



Mulheres
sobre
Mulheres

REFLEXÕES À LUZ DA ANÁLISE DE DISCURSO

Organizadoras
ANA MARIA DE FÁTIMA LEME TARINI
FRANCIELE LUZIA DE OLIVEIRA ORSATTO



EDITORA
IFPR

Mulheres sobre Mulheres

REFLEXÕES À LUZ DA ANÁLISE DE DISCURSO



**EDITORA
IFPR**



Mulheres sobre Mulheres

REFLEXÕES À LUZ DA ANÁLISE DE DISCURSO

ANA MARIA DE FÁTIMA LEME TARINI

FRANCIELE LUZIA DE OLIVEIRA ORSATTO

Organizadoras



**EDITORA
IFPR**

INSTITUTO FEDERAL DO PARANÁ
PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO, PESQUISA, PÓS-GRADUAÇÃO E INOVAÇÃO

Presidente da Editora IFPR

Dr. Marcelo Estevam

Coordenadora Editorial

Vanessa dos Santos Tavares

Diretora Científica de Letras, Linguística e Artes

Dra. Joyce Luciane Correia Muzi

Comitê Científico da Área: Letras, Linguística e Artes

Dra. Cláudia Regina Hasegawa Zacar - Universidade Federal do Paraná

Dra. Cristine Roberta Piassetta Xavier - Instituto Federal do Paraná

Dr. Eduardo Fofonca - Instituto Federal do Paraná / Universidade Federal do Paraná

Dra. Elaine de Moraes Santos - Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

Dra. Greicy Pinto Bellin - Centro Universitário Campos de Andrade, Paraná

Dra. Juslaine Abreu Nogueira - Universidade Estadual do Paraná

Dra. Laeticia Jensen Eble - Universidade de Brasília

Dr. Marcos Rizolli - Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo

Dra. Marlene Aparecida Ferrarini Bigareli - Instituto Federal do Paraná

Dra. Patricia Elisabel Bento Tiuman - Instituto Federal do Paraná

Dra. Patrícia Graciela da Rocha - Universidade Federal do Mato Grosso do Sul

Dra. Tatiana de Medeiros Canziani - Instituto Federal do Paraná

Dra. Valéria Critina Vilhena - Universidade Metodista de São Paulo

Revisão

Dra. Ana Maria de Fátima Leme Tarini

Dra. Franciele Luzia de Oliveira Orsatto

Todos os direitos desta obra são reservados.
Todos os conteúdos apresentados pelos autores em seus capítulos são de inteira
responsabilidade dos mesmos.

Diagramação

Deise Daiane Gugeler Bazanella
Jeferson Miranda Antunes

Ilustração

Alana Gabrieli Cardoso

Arte

Jeferson Miranda Antunes

Equipe Técnica Editorial

Deise Daiane Gugeler Bazanella
Eduardo Fofonca
Jeferson Miranda Antunes
Vanessa dos Santos Tavares

M956 Mulheres sobre mulheres: reflexões à luz da análise de discurso./
Ana Maria de Fátima Leme Tarini; Franciele Luzia de Oliveira
Orsatto (Orgs.). Curitiba: Editora IFPR, 2018. 198p.

Inclui Bibliografia
Formato: E-book
ISBN: 978-85-54373-10-8

1. Resistência. 2. Violência. 3. Feminismo. I. Tarini, Ana
Maria de Fátima Leme. II. Pereira, Fernanda. III. Garcia, Dantielli
Assumpção. IV. França, Juliana de Sá. V. Voigt, Juliana Karina. VI.
Orsatto, Franciele Luzia de Oliveira. VII. Ferraça, Mirielly. VIII.
Schröder, Luciane Thomé. IX. Poltronieri, Karen Gabriele. X.
Abrahão e Sousa, Lucília Maria. XI. Garcia, Dantielli Assumpção.

CDD 305.4

Bibliotecária responsável: Patrícia Teixeira - CRB 9/1381

Sumário

Apresentação	6
<i>Ana Maria de Fátima Leme Tarini, Franciele Luzia de Oliveira Orsatto</i>	
De vítima à ofendida: a violência sexual contra as mulheres em discursos de documentos jurídicos	11
<i>Ana Maria de Fátima Leme Tarini</i>	
No ranger da memória: o movimento feminista e o FEMEN	37
<i>Fernanda Pereira, Dantielli Assumpção Garcia</i>	
“Negando as aparências, disfarçando as evidências”: que vozes ecoam nas campanhas de combate à violência contra a mulher?	60
<i>Juliana de Sá França</i>	
Femvertising: ode às mulheres?	81
<i>Juliana Karina Voigt</i>	
Mulher e consumo na revista Nova: digo-lhe o que compras e também o que és	102
<i>Franciele Luzia de Oliveira Orsatto</i>	
Entre casa [de prostituição] e [de família]: eclipse e fissura dos sentidos	133
<i>Mirielly Ferraça</i>	
Leniência discursiva: a culpa, a punição e a rendição	154
<i>Luciane Thomé Schröder</i>	
Da Capitu à vadia: as mulheres e suas formas de resistência	178
<i>Karen Gabriele Poltronieri, Lucília Maria Abrahão e Sousa, Dantielli Assumpção Garcia</i>	
Sobre as autoras	194



Apresentação

Ao longo dos séculos, observaram-se transformações no que diz respeito ao papel da mulher na sociedade. Se, num passado não muito distante, as mulheres não podiam participar da vida política e as mulheres brancas, classe média e as mais abastadas estavam fora do mercado de trabalho, limitando-se ao espaço doméstico, na atual conjuntura esse cenário é diferente (no entanto as mulheres da classe trabalhadora e as negras trabalhavam em condições precárias, marginalizadas). Independência financeira, atuação política, liberdade sexual, controle da natalidade, feminismo: estes são alguns conceitos que, gradativamente, puderam ser associados ao universo feminino. Porém, não foi sem embates que tais mudanças ocorreram e, na dinâmica da vida cotidiana, continuam a ocorrer. Na arena discursiva, esses embates tornam-se visíveis, ainda que estejamos falando de “apenas” discurso, com o perdão da ironia.

A proposta deste livro surge, então, para tratar dessa temática lançando-se à observação dos efeitos de sentido a partir dos quais se constrói uma imagem do que é ser mulher em nossa sociedade. Falar

sobre mulher é, inescapavelmente, mobilizar sentidos que não são unívocos (por isso, *efeitos de sentido*), nem frutos do acaso, mas que surgem a partir de determinadas condições de produção. Em outras palavras, surgem a partir da relação de sujeitos históricos que enunciam a partir de determinadas formações ideológicas (FIs) e formações discursivas (FDs). Como o título do livro sugere, é a Análise de Discurso de linha francesa, que tem Pêcheux como referência, que orienta, em termos teóricos, as discussões aqui apresentadas.

Cada capítulo deste livro, escrito por diferentes pesquisadoras que se debruçam sobre a temática, aborda um aspecto diferente sobre os desdobramentos do que é ser mulher. E ser mulher é conviver, muitas vezes, com a violência - que pode ser discursivizada de uma forma que merece atenção: mulher estuprada, violentada ou “ofendida”? Tocando nesse ponto, o primeiro capítulo, intitulado “De vítima à ofendida: a violência sexual contra as mulheres em discursos de documentos jurídicos”, aborda como o discurso jurídico, ao longo dos anos, trata a mulher vítima de violência sexual.

No segundo capítulo, “No ranger da memória: o movimento feminista e o FEMEN”, se investiga como uma memória a respeito do movimento feminista é retomada nas intervenções do grupo FEMEN, surgido na Ucrânia em 2008. Com inscrições em seus corpos, as militantes fazem falar as diferentes formas de violências, repressões e opressões pelas quais as mulheres ainda passam no século XXI.

No terceiro, “Negando as aparências, disfarçando as evidências”: que vozes ecoam nas campanhas de combate à violência contra a mulher?”, novamente a questão da violência aparece. Campanhas publicitárias de combate à violência contra a mulher são analisadas com o objetivo de verificar como se constrói a imagem da vítima de agressão a partir da identificação das formações discursivas que se revelam nessas campanhas.

O quarto capítulo, “Femvertising: ode às mulheres?”, também lança o olhar sobre o domínio do discurso publicitário. Aborda-se a questão do “femvertising” - palavra inglesa que surge da união dos termos *Feminism* (Feminismo) e *advertising* (publicidade) - para levantar o seguinte questionamento: a publicidade pode contribuir com o empoderamento das mulheres?

Na sequência, “Mulher e consumo na revista Nova: digo-lhe o que compras e também o que és” aborda como o conteúdo jornalístico - supostamente independente da publicidade, mas visivelmente influenciado por ela - molda uma imagem de mulher associando o “ter” ao “ser”. A mulher, agora não mais subordinada ao homem em termos financeiros, é o que é pelo que possui; ou melhor, pelo que é capaz de consumir.

Em “Entre casa [de prostituição] e [de família]: eclipse e fissura dos sentidos”, aborda-se um aspecto sintático aparentemente preso à coerção e à rigidez da estrutura da língua - a elipse - para dar

visibilidade aos sentidos em tensão que constituem a palavra casa. As designações para “casa” se encontram em tensão, pois há uma disputa pelo domínio dos sentidos: de um lado, casa para mulher e para família; de outro, para prostituta.

A maternidade tem espaço na obra com o artigo “Leniência discursiva: a culpa, a punição e a rendição”. Neste capítulo, a autora focaliza sua análise em uma personagem feminina do filme *A garota no Trem* (2016), do diretor Tate Taylor, baseado no best-seller de autoria de Paula Hawkins. Rachel, uma mulher na idade entre os 35-40 anos, divorciada, alcoólatra e desempregada em consequência do vício, tem conflitos no campo do relacionamento afetivo e quanto à maternidade (o que aparece como motivador de quase todos os outros conflitos). Afastando a leitura do aspecto individual da personagem, ela é observada a partir do que lhe é social, o que leva a tocar na fissura de uma natureza feminina construída, que dita determinados conceitos e imposições a respeito da mulher frente à maternidade.

No capítulo final, “Da Capitu à vadia: as mulheres e suas formas de resistência”, se analisa como na obra literária *Dom Casmurro* e no movimento feminista *Marcha das Vadias* diz-se de diferentes posições que podem ou não serem ocupadas pelas mulheres na sociedade patriarcal. A reflexão se lança sobre a retomada, na *Marcha das Vadias*, para contradizer, de dizeres que, pelo funcionamento da memória, ainda estão estabilizados e em circulação - e violentam a mulher.

O que esperamos, com todas essas discussões, é dar visibilidade a um tema sobre o qual ainda há muito que dizer. Não pretendemos fornecer ao leitor respostas definitivas, mas instigar a reflexão e o questionamento, colocando sob suspeita as verdades “evidentes” que envolvem o *ser mulher*. Aquilo que é óbvio, por ser naturalizado historicamente, merece ser alvo de contestação ou, no mínimo, um olhar de desconfiança. Afinal, se, por um lado, não é por acaso que os sentidos são o que são, por outro, sempre há a possibilidade de se construir (e lutar por) novos sentidos.



Ana Maria de Fátima Leme Tarini
Franciele Luzia de Oliveira Orsatto
(Organizadoras)

De vítima à ofendida: a violência sexual contra as mulheres em discursos de documentos jurídicos

Ana Maria de Fátima Leme Tarini

Ao ler processos judiciais de casos de estupro em minha pesquisa de doutorado (da qual aqui trago recortes)¹, eu me deparei com a necessidade de conhecer o Código Penal para entender como os casos de estupro eram analisados e julgados. Entretanto, precisava também compreender como se chegou a este código atual e, para isto, busquei ler códigos anteriores, até que encontrei as Ordenações Philipinas de Portugal. É a partir de recortes deste texto que pretendo fazer minhas análises a respeito da denominação dada às mulheres vítimas de estupro ainda atualmente. Para isso, o trabalho é fundamentado nos estudos da Análise de Discurso de linha francesa (AD).

O objetivo neste artigo é traçar reflexões a respeito da memória discursiva que emerge dos usos do léxico “ofendida” (palavra empregada

¹ Este trabalho é um recorte, com algumas modificações, da Tese de Doutorado Os efeitos de sentido da prática discursiva jurídica sobre a violência sexual contra as mulheres (2017), defendida no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná, orientada pelo Prof. Dr. João Carlos Cattelan.

para denominar a mulher vítima de estupro) em quatro textos: a) no Código Filipino português de 1603, b) no Código Penal brasileiro de 1830, c) no Código Penal de 1940 até a atualidade e d) num processo criminal de estupro.

Há uma identificação pré-construída a respeito de mulher que ainda está presente na memória discursiva, a qual emerge em determinados momentos e de tempos em tempos. Quando se questiona a vítima de agressão perguntando o que ela fez para que o marido a espancasse, por exemplo, produz-se um efeito de sentido de que ali houve uma provocação feminina, logo esta é a culpada da agressão; o mesmo acontece quando se pergunta para uma mulher estuprada que roupa ela estava usando ou por que ela estava tão tarde na rua. A memória discursiva faz com que se retomam discursos produzidos em outras condições históricas, época em que limitavam a circulação das mulheres em espaços privados, por exemplo.

Em seu texto *O discurso: estrutura ou acontecimento*, Pêcheux (2006[1983]) discute a compreensão que se tem de acontecimento discursivo, ressaltando que um acontecimento X pode significar X, mas também Y, Z, dependendo das condições de produção do discurso, pois a memória está em jogo no acontecimento e há possibilidades de dizeres que se atualizam no momento da enunciação, como efeito de um esquecimento. Assim, um acontecimento discursivo não é uma proposição estabilizada, mas uma materialidade igualmente constituída por uma estrutura e por um acontecimento que produz deslocamentos da memória,

possibilitando novas significações. Mas, mesmo com o acontecimento do discurso feminista, ou seja, as mulheres vivendo em outras condições, ocupando todos os espaços de trabalho e muitos cargos políticos, as mulheres se deparam com muitos discursos sexistas que apontam desigualdades de direitos e de tratamento.

Com a criação de delegacias de atendimentos específicos às mulheres e leis que tentam coibir a violência sofrida por elas, enfim acontecimentos históricos decorridos do acontecimento discursivo do feminismo, a problemática feminista está mais exposta, produzindo reflexão acerca dos acontecimentos, das suas condições de produção e, especialmente, do funcionamento da memória, que não só retoma discursos inscritos na materialidade histórica, mas faz emergir padrões culturais estabelecidos por meio da interpelação ideológica dos indivíduos, transformados em sujeitos pelo simbólico e pelas relações de poder.

A respeito da metodologia de pesquisa, entendo que esse trabalho é uma análise do discurso registrado em documentos, portanto uma pesquisa qualitativa, inserida no campo dos estudos em Linguagem, não do Direito, e, nesse caso específico, com embasamento teórico na AD, que compreende o texto enquanto discurso, nosso ponto de partida para a análise.

Como os quatro textos que foram selecionados para compor o *corpus* são densos, eles foram recortados, e um trecho de cada, que contém a denominação “ofendida”, será apresentado. Esse material linguístico-

discursivo será apresentado em sequências discursivas (SDs). As seções a seguir trarão os quatro recortes (SD1, SD2, SD3 e SD4) que formam esse *corpus* e a contextualização para dar uma noção de condições de produção dos discursos.

O *corpus* da pesquisa

O *corpus* apresentado nessa seção é composto por SD 1, que é um recorte do Código Filipino que regeu a vida portuguesa do século XVI ao XIX e no Brasil, com leis em vigor de 1603 até início do século XIX; a SD2 é o capítulo II do primeiro Código Penal brasileiro, de 1830; o terceiro recorte, SD3, é do título VI do Código Penal de 1940 e o último, SD4, é um trecho da sentença final de um processo em que um caso de estupro foi julgado.

