atende ao previsto solicitado pela escola. Nossa primeira indício de que, mesmo frente à falta, o dizer se efetiva.

Texto II:

Eu vou cer do FBI e muito legal e a melhor profissão e do FBI no estados unidos eu vou cer do FBI come é come Xisalada todos os dias e predre corupitos e poliso qeeuvou ser eo FBI.

Em relação ao uso do termo "prender" pelo aluno do texto II, revelam-se, aí, efeitos de sentido que também pertencem à formação discursiva do discurso da justiça. Há um misto de realidade, "*cer do FBI*" e de fantasia construída por alguns filmes, comumente apresentados pelos canais de televisão abertos em que os policiais aparecem comendo um determinado lanche. Devemos lembrar que estamos à frente de uma criança em certa

condição social⁴ revelando na escrita, em meio aos equívocos de ordem ortográfica e gramatical, sua condição e seu sonho (ser policial para comer um sanduiche que só se vê na televisão). Contudo, a par do sonho e da fantasia, podemos afirmar que os erros serão os vestígios centrais que provavelmente tomarão a atenção do professor. Em todo caso, a criança cumpre com o solicitado: dizer qual é o seu sonho. Revela-se aí um sujeito falando e uma autoria se colocando.

Texto III:

Meu sonho é ser delegada federal, porque eu vejo muita gente maltratada (...). Eu tenho vontade de defender quem precisa da minha ajuda, da ajuda da justiça. (...) quer que eu seja alguém, que não fique por aí trabalhando limpando a casa dos outros (...). Ser alguém importante (...) fazer a diferença e dar orgulho a meus pais.

Este texto se destaca em relação aos anteriores pelo domínio da estrutura e atendimento à formalidade, demonstrando que o aluno atende ao aspecto formal e discursivo. Apesar de formulações diferentes das expostas nos textos I e II, no texto III, ao textualizar os efeitos de sentido de termos que remetem a competências de ordem do estado atrelado à justiça/proteção que

4 As crianças que fizeram parte da pesquisa estudam em escolas periféricas da cidade de Foz do Iguaçu (PR) e são filhos de famílias economicamente fragilizadas.

ratifica a oposição de que há um bom sujeito vs. um mau sujeito, a criança se pronuncia: “*Meu sonho é ser delegada federal*”. E, em seguida, justifica a escolha da profissão “*porque eu vejo tanta gente maltratada*”. Percebemos que a criança aponta um olhar para o outro, no caso, o sujeito excluído e privado de direitos, como se lê na passagem “*tenho vontade de defender quem precisa da minha ajuda, da ajuda da justiça*”. É interessante notar que a criança se coloca na posição de justificar o que não foi solicitado. E nessa justificativa, ela vai revelando sua condição de autoria, porque ela precisa se movimentar por entre os discursos que a constituem enquanto sujeito, fazendo emergir, assim, a formação discursiva da justiça para salvaguardar as boas pessoas que devem ser protegidas. A criança tece uma denúncia sobre valores sociais ao enunciar “*minha mãe disse que quer que eu seja alguém que não fique por aí trabalhando limpando a casa dos outros*”. Temos a presença de um discurso legitimado pela ideologia dominante que historicamente se constituiu acerca das profissões: há profissões de prestígio (policial e advogado) e profissões sem prestígio (como o trabalho doméstico): e a criança sabe disso, seja porque vivencia a situação, seja porque já aprendeu que o valor de uma pessoa se mede pela posição que ela ocupa na sociedade.

No imaginário social, a escola é tida como espaço de ascensão para os mais pobres, que veem nela uma forma de ser *alguém na vida*. No silêncio da discussão escolar - que não acontece - e que permite que esses os produzidos pelos alunos

não sejam questionados, a escola trabalha para a manutenção de um discurso hegemônico que se legitima nas relações sociais em que os que detêm recursos econômicos gozam de privilégios. O valor simbólico deste texto anuncia um sujeito autor e sabedor das diferenças que marcam os espaços sociais de que faz parte.

As rupturas frente aos discursos estabelecidos que se revelam poderiam começar pelo professor questionando, a partir de um texto como este, por que algumas profissões valem mais que outras? Por que as pessoas têm seu valor atrelado ao espaço social que ocupam? Por que o médico é uma pessoa melhor do que o frentista? O texto ainda revela questões legitimadas por uma formação discursiva cristã: ser orgulho para os pais significa ser bom filho e é preciso *lutar* pelo próprio sonho, discurso que se remete à formação discursiva da autoajuda.

Texto IV:

Meu sonho é te uma impresa de carros profissionais entri carros falco preta es portivo de luxo também os comum esportivos com Ferrari, camaro e evoqui.

As formulações presentes no texto IV indicam o atravessamento das formações discursivas que constituem o imaginário da criança sustentado por um discurso de ostentação, numa reprodução dos discursos relacionados aos *clips* musicais que remetem ao sucesso dos cantores de *funk*, por exemplo. Ao

re-dizer a criança ocupa a cena postando-se discursivamente. Neste caso, o sujeito vislumbra uma vida que não é a sua (a posse de carros de luxo); por isso, um “sonho”: e assim, atende-se o encaminhamento da professora.

Texto V:

Vida de luxo muito esforço e satisfação,
depois de demorar anos parado atras
de uma mesa tendo muito trabalho é a
hora da alegria por conseguir a renda e
economia mas é claro do jeito certo.

As formulações dos sujeitos dos textos IV e V se voltam, como os demais, aos discursos provenientes da mídia e da internet. Em relação ao texto IV, tem-se um discurso de ostentação legitimado pela mídia. Entretanto, no texto V, a profissão de empresário é tomada como via possível para o acúmulo de bens marcada pela expressão “*vida de luxo*”, com a ressalva feita por meio da advertência de que é preciso esforço para obter o *status* almejado. Temos no discurso da criança os atravessamentos de um discurso meritocrático no sentido de que os indivíduos devem conquistar por esforço próprio seu espaço, ficando implícito que, se eles não conquistam, é porque não se esforçaram o suficiente e, portanto, não são merecedores. Eis um valor aprendido a partir da lógica do discurso capitalista.

Noutro momento, ao afirmar “*mas claro do jeito certo*”, a criança estabelece um diálogo de oposição com seus possíveis

interlocutores (aqueles que adquirem bens por meio de ações ilícitas), preconizando que existe o certo e o errado e colocando em evidência a escolha a ser feita. O discurso da criança revela crenças, valores e comportamentos, ecos dos discursos que circulam na sociedade constitutivos da memória discursiva.

Texto VI:

Eu quero ser iutuber é o meu sonho é realizar esse sonho que eu tenho des de pequeno e divertido, alegra você e outras pessoas e outro sonho e ser. Biólogo marinho cuidar de animais marinhos e salvar vidas marinhas como peixes até focas e outros animais marinhos esse é o meu sonho.

A criança tem seu discurso constituído pela formação discursiva das mídias digitais. Ela vê na profissão de *youtuber* algo que “é divertido e alegra você e outras pessoas”. As limitações da sua percepção são marcadas pela crença nos estereótipos criados pelos *youtubers* que afetam, sobretudo, crianças e jovens. O aluno, ainda, acena para outro sonho, “ser biólogo marinho” e “salvar vida marinhas”, marcando seu dizer pelos discursos de preservação ambiental, discurso esse que adentra a escola via materiais didáticos, projetos de políticas públicas e etc. Ao acenar para a necessidade de intervir para proteger, ela insinua que existe o outro que destrói. Esses saberes atuam para dar condição de

dizer e exigem do professor uma compreensão de que olhar para um texto para além dos limites formais propicia enxergar o aluno que tanto revela a si mesmo quanto ao mundo ao seu redor.