O Código Filipino, também conhecido como Ordenações Philipinas, é um documento que contém alguns artigos que abordam o tratamento dado às mulheres em casos de assédio, de abuso e violência sexual, por isso é o ponto de partida para a escrita das primeiras leis nascidas das necessidades legais brasileiras, como o Código Penal, por exemplo.

No que se refere ao texto do Código Filipino, primeiramente é necessário compreender como ele era constituído. Era um conjunto de cinco livros que abrangia o todo da legislação portuguesa. Com 1487 páginas, contemplava desde as leis civis às leis penais e “trabalhistas”, se comparado às leis atuais; entretanto, esta nomenclatura não consta no

documento. Cada livro é dividido em títulos com artigos e aborda um campo diferente da legislação, sendo o livro 5 o que mais interessa para este estudo. Mas é interessante notar que o livro 3, por exemplo, parece apresentar o que hoje se denomina “Código Civil”; e o livro 5 seria o suposto “Código Penal” (embora existisse um código penal/criminal). Lendo-os, porém, é possível ver que as penas dos réus são basicamente as mesmas, seja por bigamia, estupro (palavra não citada no original), roubo ou assassinato; isto é, em todos os crimes, as penas eram basicamente ser degredado para a África ou para o Brasil (no mínimo, cinco anos; no máximo, até a morte), pagar multas em réis ao Rei e perder as propriedades ou ser morto por morte natural².

Os títulos XVI ao XVIII do Código Filipino (edição de 1870)³ tratavam especificamente de casos de assédio sexual, abuso e estupro, praticados contra mulheres, porém para esse artigo foi selecionado somente o título XVI (p. 1165 e 1166), do Livro 5, conforme se lê abaixo, apresentado como SD1.

Do que dorme com a mulher, que anda no Paço (1), ou entra em casa de alguma pessoa para dormir com *virgem*, ou *viúva honesta*, ou *scrava branca de guarda*(2).

² Morte natural não era ato espontâneo, embora tenha essa nomenclatura, normalmente aconteciam por enforcamento e queima nas fogueiras, por exemplo.

³ O Código será abordado diversas vezes nesse texto, com muitas retomadas. O texto é original e apresenta algumas nomenclaturas arcaicas. O documento completo pode ser encontrado digitalizado em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/242733>>. Acesso em: 10 fev. 2015.

E se a pessoa, em cuja caza entrou, fôr de maior qualidade, haverá maior pena de degredo, segundo a qualidade da pessoa.

As quaes penas haverá somente por a entrada para com ella dormir, postoque não dormisse.

E se com ella dormir sendo *virgem*, ou *viúva da qualidade*, que diremos no Título 23: Do que dorme com a *mulher virgem e viuva honesta*, além de haver as ditas penas *segundo a diferença das pessoas*, lhe pagará seu casamento (1), segundo em nossas Ordenações he conteúdo (2) [...]

2. E se pela dita maneira entrar para dormir com escrava branca de guarda (3), que stê das portas a dentro, haverá as ditas penas crimes, ora dormisse com ella, ora não (4).

3. E se a pessoa, que pelo sobredito modo entrar na dita caza quizer casar com a mulher, com que assi entrava a dormir, a ella também quizer, e o morador da caza, aquém a tal *offensa* fôr feita, onde entrou, nisso consentir, e lhe perdoar, será relevado das ditas penas (5)(texto original, grifos meus e da autoria) (BRASIL, 2016 [1870], p 1165-1166, grifos do autor)

No texto, os abusadores e/ou estupradores são denominados como ‘homens que dormem com as mulheres’ e as penas são para quem dormir (abusar ou estuprar) de ‘virgem’, ‘viúva honesta’ e ‘escrava branca de guarda’. No caso de ter dormido com virgem ou viúva, além das penas de degredo e pagamento, o réu também poderia se casar com a mulher e, nesse caso, essa pena seria relevada, mas somente em casos em que não fosse considerado um estupro violento. E o tipo da pena dependia sempre da linhagem, isto é, do poder econômico do réu e da vítima, como dito lá ‘segundo a diferença das gentes’, ou seja, conforme a classe social a qual

pertencia. Nos casos de ‘ajuntamento carnal’⁴, após o homem ter dormido (sendo estupro ou não) com a mulher (se eles se tornassem amásios), esta também era penalizada; o mesmo ocorria, se houvesse comprovação de que a mulher facilitou que o homem dormisse com ela. Lendo os vários artigos do Código, é visível que consideravam estupro violento aquele em que havia marcas físicas severas, sequelas ou morte.

No Código Filipino, o homem que dormisse com um parente era condenado à fogueira; e a mulher (ou menina) vítima também. Vigarello (1998, p. 42), em seus estudos a respeito dos crimes de estupro na Europa do século XVI ao XIX, afirma que a acusação de menina impúbere não estava prevista nem nos costumes nem nos textos franceses. Todavia, quando isso ocorria, havia “a certeza obscura de um pecado comum aos dois atores, a imersão de ambos em uma mútua indignidade, a falta agravando-se ainda mais com o nascimento de uma criança, prova tangível de ato ignóbil”, passível de punição a ambos.

Os crimes sexuais, denominados como crimes contra os costumes, no Título V do Código Filipino português, hoje, no Brasil, constam do Código Penal e se denominam “Crimes contra a dignidade sexual”. Todavia, historicamente, três códigos penais vigoraram no país: o Código Penal do império de 1830, o da República Velha de 1890 e, o mais recente, de 1940, em que diversas alterações têm sido inseridas, mas ainda é o mesmo Código.

⁴ As aspas são para marcar as palavras ditas no texto original, termos já não usados (arcaicos).

No texto a seguir, diferentemente do período do Código Filipino, em que se denominava 'dormir com', no primeiro Código Penal, de 1830, já era possível encontrar o termo 'estupro' para aludir à conjunção carnal. Vejamos a SD2:

CAPITULO II⁵
DOS CRIMES CONTRA A SEGURANÇA DA HONRA
SECÇÃO I
ESTUPRO

Art. 219. Deflorar **mulher virgem**, menor de dezasete annos.

Penas - de desterro para fóra da comarca, em que residir a deflorada, por um a tres annos, e de dotar a esta.

Seguindo-se o casamento, não terão lugar as penas.

Art. 220. Se o que commetter o estupro, tiver em seu poder ou guarda a deflorada.

Penas - de desterro para fóra da provincia, em que residir a deflorada, por dous a seis annos, e de dotar esta.

Art. 221. Se o estupro fôr commettido por parente da deflorada em gráo, que não admitta dispensa para casamento.

Penas - de degredo por dous a seis annos para a provincia mais remota da em que residir a deflorada, e de dotar a esta.

Art. 222. Ter copula carnal por meio de violencia, ou ameaças, com **qualquer mulher honesta**.

Penas - de prisão por tres a doze annos, e de dotar a offendida.

Se a violentada fôr prostituta.

Penas - de prisão por um mez a dous annos.

Art. 223. Quando houver simples offensa pessoal para fim libidinoso, causando dôr, ou algum mal corporeo a alguma mulher, sem que se verifique a copula carnal.

⁵ Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LIM/LIM-16-12-1830.htm>. Acesso em: 30 ago. 2016.

Penas - de prisão por um a seis mezes, e de multa correspondente á metade do tempo, além das em que incorrer o réo pela offensa.

Art. 224. Seduzir **mulher honesta**, menor dezasete annos, e ter com ella copula carnal.

Penas - de desterro para fóra da comarca, em que residir a seduzida, por um a tres annos, e de dotar a esta.

Art. 225. Não haverão as penas dos tres artigos antecedentes os réos, que casarem com as **offendidas**.

(Texto original, grifos meus)

Os grifos da SD2: 'Mulher virgem', 'qualquer mulher honesta' e 'mulher honesta' e 'ofendidas' apresentam os sujeitos vítimas a quem essa lei se refere. Há, no artigo 222, uma referência a casos em que prostitutas fossem estupradas. Entretanto, enquanto o estupro de mulheres honestas gerava penas de três a doze anos, o da prostituta seria de um mês a dois anos apenas. Além disso, o artigo 225 curiosamente suspende as penas de réus que aceitem se casar com as ofendidas. Até então, o estupro era "crime contra a segurança da honra" e não era considerado hediondo. Ele passa a ser em 1990, quando já era intitulado "crime contra os costumes".

Um aspecto relevante é ver que, nesses artigos, não há menção aos homossexuais, ou casos de homens que abusavam sexualmente de outros homens, isto é, há um apagamento total da possibilidade desse tipo de relação afetiva e da violência empregada contra os homossexuais naqueles séculos. No Código Filipino mencionaram várias vezes o crime de sodomia e a existência de relações contra as leis de Deus, mas não se referem a estupro ou abuso sexual masculino; é como se este não existisse.

Apresentadas as SD1 e SD2, agora vamos à SD3, o Código Penal que, embora seja de 1940, ainda é o empregado atualmente com várias alterações nos artigos de lei. Uma das últimas alterações, de 2009, por meio da Lei nº 12.015 (BRASIL, 2016 [1830]), conforme abaixo, retira o título "dos crimes contra os costumes" e passa a ser "dos crimes contra a dignidade sexual". O texto traz mais alterações, não apenas linguístico-discursivas, mas mudanças conceituais pontuais, de forma que a SD3 é um recorte do Código Penal de 1940 com as alterações de 2009.

"TÍTULO VI

DOS CRIMES CONTRA A DIGNIDADE SEXUAL

CAPÍTULO I

DOS CRIMES CONTRA A LIBERDADE SEXUAL

Estupro

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.

§ 1º Se da **conduta** resulta lesão corporal de natureza grave ou se a vítima é menor de 18 (dezoito) ou maior de 14 (catorze) anos:

Pena - reclusão, de 8 (oito) a 12 (doze) anos.

§ 2º Se da **conduta** resulta morte:

Pena - reclusão, de 12 (doze) a 30 (trinta) anos." (NR)

"Violação sexual mediante fraude

Art. 215. Ter conjunção carnal ou praticar outro ato libidinoso com **alguém**, mediante fraude ou outro meio que impeça ou dificulte a livre manifestação de vontade da vítima:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 6 (seis) anos.

Parágrafo único. Se o crime é cometido com o fim de obter vantagem econômica, aplica-se também multa."
(NR)

[...] § 2º A pena é aumentada em até um terço se a vítima é menor de 18 (dezoito) anos.” (NR)

“CAPÍTULO II

DOS CRIMES SEXUAIS CONTRA VULNERÁVEL

[...] “Ação penal

Art. 225. Nos crimes definidos nos Capítulos I e II deste Título, procede-se mediante ação penal pública condicionada à representação.

Parágrafo único. Procede-se, entretanto, mediante ação penal pública incondicionada se a vítima é menor de 18 (dezoito) anos ou pessoa vulnerável.” (NR)

No texto da Lei 12.015/2009, retirou-se o "atentado violento ao pudor", expressão usada para as situações em que homens eram abusados sexualmente, e tornou tanto o sexo oral como o anal, em homens ou mulheres, como estupro (que é definido como conjunção carnal): um crime contra a 'dignidade sexual' humana. A lei garantiu, no papel, a igualdade de homens e mulheres, como previsto na Constituição Federal de 1988. Na prática, o crime já vinha sendo tratado dessa maneira, porque também se encontram casos de mulheres que praticam conjunção carnal mediante fraude ou poder, principalmente nos últimos anos, em que as mulheres ascenderam no mercado de trabalho e algumas se valem de seus cargos para práticas sexuais. Inclusive, recentemente, foi apresentada uma estatística sobre violência sexual contra homens (somam 3% dos casos de estupro)⁶. Há que se esclarecer ainda, no que se refere ao recorte, que

⁶ Conforme estudo disponível em: <<http://www.forumseguranca.org.br/publicacoes/estupro-no-brasil-vitimas-autores-fatores-situacionais-e-evolucao-das-notificacoes-no-sistema-de-saude-entre-2011-e-2014/>>. Acesso em: 14 set. 2017.

“outro ato libidinoso” contempla casos em que não houve sexo envolvendo vagina e pênis (não foi conjunção carnal).

É nessa tentativa de tratar homens e mulheres de forma igual que o art. 213, ‘constranger mulher’ foi substituído por ‘constranger alguém’, ou seja, qualquer pessoa; e, em outro trecho do mesmo art. 213, o termo ‘violência’ foi substituído por ‘conduta’, visando ampliar as possibilidades de atuação da lei. Também foram removidos por completo de todos os artigos que tratam de violência sexual os termos ‘mulher honesta’ e ‘virgem’. Estes termos poderiam fundamentar as leituras de juristas que distinguiram as mulheres que mereciam respaldo enquanto vítimas e as que não mereciam, além de ter sido aumentada a pena em casos de estupro de menores.

Apresentadas as três primeiras materialidades linguístico-discursivas, vejamos o último recorte, o da SD4. Essa sequência é parte da sentença final proferida pelo juiz num caso de estupro de uma deficiente mental, tipificado nos artigos 217-A, § 1º, do Código Penal, portanto concebida como vulnerável, visto que foi comprovada a condição mental da vítima. Consta na denúncia da ocorrência em 18 de outubro de 2010, que o denunciado entrou na residência da vítima na cidade de Foz do Iguaçu/Paraná e a estupro. Depois de todas as alegações da Promotoria (a acusação) e do advogado de defesa no julgamento, ao final do processo, o juiz determinou na sentença final:

SD4: [...] As declarações da **vítima** em perfeita harmonia

com os depoimentos judiciais de sua irmã ... e de seus genitores ... e ..., corroboradas ainda pelos laudos periciais de fls ... e ..., alimentam a certeza de que o réu ... efetivamente cometeu crime de estupro contra a **ofendida ..., portadora de deficiência mental.**

Dispositivo: Em face do todo o exposto, julgo procedente a denúncia para **CONDENAR** o réu ... como incurso nas sanções do art. 217-A, §1º, do Código Penal. Passo a fixação das penas: O réu, ao que consta, é tecnicamente primário. Não há elementos para melhor valorar sua personalidade e conduta social. O réu conhecia a família da vítima e inclusive se aproveitou da condição mental fragilizada da avó da ofendida para consumir o delito, fatores que acentuam a censurabilidade de sua ação criminosa. O motivo, inerente ao tipo penal, é a satisfação da concupiscência. **A vítima em nada contribuiu para o delito.**

Sopesadas essas circunstâncias, fixo as pena-base e, **09 (nove) anos de reclusão**, que torno definitiva na falta de outras causas modificadoras. A pena privativa de liberdade será cumprida **inicialmente em regime fechado** (art. 33º, § 2º, “a”, do Código Penal). Condeno o réu, ainda, ao pagamento das custas processuais. Diante da inexistência, no momento, de motivo ensejador da prisão preventiva, o réu continuará respondendo ao processo em liberdade (grifos meus e dos autos).

Depois de colhidas as provas e ouvidas as testemunhas e depoimentos da vítima, o julgamento chegou ao final. A SD4 é um recorte contendo o resultado do julgamento, portanto é o dispositivo final em que o juiz condena ou absolve o réu do caso. Neste, o réu foi condenado a nove anos de reclusão por estupro de uma moça de 27 anos que era portadora de deficiência mental.

Na próxima seção, busco tecer as análises com base nas leituras da AD, especialmente, no que se refere a categoria denominada memória discursiva.

Das leis à aplicação

As mulheres passaram a ser consideradas efetivamente iguais aos homens no Brasil apenas a partir da Constituição Federal de 1988, com o 5º artigo:

Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no país a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

I - homens e mulheres são iguais em direitos e obrigações, nos termos desta constituição (BRASIL, 1988, p. 13).