Texto VII:

Eu quero ser um doutor/pessoa que
salva vidas/ Que cuida dos outros/ Não
deixa ficar mau/ E não deixa ir para o
hospital/ Que não deixa ficar ruim/ E não
deixar o mundo ficar assim.

Neste texto, a criança, ao falar sobre o sonho de ser médico, justifica sua escolha, “*para salvar vidas*”, restabelecendo o imaginário sobre a profissão que “*cuida dos outros*”, trazendo à cena uma imagem do médico que tem o poder de afastar o que é ruim (a doença) de forma a evitar a ida ao hospital, entendido como um espaço de sofrimento e dor. A criança se marca por meio de um discurso altruísta, expresso na finalização “*e não deixar o mundo ficar assim*”, extrapolando o olhar sobre si para direcioná-lo ao outro. Dessa forma, ela expressa valores que simbolicamente se representam positivamente na sociedade. Neste caso, ainda, ressalta-se a atenção do aluno na forma de organização do texto, seguindo como exemplo a estrutura do poema trabalhado em sala. Tarefa cumprida.

Texto VIII:

Quando eu crescer eu quero Ser Veterinário, Me dou muito bem com cachorros, gatos, passaros etc. E quero construir um abrigo de animais com alguém que não sei se vou citar. E quero das tudo oque minha mão precisar. E é isso oque eu sonho.

O efeito de sentido do termo *sonho*, neste caso, atrela-se à realização profissional levando a criança a tecer expectativas pessoais pelos discursos que constituem seus espaços sociais. A profissão “ser veterinário” se justifica pelo fato de a criança manter um bom contato com animais domésticos. Em outro momento, o desejo de “construir um abrigo de animais” retoma discursos legitimados pelas redes sociais, fazendo eco aos discursos de cuidado/proteção presente nos discursos dos órgãos de proteção civis. Observamos, também, o movimento do sujeito marcando sua presença no texto ao estabelecer um diálogo com um interlocutor possível, mas não permitido de ser revelado, “com alguém que não sei se devo citar”, insinuando que algumas coisas não devem ser ditas (ao menos naquele momento), mas ao mesmo tempo dizendo. O cuidado com os membros da família chama a atenção, principalmente, o de cuidado com os pais, fundamento de uma formação discursiva religiosa que atravessa o dizer da criança, “quero dar tudo que minha mãe precisar”. Esse movimento

discursivo pode ser revelador das experiências de privação econômica da criança, inclusive.

Texto IX:

O judô é a minha vida [...] quando eu comecei a fazer judô eu me encontrei [...] me machuquei mas levantei muito bem e não desisti [...] já perdí , mas não perdí a esperança.Quando crescer eu quero deixar minha marca [...] meu sonho é ir para o Japão.

A criança apresenta na textualidade um dizer que remete às formações discursivas do mundo esportivo, em observância aos fatos do cotidiano de um atleta, *“me machuquei mas levantei muito bem e não desisti”*. Em outro momento, o papel disciplinar do esporte aparece em *“já perdi, mas não perdi a esperança”*, trazendo o discurso que se apresenta na voz de atletas, ou seja, de que todo esportista tem que saber perder, o que implica, também, em não desistir; é o discurso competitivo do sujeito consigo mesmo. Para finalizar, a criança se desloca para o futuro almejado pelos atletas: alcançar o sucesso com o objetivo de se tornar um “atleta de elite” e, talvez, conhecer a cidade berço do esporte que a conquistou: o Japão. Solicitada a falar de seu sonho, a criança o faz, no caso, atendendo aos critérios formais, inclusive.

Texto X:

Era uma vez um menino sonhador ele sonhava em joga bolaJunto com o Neymar o Cristianoronaldo o dí maria dylala o davi luiz o cavane o pepe e etc. daí um ele no sonho, sonho que o Neymar chama ele pra jogar um jogo ele conheceu todos os jogadores e o Neymar e p cavane deram uma chuteira para ele e eles foram jogar mais dai como era um sonho ele acordo com o Neymar na cama dele e ele de verdade forão jogar e o menino ficou muito feliz.

Ao iniciar o texto com a típica expressão das narrativas dos contos de fadas, “*Era uma vez*”, a criança acena para a construção de texto nesta perspectiva. Movida pela imaginação própria do mundo infantil e pelo contato com o gênero no espaço escolar, bem como com os discursos presentes nos filmes ficcionais e de aventura, a criança vai tecendo sua história num misto de fantasia e realidade. O sonho desejado, “*sonhava em jogar bola junto com o Neymar*”, é transportado para o sonho no sentido literal: ato do sujeito enquanto dorme, “*ele no sonho, sonho que o Neymar chama ele para jogar bola*”. Lugar da aproximação possível entre a criança e o seu ídolo, o texto marca o sonho pela relação de amizade com o ídolo, simbolizada pelo presente ofertado: “*o Neymar e o cavane deram uma chuteira para ele*”. O texto do aluno traz no desfecho

final marcas do final feliz em obediência ao desfecho que se espera das histórias com final feliz.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O caminho percorrido objetivou olhar para o discurso do professor, o encaminhamento para a atividade de escrita e as produções decorrentes do processo como elementos que permitissem uma reflexão sobre o trabalho dos alunos nos anos iniciais. E a reflexão que o estudo nos permitiu construir é que, para além daquilo que se faz na escola, o sujeito, enquanto sujeito, enuncia porque ele é parte de uma sociedade com seus valores, sua história, suas crenças e seus discursos, mais ou menos politizados, oriundos da família, das mídias e da própria escola. O que entendemos, por fim, é que, se o sujeito aluno se expõe no discurso que diz, cabe à escola ouvi-lo. Ouvindo-o com atenção, ela poderá intervir nas falhas e equívocos de ordem formal, inclusive. Mas não só isso: pode abrir uma infinidade de pontos de reflexão para serem trabalhados, considerando o que o aluno diz e como ele pensa e revela o mundo à sua volta. Entendemos, ainda, que o professor precisa se perceber como um sujeito afetado pelas ideologias e que sua prática é regida por um discurso autoritário, nem sempre resgatado no cotidiano escolar com clareza, momento no qual se diluem discursos e práticas. Por fim, cremos que as reflexões

que a Análise do Discurso permite construir conduz a uma ação pedagógica mais humanizadora, pois cremos num projeto “sempre voltado para as questões do vivido, dos acontecimentos da vida, para sobre ele construir compreensões, caminhos necessários para a expansão da própria vida” (GERALDI, 2015, p. 100).

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Parâmetro Curriculares Nacionais Língua Portuguesa**. Secretaria de Educação Fundamental. Brasília, 1997.

GERALDI, João Wanderley. **A aula como acontecimento**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2015.

ORLANDI, Eni P. **Análise do Discurso: Princípios e Procedimentos**. São Paulo: Pontes, 2001.