Quase quinhentos anos após o início da colonização e cem anos após a Proclamação da República, ou seja: o discurso da igualdade de direitos na Constituição é recente e as exigências de cumprimento da lei mais recentes ainda, o que não significa dizer que o discurso era de desigualdade, mas sim que a generalização do discurso de igualdade tornava invisível os tratamentos desiguais nas relações diárias entre homens e mulheres. Entretanto, ter uma lei não era (e ainda não é) o suficiente para se ter igualdade.

Ao analisar as Constituições, pude reunir alguns dados relevantes à pesquisa no sentido de ver que o princípio da igualdade foi afirmado, de forma genérica, nas Constituições brasileiras anteriores à 1988. Conforme Barreto (2010), a exemplo disso, pode-se ler a Constituição de 1822 (artigo 178, XII) que estabelecia: “A lei será igual para todos, quer proteja, quer castigue e recompensará em proporção dos merecimentos de cada um”. Na Constituição de 1891 (artigo 72, parágrafo 2º) estava dito, “Todos são iguais perante a lei. A República não admite privilégios de nascimento [...]”. Mas nesse período as mulheres não podiam votar, nem serem candidatas a cargos eletivos, então não eram iguais. Também se pode ler nesta Constituição, no art. 70, que previa: “São eleitores os cidadãos maiores de 21 anos que se alistaram”. Assim, as mulheres não eram consideradas cidadãs em gozo de direitos, pois não prestavam serviços ao país, não podiam se alistar. Dito de outra forma, as Constituições anteriores a 1988 tentavam demonstrar que zelavam pela igualdade entre os brasileiros, mas na prática isso não se consolidava, nem mesmo pelos próprios códigos de lei (Civil e Penal). E essa condição se mantém até o final do século XX.

Nessas condições históricas se constituíram os quatro discursos das SDs aqui abordadas. E, neste ponto, é fundamental destacar que as mudanças textuais são tentativas de responder a movimentos sociais que clamam por atualização das nomenclaturas (palavras) e por penas mais severas para os réus de crimes contra as mulheres. A “necessidade” da existência das leis para controlar as situações que se caracterizam como

violência, seja física, psicológica, sexual ou simbólica, está posta como decorrência, ou resposta, da visibilidade do conjunto de violências dos quais as mulheres são vítimas, embora a violência doméstica (entre familiares) seja a que tem mais visibilidade na mídia.

Em AD, conforme Pêcheux (2010a, p. 81), compreendemos o discurso como “efeito de sentidos” entre locutores e que a materialidade do discurso não se descola do real da língua e do real da história, mas produz efeitos de sentido no campo político. Ainda nas palavras de Pêcheux (2011, p. 214), “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”, condições ligadas ao lugar de quem fala para quem, sendo essas condições propriedades ligadas ao lugar daquele que fala e àquele a quem se dirige e ao que é visado por meio do discurso. De modo que, as posições-sujeito da formação discursiva (FD) jurídica não se descolam do sujeito ideológico, bem como dos sujeitos que criaram/redigiram os textos de lei.

A memória, neste caso, abarca todo processo de retomada anterior de discursos de processos judiciais, como leis, questões culturais, antropológicas e filosóficas (como os lugares de homem e mulher na sociedade), entre outras, presentes por meio de citações, discursos transversos e pré-construídos, gerando efeitos de sentido para os interlocutores interpelados em sujeitos pela ideologia no/pelo discurso.

Sujeitos e sentidos estão atrelados à memória, constroem memórias sobre/nos/com os discursos. Para Orlandi (2005, p. 3), a memória é aquilo que fala antes, em outro momento e em outro lugar: "ou seja, é o que chamamos memória discursiva: o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada de palavra", produzindo sentidos que já não se sabe de onde vêm e o efeito de que "sempre-foi-assim". É o caso da crença de que as mulheres não precisavam estudar, porque seriam mães e permaneceriam em casa, então era um investimento inútil, porque há uma naturalização do "dom" das mulheres para educar, de forma que isto não se discute, visto que está estabelecido o que é natural à mulher. O mesmo acontece com o discurso de que as mulheres devem ter salários menores porque engravidam, como se toda mulher quisesse (ou pudesse) ter filhos, e mesmo assim essa diferenciação seria no mínimo preconceituosa, machista e sexista. Mas, novamente, é uma naturalização.

Nos ditos de Pêcheux (2009), "memória" é algo amplo, elástico, que abarca todo e qualquer processo de retomada anterior, cuja incidência pode ocorrer de diversas formas, seja por meio de citação, do discurso transversal, do pré-construído, do implícito, etc. Com isso, Pêcheux (2009, p. 277) confirma que todo processo discursivo se inscreve numa rede de memória (vem de uma memória). Não se pode esquecer que, nos discursos dos sujeitos, "os traços inconscientes do significante não são jamais 'apagados' ou 'esquecidos', mas trabalham sem se deslocar, na

pulsção do *sentido/non-sens* do sujeito dividido", descentrado e atravessado por discursos de diferentes FDs. A palavra 'ofendida', por exemplo, revela pré-construídos que perpassam as mudanças na designação da mulher-vítima. E essa prática discursiva não é privilégio de um período histórico, pois aparece nos textos de lei de diferentes épocas; essa designação é da prática jurídica.

No recorte do discurso do Código Filipino, SD1, observo duas questões peculiares ao discurso da época: 1. ser virgem e ser honesta são dados a ver como iguais; então, 'virgem' é sinônimo de 'honesto'. 2. mulheres casadas (com suposta vida sexual ativa) não aparecem nesses títulos; isso reforça a ideia de que ser honesto é ser casto. O efeito de sentido de honesto, no documento, equivale a não ter experiência sexual ou não se valer do corpo para as práticas sexuais (rentáveis ou não), mas em nada lembra o ser ladra, corrupta, etc., situações para as quais o termo seria usado atualmente. As casadas também não aparecem, porque o crime de estupro contra elas era um atentado contra a honra do marido, as mulheres estavam sob a tutela masculina, conforme se lê no livro 3 do Código Filipino.

No Livro 5 (Títulos 36, 38 e 95), é possível ver inclusive que o marido podia castigar a companheira ou matar a mulher, se fosse acusada de adultério; todavia, idêntico poder não se atribuía a ela, restando-lhe a fama pública e não sendo preciso nenhuma prova austera para que pagasse por algum atentado à moral (Livro 5, Título 28, § 6º). Eis mantida a premissa das diferenças entre as pessoas (a linhagem de procedência do

homem e da mulher), o que também era levado em consideração, quando a mulher (abastada) pedia permissão ao rei para casar, já que os casamentos somente poderiam ser autorizados por ele. Se houvesse casamento sem esse consentimento, as propriedades da mulher e, às vezes, do homem seriam destinadas ao Reino (como um retorno a quem um dia as concedeu). O rei tudo decidia ou concedia por meio de seus juízes e leis. A regência era absoluta e era definida em conformidade com a igreja católica, definindo a vida e seus modos de existência e a morte e seus tipos. Mesmo após a Proclamação da República em que o poder emana do Estado, as mulheres continuaram não sendo protagonistas, não tinham poder nem sobre seus lares, conforme o Código Civil de 1916.

Lendo o Código Filipino, não posso dizer que ele foi redigido para uma sociedade classista, mas feudal, pois a sociedade era basicamente organizada em nobres (rei, príncipes, duques, etc.) e não nobres (comerciantes, escravos, artesãos, etc.); talvez por isso ele possua a parcialidade do olhar da “justiça” com diferentes ações para diferentes sujeitos. A principal crítica ao Código não está no que tange à desproporção entre a conduta delitiva e as penalidades aplicadas aos infratores ou à desigualdade na aplicação da pena em razão do sexo, do país de origem, da posição social e de outros fatores notoriamente discriminativos. Para com os infratores, na sua maioria, as penas eram de morte, porém eles se baseavam no fato de crimes e pecados se confundirem, essa é a crítica. Basta ver que os aristocratas somente não escapavam às condenações em crimes de lesa-majestade, sodomia,

testemunho falso, moeda falsa, furto, feitiçaria. Isso deixa claro que consideravam como os piores crimes os cometidos contra a majestade ou contra os preceitos religiosos. E esse Código foi utilizado até 1830 para as questões penais e até 1916 para as questões civis, no Brasil.

Na SD2, os grifos do texto ‘Mulher virgem’, ‘qualquer mulher honesta’, ‘mulher honesta’ e ‘ofendidas’ apresentam os sujeitos vítimas nos crimes contra a honra e não contra a dignidade sexual. Como afirma Pêcheux (2009), a denominação é carregada de pré-construídos que fazem diferença na organização do discurso, nesse caso, traz presente a memória discursiva do tempo em que os estupros eram crimes contra a honra, por isso era uma ofensa. Nisto está a diferença entre ser vítima e ser ofendida. Ser ‘ofendida’ minimiza o crime sofrido pela vítima; o termo é mais brando do que ‘violentada’, por exemplo.

Achard (2010, p. 16), ao abordar questões a respeito da memória e da produção discursiva do sentido, acredita que “a memória não restitui frases escutadas no passado, mas julgamentos de verossimilhança sobre o que é reconstituído pelas operações de paráfrase”. Sendo assim, o que retomamos são os princípios culturais arraigados no imaginário a respeito dos padrões de comportamento de uma mulher e a repetição de determinados discursos traz à tona alguns e apaga outros. Nesse sentido, trouxe para o discurso desse Código Penal a obrigação de a mulher se manter virgem para o casamento e ser virgem era o mesmo que ser honesta.

A denominação atual de “crimes contra a dignidade sexual”, na

SD3, indica que poderia (acredito que deveria) ser usado o termo ‘violentada’, devido à violação da vítima em sua dignidade sexual e em sua liberdade sexual, conforme o título dos artigos desse Código Penal (1940) revisto em 2009. A partir deste último Código temos um posicionamento jurídico aparentemente igualitário quando se estabelece o termo “alguém” para se referir a qualquer pessoa que for estuprada. E ainda em “violação sexual mediante fraude” mais uma vez está dito que esses casos são tratados como violação, então quem os sofre são vítimas. Não é simplesmente uma opção sinonímica de outro termo para descrição da mulher estuprada, é uma “escolha”, determinada pela memória discursiva do que é ser mulher ainda em tempos atuais.

A questão é: porque nos processos recentes, em que esse Código é aplicado, os sujeitos do jurídico denominam a vítima como ofendida? E não me refiro apenas aos juízes, mas também a promotores e advogados de defesa.

Na SD4, “Vítima”, “portadora de deficiência mental” e “ofendida” são as designações que posicionam a mulher em três aspectos: como vitimada por uma ação criminal, pelo fato de ter uma condição médica de deficiência (o que a diferencia de outras mulheres) e por ter sofrido uma “ofensa”. Porém, nos processos criminais que eu li, a respeito de violência sexual, em nenhum eu encontrei alguma vítima que tenha dito que sofreu uma ofensa.

Com as leituras na área da linguística e estudos discursivos, considero que a interdição de linguagem, abordada por Foucault (2006),

permite afirmar que ser ‘ofendida’ é resultado de ação vista como “crime contra os costumes” (que atinge a moral da família), como entendido pelo Código Penal que vigorou de 1940 a 2009 (antes da reforma de alguns artigos). Era um crime, ou seja, uma ofensa contra a moral estabelecida por um patriarcado. Isso justifica o uso repetitivo do termo ao longo dos processos em crimes de estupro: é um hábito, uma prática discursiva dos sujeitos do jurídico que pode ser visto em outros processos de violência contra mulheres, além desse da SD4.

A eficácia dos pré-construídos emerge e está em discursos que culpam as mulheres por terem sido estupradas ou por se terem deixado estuprar; está na orientação policial de “por onde a mulher não deve andar”, “que horário é adequado para ela”, “que deve andar acompanhada”; está nos comentários sobre “como ela deveria se vestir” e “também que não deveria estar bêbada”; está ainda no discurso jurídico que denomina a vítima como ‘ofendida’ e afirma que “a vítima em nada contribuiu para o delito”, como se qualquer ação da vítima pudesse justificar a ação do réu, justificar o estupro.

Considerações finais

Quando se ouvem notícias sobre assédio ou estupro, eis que surge o comentário: “e se ela não estivesse” e “mas ela não deveria”. A partir daí, retomam-se discursos que analisam a vítima e suas (re)ações. O holofote não deixa de apontar para a vítima; esse é o problema que impede a

sociedade de focar as causas dos estupros e nas consequências.

Denominar a vítima como ofendida revela uma memória discursiva produzida em uma sociedade patriarcal que acreditava que ser estuprada era uma desonra à família e a própria mulher, todavia é muito mais que isso, é uma violência que deixa sequelas, que tira as mulheres de suas rotinas de vida, de trabalho, que pode levar à depressão e a tentativas de suicídio. Então, é algo mais grave que uma ofensa.

Assim como não se usa mais as expressões ‘viúva honesta’ e ‘virgem’, conforme SD1, ‘mulher honesta’, como na SD2, os sujeitos do jurídico deveriam suprimir a palavra ofendida para tais casos. Deveriam romper com a “tradição” sempre-já-aí de designar a vítima com essa palavra. Mesmo que o sentido não seja homogêneo, que possam ser feitas várias outras leituras além desta de uma analista de discurso, visto que vários outros efeitos de sentido podem surgir a partir de diferentes FDs, mesmo assim, é interessante pensar em como estas mulheres estão sendo descritas quando assim são designadas.

Pêcheux (2010b, p. 56) entende que a memória, sendo um espaço de desdobramentos de produção, não poderia ser vista como uma esfera plena, cujo conteúdo armazenado possui um sentido homogêneo. Apropriando-me dessas considerações, também acredito que a memória é um espaço de mobilidade, de disjunções, de deslocamentos e de retomadas. Nessa linha, os discursos a respeito da mulher estuprada produzem retomadas, mas também deslocamentos e contradiscursos: é o que se pode ver nos vários movimentos de lutas feministas.

Referências

ACHARD, P. et al. Memória e Produção discursiva do sentido. **Papel da Memória**. Tradução. José Horta Nunes. 3. ed. Campinas, SP: Pontes editores, 2010.

BARRETO, A. C. T. **Igualdade entre sexos**: carta de 1988 é um marco contra discriminação. (2010). Disponível em: <<http://www.conjur.com.br/2010-nov-05/constituicao-1988-marco-discriminacao-familia-contemporanea>>. Acesso em: 10 maio 2014.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1998. Disponível em: <file:///C:/Users/anamaria/Downloads/constituicao_federal_35ed.pdf>. Acesso em: 02 out. 2016.

_____. Senado. **Código Filipino. (1870)**. 14. Ed. Rio de Janeiro: Typ. do Instituto Philomathico. Disponível em: <<http://www2.senado.leg.br/bdsf/item/id/242733>>. Acesso em: 10 fev. 2015.

_____. Planalto. **Código Penal Brasileiro (1830)**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LIM/LIM-16-12-1830.htm>. Acesso em: 30 ago. 2016.

_____. Planalto. **Código Penal Brasileiro (2009)**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/l12015.htm>. Acesso em: 30 ago. 2016.

_____. Estupro no Brasil: vítimas, autores, fatores situacionais e evolução das notificações no sistema de saúde entre 2011 e 2014. **Fórum de segurança pública**. Publicações. Disponível em: <<http://www.forumseguranca.org.br/publicacoes/estupro-no-brasil-vitimas-autores-fatores-situacionais-e-evolucao-das-notificacoes-no-sistema-de-saude-entre-2011-e-2014/>>. Acesso em: 14 set. 2017.

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

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

PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Tradução E. P. Orlandi. 4. ed. Campinas, São Paulo: Pontes Editores, 2006 [1983].

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução. E. P. Orlandi. 4. ed. Campinas, São Paulo: Ed. da UNICAMP, 2009 [1975].

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

_____. **Papel da Memória**. In: ACHARD. P. et al. **Papel da Memória** Tradução José Horta Nunes. 3. ed. Campinas, SP: Pontes editores, 2010b [1983].

_____. **A aplicação dos conceitos da Linguística para a melhoria das técnicas de análise de conteúdo**. In: **Análise de Discurso: Michel Pêcheux**. Textos escolhidos por Eni Orlandi. 2. ed. Campinas, SP: Ed. Pontes, 2011 [1973].

TARINI, A. M. de F. L. **Os efeitos de sentido da prática discursiva jurídica sobre a violência sexual contra as mulheres**. 2017. (200 f.). Tese (Doutorado em Estudos da Linguagem) – Universidade Estadual do Oeste do Paraná. Cascavel.

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

WATANABE, C. B.; MORETO, E. C.do N.; DUTRA, R. R. C. **Normas para**

apresentação de Trabalhos Acadêmicos do Instituto Federal do Paraná (IFPR). Curitiba, 2010.

No ranger da memória: o movimento feminista e o FEMEN⁷

*Fernanda Pereira
Dantielli Assumpção Garcia*

Neste capítulo, sob a perspectiva teórica da Análise de Discurso, buscaremos analisar como uma memória sobre o movimento feminista⁸ é retomada nas intervenções do grupo FEMEN. Com inscrições em seus corpos, as militantes fazem falar as diferentes formas de violências, repressões e opressões pelas quais as mulheres ainda passam no século XXI. Como afirma Pêcheux (2007), o encontro de um acontecimento discursivo com a memória provoca uma perturbação nas redes de sentido, produzindo, a partir dessa ruptura, novos sentidos (outras séries do legível), ressignificando os implícitos. O Movimento Feminista se constitui

⁷ Este trabalho é um recorte, com algumas modificações, da dissertação de mestrado *Corpos em protesto: uma análise discursiva do movimento FEMEN*, defendida no Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná por Fernanda Pereira e orientada pela Prof.^a Dr.^a Dantielli Assumpção Garcia.

⁸ O termo refere-se às “diversas formas de movimentos de mulheres, o feminismo liberal ou “burguês”, o feminismo radical, as mulheres marxistas ou socialistas, as mulheres lésbicas, as mulheres negras e todas as dimensões categoriais dos movimentos atuais” (HIRATA et al., p.144, 2009). Ou seja, movimentos nos quais as mulheres se mobilizam com um objetivo único, seja visando direitos iguais, seja visando à libertação das mulheres. Neste trabalho, os termos feminismo, formação discursiva feminista, discursividades feministas e movimento feminista serão utilizados no sentido de qualquer manifestação de mulheres pela reivindicação de direitos sobre o corpo feminino.

como resistência ao controle do corpo feminino pelas diferentes instâncias da sociedade, que se incumbem de instituir a mulher em lugares marcados na estrutura da formação social. Cada conquista devolve aos sujeitos, mulheres, uma parcela de seus corpos, que vem desde sempre sendo controlados, cerceados, comercializados, padronizados, idealizados. Assim, tomando o surgimento do discurso feminista como um acontecimento discursivo, pode-se perceber que essas discursividades produziram mudanças na memória discursiva durante o século XIX, provocando deslocamentos naquilo que era implícito sobre o papel da mulher e sobre a feminilidade.

Esse acontecimento foi sendo absorvido pela memória da época, produzindo novos significados, novas redes de sentido que compõem a memória discursiva compartilhada pela sociedade atual. Foi o acontecimento do Movimento Feminista que possibilitou diversos acontecimentos históricos relacionados às conquistas das mulheres (os direitos civis; os métodos contraceptivos; a entrada no mercado de trabalho; a legalização do aborto; a representatividade política; etc.), incluindo o surgimento de grupos feministas como o FEMEN. Lutando contra o patriarcado em suas três formas (materializadas, segundo o grupo, na exploração sexual da mulher, nas ditaduras e nas principais religiões), as manifestantes do FEMEN são alvo de agressões, durante seus protestos, pela postura de enfrentamento, pelos enunciados que proferem e pela exposição de seus corpos (semi)nus.

Neste trabalho, pretende-se demonstrar, por meio da identificação dos elementos utilizados pelas manifestantes em seus protestos e da análise dos enunciados que vestem seus corpos, como a Memória Discursiva do movimento feminista é retomada na constituição do grupo FEMEN, produzindo sentidos em seus protestos.

O FEMEN e o patriarcado: um pouco de sua constituição

O movimento internacional de mulheres FEMEN surge na Ucrânia em 2008⁹, fundado por Anna Hutsol (economista), Sasha Shevchenko (ativista) e Oksana Shachko (pintora), para lutar contra a exploração sexual existente no país. As integrantes se conheceram em 2004, quando participavam do círculo de estudos marxistas em sua cidade natal, Khmelnytskyi. Em 2009, Inna Shevchenko (jornalista) passa a integrar o grupo, que conheceu por intermédio de uma rede social. No início, o grupo protestava de forma tradicional, sem tirar a roupa, mas, segundo as fundadoras, não conseguiam a atenção que desejavam, eram apenas mais um grupo feminista. Foi pela estratégia de protestarem seminuas que o FEMEN conseguiu a atenção que pretendia e é essa cobertura midiática que, conforme afirmam as manifestantes, permite-lhes realizar os tipos de protestos que fazem, nos lugares em que fazem, sem sofrerem consequências mais severas.

⁹ Documentário *Ukraine is not a Brothel*. Disponível em: Netflix. Acesso em: 4 fev. 2018.

Em 2013, é lançado o documentário *Ukraine is not a Brothel*, produzido pela cineasta australiana Kitty Gree¹⁰, que acompanhou o dia a dia das manifestantes por um ano, relatando sua história por meio dos depoimentos dessas. Nesse documentário, foi apresentada, pela primeira vez, a figura de um homem como fundador do movimento, Viktor Sviatsky. Viktor e Anna se conheceram na universidade, por intermédio de uma amiga em comum, e começaram a estudar política e economia juntos. A partir desse contato, fundaram o movimento com Sasha e Oksana.

O documentário traz depoimentos dos pais das manifestantes relatando sua relação com Viktor. Segundo eles, a ideia de tirarem a roupa para protestar partiu do próprio Viktor, que escolhia as manifestantes de acordo com a aparência física, determinando quais poderiam participar do movimento e quais não poderiam. As meninas consideradas fora do “padrão de beleza” exigido para os protestos nus eram utilizadas apenas em situações para o deboche de autoridades, como na representação do protesto abaixo, contra o presidente de Belarus, Aleksandr Lukashenko.

¹⁰ Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt3136842/>>. Acesso em: 4 fev. 2018.



Imagem I: Representação de intervenção do FEMEN /Alana Gabrieli Cardoso

O filme retrata momentos de agressividade de Viktor com as ativistas e o desconforto provocado por essa relação conflituosa dentro do grupo. A presença de uma figura masculina se materializa nas imagens de protestos do grupo feminista, na medida em que reproduz a ideologia dominante que se faz visível no real do corpo das manifestantes. Em seu depoimento, Viktor diz se considerar o “pai do novo feminismo” e justifica sua presença no grupo dizendo que:

Garotas são fracas. Elas não têm força de caráter. Elas nem mesmo têm o desejo de serem fortes. Não. Ao invés disso elas mostram submissão, falta de fibra, falta de pontualidade, e muitos outros fatores que as impedem de se tornarem ativistas políticas. Estas são as qualidades que era essencial ensinar a elas. São qualidades que é

necessário inculcar nelas. Era essencial ajudá-las a adquirir essas habilidades em algum nível. (in: *Ukraine is not a Brothel*, 2013).

A crença de que as mulheres são fracas e precisam ser ensinadas pelos homens é o que circula na sociedade em que as ativistas do FEMEN se constituíram como sujeitos. Ela reproduz ideais de feminilidade construídos ao longo do século XIX (KEHL, 2016) e propagados desde então por diferentes formações discursivas. Segundo Pêcheux e Gadet (2012), para a AD, as noções de Discurso (como efeito de sentido entre interlocutores) e de Formação Discursiva (FD) desempenham o papel de dessubjetivação da teoria da linguagem:

Chamaremos então formação discursiva aquilo que, em uma formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada determinada pelo estado da luta de classes, determina 'o que pode e deve ser dito [...]'. Isto significa colocar que as palavras, expressões, proposições, etc. recebem seus sentidos da formação discursiva na qual são produzidos. (PÊCHEUX & GADET, 2012, p.308).

Desta forma, o discurso de Viktor sobre a inferioridade da mulher reproduz discursos já existentes na sociedade e que compõem um todo complexo de formações discursivas que determinam aquilo que se espera das mulheres, constituindo os sujeitos.

O documentário traz os depoimentos das manifestantes falando sobre a importância do FEMEN na Ucrânia, no sentido de trazer o feminismo para a discussão no país. Segundo elas, vivemos em um

mundo de dominação masculina (econômica, cultural, ideológica), no qual a mulher é escravizada e tem seus direitos negados. O patriarcado explora o corpo da mulher (comercial e sexualmente), regulamenta todas as funções do corpo da mulher. No entanto, na figura de Viktor, o movimento reproduz a exploração comercial do corpo das manifestantes, na medida em que exclui, das manifestações, as meninas que não possuem um corpo branco, magro, jovem, considerado “belo”. Além disso, os temas escolhidos para os protestos, as frases que seriam pintadas em seus corpos e repetidas pelas manifestantes durante o ato, também estavam sendo determinadas por Viktor.

Para a AD, as manifestantes do FEMEN (como todos os sujeitos) estão inconscientes à ideologia que as interpela, que está posta na sociedade ucraniana, e que se impõem por meio das atitudes repressivas, tanto simbólicas (pela cobrança constante de Viktor), quanto físicas (quando Viktor as agride fisicamente após fazerem algo diferente do que ele havia determinado). Essa inconsciência as mantém submissas a este poder mesmo dentro do movimento, e a ideologia dominante permanece dissimulada para o sujeito, dando às manifestantes a sensação de estarem fazendo tudo o que fazem por vontade própria. As manifestantes são indivíduos assujeitados¹¹ ideologicamente, pois não percebem a ideologia contra a qual lutam, agindo sobre si mesmas. O documentário mostra

¹¹ A interpelação, ou o assujeitamento do indivíduo, apontado por Pêcheux (1993, p.166) como funcionamento da instância ideológica, é um chamamento. O sujeito é chamado a compartilhar aquilo que está socialmente posto e uma forma de ler o mundo que o precede.

mulheres capazes de encarar a polícia sem qualquer proteção, mas que, no entanto, ainda não se rebelavam contra essa figura masculina, no centro do movimento, que as reprimia.

O FEMEN opera legalmente em sociedades democráticas e ilegalmente em países controlados por regimes ditatoriais. Em 2012, surgiram as ameaças de morte às manifestantes, na Ucrânia, levando-as a buscar asilo político em outros países. Atualmente, o grupo está presente na Polônia, Suíça, Itália, Israel, Bélgica, Turquia, Brasil, Estados Unidos, Canadá, Bulgária, Tunísia, França e Alemanha. As manifestantes são treinadas em centros de treinamento criados pelo movimento na Ucrânia, na França e na Alemanha, que são coordenados por um conselho composto pelas fundadoras e pelas ativistas mais proeminentes da organização. Os momentos finais do documentário de Kitty Green relatam a ruptura com Viktor e a saída de uma das manifestantes da Ucrânia, para montar um novo FEMEN na França. A partir desse rompimento, qualquer mulher, independentemente de suas características físicas, poderia fazer parte do movimento, e esses corpos tornaram-se visíveis nas imagens de protesto após 2013.

FEMEN e o Movimento Feminista: uma retomada pela memória

Em sua página femen.org, o grupo se intitula como “Guerreiras do FEMEN”, se definindo como ativistas que usam seus seios nus como armas, vestidas com os slogans que pintam em seus corpos, e coroadas por

flores. O documentário “*Nos Seins Nos Armes*¹²”, produzido por Nadia El Fani e Caroline Fourest e exibido no Brasil pelo canal GNT, em março de 2014, mostra o tipo de treinamento físico e psicológico que as manifestantes recebem. Após saírem da Ucrânia, Inna e Sasha montaram centros de treinamento para as ativistas do FEMEN em Paris e em Berlin. Nesses locais, as manifestantes realizam treinamento físico e aprendem técnicas de defesa pessoal para reagirem às agressões e contenções que possam sofrer durante os protestos. Aprendem a posicionarem seus corpos, mantendo os braços erguidos segurando os cartazes acima da cabeça. Treinam gritar os slogans agressivamente, sem sorrir e sem demonstrar medo. Isso se reflete nas imagens de protesto do grupo, na posição dos corpos das manifestantes, com as pernas separadas e o braço direito estendido com o punho cerrado, como pode ser visto na imagem II.



Imagem II: Representação de intervenção do FEMEN / Alana Gabrieli Cardoso

¹² Disponível em: <<https://goo.gl/D5mCix>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

Pêcheux (2014) explica que o interdiscurso é invisível para o sujeito e seu funcionamento se dá pela filiação a uma memória discursiva, que se estrutura pelos esquecimentos e se materializa pelo efeito do pré-construído e do discurso transverso. Em “*O Papel da Memória*”, o autor esclarece que é por meio dos esquecimentos que um acontecimento histórico (um elemento histórico descontínuo e exterior) é absorvido na memória e fica apagado, esquecido, como se não tivesse ocorrido, mas segue produzindo sentidos. Para ele, a

Memória deve ser entendida aqui não no sentido diretamente psicologista da “memória individual”, mas nos sentidos entrecruzados da memória mítica, da memória social inscrita em práticas, e da memória construída do historiador (PÊCHEUX, 2007, p. 50).

Para Orlandi (2013), é a memória discursiva que possibilita o dizer, ou seja, é o retorno daquilo que já foi produzido sob a forma dos pré-construídos, do discurso transverso, dos não ditos, do silenciamento, afetando “o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada” (p. 31). Dito de outra forma, a memória discursiva é composta por tudo aquilo que já foi dito antes e que é retomado pelo discurso, abrangendo tudo que envolve sua produção.

Segundo Lima (2016)¹³, o gesto de levantar o braço com o punho fechado retoma a memória de uma expressão de enfrentamento e resistência que já era utilizada pelos movimentos reivindicadores do

¹³ LIMA, Juliana Domingos de. *Qual o significado do gesto de levantar o braço com o punho fechado*. Disponível em: <<https://goo.gl/Alv7y3>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

século XIX. A mão, como símbolo do poder do trabalho na tradição europeia, está presente em obras de arte¹⁴ importantes a partir desse período, como se pode observar na imagem III:



Imagem III: O Socialista de Robert Koehler – 1883

Por esse motivo, o punho cerrado está associado às reivindicações dos movimentos de trabalhadores por melhores condições e direitos e se consolida como símbolo de contestação política durante o século XX. Esse

¹⁴ Outros exemplos, como a pintura de Robert Koehler, estão disponíveis em: <<https://goo.gl/AIv7y3>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

gesto esteve presente durante vários acontecimentos históricos, inclusive em movimentos de extrema direita, sendo adotado como símbolo de diferentes grupos incluindo o Movimento pela Libertação das Mulheres¹⁵. Durante a primeira onda do feminismo (SANTOS, 2014), as sufragistas que reivindicavam direitos civis (ao voto, à propriedade, ao divórcio) para as mulheres, também faziam uso desse gesto. Dessa forma, ao erguer seus punhos cerrados, o FEMEN retoma essa memória discursiva de resistência, de enfrentamento e de reivindicação pelos direitos das mulheres durante esse período.