_____. **Discurso e Leitura**. 5 ed. São Paulo: Cortez, 2000.

_____. **A Linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 4 ed. São Paulo: Pontes, 1996.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 3 ed. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: SP: Ed. da UNICAMP, 1997.

autora

maria roseli castilho
garbossa

corpo e beleza:
o dever ter
para ser

capítulo 12

CORPO E BELEZA: O DEVER TER PARA SER

Quando falamos em *corpo*, espontaneamente, remetemos à materialidade física, quase sempre encaixada em padrões estéticos da época. Mesmo não nos dando conta disso, estamos submetidos a normatizações: nosso olhar classifica e também é classificado. Não raramente, o desejo é ativado ao nos depararmos com corpos belos e *bem* construídos, na mesma medida em que repulsamos aqueles que não se encaixam nos padrões estabelecidos socialmente. O corpo é um produto construído histórico e socialmente. Discursos e sentidos são produzidos porque “os indivíduos são ‘interpelados’ em sujeitos falantes (em sujeito de *seu* discurso) pelas formações discursivas que representam ‘na linguagem’ as formações ideológicas que lhes são correspondentes” (PÊCHEUX, 2009, p. 147, aspas e itálicos do autor).

Ao observarmos o corpo adolescente retratado nas páginas da *Capricho Week*, percebemos que o discurso se constrói a partir de determinada materialidade e se constitui também como uma. Corpo e discurso andam lado a lado e, assim, constituem e são

constituídos: “corpo é tanto uma linguagem, como uma forma de subjetivação e, por isso mesmo, tem relação estreita com o discurso” (FERREIRA, 2013, p. 77).

Enquanto há um corpo adolescente empírico, há também um corpo discursivizado no interior de diferentes formações discursivas, transformado em objeto do discurso. Trata-se de um corpo pensado, imaginado, construído e idealizado. De acordo com a formação discursiva em que o corpo é tomado, ele se depara com limites e normatizações que dizem como ele deve ser e também como não deve ser, sendo apagadas, dessa forma, muitas representações de corpos femininos adolescentes. Não há uma única representação de corpo na sociedade, já que são muitas as formações discursivas no interior das quais os sujeitos constroem os discursos. Para nós, a imagem considerada para análise, neste trabalho¹, é a formação discursiva do corpo ideal que predomina na revista *Capricho Week* e que predomina em nossa sociedade: o corpo alto, magro e curvilíneo. Para a Análise do Discurso,

o corpo surge estreitamente relacionado a novas formas de assujeitamento e, portanto, associado à noção de ideologia. Mais do que objeto teórico o corpo comparece como dispositivo de visualização, como modo de ver o sujeito, suas circunstâncias, sua historicidade e a cultura que o constituem. Trata-se do corpo que olha e que se expõe ao olhar do outro. **O corpo intangível e o corpo que se deixa manipular. O corpo como lugar do visível e do invisível.** (FERREIRA, 2013, p. 78, negritos nossos).

1 Este texto, com adaptações, corresponde a um capítulo da tese “O corpo desejante como sustentação do discurso da revista Capricho Week”, orientada pelo professor Dr. Alexandre Sebastião Ferrari Soares e defendida em 16/08/2019, pelo programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Unioeste.

O corpo é discursivizado de acordo com as condições de produção de cada época, comparecendo, conforme afirmado por Ferreira (2013), “como dispositivo de visualização”. Se, na década de 60, a *Capricho* apostava na imagem de corpo da mulher, por ser esse o seu público-alvo, hoje, a *Capricho Week* aposta no corpo adolescente feminino, e não qualquer um, mas o corpo que está em evidência nas passarelas, nas séries e filmes juvenis, enfim, na mídia em geral: o corpo alto, magro e curvilíneo representado, na revista, pelo corpo de celebridades.

Ressaltamos que os sentidos são produzidos porque o que é dito se insere em uma formação discursiva, que se constitui como o lugar da interpelação ideológica do sujeito. Os efeitos de sentidos produzidos pelo discurso da *Capricho Week* se dão a partir da memória discursiva na qual se inscrevem os sentidos já produzidos, ou seja, tudo aquilo que já foi historicamente simbolizado pelas práticas sociais dos sujeitos em dadas condições de produção. Pelo interdiscurso, o sujeito tem a impressão de ser a fonte a origem dos sentidos.

A seguir, apresentamos uma sequência discursiva retirada da seção “Moda”, da edição nº 90, de 26/09/2017, em que visualizamos “o corpo que olha e que se expõe ao olhar do outro”, conforme dito por Ferreira (2013, p. 78). Corpo que, ao ser exposto, produz efeitos de sentidos sobre a beleza, ao mesmo tempo em que silencia o seu oposto:

Imagen 1
Anúncio de biquíni



Asa-delta

BRUNA MARQUEZINE

GIULIA COSTA

O modelo que foi sucesso nos anos 80 voltou com tudo e já é queridinho das famosas. Aqui, as tiras laterais da calcinha são mais altas, garantindo o recorte bem cavado. Ousado! Para entrar na onda, vale apostar no maiô (peça que nós amamos!) ou no biquíni.

Fonte: Revista Capricho Week, 26 set 2017.

O recorte faz parte da seção de moda intitulada “Esquenta verão”, escrita por Amanda Carolina, e traz uma sequência de fotos que anunciam modelos de biquíni. No anúncio, a imagem e o plano verbal formam um conjunto,

mas com sua materialidade diferente ela [a imagem] constitui um objeto simbólico significante, diverso e que produz efeitos de sentidos específicos a sua forma e sua materialidade [...] uma imagemposta junto ao verbal, no digital, não deve ser simples exercício de ilustração, mas significação atestando a abertura do simbólico, dispersão de sentidos. (ORLANDI, 2010, p. 11-12).

Os enunciados que constituem o anúncio são diversos, mas se complementam como objetos simbólicos produzindo efeitos de sentidos sobre o corpo adolescente. A adjetivação seguida da exclamação “Ousado!” gera um efeito de inovação e coragem. Este sentido atravessa a descrição da peça do vestuário enfatizada pelo advérbio “bem”, em “As tiras laterais da calcinha são mais altas, garantindo o recorte bem cavado”. Na imagem que acompanha o verbal estão Bruna Marquezine, usando biquíni, e Giulia Costa, maiô. O biquíni “ousado” está exposto no corpo da primeira, que constantemente aparece nas edições da revista, em foto em posição sedutora, focalizada de cima e em imagem maior, ficando em evidência em relação à outra modelo, que veste maiô, em posição ereta e fotografada de longe. Não é aleatória a escolha de focar o corpo de Bruna Marquezine usando biquíni em contraponto à Giulia Costa usando maiô. A primeira está em evidência no mundo da moda, nas telenovelas, nos filmes, nos programas de televisão e aparece em cenas roubadas pelos *paparazzi* com seu namorado.

Ao lermos o anúncio, a imagem do corpo usando o biquíni “ousado” capta o nosso olhar, pois é ele que está em evidência. Deste modo, o que menos chama a atenção é o biquíni, dando destaque ao corpo exposto como que em uma vitrine: o corpo desejado e desejante. No anúncio, não é qualquer corpo, mas a imagem de corpo que já se cristalizou na mídia: o corpo famoso, o corpo desejado por muitas adolescentes.