Quando se fala de mulher, de Movimentos Feministas, o corpo feminino é sempre colocado em pauta. Ao longo da história, as mulheres fazem uso desses corpos, ou daquilo que o corpo permite, como instrumento de denúncia, de reivindicação. Ao usar o corpo, em nossa sociedade, a mulher é inscrita em uma postura de vigilância, daquilo que é permitido usar, vestir, se comportar, etc. O todo complexo de formações discursivas feministas¹⁶ constituiu-se, ao longo da história, por meio das pautas levantadas acerca da questão do controle do corpo feminino e do questionamento dos pontos de vigilância sobre estes corpos, visando modificar, romper com este controle.

¹⁵ O *Women's Liberation Movement* (WLM) nos EUA e *Mouvement de Libération des Femmes* (MLF) na França surgiu em meados da década de 60, em diferentes países, e é conhecido atualmente como Movimento Feminista (SANTOS, 2014).

¹⁶ Neste trabalho, as referências feitas ao discurso feminista, ou a formação discursiva feminista buscam representar uma discursividade, um conjunto complexo de discursos, que propagam as ideias de igualdade de gênero e de libertação das mulheres frente ao todo complexo discursivo que propaga a inferioridade e a submissão feminina.

Os protestos utilizando a nudez tiveram início em 2009 e a partir de 2011 o FEMEN começou a ter visibilidade internacional. Para as manifestantes, protestar com os corpos nus é a única maneira de serem percebidas ou notadas¹⁷. Segundo elas, no mundo atual, as mulheres vivem um cenário de dominação masculina nos campos cultural, econômico e ideológico, desprovido-as de direito a qualquer propriedade, principalmente do controle de seus próprios corpos. Para o FEMEN, todas as funções do corpo feminino são controladas e reguladas pelo patriarcado, transformando o corpo em um objeto de exploração (sexual, econômica, familiar). A manifestação pelo controle total do corpo feminino é o passo mais importante e a peça-chave para a libertação da mulher. Nesse sentido, a nudez feminina representa esse manifesto pela libertação da mulher, uma nova estética da revolução feminina, e ao mesmo tempo, representa a queda, o sepulcro¹⁸ da ordem patriarcal. Em sua página, o grupo denomina sua tática de protesto como *sextremism* (sextremismo), uma nova forma de feminismo desenvolvida por elas. Essa tática representaria a sexualidade feminina se rebelando contra a sociedade patriarcal, desconstruindo o papel estabelecido historicamente para a mulher e sua sexualidade. Para as manifestantes, o *sextremism* é uma forma não violenta, mas altamente agressiva de provocação às estruturas sociais e econômicas que reforçam o domínio masculino na sociedade.

¹⁷ Matéria do site RT (*Russia Today*). Disponível em: <<https://goo.gl/hEE0jc>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

¹⁸ Disponível em: <<http://femen.org/about-us/>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

A palavra sextremismo retoma o significante extremismo que é definido, pelo dicionário Houaiss (2009) da língua portuguesa, como

Extremismo *s.m.*(1920) forma de pensamento político que preconiza soluções extremas (radicais, revolucionárias) para os problemas sociais.

Nesse sentido, a exposição do corpo feminino nu é vista como uma atitude extrema, radical, revolucionária, que questiona o controle do corpo da mulher exercido pela sociedade patriarcal. Além disso, esse controle é entendido, dentro da definição apresentada, como um problema social que necessita ser solucionado. Ou seja, a exposição do corpo feminino nu é um ato extremo de violência na medida em que questiona os discursos acerca do corpo da mulher. Para a sociedade atual, extremismo está associado à violência, a atos terroristas, mas, para o FEMEN, sua tática de protesto, apesar da denominação, não seria violenta, apenas altamente provocativa. No entanto, as ações do grupo são duramente reprimidas pela sociedade, por serem consideradas, justamente, extremistas.

Além do posicionamento do corpo, com o braço direito erguido e o punho cerrado, as manifestações do FEMEN são compostas por outros elementos que produzem sentido para o grupo. Segundo as ativistas, o corpo como cartaz (*body-poster*) expõe a “verdade” por meio da nudez e dos enunciados nele escritos, o que dentro da perspectiva da AD poderia ser entendido como corpo discursivo. Orlandi (2004) afirma que os corpos são manifestações da relação entre linguagem e sujeito, tornando-se lugar material de significação, ou seja, o corpo se oferece como matéria onde a

“letra”, o “desenho” significam. Dessa forma, nos protestos do FEMEN, os corpos das manifestantes, apesar de estarem despidos, estão cobertos de palavras, investidos de significados, constituindo o que Ferreira (2011) denomina como corpo discursivo.

Para a autora, o corpo discursivo está situado entre sujeito e língua, e, através de suas marcas, é possível perceber o que falta e o que fala no sujeito.

O objeto a ser analisado é, então, o corpo tomado como materialidade discursiva que se constrói pelo discurso, se configura em torno de limites e se submete à irrupção da falta que lhe é constitutiva. Real do corpo da psicanálise: é o que sempre falta, o que retorna, o que resiste a ser simbolizado, o impossível que sem cessar subsiste (FERREIRA, 2011, p. 95).

Assim, o corpo seria entendido não como um corpo biológico, empírico, ou orgânico, mas como materialidade discursiva. Deslocando o conceito de corpo para o campo do discurso, Ferreira (2011, p.95) afirma que ele não é transparente, mas assim como a língua e o sujeito na AD, o corpo também seria opaco e estaria sujeito a falhas – “esse corpo que fala é também o corpo que falta, daí a noção de real do corpo, ao lado do real da língua e do real do sujeito”. Ou nas palavras de Foucault (2013, p.10), o corpo seria, ao mesmo tempo, o lugar e o não lugar, corpo incompreensível, corpo penetrável e opaco, corpo aberto e fechado: corpo utópico. Absolutamente visível em um sentido, mas dono também de lugares sem lugar, de lugares obscuros e redutos invisíveis.

Essa estratégia do grupo traz para os protestos a memória de um período conhecido como a segunda onda do feminismo (1960-1980), no qual as mulheres reivindicaram igualdade de direitos com relação à sexualidade, à família, ao trabalho, a direitos reprodutivos, etc. Segundo Santos (2014), essa fase foi marcada por eventos como o *Miss America Protest 1968* (Protesto Miss América), conhecido como o *bra-burning*¹⁹, representado na imagem V:



Imagem V: Miss America Protest - Atlantic City,1968

Foto da autora capturada do vídeo *Miss America Pageant Protest of 1968*.

¹⁹ Santos (2014) afirma que a queima de sutiãs (*bra-burning*) foi simbólica. O que as manifestantes queimaram na lata de lixo (*freedom trash can*), foram objetos de beleza femininos (cílios postiços, sapatos de salto alto, itens de maquiagem, etc.).

Em 1968, na França, as manifestantes do MLF (*Mouvement de Libération des Femmes*²⁰) lutavam pelas mesmas questões, por meio da exposição de seus corpos nus. A imagem VI, retirada do documentário “*Nos seins, nos armes*” retrata um desses momentos:



Imagem VI: Ativistas do MLF durante um protesto em Paris, 1968
Foto da autora capturada do documentário *Nos seins, nos armes*.

Dessa maneira, ao utilizarem o corpo nu em seus protestos, o FEMEN retoma uma rede de memória construída ao longo da história do Movimento Feminista e propaga os sentidos provocados por essa ruptura, retomando o discurso pelo controle do corpo feminino e sua sexualidade.

Além do posicionamento do corpo e da nudez, as manifestantes sempre utilizam uma coroa de flores e fitas em suas cabeças. Para o grupo, esse elemento constitui um símbolo de feminilidade e insubmissão feminina. Segundo Williams (2016), na tradição ucraniana, a coroa de flores e fitas, conhecida como *vinok* (imagem VII), representa o princípio

²⁰ Movimento pela Liberação das Mulheres - conhecido como geração MLF na França.

feminino, sabedoria feminina, graça, beleza, fertilidade, virgindade, matrimônio, além de representar proteção e servir como um artefato místico capaz de transmitir emoções e sentimentos. Sua origem data da pré-história ucraniana, período em que era utilizada no festival pagão (*Ivana Kupala*), durante o solstício de verão, pelos adeptos do culto solar. No século XX, durante a revolução comunista, usar as coroas de flores e vestimentas tradicionais ucranianas, tornou-se uma forma de protesto no país.

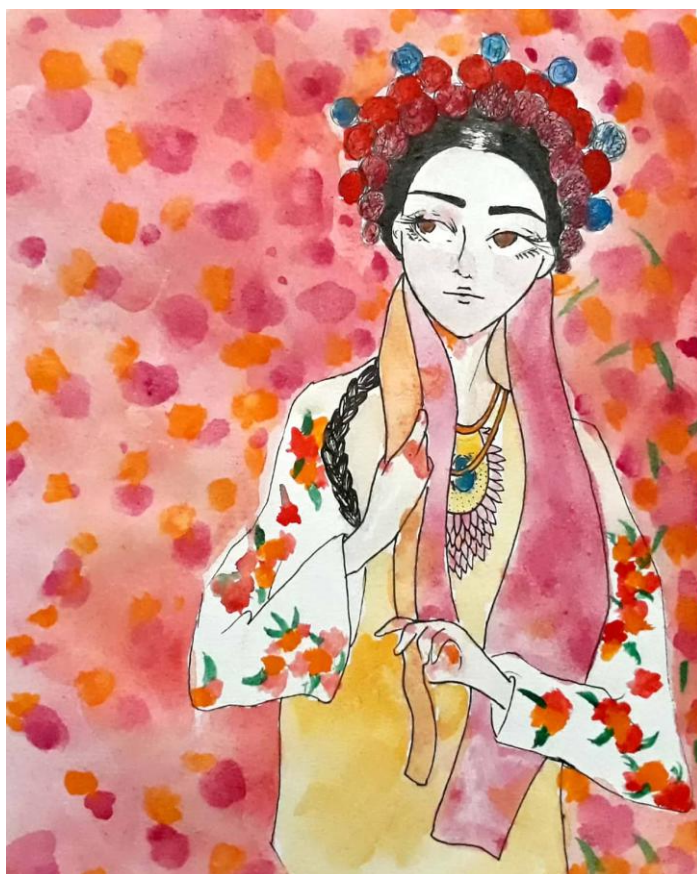


Imagem VII: *Vinok* – coroa de flores e fitas da tradição ucraniana / Alana Gabrieli Cardoso

Ou seja, os sentidos produzidos pela presença da coroa de flores nos protestos do grupo se sustentam na memória de uma FD pagã, na qual a mulher detinha saberes sobre seu corpo e era dona de sua sexualidade.

O logotipo do FEMEN (imagem VIII), a letra Φ (*ef*) do alfabeto cirílico, cujo formato é similar aos seios das mulheres, aparece frequentemente pintado na cor preta nos corpos das manifestantes, ou nas cores amarela e azul da bandeira ucraniana. Essas cores são modificadas para representar o país aos quais as manifestantes pertencem, como fazem as manifestantes do FEMEN Turquia, que pintam o símbolo do movimento com as cores da bandeira turca.

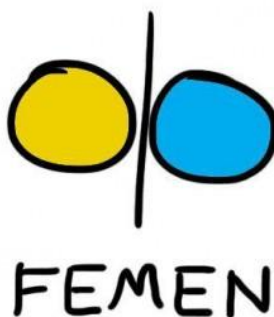


Imagem VIII: Logotipo do grupo FEMEN
Fonte: <femen.org>

Segundo Santos (2014, p.198), o seio feminino é o órgão da amamentação, do acolhimento e do amor. Enquanto no homem o seio é uma parte do corpo sem uma função definida, e que pode ser naturalmente exposto, se a mulher assim o fizer, será rechaçada pela sua

atitude, sendo considerada uma ofensa à sociedade, pois anuncia a sensualidade feminina. Mas, quando o FEMEN utiliza o corpo como veículo de protesto, “as mamas femininas não são vistas apenas no seu papel erótico, aqui elas se transformam em instrumentos políticos contra as diferenciadas formas de subordinação” (SANTOS, 2014, p.198). Ou seja, ao mostrar os seios em suas manifestações, o grupo resgata a memória do *bra-burning* e também das feministas do MLF (1968), que protestavam pela igualdade entre os sexos, pelos direitos reprodutivos e pela libertação sexual das mulheres.

O que chama a atenção no FEMEN é a forma como realizam seus protestos, utilizando os corpos como materialidade discursiva. A estratégia adotada pelo grupo atrai jornalistas que buscam audiência e jovens, que mesmo sem um passado militante ingressam no movimento devido ao treinamento físico que é requerido para se fazer parte do grupo. Para essas mulheres, este seria o único movimento feminista que lhes permitiria fazer alguma coisa realmente; o único que supriria sua vontade de agir²¹. No entanto, outros grupos feministas reprovam o discurso do FEMEN, pois os temas nos quais interfere são heterogêneos e não se limitam aos direitos das mulheres. Alegam que o grupo possui uma imagem pop²² e que continua utilizando o corpo de forma comercial para

²¹ *Seins nus: les Femen, phénomène médiatique ou féministe? Le Nouvel Observateur*, 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/EkF8xh>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

²² Um exemplo é a capa da revista francesa *Les inRockuptible* de dezembro de 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/Srbrww>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

se autopromover. Na opinião desses grupos²³, o FEMEN estaria indo contra sua ideologia, pois utilizando a nudez como forma de protesto, a mídia estaria controlando seus corpos.

Assim, fazendo uso desses elementos, o FEMEN entende o corpo como arma (*My body, my weapon*) e luta contra a sociedade patriarcal em suas três manifestações, materializadas, segundo o grupo, na exploração sexual da mulher, nas ditaduras e nas principais religiões. O próprio slogan do grupo “*My body, my weapon*” ou “Meu corpo, minha arma” é produzido por efeito metafórico, retomando a memória de enunciados que reivindicavam o controle do corpo da mulher como “Meu corpo, me pertence” ou “Meu corpo, minhas regras”. Nessa retomada pela memória, há a circulação de um dizer que coloca a mulher como dona de si, de seu corpo. Corpo esse que, embora constantemente violentado em uma sociedade na qual o patriarcado faz-se ainda tão presente, resiste e diz sobre a mulher e suas lutas.

Considerações finais

Buscamos neste trabalho, ao analisarmos a retomada pelo FEMEN de uma memória do movimento feminista, compreender como o feminismo constitui-se enquanto um movimento de resistência, de luta pelo controle do corpo feminino, a falha que produz rupturas com o

²³ Outros grupos e/ou coletivos feministas existentes na França, como por exemplo o grupo *Osez le féminisme*. Disponível em: <<https://goo.gl/EkF8xh>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

discurso estabilizado, promovendo mudanças, ressignificações. Nesse sentido, o FEMEN, ao utilizar seus corpos nus, em seus protestos, promove um ato político, questionando, denunciando práticas que interdita, controlam, cerceiam e silenciam o corpo da mulher.

Referências

FERREIRA, M. C. L. O discurso do corpo. In: MITTMANN, Solange; SANSEVERINO, A. M. V.. (Orgs.). **Trilhas de investigação: A pesquisa no I. L. em sua diversidade constitutiva**. Porto Alegre: Instituto de Letras, UFRGS, 2011.

FOUCAULT, M. **O corpo Utópico; As Heterotopias**. (Tradução Salma Tannus Muchail). São Paulo: n-1 Edições, 2013.

HIRATA, H. LABORIE, F. DOARÉ, H Le. SENOTIER, Danièle. **Dicionário Crítico do Feminismo**. Editora UNESP. São Paulo, 2009.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. de S. **Dicionário Houaiss de Língua Portuguesa**. Elaborado pelo Instituto Antônio Houaiss de Lexicografia e Banco de Dados da Língua Portuguesa S/C Ltda. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

KEHL, M. R. **Deslocamentos do feminino: a mulher freudiana na passagem para a modernidade**. 2.ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

LIMA, J. D. de. **Qual o significado do gesto de levantar o braço com o punho fechado**. Nexa Jornal Online, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/AIv7y3>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

ORLANDI, P. E. **Cidade dos Sentidos**. Campinas: Pontes, 2004.