Outro ponto a ser observado na imagem é quanto à posição dos corpos das modelos. Enquanto a que usa maiô é fotografada em pé e de longe, a (mais) famosa aparece deitada em um lugar em que se deduz ser uma praia, pois está sobre a areia. No entanto, ela não aparece como a modelo de maiô, que segura uma saída de praia, mas deitada confortavelmente sobre almofadas e em posição sensual. O biquíni amarelo contrasta com a pele bronzeada, chamando ainda mais a atenção para o corpo. Logo abaixo da imagem, está o enunciado que afirma que “O modelo [de biquíni] que foi sucesso nos anos 80 voltou com tudo e já é queridinho das famosas”. Aqui, apaga-se o efeito de sentido de que não é qualquer famosa, mas celebridades, pois Giulia Costa também é famosa por desfilar nas passarelas, participar de programas de televisão, fazer parte do elenco de *Malhação*, novela para o público adolescente e, também, por ser filha de Flávia Alessandra (atriz e modelo). Logo, o modelo de corpo que se evidencia com maior destaque não é somente de uma pessoa famosa, mas de uma celebridade no mundo da moda, como a atriz e modelo Bruna Marquezine.

O olhar capta a imagem que, “posta junta ao verbal, no digital, não deve ser simples exercício de ilustração, mas significação, atestando a abertura do simbólico [e da] dispersão de sentidos” (ORLANDI, 2010, p. 12), repetimos. Ressaltamos que, ao analisarmos o discurso da *Capricho Week*, não nos restringimos ao funcionamento específico da imagem, mas a tomamos como

parte do conjunto das sequências discursivas, logo, como textos. Segundo Orlandi (1996),

para que uma palavra tenha sentido é preciso que ela já tenha sentido. Essa impressão do significar deriva do interdiscurso – o domínio da memória discursiva, aquele que sustenta o dizer na estratificação de formulações já feitas, mas ‘esquecidas’, e que vão construindo uma história dos sentidos. (ORLANDI, 1996, p. 71, negritos nossos).

Com o avanço tecnológico, o mundo torna-se imagético. Estamos cercados por imagens: em *outdoors*, em panfletos distribuídos nos semáforos e nas ruas, nas inúmeras vitrines, no celular e na televisão. Estamos frente à proliferação das cores, das formas e dos contornos. Essa profusão de imagens pode ser relacionada à

memória metálica, ou seja, a produzida pela mídia, pelas novas tecnologias de linguagem. A memória da máquina, da circulação, que não se produz pela historicidade, mas por um construto técnico (televisão, computador, etc.). Sua particularidade é ser horizontal (e não vertical, como a define Courtine), não havendo assim estratificação em seu processo, mas distribuição em série, na forma de adição, acúmulo: **o que foi dito aqui e ali e mais além vai se juntando como se formasse uma rede de filiação e não apenas uma soma, como realmente é, em sua estrutura e funcionamento.** Este é um efeito – uma simulação – produzido pela memória metálica, memória técnica. (ORLANDI, 2010, p. 11, negritos nossos).

Ao trabalhar a memória metálica, a do “quanto mais melhor”, a autora discute a memória discursiva, isto é, a memória constituída pelo esquecimento, e enfatiza que por ela sabemos que o possível está exatamente no esquecimento. Sendo assim,

é pouco provável, para a autora, ter uma memória saturada. As imagens de corpo produzem e silenciam efeitos de sentido sobre o corpo adolescente. A imagem 1, ao anunciar o biquíni “ousado” no corpo de uma celebridade, produz o efeito de sentido de que é este o modelo de corpo aceito socialmente e é este, também, o modelo de corpo que deve desfilar com o biquíni ousado, ou, se preferir, com o maiô. Esses são alguns dos efeitos de sentidos possíveis.

O enunciado “já é o queridinho das famosas” para se referir ao biquíni considerado ousado pela articulista produz o efeito de sentido de que, se ele é apreciado pelas celebridades, é porque deve ser bom e deve ser, então, consumido. Porém, ao se referir ao maiô como uma boa aposta, a articulista enfatiza entre parênteses que ele é uma “[peça que nós amamos!]. Ao usar o pronome pessoal na primeira pessoa do plural, a articulista se inclui como admiradora do maiô, que não é o que acontece com o biquíni, pois ela não se refere a ele. O uso da conjunção “ou” ao final do anúncio e depois dos parênteses produz o efeito de sentido de: *em último caso, aposte no biquíni, ou seja, se você tem um corpo belo aos moldes das celebridades, use o biquíni ousado; caso contrário, opte pelo maiô, que é o que nós também amamos.*

Constituída por múltiplas linguagens (imagens, formas, fontes diversas, cores, sons e *links*), a *Capricho Week* se inscreve no funcionamento do digital pelo trabalho do interdiscurso:

o que tenho procurado compreender como memória digital, fazendo avançar a formulação de Orlandi, difere da memória metálica, mas não se descola dela, pois se por um lado a memória metálica, que funciona pela quantidade, pela possibilidade de armazenamento e processamento dos dados, ou seja, a memória do computador, por outro lado, a memória digital é esse resíduo que escapa à estrutura totalizante da máquina e se inscreve já no funcionamento digital, pelo trabalho do interdiscurso. Portanto, **a memória digital não é uma reatualização técnica da memória, ou seja, uma expansão horizontal dos enunciados, mas uma atualização discursiva pelo trabalho do interdiscurso, considerando o acontecimento do digital.** (DIAS, 2016, p. 12, negritos nossos).

No digital, texto e imagem funcionam como um todo que não se separa: em sua totalidade, a *Capricho Week* é composta de linguagem verbal e linguagem não verbal. Portanto, a imagem, a ilustração e, mais frequentemente, a fotografia se constituem como elementos fundamentais para a produção de efeitos de sentidos sobre a representação de corpo desejante e desejado. É possível vislumbrar, ainda, nesse movimento, as representações de corpo adolescente que são silenciadas, por não fazerem parte desse desejo.

Considerando os avanços tecnológicos que possibilitaram a criação e a multiplicação de revistas digitais e, também, a possibilidade de acesso que o público-alvo da revista tem, no caso em questão, a partir do *smartphone* como suporte da revista *Capricho Week*, o investimento da editora se torna viável. A aposta da revista no uso da imagem se justifica pelo fato de os adolescentes viverem imersos em um mundo imagético.

O caráter hipertextual da Web possibilitou ao usuário um outro modo de ler [...], devido ao seu caráter interativo; assim por meio da interação do receptor, é possível navegar em incontáveis *links* virtuais que vão surgindo na mesma medida em que o usuário dá um click [...], assim sendo, o formato flexível e o acesso não-linear da hipermídia permitem buscas divergentes e caminhos diversos no interior de um mesmo link. (MOREIRA; ROMÃO, 2011, p. 1, negritos nossos).

A foto de um corpo adolescente famoso e belo usando determinada roupa, calçado ou acessório, como o analisado na Imagem 1, referente ao anúncio de biquíni e maiô, colabora para a produção de efeitos de sentidos sobre a imagem de corpo que se busca: o corpo alto, magro e curvilíneo. O desejo é despertado pelo olhar atento que ativado pelo funcionamento da memória discursiva, ativa desejos adormecidos em relação ao corpo que se deseja e se faz desejar. Por conseguinte, o papel da imagem é crucial para o funcionamento do discurso da *Capricho Week*. Considerando que as imagens da revista também se caracterizam como uma materialização do discurso, analisamos enunciados verbais e não verbais à medida que eles aparecem. Sobre o papel da fotografia no fotojornalismo,

há de se levar em consideração que a fotografia também é produção, especialmente quando falamos de fotografia jornalística. Os sujeitos envolvidos, atravessados pelo ideológico e pelo inconsciente, não o deixam de ser (e nem poderiam) na fotografia. Dessa forma, os sentidos que a fotografia produz estão relacionados com o “meio de comunicação” que a comporta e veicula e, de forma mais geral, com as condições de produção “da situação jornalística”. (ZANELLA, 2012, p. 78, , negritos nossos).

Nesse sentido, ao selecionar as fotografias que compõem as suas edições, o editor escolhe aquelas que cabem na formação discursiva de que a revista é suporte: fotografias de modelos e artistas famosos que representam o corpo naturalizado. Os sentidos que circulam a respeito do corpo aceito (e, na contramão, do corpo não aceito) são reforçados pelo funcionamento do discurso, composto pelo verbal e pelo não-verbal. Nas páginas da *Capricho Week*, as fotografias e imagens de produtos vêm, quase sempre, acompanhadas de textos:

As fotografias constroem sentidos. Mas esses sentidos são construídos [...] a partir do seu diálogo com o verbal, porque ela não ‘vale por mil palavras’ e não é a prova definitiva do que ali está enquadrado, apesar de, da mesma forma como o discurso jornalístico, se pretender objetiva, neutra, imparcial e verdadeira. (SOARES, 2006, p. 172-173, negritos nossos).

A partir destas reflexões, de uma perspectiva da Análise do Discurso, consideramos que a imagem (fotografia) não retrata a realidade, mas produz efeitos de sentidos. O verbal geralmente vem acompanhado de imagens que a ele se relaciona, pois “os sentidos se darão não apenas pela foto em si, mas pela relação dela com o meio de comunicação que a veicula, a sua edição, além da esfera de leitura do fotógrafo e de outras instâncias envolvidas na circulação dessa imagem” (SOARES, 2006, p. 170). Imagem e texto andam lado a lado nas publicações da *Capricho Week*, produzindo e silenciando efeitos de sentido sobre e para o corpo adolescente, na medida em que, muitas vezes, o que se diz não é o

que se mostra e o que se mostra também não está ao alcance de grande parte das leitoras da revista.

A *Capricho Week* produz efeitos de sentidos sobre a adolescente e o seu corpo à medida que estimula o consumismo atrelado ao modelo de corpo propagado e aceito socialmente, como uma estratégia que instiga o *dever e poder ter* (os produtos) para *ser* (como as modelos que desfilam corpos desejantes e desejosos), a partir do discurso como uma produção “em que o político e o simbólico se confrontam” (ORLANDI, 2007, p. 16). Ao corpo desejante são apresentados imagens de corpos belos a partir de fotografias de modelos e artistas famosas:

Imagen 2

Da seção “Moda”



Fonte: Revista Capricho Week, 11 jul. 2017.

Imagen 3

Da seção "Moda"



Fonte: Revista Capricho Week, 11 jul. 2017.

A seção "Moda" da revista *Capricho Week* traz nas páginas de suas edições modelos, artistas ou outras personalidades famosas para o mundo adolescente (pelo menos, para a grande maioria do público-alvo do periódico) para anunciar os produtos que vende. O enunciado "Bruna Marquezine é a fashionista que você respeita" produz o efeito de sentido de que a *Capricho Week* conhece a leitora, pois o pronome pessoal "você" causa efeito de proximidade com a adolescente. O efeito de sentido de legitimidade da revista é produzido pela forma verbal "ajuda a copiar", em "A CH te ajuda a copiar os looks dela!". A revista produz o efeito de sentido de que conhece a adolescente e, por conta disso, é capaz de ensiná-la a se comportar, pelo menos no quesito moda, copiando os *looks* da

modelo. Junto com o verbal, está a imagem multicolorida em que aparece a modelo, maquiada e arrumada, com partes do corpo à mostra; na primeira, o colo, e, na segunda, as pernas, ao lado das peças de roupas que estão à venda. Eis o corpo-vitrine, desejante e desejado. Sobre a imagem, Payer, ao trabalhar a questão da mídia como texto fundamental do mercado, afirma que:

O Texto Mídia, em suas novas formas proporcionadas pelo desenvolvimento da tecnologia, e sobretudo da imagem, opera efeitos com especial força pragmática sobre os indivíduos. A introdução da imagem em grande escala tem assim estatuto semelhante ao da introdução da imprensa na difusão do livro. São específicas as formas de interpelação da imagem na produção de sentidos. [...] se todo discurso tem a propriedade de produzir evidências de real, esta capacidade é diversamente potencializada no discurso produzido na base da imagem. (PAYER, 2005, p. 16).

A mídia é considerada, na atualidade, como forma onipresente, produzindo a evidência dos efeitos de sentidos e, portanto, a evidência do real. Ao determinos nosso olhar nas imagens 2 e 3, produzimos efeitos de sentido de que o que causa inquietação é o corpo, a moda e a beleza: a moda trazida de Paris no corpo belo da atriz. O corpo deixado à mostra capta o olhar: em uma, ombros, braços e colo; em outra, as pernas longas e torneadas. Aliada a essa imagem de corpo, está a afirmação de que a adolescente *pode* copiar os *looks* da atriz, com a ajuda da *Capricho Week*, para então poder ser parecida com ela; para isso, basta ter os produtos que a famosa usa, já que a modelo “foi a *fashionista* que você respeita” e, por conta disso, “a CH te ajuda a

copiar os looks dela". Ao leremos a foto, com relação ao texto que a integra, podemos observar que a modelo retratada não é qualquer uma e nem é qualquer corpo que salta ao olhar, mas o de uma celebridade que ostenta um corpo magro e curvilíneo. Logo, usar as roupas e acessórios que ela usa pode provocar na adolescente a ilusão de ser como ela: famosa e bonita.

Outra questão a ser considerada é a linguagem utilizada pela *Capricho Week* ao compor o seu discurso. Ao se referir ao seu público, ela procura uma aproximação com a adolescente, utilizando uma linguagem informal carregada de clichê-gírias. Na Imagem 3, podemos notar pelo menos três ocorrências: a pergunta retórica "Que tal um detalhe colorido para deixar o look mais baphônico?", a gíria "baphônico" e a forma reduzida do nome, "Bru".

O uso do recurso linguístico da pergunta retórica - isto é, pergunta mas não espera uma resposta do interlocutor, pois, logo em seguida, ela mesma responde a sua própria questão, afirmindo que "As listras são ótimas opções para isso" - produz um efeito de proximidade com a leitora, a fim de despertar a sua atenção e interesse. Esse efeito tenta provocar uma mudança de postura a respeito dos assuntos de que trata, ou seja, visa a vender as peças de roupa que, supostamente, a atriz estaria usando. Ao usar as roupas difundidas, a adolescente teria a capacidade de se surpreender e surpreender as pessoas com as quais convive, possivelmente os meninos e outras adolescentes. Para uma maior aproximação com a leitora, o anunciante usa a forma

reduzida "Bru": "Dica anotada, Bru!". Busca-se aqui, intimidade com a adolescente, visto que é uma forma de tratamento autorizada para pessoas próximas. Com isso, produz-se o efeito de sentido de que a *Capricho Week* é, de fato, conhecedora da adolescente e, também, da atriz a quem se dirige, ao mesmo tempo em que produz uma maior aproximação com a adolescente, pois a revista se coloca, via linguagem "baphônica", "Bru", "Dica anotada", como uma adolescente, já que esses exemplos são próprios deste grupo.