_____. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 11.ed. Campinas: Pontes, 2013.

PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). (p.61 a 96). In: GADET, Françoise & HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. (Tradução Bethânia S. Mariani et al.). 2.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.

_____. A Forma-Sujeito do Discurso. (p. 145 a 168). In: PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. (Tradução Eni Puccinelli Orlandi et al.). 5.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.

_____. O Papel da Memória. In: ACHARD, P. *et al.* **Papel da Memória**. (Tradução José Horta Nunes). 2.ed. Campinas: Pontes Editores, 2007.

PÊCHEUX, M.; GADET, F. Há uma via para a Linguística fora do logicismo e do sociologismo? (p.295 a 310) In: ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso: Michel Pêcheux**. (Tradução Eni Puccinelli Orlandi). 2.ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2012.

SANTOS, S. G. A.. **Mapeando os corpos femininos na história do tempo presente: diálogos e Representações**. 2014. 362 f. Tese (Doutorado em Família na Sociedade Contemporânea) Superintendência de Pesquisa e Pós-Graduação, Universidade Católica de Salvador, Salvador. Disponível em: <<https://goo.gl/69P7a0>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

WILLIAMS, V. **Celebrating Life Customs around the World: from baby showers to Funerals**. Londres: ABC-CLIO, 2016. Disponível em: <<https://goo.gl/Ur0AyA>>. Acesso em: 4 fev. 2018.

“Negando as aparências, disfarçando as evidências”: que vozes ecoam nas campanhas de combate à violência contra a mulher?

Juliana de Sá França

Maria da Penha. Victoria Montenegro. Jyoti Singh. Bibi Aisha. Esses nomes poderiam passar despercebidos, contudo são reconhecidos mundialmente por compartilharem da mesma experiência: todas mulheres vítimas de violência. Jyoti Singh, a indiana que sofreu estupro coletivo em 2012, inclusive, pagou com a vida o preço da agressão.

A Organização das Nações Unidas (ONU), segundo o Relatório de Viena (1992), qualifica sob a denominação de violência contra a mulher "qualquer ato de violência baseado na diferença de gênero, que resulte em sofrimentos e danos físicos, sexuais e psicológicos da mulher", incluindo as ameaças verbais. Diversos órgãos internacionais qualificam a violência contra as mulheres como uma violação dos Direitos Humanos e a entendem, inclusive, como discriminação de gênero, por verem nela relação de domínio exercida pelo homem.

A campanha "Compromisso e Atitude pela Lei Maria da Penha", promovida pela Secretaria de Políticas para as Mulheres da Presidência da República e o Ministério da Justiça, divulgou na matéria "Alguns números sobre a violência contra as mulheres no mundo" dados da Organização Mundial de Saúde (OMS) que apontam que a violência contra as mulheres é muito mais grave e generalizada do que se possa imaginar. A OMS estima que 35% das mulheres em todo mundo sofrem algum tipo de violência (física e/ou sexual) praticada pelo companheiro ou violência sexual por um homem não parceiro em algum momento de suas vidas. Já a situação dos homens é bem diferente. De acordo com a matéria "Seis dados que revelam a gravidade da violência contra a mulher no Brasil", publicada pela Revista Super Interessante, 40% dos homicídios femininos no mundo são cometidos por parceiros íntimos, enquanto que o número cai para 6% quando se refere ao sexo masculino.

Dada à gravidade do problema, a violência contra as mulheres preocupa a sociedade como um todo e evidencia, a cada publicação de estatística sobre o tema, a necessidade de seu constante enfrentamento, não só no Brasil, mas também em outros países do mundo.

Inúmeras entidades, governamentais e não governamentais, têm concentrado esforços na tentativa de alertar, conscientizar e informar sobre a violência contra as mulheres. As propagandas têm sido recursos comuns no intento de sensibilizar e chamar atenção para a causa. Observa-

se que nelas, geralmente, são usadas frases curtas e de impacto, associadas a imagens de mulheres.

Considerando o registro de casos de violência contra a mulher nas mais diversas localidades do mundo, selecionaram-se, para a produção deste texto, anúncios publicitários veiculados em três países: Brasil, Argentina e Portugal para refletir acerca de duas inquietações principais: como se constrói a imagem da mulher vítima de agressão em tais peças publicitárias? Que formações discursivas sustentam o discurso das campanhas? A Análise de Discurso de linha francesa será usada como aporte teórico para as reflexões que se pretende empreender.

Campanhas de combate à violência contra a mulher

O periódico português Correio da Manhã publicou matéria, assinada pelo jornalista Carlos Anjos, em janeiro de 2015, lamentando a violência contra a mulher no país. Sob o título “Violência doméstica: a vergonha Nacional”, o jornal aponta para uma estatística preocupante: “na última década, morreram 398 mulheres em Portugal, vítimas em contexto de violência doméstica. Este número terrível dá-nos uma média de quase 40 mulheres assassinadas por ano (39,8).”

Buscando lutar contra o fenômeno crescente da violência, uma das entidades que mais se destaca no país luso é a Associação de Apoio à Vítima, chamada de APAV. O objetivo da associação, conforme descrito em seu site (www.apav.pt), é prestar apoio a vítimas de crimes por meio

de serviços gratuitos, de qualidade e confidenciais. Também objetiva contribuir para o melhoramento das políticas públicas, sociais e privadas.

Embora não seja uma entidade que se dedique, exclusivamente, a causas femininas, a APAV, constantemente, divulga campanhas que se voltam para o tema do combate à violência contra a mulher. Em 2011, por exemplo, foi lançada a campanha “Tropeçaram em cheio na maçaneta da porta...”, cujas peças estão disponibilizadas tanto no site da APAV quanto na página do *Facebook* que a instituição mantém. Os cartazes seguem um esquema comumente observado nas campanhas inseridas nesta temática: apresentam a linguagem não verbal, representada pela imagem de uma mulher, associada à linguagem verbal, configurada por estatísticas ou uma frase conativa.

Neste momento, toma-se uma das peças da referida campanha como mote para reflexões. A peça em foco apresenta a imagem de uma mulher - branca, de olhos claros e cabelos escuros - com vários hematomas no rosto, sobretudo na região dos olhos e nariz. Seu semblante é sério e seu olhar parece voltar-se diretamente a quem observa o cartaz. Na peça, verifica-se a predominância de tons escuros: a mulher veste uma roupa na cor preta, seu cabelo é escuro e o background da imagem é em tons de cinza; o que causa uma sensação de angústia e tristeza. Por outro lado, os tons escuros também contribuem para evidenciar parte da materialidade verbal que acompanha a imagem: em tons de amarelo e posicionado sobre o corpo da mulher, vê-se o enunciado que contextualiza a peça - “Em 2010,

31.679 mulheres caíram e bateram com a cara no lavatório em 2 locais diferentes”. Abaixo do enunciado destacado, em letras menores, faz-se um apelo para que o silêncio seja quebrado e que a violência doméstica seja denunciada. Nesse mesmo espaço, são divulgados os canais de contato da APAV: o site e um número de telefone. Também aparece uma explicação sobre o número de mulheres mencionados no enunciado em evidência: tratam-se de dados das “Estatísticas Oficiais da Justiça” de Portugal. A logomarca da entidade aparece posicionada no canto superior direito da peça publicitária.

O enunciado em destaque na publicidade - “Em 2010, 31.679 mulheres caíram e bateram com a cara no lavatório em 2 locais diferentes” - apresenta-se marcado pela heterogeneidade discursiva. A fala de um enunciador é inserida para explicar a situação da mulher apresentada no cartaz. Tal enunciador assume a voz da própria vítima e constrói um jogo polifônico marcado pela ironia. Essa manobra permite que o locutor escape às imposições de coerência da argumentação e produza um enunciado com dois valores contraditórios.

Em discursos que acreditam persuadir os interlocutores, como no discurso publicitário em questão, segundo Maingueneau (1997), a ironia é empregada como forma de ataque às posições ideológicas contrárias àquelas defendidas pelo(s) enunciador(es). Neste caso, o texto insere-se em uma formação discursiva protecionista que se opõe à formação discursiva da mulher que silencia a agressão. Os dados estatísticos que

antecedem a explicação para os hematomas na mulher evidenciam, ainda mais, essa posição de contrariedade e o caráter irônico do enunciado.

Expõe-se, por meio do enunciado em destaque, que o sentido não está nas palavras. Como afirma Pêcheux (1995), nenhuma palavra possui valor fixo. O(s) sentido(s) que adquirem está relacionado às formações ideológicas e aos contextos históricos em que são reproduzidas.

As palavras, expressões, proposições, etc.; mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, o que quer dizer que elas adquirem seu sentido em referência a essas posições, isto é, em referência às posições ideológicas (PÊCHEUX, 1995, p. 60).

Ou seja, a construção dos sentidos só é possível quando consideradas as formações discursivas que emergem dos discursos, pois são elas que, em dada formação ideológica, determinam “o que pode e deve ser dito” (PÊCHEUX, 1995, p. 160). Assim, na formação discursiva protecionista, é contestada a legitimidade da materialidade linguística em evidência; já na formação discursiva da vítima que silencia, essa mesma materialidade converte-se em argumento para encobrir as agressões sofridas.

As campanhas produzidas pela APAV repercutem não só dentro de Portugal. Em 25 de novembro de 2012, a entidade lançou na Europa a campanha “Noiva”, com o objetivo de marcar o Dia Internacional para a

Erradicação da Violência Contra a Mulher. No ano seguinte, por meio de um acordo entre a APAV e o Ministério Público do Mato Grosso do Sul, com o apoio do Programa Nacional de Segurança Pública com Cidadania (Pronasci), órgão do Ministério da Justiça do Brasil, peças da campanha europeia foram usadas no combate à violência no Brasil.

Coerente com o tema da campanha, em um dos cartazes, vê-se a imagem de uma mulher, em um posicionamento semelhante ao observado nos costumeiros álbuns de enlacs matrimoniais: ela está vestindo um tradicional vestido de noiva branco, acompanhado por um longo véu branco preso em uma tiara, e segurando em suas mãos um buque de rosas, também brancas. O background, que compõe a peça, também é branco, criando uma ambientação que remete a elementos tradicionais associados ao casamento, como a pureza, a inocência e a paz. A predominância da cor branca, no entanto, contrasta com o que se observa no rosto da figura feminina. No lugar da maquiagem, comumente usada por noivas, e do sorriso que marcam a felicidade de um dia esperado por muitas mulheres, vê-se um rosto pintado pelas marcas da agressão: hematomas avermelhados e ferimentos na testa e próximos ao nariz da mulher denunciam que se trata de uma vítima de violência doméstica.

Em relação à materialidade verbal, posicionado à esquerda da noiva, na porção superior do cartaz e em cores pretas, leem-se dizeres pertencentes ao juramento matrimonial: “Até que a morte nos separe”. Como observado na peça da campanha “Tropeçaram em cheio na

maçaneta da porta”, aqui também verifica-se um enunciado localizado no rodapé do cartaz, contendo um apelo para que a violência doméstica seja denunciada. Nele pode-se ler: “A violência doméstica não tem que ser para sempre. Fale agora.” Também é informado um número de telefone para denúncias e o horário de atendimento. Ao lado deste texto complementar, posicionada na porção direita do cartaz, está a logomarca da APAV.

Segundo Authier-Revuz (2004, p. 12), o discurso pode ser comparado a um tecido, cuja textura se compõe a partir do entrelaçamento de múltiplos fios. Trata-se de uma composição multifacetada diante da realidade que se impõe à constituição do discurso. Assim, todo discurso se constitui a partir de vários outros discursos que o “atravessam”. Para a composição do cartaz da campanha “Noiva”, observa-se na superfície linguística o acionamento do discurso religioso. Tendo como mote a violência que ocorre no seio familiar, a construção da peça considerou os elementos que circundam a prática do casamento nos moldes cristãos, representado, inclusive, pela vestimenta e adornos utilizados pela mulher, pois a relação de um discurso com “outros discursos” e com o “discurso do outro” não é exterior, mas inerente a ele. “O lugar ‘do outro discurso’ não é *ao lado*, mas *no* discurso” (AUTHIER-REVUZ, 2004, p.37, grifos da autora). Assim, o outro não é um objeto do qual se fala, mas uma condição constitutiva para que se fale a partir dele.

O acionamento da voz religiosa não é aleatório. É o argumento usado pela mulher para permanecer ao lado de seu agressor. Percebe-se que o discurso da vítima converte-se em uma paráfrase, ou seja, repete o discurso de autoridade que a igreja representa. Para Orlandi (1996, p. 24), é “desnecessário acrescentar que, em nossa forma de sociedade atual, o discurso autoritário é dominante. [...] E isso significa que ao dizer ser dominante, estamos afirmando que o uso da linguagem está polarizado para o lado da paráfrase”. Esse é o tipo de discurso que não permite que o sujeito faça interpretações segundo o contexto em que se insere, pois admite um único sentido pré-construído.

Ainda segundo Orlandi (2005, p. 35), “quando nascemos os discursos já estão em processo e nós é que entramos nesse processo”. O enunciado em destaque “Até que a morte nos separe” faz parte do juramento feito pelo casal no momento da cerimônia e sintetiza o ideário religioso de que a igreja não aprova o divórcio. A separação é tão rechaçada pela igreja que pessoas viúvas podem receber a benção religiosa no caso de optarem por novo casamento, mas o mesmo procedimento não se aplica às divorciadas. Vale lembrar ainda, que, historicamente, o papel designado à mulher, pela igreja, era o de submissão e obediência ao marido, cabendo ao homem as tarefas de provedor e chefe do lar.

“Até que a morte nos separe” permite, ainda, o efeito de sentido segundo o qual as agressões podem persistir ou se tornarem cada vez mais violentas até que o extremo aconteça, ou seja, a morte da mulher, vítima

de seu próprio parceiro. A conotação romântica e de amor eterno, tradicionalmente atribuída ao enunciado, é substituída, então, por outra, marcada pela violência extrema.

Encorajando as vítimas, na porção inferior do cartaz, aparece o enunciado: “A violência doméstica não tem que ser para sempre”. Aqui ocorre o acionamento de uma voz que se contrapõe a anterior pelo uso do vocábulo “não”. Conforme indica Maingueneau (1997), um enunciado negativo pode ser desdobrado em duas proposições, visto que há uma proposição que nega uma afirmação dita anteriormente. A negação enunciada parte de uma atitude de contraposição à formação discursiva religiosa, segundo a qual o casamento é eterno. Instaure-se, então, a voz das entidades protecionistas, cuja formação discursiva implica um posicionamento de ruptura com o círculo de agressões mesmo que isso signifique a dissolução do matrimônio. O casamento pode ser eterno desde que não implique sofrimento para a mulher.

Dois anos depois, em abril de 2015, segundo Moraes (2015) em texto publicado no Portal Mundo do Marketing, a Revista Brasileiros, cuja política editorial voltava-se a temas de inovação, política e economia, encartou em 4.500 exemplares, distribuídos entre assinantes dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro, um anúncio encomendado pela Casa Sofia – Centro de Defesa e de Convivência da Mulher, entidade brasileira com propósitos semelhantes aos da APAV. À diferença das duas peças já apresentadas nestas reflexões, na publicidade que se põe em foco a seguir,

se requer um leitor colaborativo, que atenda a um pedido de uma suposta propaganda de um produto cosmético.