Esses elementos discursivos da *Capricho Week* estabelecem uma estreita relação entre a mídia, a publicidade, o corpo, o consumo e o sujeito. Trazemos três sequências discursivas retiradas da mesma edição de *Capricho Week*, seção "Moda", nas quais podemos observar, além do uso da linguagem informal, pelo menos duas estratégias da revista buscando captar a atenção da leitora: uma personalidade famosa entre as adolescentes e produtos, supostamente, usados por ela, sendo anunciados:

Imagen 4

Anúncio de produtos



Fonte: Revista Capricho Week, 11 jul. 2017.

Os enunciados “beeem lacradora” e “Tiro, né?” não funcionam apenas como elementos linguísticos, mas como elementos discursivos que produzem sentidos na formação discursiva em que estão sendo empregados: é o discurso funcionando, via língua, história e ideologia.

Esses termos, dentre outros que aparecem nas publicações da *Capricho Week*: “dangerous woman”, “turbinar”, “poderosa”, “bapho”, “visu” e “musa” produzem sentidos de acordo com as condições de produção da época atual. A revista os utiliza porque fazem parte da geração adolescente de hoje (pelo menos, para

o público da revista). Em décadas passadas, *Capricho* não os utilizaria, ou utilizaria com menor ênfase, já que as condições de produção eram outras e a grande maioria destes termos nem sequer existiam nos anos 70 e 80.

Na edição de 10/11/1996, na seção “Certo e errado”, aparece a sugestão: “A roupa fica mais *transada*” (p. 35); na seção “Moda e festa”, lê-se: “Um *visual* todo romântico” (p. 82), “Estas saias longas, de princesa, são perfeitas para aquelas *festonas*” (p. 81) e “Esta é uma roupa para uma festa de arromba” (p. 79). Já na edição de 24/06/1970, encontramos em um anúncio de regulador para perturbações menstruais os enunciados: “Quando ‘aqueles dias’ lhe tiram o bem estar e a alegria de viver” (p. 79), “Nesses dias ‘difíceis’ evite as dôres, o desânimo” (p. 79), “Perca todas as *inibições*: use Helenform com ‘Lycra’” (p. 15). Para melhor visualização, mesmo não sendo vocábulos com significados equivalentes, construímos o quadro a seguir, sendo possível visualizar alguns deslocamentos de uso da linguagem de uma época à outra:

Quadro 1

Deslocamentos linguísticos

Edição de 1970	Edição de 1996	Edição de 2017
aqueles dias	roupa transada	beem lacradora
nesses dias 'difícies'	Visual	Visu
Inibições	Festonas	fábrica de lacres
	festa de arromba	Turbinar Poderosa
		Tiro, né? dangerous woman bapho

Ao observarmos os vocábulos, percebemos que, mesmo não sendo correspondentes (eles poderiam ser), eles apresentam condições de produção distintas, já que a língua (como discurso) é histórica e ideológica, acompanhando, dessa forma, as mudanças sociais, como o desenvolvimento da internet, por exemplo, estando em transformações, como podemos ver no quadro acima. Em 1970, é pouco provável que fossem empregados termos como "lacradora", "dangerous woman" e "bapho". Assim como o "visual" foi substituído, nessa ocorrência, por "visu". Ao selecionar um e não outro vocabulário, o articulista não o faz de forma consciente, embora acredite que esteja escolhendo um e não outro termo por livre vontade.

A seleção dos vocábulos que constitui o discurso da *Capricho* em suas edições funciona conforme as condições de produção, pois a formação discursiva se constitui como um espaço discursivo em que os enunciados ganham sentido, sendo

o lugar da interpelação ideológica do sujeito. Podemos falar aqui de “condições materiais de produção que atualizam sentidos e dizem respeito, de forma geral, ao contexto imediato da produção simbólica, mas também às mudanças sociais operadas no nível das relações de poder e força” (DEZERTO, 2010, p. 8).

Outra estratégia usada pela editora da revista é a exposição de pessoas famosas para o mundo adolescente: cantores, atores, modelos, *youtubers*, maquiadores, entre outros; pessoas em evidência que, geralmente, são admiradas pelas leitoras da *Capricho Week* pelos caracteres profissionais e, também, pela imagem de corpo apresentada. Abaixo, anunciando produtos de maquiagem, está Zendaya Coleman, atriz, cantora, compositora, dançarina, dubladora e modelo norte-americana, famosa entre os adolescentes por várias participações em filmes e séries.

Imagen 5

Anúncio de maquiagem



Se sua ideia é apostar em uma maquiagem clássica e impactante, éis a inspiração perfeita! A atriz fez um smokey eye marrom e, depois, veio com um dourado no canto interno superior e próximo aos cílios inferiores. O lápis preto na linha-d'água

Fonte: Revista Capricho Week, 11 jul. 2017

Imagen 6

Produtos de maquiagem



Fonte: Revista Capricho Week, 11 jul. 2017

Ao selecionar celebridades para compor o discurso, a *Capricho Week* o faz movida pela formação discursiva na qual está inserida. E, em se tratando da imagem do corpo, ela funciona em torno de um corpo belo. Ao expor corpos que se encaixam nesses moldes, ela produz efeitos de sentidos sobre o *dever* da adolescente de buscar esse padrão de beleza. Na imagem 5, está Zendaya, famosa que apresenta as características de corpo propagadas. Como em todas as edições, há uma preocupação na *Capricho Week* em manter o equilíbrio entre a palavra e a imagem. A fotografia destaca o rosto da modelo, já que o assunto em questão é a maquiagem. Ao usar o condicional “Se a sua ideia é apostar em uma maquiagem clássica e impactante”, ela produz o efeito de sentido de que supostamente a leitora esteja procurando por essa alternativa de maquiagem; e, se não estava, poderá passar a querê-la.

Supondo que o desejo da adolescente seja a maquiagem “clássica e impactante”, ela afirma que Zendaya é, então, a inspiração e, mais que isso, é a “inspiração perfeita”. Ao termos várias sequências discursivas, presenciamos a frequente ocorrência do vocábulo “inspiração” e suas derivações. Eis algumas:

SD1: [...] este vestido Dior pode virar uma bela **inspiração**. (Revista *Capricho Week*, 11 jul. 2017).

SD2: **Inspire-se** nestes cinco makes poderosos dela [Zendaya]. (Revista *Capricho Week*, 11 jul. 2017).

SD3: **Inspire-se** nos cortes das celebs! (Revista *Capricho Week*, 22 ago. 2017).

SD4: Alçada a estrela de cinema, a top traz seu estilo ousado – puro street wear – aos red carpet hollywoodianos. **Inspire-se!** (Revista *Capricho Week*, 19 set. 2017).