A peça chama atenção por trazer uma mulher bem maquiada, usando batom vermelho e cujo olhar marcante, realçado por uma sombra preta esfumada, parece estar direcionado ao leitor. Recorrendo ao discurso da beleza, inicialmente, o anúncio aparenta promover um demaquilante e convida a leitora a testá-lo, esfregando um papel destacável, que integra a página do anúncio, nos olhos da mulher: “Descubra o poder do CS. Experimente remover a maquiagem dos olhos da modelo”. A publicidade faz uso de um suposto produto de uso feminino como estratégia para atrair a atenção de seu público-alvo: a mulher. Em outras palavras, a peça baseia-se na ideologia de que as mulheres se interessam ou preocupam-se com sua aparência, usam maquiagem e, por isso, seriam atraídas pelo tipo de produto anunciado. Observa-se, assim, a evidência da subjetivação ideológica em uma formação discursiva dada: “Falaremos de formação ideológica para caracterizar um elemento [...] suscetível de intervir como uma força no confronto com outras forças na conjuntura ideológica característica de uma formação social em dado momento” (PÊCHEUX; FUCHS, 1993, p. 166).

Ao responder positivamente à solicitação do anúncio e testar o suposto demaquilante CS sobre os olhos da modelo, a leitora retira a tinta superficial da impressão e se revela o inesperado: com o uso do produto, a maquiagem não só desaparece, como se evidenciam as marcas da agressão

- a maquiagem, na verdade, não era usada pela mulher para que ela se sentisse mais bonita, mas tinha como função encobrir hematomas na região dos olhos, provocados por ação da violência física. De acordo com Possenti (1990, p. 3), a língua não é suficiente em si só: “são as condições externas que explicam porque se diz o que se diz”. Ao atender ao “convite” da voz publicitária, que incita a testar o demaquilante, surgem três novas vozes: a do agressor, a da vítima e a da Casa Sofia.

Authier-Revuz (2004) considera que a presença do outro está em todo o discurso, isto é, em sua constituição, fazendo com que se alcance um ponto-limite entre as formas mostradas da heterogeneidade e a natureza heterogênea, constitutiva do discurso, na qual se esgotaria a descrição linguística. Para a autora, a heterogeneidade constitutiva é “uma ancoragem, necessária, no exterior do linguístico” (AUTHIER-REVUZ, 2004, p. 22, grifos da autora). Na mesma esteira, Maingueneau (1997, p. 79) argumenta que todo discurso é “constituído através de um debate com a alteridade, independente de toda marca visível de citação, alusão etc.” Mesmo não apresentando marcas na superfície, segundo o autor, é possível conhecer a heterogeneidade constitutiva a partir de formulações de hipóteses que tenham por base o interdiscurso²⁴.

²⁴ Segundo Orlandi (2001, p. 31), o interdiscurso reside no fato de que algo sempre “fala antes em outro lugar e independentemente”. Para a estudiosa, o fenômeno pode ser definido como “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra”.

Um processo de *reconfiguração incessante* no qual uma formação discursiva é levada [...] a incorporar elementos pré-construídos, produzidos fora dela, com eles provocando sua redefinição e redirecionamento, suscitando, igualmente, o chamamento de seus próprios elementos para organizar sua repetição, mas também provocando, eventualmente, o apagamento, o esquecimento ou mesmo a denegação de determinados elementos (MAINGUENEAU, 1997, p. 113, grifos do autor).

Considera-se, assim, que a heterogeneidade constitutiva diz respeito ao funcionamento real do discurso ao remeter a presença do outro diluída no próprio discurso, ou seja, se as palavras do sujeito são atravessadas pelas palavras do outro, a presença do outro é parte inerente, condição fundamental para a constituição de qualquer discurso.

A primeira voz evidenciada é a do agressor, que se faz presente em aspectos não verbais: os hematomas revelados após o uso de CS denunciam a violência física praticada contra a mulher. A maquiagem utilizada para esconder as provas da agressão física revela a violência psicológica a que a vítima é submetida, bem como a insere na formação discursiva da vítima que silencia. As causas desse silêncio, segundo pesquisas, são o medo de sofrer novas agressões e/ou vergonha pelo julgamento que outras pessoas possam vir a fazer. Por fim, no enunciado

verbal revelado, abaixo dos olhos machucados da modelo, está a voz dos protetores.

Como nas campanhas anteriores, há na peça da Casa Sofia o apelo para que se rompa com essa voz que impele o silêncio: “Não esconda a violência. Ligue [...] Denuncie.” A polifonia, instaurada pelo “não”, remete à pressuposição de que há uma concepção segundo a qual a violência é ocultada/camuflada/silenciada pelas vítimas. Maingueneau (1997) retoma os estudos de Ducrot acerca do tema ao comentar que essa marca da heterogeneidade mostrada “consiste em um processo que apresenta dois enunciadores, E1 e E2” (MAINGUENEAU, 1997, p. 79). Como observado nas campanhas da APV, aqui, também, a formação discursiva protecionista ancora-se no silenciamento da mulher para rompê-lo, para contrariá-lo no sentido que de uma nova tomada de posição seja empreendida.

Observa-se, ainda, que o demaquilante traz a grafia de CS como marca. Esta nada mais é do que uma remissão à Casa Sofia, entidade que encomendou o anúncio publicitário. Desse modo, tem-se a produção de um efeito de sentido segundo o qual da mesma forma que um demaquilante retira a maquiagem e revela o rosto natural de uma pessoa, a Casa Sofia pode oferecer apoio para que as vítimas revelem (denunciem) as agressões e seus agressores.

Construção discursiva semelhante à da propaganda brasileira pode ser observada na campanha argentina intitulada *Fake up*, criada pela

Agência VML a pedido da Organização Não Governamental (ONG) “La Casa del Encuentro”, que atua em prol dos direitos humanos de mulheres, meninas, meninos e adolescentes na Argentina. Impulsionada pelo nicho mercadológico que as mulheres representam na área de produtos cosméticos, *Fake Up* também recorre ao discurso da beleza, com uma aparente divulgação de uma base para chamar a atenção das leitoras das revistas em que se veiculou a propaganda.

Maingueneau (1997) destaca que é necessário estar ciente de que o discurso é constituído por uma relação de seu interior com seu exterior. Essa relação é reconhecida como uma tentativa de organização discursiva a partir de um destinatário. Ou seja, o sujeito, inconscientemente, formula representações imaginárias acerca do lugar por ele ocupado e da posição de seu interlocutor. Assim, na campanha argentina, agrega-se ao apelo à beleza, outro elemento que envolve este universo: o chamado “antes e depois”. Por meio do enunciado “¿Quieres ver a la modelo sin maquillaje?” - “Quer ver a modelo sem maquiagem?” -, a leitora é convidada a fazer o *download* de um aplicativo de celular para escanear a foto da mulher que aparece no anúncio e observar como era sua pele antes do uso de “*Over Lady*”, o produto anunciado e, assim, comprovar os benefícios de sua utilização.

Ao seguir as instruções, com o auxílio de um aparelho *smartphone*, tem-se um efeito inesperado: a substituição da imagem da mulher maquiada pela de Victoria Montenegro, vítima de um dos casos de

violência de gênero que mais repercutiu na Argentina no ano de 2015, e que, aqui, aparece com o rosto machucado, apresentando marcas de agressão nos lábios, no nariz e nos olhos. O semblante de Vitória também é distinto daquele da mulher inicial - seu olhar é triste. Assim, a maquiagem escondia algo muito mais grave do que uma ruga ou uma “imperfeição” na pele: ela camuflava a violência física sofrida.

Na sequência, a imagem transforma-se em um vídeo no qual Victoria Montenegro apresenta os índices de violência contra a mulher na Argentina e clama para que as vítimas rompam com o silêncio: *“Nueve en cada diez mujeres esconden la violencia de género. Yo soy una de las que se animan a hacer algo. Animate. No te lo guardes”*. Ao finalizar a mensagem de Victoria, se oferecia a possibilidade de ligar a um número que prestava auxílio a mulheres vítimas de violência. A jovem, que protagoniza a campanha, denunciou o namorado após ter sido violentamente espancada por ele, que considerou inapropriado o modo como ela dançava em uma festa. Antes do episódio, Montenegro já havia sido agredida pelo mesmo homem, mas não havia prestado queixa às autoridades competentes.

Junto à imagem de Victoria, aparece o enunciado *“no lo tapes”*, ou seja, um apelo para que as mulheres não escondam as marcas de agressão e, mais do que isso, denunciem seu agressor. O próprio título da campanha *Fake up* faz um jogo linguístico com *Make up*, já indicando que aquele é um tipo de maquiagem que falseia o bem-estar da mulher agredida.

Ressalta-se que todas as peças mencionadas nestas reflexões possuem estrutura composicional semelhante: a imagem de uma mulher machucada associada à enunciados conativos. Todas possuem como público-alvo a mulher, entretanto, devido às mídias escolhidas para a circulação das peças, supõe-se que essas mulheres possuem perfis diferentes.

As peças da APAV figuram em *outdoors* e são divulgadas pela Internet, via site da entidade e *Facebook*, possuindo um alcance abrangente de público. Ao tratarem diretamente da temática, sem simulações, ou recorrendo a um determinado estereótipo de mulher para compor as imagens utilizadas, também generalizam o perfil das vítimas.

Já a peça genuinamente brasileira e a argentina trabalham numa perspectiva de segmentação de público. Primeiro: optaram por veicular as campanhas em revistas cuja circulação fica condicionada à assinatura ou compra dos exemplares. Segundo: simularam o discurso de proteção em discurso publicitário de um produto cosmético, dependendo da adesão do leitor para seguir os passos solicitados e revelar o discurso escondido. Caso o(a) leitor(a) não tivesse sua curiosidade despertada pelo apelo dos anúncios, o objetivo pretendido com a veiculação da propaganda não seria sequer desvelado. A campanha argentina requer, ainda, que o leitor possua um aparelho celular do tipo *smartphone* para acessar o conteúdo.

Apesar das limitações, as duas últimas campanhas revelam outro dado: a violência contra as mulheres não respeita os limites impostos pelas

barreiras financeiras, está presente em todas as classes. Uma vez que as revistas anunciam produtos que se voltam a seu público-alvo e, dados indicam que o público leitor de revistas é constituído predominantemente pelas classes A e B, infere-se que as mulheres provenientes de classes com mais recursos sofrem tanto com a violência quanto aquelas que possuem menor poder aquisitivo.

Reflexões em suspenso...

Em todas as propagandas analisadas, observa-se a relação com, pelo menos, duas formações discursivas: a formação discursiva machista e a formação discursiva protecionista. Ambas possuem concordâncias e discordâncias, pois não são espaços insulares de sentidos, estão sempre em relação.

Estas duas formações discursivas estão em embate devido a seus objetivos antagônicos. A primeira deseja que a mulher continue se envergonhando por ser vítima, escondendo as marcas da agressão e omitindo seu agressor. Já a segunda clama pelo oposto: pede para que a mulher denuncie seu agressor. Contudo, há um ponto de convergência. Ambas coincidem no entendimento de que a mulher silencia as agressões e é a partir desse entendimento que lançam objetivos tão paradoxais.

Chama atenção também o fato de que, embora a mulher seja a vítima e o homem seu agressor, dentro desta temática, a maioria das campanhas observadas na busca pelo *corpus* que constituiria este estudo,

possuíam como público-alvo a mulher. A mulher que silencia. A mulher que esconde. A mulher que não expõe seu agressor. Como visto, tais campanhas pedem pela denúncia. Não se cale. Ligue. Denuncie. Não esconda. A mulher estaria, então, fadada a ser agredida e silenciar? A construção discursiva de tais campanhas aponta para uma mulher que não é só vítima, mas que também possui parcela de responsabilidade pela própria situação em que vive.

Como já mencionado, algumas das peças que serviram de mote para as reflexões aqui empreendidas foram divulgadas em meios que possuíam segmentação de público, como no caso das revistas. Contudo, vale ressaltar que não se tratam de veículos voltados, especificamente, para o público feminino. Ora, se o homem é o agressor, não seria mais contundente que as campanhas o tomassem como público-alvo? Covarde. Agressor. Criminoso. Por que não se dirigir, diretamente, ao agente causador deste tipo de violência? É na e pela prática do silenciamento que, muitas vezes, as formações discursivas fortalecem seus discursos, ditando os modos de ser e pensar.

Referências

ALGUNS NÚMEROS SOBRE A VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES NO MUNDO. **Campanha Compromisso e Atitude pela Lei Maria da Penha.** Outubro, 2016. Disponível em: <<http://www.compromissoeatitude.org.br/alguns-numeros-sobre-aviolencia-contras-mulheres-no-mundo/>>. Acesso em 03 jan. 2018.

ANJOS, Carlos. Violência Doméstica: os números da vergonha nacional. In: **Correio da Manhã**. Janeiro, 2015. Disponível em: <http://www.cmjornal.pt/mais-cm/domingo/detalhe/violencia_domestica_os_numeros_da_vergonha_nacional>. Acesso em 10/10/2016.

ASSOCIAÇÃO DE APOIO ÀS VÍTIMAS (APAV). **Missão e Visão**. Disponível em: <http://www.apav.pt/apav_v3/index.php/pt/apav/visao-missao>. Acesso em 09 out. 2016.

_____. **Tropeçaram em cheio na maçaneta da porta**. 2011. Disponível em: <<https://www.facebook.com/APAV.Portugal/photos/a.184549938226772.53399.180704148611351/1169222623092827/?type=3&theater>>. Acesso em 9 out. 2016.

_____. **Noiva**. 2012. Disponível em: <https://www.apav.pt/apav_v3/index.php/pt/384-campanha-apav-25-novembro-dia-internacional-pela-eliminacao-da-violencia-contra-as-mulheres>. Acesso em 30 jan. 2018.

AUTHIER-REVUZ, Jacqueline. **Entre a transparência e a opacidade: um estudo enunciativo do sentido**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas, SP: Pontes, 1997.

MORAES, Roberta. Casa Sofia inova em ação para combater a violência contra a mulher. In: **Mundo do Marketing**. Março, 2015. <<https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/33221/casa-sofia-faz-acao-contra-violencia-domestica.html>> Acesso em 30 jan. 2018.

ONU (Organização das Nações Unidas). Conselho Social e Econômico. **Relatório do Trabalho de Grupo na Violência contra a Mulher**. Viena, Nações Unidas, 1992.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **A linguagem e seu funcionamento**. Campinas: Pontes, 1996.

_____. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2005.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.

_____; FUCHS, C. A propósito da Análise Automática do Discurso: atualizações e perspectivas. In: GADET, F; HAK, T. (Orgs.) **Por uma Análise Automática do Discurso: introdução à obra de Michel Pêcheux**. Campinas: Ed. Unicamp, 1993.

POSSENTI, Sírio. **Apresentação da Análise do Discurso**. In: Glotta, 12. São José do Rio Preto, Unesp, 1990.

SEIS DADOS QUE REVELAM A GRAVIDADE DA VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER NO BRASIL. **Revista Super Interessante**. Outubro, 2015. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/comportamento/6-dados-que-revelam-a-gravidade-da-violencia-contra-a-mulher-no-brasil/>>. Acesso em 03 jan. 2018.

VML. **Vídeo de divulgação Fake up**. 2015. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=RRm6GyjKTAM>. Acesso em 30 jan. 2018.

Femvertising: ode às mulheres?

Juliana Karina Voigt

Na turnê *The Joshua Tree Tour 2017*, o grupo musical irlandês U2 usa parte do show para fazer uma homenagem às mulheres, os músicos demonstram admiração por algumas representantes historicamente importantes no cenário feminista. A frase “*Women of the world unite*” (Mulheres do mundo, unam-se), que faz alusão à comemoração de cinquenta anos do direito ao voto feminino, em Nova Iorque, aparece projetada no telão durante o encômio.