Para a análise do uso do vocábulo “inspiração”, trazemos parte do verbete do *Michaelis*, dicionário (*online*) de língua portuguesa. Cabe destacar que não faremos maiores reflexões quanto à constituição e funcionamento do dicionário, apenas ressaltamos que, da perspectiva da Análise do Discurso, tomamos os dicionários como discursos, já que são produzidos por sujeitos que agem inseridos numa formação social e atravessados por formações discursivas. Não tomamos os significados trazidos nos dicionários como sentidos literais, como se fossem colados à palavra, embora, pelo funcionamento da ideologia, o sujeito tenha a impressão de que as palavras representam o real, não percebendo que “as palavras, expressões, proposições etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas” (PÊCHEUX, 2009, p. 47). Vejamos duas possibilidades de controle de sentidos apresentadas pelo *Michaelis*:

Inspiração s.f

1. Força criadora de origem transcendente e sobrenatural que trazia conselhos e ideias aos humanos; iluminação.
2. Influência exercida sobre a vontade de outra pessoa; conselho, sugestão. (*online*).

Ao utilizar enfaticamente o vocábulo “inspiração” (foram cinco ocorrências em apenas algumas sequências discursivas

observadas da edição de 11/07/2017), a *Capricho Week* o faz de forma inconsciente, interpelada pela formação discursiva da qual faz parte. Ao relacionar a imagem de corpo de celebridades - na Imagem 5, o rosto de Zendaya, a articulista, como forma-sujeito do discurso jornalístico, produz o discurso retomando, via interdiscurso, dizeres sobre adolescência, corpo, beleza, produtos, e seleciona que interessa à formação discursiva em que se insere, materializando o discurso dirigido à leitora da *Capricho Week*. Sobre a identificação do sujeito com a formação discursiva que o constitui, Pêcheux (2009), afirma que

a forma-sujeito, com o idealismo espontâneo que ela encerra, consistirá precisamente em reverter a determinação: diremos que a forma-sujeito (pela qual o 'sujeito do discurso' se identifica com a formação discursiva que o constitui) tende a absorver-esquecer o interdiscurso no intradiscurso. (PÊCHEUX, 2009, p. 154).

O corpo adolescente é discursivizado na revista *Capricho Week* na relação com o público para o qual se dirige em meio ao próprio processo de reprodução, apagamento e legitimação do dizer midiático na sociedade capitalista. Ao longo de suas edições, a revista trabalha com o verbal e a imagem de modo a produzir efeitos de sentidos de um corpo belo e perfeito que pode (e deve) ser buscado pela adolescente a partir de dicas e truques de beleza que vão do uso de produtos estéticos, roupas e acessórios a procedimentos cirúrgicos. Considerando a incompletude do sujeito, o corpo se torna o lugar da inscrição da falta e a satisfação nunca é completa, o que faz do sujeito um eterno desejante. É por essa via que o discurso da *Capricho Week* funciona.

REFERÊNCIAS

DEZERTO, Felipe. **Sujeito e sentido**: uma reflexão teórica. Revista Icarahy. ed. 4, 2010.

DIAS, Cristiane. A análise do discurso digital: um campo de questões. **Redisco**, v. 10, n. 2, Vitória da Conquista: 2016. p. 8-20.

FERREIRA, Maria Cristina Leandro. Discurso, arte e sujeito e a tessitura da linguagem. In: INDURSKY, Freda; FERREIRA, Maria Cristina Leandro; MITTMANN, Solange. (orgs.). **O acontecimento do discurso no Brasil**. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2013.

MICHAELIS. *Online*. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues>.

Acesso em: 15/02/2019.

MOREIRA, Vivian Lemes; ROMÃO, Lucília Maria Sousa. O discurso no Twitter, efeitos de extermínio em rede. **RUA**, v. 2, n. 17. 2011. Disponível em: <<https://www.labeurb.unicamp.br/rua/anteriores/pages/home/capaArtigo.rua?id=115>> Acesso em: 28 jul. 2016.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 7. ed. Campinas, SP: Pontes, 2007.

_____. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996.

_____. A contrapelo: incursão teórica na tecnologia: discurso eletrônico, escola, cidade. **RUA**, v. 2, n. 16. Campinas, SP: 2010.

PAYER, Maria Onice. Linguagem e sociedade contemporânea - sujeito, mídia e mercado. **RUA**, vol. 11. Campinas, SP: 2005. p. 9-25.

PÊCHEUX, Michel. (1988). **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Puccinelli Orlandi *et al.* 4. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2009.

REVISTA CAPRICHOSO. São Paulo: Editora Abril, nov. 1996.

REVISTA CAPRICHOWEEK. São Paulo: Abril (*online*), 26 set. 2017.

REVISTA CAPRICHOWEEK. São Paulo: Abril (*online*), 11 jul. 2017.

REVISTA CAPRICHOWEEK. São Paulo: Abril (*online*), 22 ago. 2017.

SOARES, Alexandre Sebastião Ferrari. **A homossexualidade e a AIDS no imaginário de revistas semanais (1985-1990)**. Orientadora: Bethania Mariani. 2006. Tese (Doutorado em Estudos Linguísticos: Discurso e Interação) – Departamento de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal Fluminense, São Carlos, SP, 2006.

ZANELLA, Alexandre da Silva. **Metrópoles do futuro**: o barulho por trás do ranking de *Veja*. Orientador: Alexandre Sebastião Ferrari Soares. 2012. 118 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel, 2012.



autoras e autores

ALEXANDRE SEBASTIÃO FERRARI SOARES
ALEX CARMO ALINE LUANE FANTINEL
ANA MARIA DE FÁTIMA LEME TARINI ANA
PAULA PICAGEVICZ ANDRIELE DE CHAVES
BORTOLIN DANTIELLI ASSUMPCAO
GARCIA ELIANA CRISTINA SOUZA SANTOS
ISABELA KAROLINA GOMES FERREIRA
OLIVEIRA JOÃO CARLOS CATTELAN JULIANA
DE SÁ FRANÇA JULIANA KARINA VOIGT
LUCIANE THOMÉ SCHRÖDER MARIA ROSELI
CASTILHO GARBOSSA MARIA SELMA B'SPO
ALEXANDRE SEBASTIÃO FERRARI SOARES
ALEX CARMO ALINE LUANE FANTINEL
ANA MARIA DE FÁTIMA LEME TARINI ANA
PAULA PICAGEVICZ ANDRIELE DE CHAVES
BORTOLIN DANTIELLI ASSUMPCAO
GARCIA ELIANA CRISTINA SOUZA SANTOS
ISABELA KAROLINA GOMES FERREIRA
OLIVEIRA JOÃO CARLOS CATTELAN JULIANA
DE SÁ FRANÇA JULIANA KARINA VOIGT
LUCIANE THOMÉ SCHRÖDER MARIA ROSELI
CASTILHO GARBOSSA MARIA SELMA B'SPO



ALEXANDRE SEBASTIÃO FERRARI SOARES

Possui Graduação (Licenciatura e Bacharelado) em Letras pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1989), Mestrado em Letras pela Universidade Federal do Paraná (1999), Doutorado em Letras pela Universidade Federal Fluminense (2006) e Pós-Doutorado pela Universidade de Coimbra (2014). Atualmente é Professor Associado da Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Tem experiência na área de Linguística, com ênfase em Análise do Discurso de Orientação Francesa, atuando principalmente nos seguintes temas: discurso jornalístico, sexualidades, memória discursiva.



ALEX CARMO

Publicitário e Professor universitário. Mestre e Doutor em Letras, pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (2011, 2020). Coordenador dos cursos de Design Gráfico e Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. Tem dedicado seus estudos à investigação das práticas discursivas publicitárias na interseção de áreas como a Comunicação e a Teoria do Discurso.



ALINE LUANE FANTINEL

Mestre em Letras pela Unioeste Câmpus de Cascavel, área de concentração em Linguagem e Sociedade, linha de pesquisa Estudos da Linguagem: descrição dos fenômenos linguísticos, culturais, discursivos e de diversidade. Graduada em Letras Português/Inglês pela Unioeste Câmpus Marechal Cândido Rondon. Foi bolsista do Projeto Institucional de Bolsa de Iniciação à Docência (PIBID) durante a graduação. Atua como docente de Língua Portuguesa, Produção Textual e Língua Inglesa na rede privada e pública de ensino, na cidade de Santa Helena-PR.



ANA MARIA DE FÁTIMA LEME TARINI

Doutora, mestra e licenciada em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Professora de Língua Portuguesa e Língua Inglesa do Instituto Federal do Paraná (IFPR), Campus Pinhais, desde 2015 e coordenadora do Centro de Línguas do IFPR (CELIF). Atuou como docente na Rede Estadual de Educação do Paraná de 1997 a 2015. Desenvolve pesquisas na área da Análise de discurso de linha francesa (AD) a respeito das violências contra mulheres e na Linguística Aplicada sobre o ensino de línguas.



ANA PAULA PICAGEVICZ

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Letras (PPGL) da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste) na linha de pesquisa Estudos Discursivos: memória, sujeito e sentido. Mestre em Letras pelo PPGL-Unioeste (2018). Graduação em Letras - Português e Inglês e respectivas Literaturas (2014) e especialização em Língua Portuguesa pelo Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz (2015).



ANDRIELE DE CHAVES BORTOLIN

Formada em Letras Português e Literaturas da Língua Portuguesa, pela Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), Guarapuava-PR. Tem mestrado em Letras, interfaces entre Língua e Literatura, pela mesma universidade e, atualmente, é doutoranda em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), Cascavel-PR. É professora da rede particular de ensino e desenvolve pesquisas na área da Análise de Discurso de linha francesa, especialmente, acerca dos discursos dos/sobre feminismos, que circulam no espaço digital, precisamente nas redes sociais, como Facebook e Twitter.



DANTIELLI ASSUMPÇÃO GARCIA

Graduada em Licenciatura em Letras: Português/ Espanhol pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, mestre e doutora em Estudos Linguísticos pela mesma universidade. Atualmente, é docente no curso de Graduação e de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná e Bolsista Produtividade da Fundação Araucária (PR).



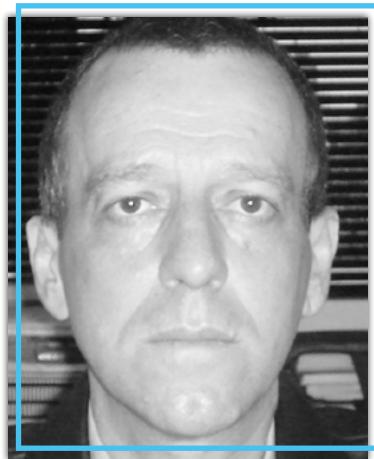
ELIANA CRISTINA SOUZA SANTOS

Doutoranda e Mestre em Letras (UNIOESTE). Formada em Pedagogia (UNESP-Marília) e Letras Espanhol e Literaturas Hispânicas (UFSC). Atualmente Coordenadora e professora do Curso de Pedagogia (CESUFOZ/FAFIG). Professora e Pedagoga do Estado (SEED-PR). Associada a ABPN (Associação Brasileira de Pesquisadores Negros).



ISABELA KAROLINA GOMES FERREIRA OLIVEIRA

Graduada em Letras com habilitação em Língua Inglesa pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE) em 2014; instituição em que também cursou o mestrado em Letras (2018). Atualmente, é doutoranda e bolsista/CAPES do Programa de Pós-Graduação em Letras da Unioeste. Sua área de pesquisa é a Análise de Discurso de língua francesa e desenvolve estudos relacionados ao corpo feminino.



JOÃO CARLOS CATTELAN

Professor universitário aposentado pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná e atua como docente sênior no Programa de Pós-Graduação em Letras da instituição citada, desde 2003. Com doutorado pela Unesp e pós-doutorado para Universidade de Coimbra, as pesquisas do professor têm como objeto central a paternidade, mas, em paralelo, elas também incidem sobre corpora diversos. O docente tem três livros publicados e dezenas de artigos publicados em diversas revistas de abrangência nacional.



JULIANA DE SÁ FRANÇA

Doutora, mestra e licenciada em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), campus Cascavel. Possui bacharelado em Comunicação Social, com ênfase em Jornalismo, pela Universidade Paranaense (UNIPAR). É docente da graduação em Letras da UNIOESTE, campus Marechal Cândido Rondon, atuando na área de língua espanhola.



JULIANA KARINA VOIGT

Doutora em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - Unioeste. Possui mestrado em Letras pela mesma instituição de ensino. Pós-graduada em Língua Portuguesa e Literatura pelo ESAP. É graduada em Letras (Português/Italiano) pela Unioeste e possui bacharelado em Jornalismo pela Universidade Paranaense - UNIPAR. Experiência profissional como docente do ensino superior e com produção, roteirização e revisão de material para o e-learning.



LUCIANE THOMÉ SCHRÖDER

Doutora em Estudos da Linguagem (UEL), docente do curso de graduação em Letras, campus de Mal. Cândido Rondon, e dos cursos de pós-graduação em Letras (PPGL) - nível de mestrado e doutorado, e do Mestrado Profissional em Letras (PROFLETRAS), da UNIOESTE, campus de Cascavel. Desenvolve pesquisas em Análise de Discurso de linha francesa com destaque aos temas afetos à mulher e as práticas de ensino da leitura numa perspectiva discursiva.



MARIA ROSELI CASTILHO GARBOSA

Doutora em Letras – pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná e Mestra pela mesma instituição, com trabalho na linha de pesquisa Interdiscurso: práticas culturais e ideologias. É professora da Secretaria de Educação do Estado do Paraná (SEED) e da Faculdade de Ensino Superior de São Miguel do Iguaçu (FAESI). Atualmente é pesquisadora no Grupo de Pesquisa e Estudos em Análise do Discurso (GEPADI), no Grupo de Pesquisa Etnia, Diversidade e Gênero (GEAD), ambos da Unioeste e do Grupo de Pesquisa Discursividade, Língua e Sociedade da Universidade Federal Fluminense.



MARIA SELMA BISPO

Maria Selma Bispo, possui mestrado em Letras, nível profissional, pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná, especialização em Sociedade, Cultura e Ensino, graduação em Letras Português/Espanhol, ambas pela mesma instituição. Atua como professora do ensino fundamental I na rede municipal de ensino de Foz do Iguaçu.

orgs

alex carmo
joão carlos
cattelan

análise de
discurso
estudos
de estados
de corpora

volume iii