No concurso de beleza “Miss Peru 2018”, as candidatas, quando questionadas sobre suas medidas corporais, responderam, como forma de protesto, dados da violência contra a mulher em seu país de origem: “2.002 casos de feminicídio reportados nos últimos nove anos no meu país”, foi a resposta de uma das 23 candidatas ao título. Similarmente, o *Cirque du Soleil*, maior companhia circense do mundo, em sua apresentação no Brasil e na América do Sul, em 2017, exibiu o espetáculo *Amaluna*, que trazia um elenco predominantemente feminino e tinha o objetivo de celebrar o poder da feminilidade.

Acolá, na Arábia Saudita, as mulheres receberam autorização para obterem licença para dirigir. O país era, até setembro de 2017, o único que

proibia as mulheres de ocuparem o lugar de motorista. No Globo de Ouro 2018, evento norte-americano que realiza premiações a profissionais de cinema e da televisão, as atrizes participantes compareceram vestidas de preto e acompanhadas de ativistas. O traje simbolizava repúdio aos casos de assédio na indústria cinematográfica.

Outro exemplo de grande repercussão é a campanha liderada pela cantora norte-americana Beyoncé, *#banbossy*²⁵ (banir o termo *bossy*, que significa mandona, em inglês), que tem como *slogan* a frase: “*Encourage girls to lead*” (Incentive meninas a serem líderes). A campanha Ban Bossy é promovida pela organização *Lean In*, da diretora do *Facebook*, Sheryl Sandberg. O objetivo central é que as pessoas parem de chamar as mulheres de mandonas ou teimosas e deixem de limitar, por meio de palavras, o futuro das garotas.

Em decorrência de alguns episódios, como os supracitados, percebe-se que agora é a “vez delas”, das mulheres. “Empoderamento” e “feminismo” são palavras que têm ganhado muito espaço nas atuais condições de produção. Feminismo, por exemplo, foi eleita a palavra do ano de 2017 pelo dicionário da editora *Merriam-Webster's*, nos Estados Unidos. A palavra ocupou o topo do ranking no número de buscas feitas na internet.

Concomitantemente, observou-se que a publicidade segue essa mesma linha e tem aderido ao que se nomeia como *Femvertising*, palavra inglesa que surge da união dos termos *Feminism* (Feminismo) e *advertising*

²⁵ Disponível em: <http://banbossy.com/>.

(publicidade) e remete à ideia de que a publicidade pode contribuir com o empoderamento das mulheres. Será?

Tendo como suporte teórico a Análise de Discurso francesa, buscar-se-á responder à indagação a partir de um olhar reflexivo sobre a maneira de produzir campanhas publicitárias inseridas no *Femvertising*, levando em consideração as condições de produção e a ordem capitalista vigente.

FEMVERTISING

Algumas empresas multinacionais, como a Dove, buscaram trazer estampadas em suas campanhas diferentes estereótipos de mulheres. Para tal, a empresa criou uma ação com ênfase na “real beleza” feminina. Com vídeos que circularam o mundo, a campanha alavancou consideravelmente as suas vendas. A campanha “Retratos da Real beleza”, produzida pela agência brasileira Ogilvy Brasil, teve muita visibilidade e o seu vídeo foi considerado o mais assistido da história do *YouTube*, em 2013, com mais de 164 milhões de acessos. Na produção, um artista forense desenha retratos-falados de mulheres de acordo com a autodescrição de cada uma. Posteriormente, uma terceira pessoa descreve essa mulher, o que resulta em uma descrição menos crítica. O vídeo evidenciou a insegurança das mulheres em relação às suas aparências e se engajou em retratar a “real beleza” de cada uma delas, mostrando que elas eram muito mais belas do que se viam.

Outra empresa que apostou nessa estratégia foi a *Always*, que

elaborou a campanha “*Like a girl*”, em 2014, e conquistou milhares de fãs ao redor do mundo. Com o intuito de romper com a cristalização de sentido da frase “como uma garota”, na ideia de realizar alguma atividade como uma menina, a campanha buscou significar o enunciado como algo positivo, mostrando que “correr como uma garota” poderia significar, conforme diz na campanha, “correr o mais rápido que você puder”.

Pode-se observar que essas empresas já trabalhavam dentro da proposta do *Femvertising*. O conceito, por sua vez, 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. A partir de uma pesquisa elaborada pela empresa norte-americana de mídia digital *SheKnows Media*, chegou-se à conclusão, entre outros dados, que: 52% das entrevistadas já compraram um produto pela maneira 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 acreditam que ser retratadas como símbolo sexual na publicidade é prejudicial.

A partir dos resultados verificados com a pesquisa, a chefe executiva da agência *Sheknows Media*, Samantha Skey, foi a mediadora de uma sessão intitulada: “*Femvertising - Women Demand More as Their Piece of the Purchasing Pie Grows*” (*Femvertising*- Mulheres demandam mais conforme o seu poder de compra aumenta), que aconteceu no evento publicitário citado anteriormente e tinha como propósito apresentar o termo *Femvertising* aos participantes.

De acordo com a idealizadora do debate, as publicidades inseridas no *Femvertising* têm o objetivo de inspirar as mulheres e permitir que as marcas construam conexões mais profundas e significativas com esse importante grupo de consumidores.

Acreditando que os anúncios, além de vender produtos e serviços, têm a capacidade de impulsionar valores e conceitos, outra sessão da Advertising Week 2014, inserida na temática “inovação”, intitulada Rethinking marketing to women (Repensando o marketing para as mulheres), ganhou repercussão colossal. Com o objetivo de conversar 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”. E, a partir destas reflexões, as campanhas publicitárias passam a ser inseridas no *Femvertising*.

Desde a época de sua formulação, criou-se, também, o *#FemvertisingAwards*, uma premiação que busca incentivar as campanhas pró-feministas e homenagear as marcas que rompem com as barreiras de gênero. O ano de 2017 foi marcado pelo direito à igualdade de salários. Fato que ganhou espaço nas mídias sociais, no contexto, foi a escultura “Menina destemida”, colocada em frente ao famoso touro de Wall Street, em Nova Iorque, em homenagem ao dia internacional da mulher.

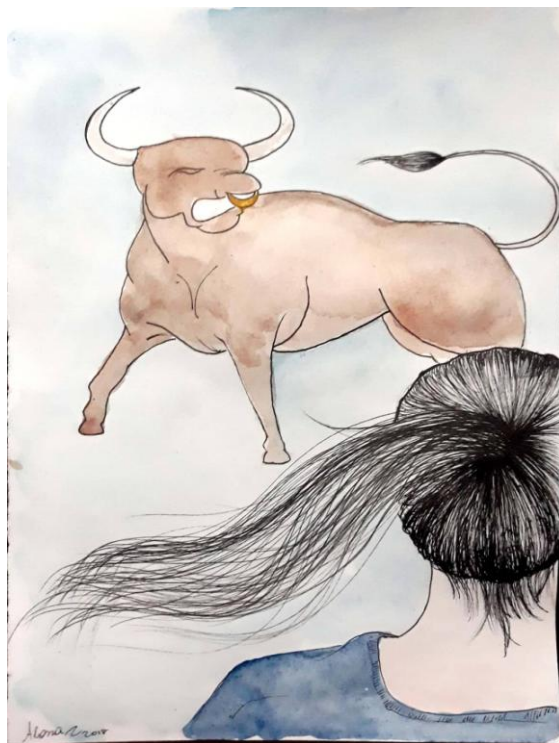


Ilustração: Alana Cardoso

A estátua do touro simboliza o poder financeiro da bolsa de valores, e a menina, como pode-se notar na reprodução abaixo, aparece em posição de protesto, o que propõe uma reflexão sobre os direitos das mulheres e a resistência feminina frente a um mercado financeiro que, ainda, privilegia os homens.

No cenário nacional, as agências publicitárias, de um modo geral, também mostram a preocupação com o assunto. A diretora de criação Thaís Fabris, iniciou o projeto 65|10 que tem como objetivo discutir o papel da mulher na publicidade. 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”²⁶.

A agência de propaganda *heads*, por sua vez, divulgou uma pesquisa²⁷ sobre a maneira como a publicidade brasileira retrata homens e mulheres. Analisou 2,8 mil comerciais e divulgou que ainda há a divisão de papéis sociais rígidos entre os homens e as mulheres. De acordo com a pesquisa, 45% dos comerciais recorrem 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, ainda, que 65% das mulheres não se sentem representadas pelas campanhas publicitárias usuais e que R\$ 21 milhões de reais é o investimento em mídia que reforça estereótipos de gêneros. A diretora de planejamento da *heads*, Carla Alzamora, lidera o projeto “Todxs por elas”, que trabalha com os princípios de igualdade de gênero.

Nota-se que há uma preocupação recorrente com o termo igualdade de gênero e entender que esses “papéis rígidos” ocupados pelos sujeitos do sexo feminino e do sexo masculino são constituídos historicamente, ou, como afirma Kehl (2016), são significantes que representam, além de uma diferença anatômica, o pertencimento a um de dois grupos: “homem” e “mulher”, carregados de significações imaginárias, é de extrema relevância para o presente estudo.

²⁶ Dados disponíveis em: <<http://meiacincodez.com.br>>.

²⁷ Dados disponíveis em:
<http://www.heads.com.br/uploads/Heads_Todxs.pdf>.

Sabe-se que, 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. Isto é, a lacuna entre o que era produzido para o público masculino e para o público feminino era enorme.

Observa-se, analogamente, que por muito tempo a publicidade (e não só ela) ressignificou os sentidos sobre o que é “ser” mulher na sociedade, produzindo referenciais de acordo com o que constituía a feminilidade tradicional, ou seja, aquilo que carregava o sentido naturalizado de ser mulher; ou, como afirma Kehl (2016), evidenciava-se o que cada mulher deveria ser para ser verdadeiramente mulher.

A publicidade, com efeito, produzia campanhas direcionadas a essa “mulher”, i.e., ao sentido da palavra “mulher” que estava cristalizado na sociedade. Seguindo os pressupostos de Pêcheux (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 socio-históricos nos quais cada palavra é reproduzida. Em vista disso, entende-se que as campanhas publicitárias eram elaboradas tendo como base esse “sentido” suscitado pela palavra “mulher” à sua época.

Logo, é possível observar que o *Femvertising* surge sob o efeito de uma maneira “diferente” de elaborar as publicidades direcionadas ao público feminino.

Exemplo relevante no contexto aconteceu com as publicidades 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 Patrícia Lessa (2005), a publicidade utilizava-se enormemente do corpo feminino, recriado a fim de mobilizar desejos, sonhos, prazeres e a necessidade de consumir.

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 seis ilustradoras para recriarem pôsteres antigos da marca, sob um novo olhar. A ação lançada para o dia da mulher foi criada pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi e veiculou um vídeo de pouco mais de um minuto mostrando as reelaborações das imagens, que deram menos ênfase ao corpo feminino e exploraram mais a diversidade de cores e estilos. A diretora de Marketing da Skol, Maria Fernanda de Albuquerque, afirmou, em entrevista, que a campanha Reposter “não é uma forma de pedir desculpa, é uma forma de evoluir junto com o mundo, sem negar o

que aconteceu de fato"²⁸. Além da reelaboração, a ação da Skol buscou retirar os cartazes de campanhas antigas de bares e estabelecimentos.

Exemplo semelhante foi o proposto pela marca *Heineken*. Com o slogan “Mulher também curte futebol”, a empresa lançou uma campanha internacional, no mínimo, curiosa. No ensejo, três casais heterossexuais foram convidados 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. Assim, 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?

Observa-se que carregando a bandeira de luta pela igualdade de direito de gêneros, o *femvertising* é, também, um movimento da publicidade que não nega a sua relação com o capital. A consultoria Think Eva é um exemplo disso. Composta por três mulheres, o empreendimento busca, desde 2015, ensinar a publicidade a respeitar a mulher e também a lucrar com isso. Autointitulando-se como “Núcleo de inteligência do

²⁸ Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/skol-lanca-acao-para-trocar-cartazes-machistas-de-bares.ghtml>

feminino”, a consultoria afirma que seu propósito “*é criar uma conexão entre as necessidades reais do público feminino e os valores das marcas*”. Dado que se torna expressivo uma vez que as mulheres são responsáveis por 40,5% dos lares brasileiros, representam 51,2% dos empreendedores que iniciam negócios, movimentam 20 trilhões de dólares anualmente e, em 86% dos lares brasileiros, elas participam ou são responsáveis pelas decisões de compra²⁹. De acordo com a consultoria, esses novos dados são significativos para a mudança nas estratégias de marketing das empresas.

Depreende-se, assim, que os processos discursivos da publicidade e essa “nova proposta” para “representar o público feminino” estão diretamente relacionados ao poder de compra das mulheres. Por isso, questiona-se: qual é o efeito de sentido de ser “mulher” hoje? Quais são as “necessidades reais do público feminino”? O que efetivamente está em jogo ao produzir uma campanha publicitária: respeitar a mulher? Ou lucrar com isso?

O poder de consumo

Analisar os efeitos de sentido gerados pelas publicidades atuais vai além de evidenciar um discurso persuasivo, é, também, uma análise histórica e de processos ideológicos e econômicos que auxilia na compreensão do papel social exercido pelos sujeitos. Refletir sobre o termo

²⁹ Disponível em: <<http://report.thinkeva.com.br/feminismo-compromisso-inegociavel/>>.

Femvertising e avaliar como as marcas estão vendendo empoderamento às mulheres é uma maneira de analisar esse conceito sob um viés discursivo. É, ainda, uma forma de dizer que a mulher tem poder para a publicidade, mas, no caso em questão, o poder é o da compra. Observa-se que existe uma aparente libertação, que não se desvincula do ato de consumir.

Vale ressaltar que falar sobre o empoderamento e as campanhas publicitárias feministas é tido como o que pode e deve ser visto hoje na publicidade sobre as mulheres. O que fica passível de comprovação quando toda a produção publicitária é respaldada pelo Conselho Nacional de Autorregulamentação publicitária (Conar). A organização não governamental é constituída por publicitários e profissionais de outras áreas e tem como objetivo *“impedir que a publicidade enganosa ou abusiva cause constrangimento ao consumidor ou a empresas e defender a liberdade de expressão comercial”*. O CONAR apresenta um comitê de ética e ali, por meio de denúncias, analisa a permanência ou não de determinadas campanhas publicitárias. No ano de 2016, por exemplo, o comitê de ética do CONAR puniu sete campanhas por possuírem elementos considerados machistas.

Depreende-se, dessa forma, que há, na publicidade nacional, um órgão que trabalha na regulamentação das campanhas e, a partir de um código de ética, ele afirma o que pode e o que não pode ser veiculado no Brasil. Para Orlandi (2017) vê-se, aqui, o funcionamento da forma-sujeito histórica, a do capitalismo, com a ilusão do sujeito como origem de si, que diz que todos são iguais perante a lei e, por isso, são, também, passíveis de

receber punições. Mascara-se o que Althusser (1970) vai chamar de efeito ideológico elementar:

Como todas as evidências, incluindo as que fazem com que uma palavra <<designa uma coisa>> e <<possua significação>> (portanto incluindo as evidências da <<transparência>> da linguagem), esta <<evidência>> de que eu e você somos sujeitos - e que esse facto não constitui problema - é um efeito ideológico, o *efeito ideológico elementar*. (ALTHUSSER, 1970, p. 95)

Ao contrário dessa liberdade de ações e de escolhas, o sujeito é tido no presente estudo como assujeitado. Lembrando que “não se está dizendo totalmente, parcialmente, muito, pouco ou mais ou menos” assujeitado, (ORLANDI, 2001, p. 100). Defende-se, aqui, o que Pêcheux (2014) define como forma-sujeito do discurso, ou seja, o sujeito inserido na ideologia.

Observa-se que, tanto para o sujeito publicitário, quanto para o sujeito consumidor fica apagado como os processos ideológicos constituem a ideia de empoderamento feminino na publicidade brasileira, circulando, apenas, sob o imaginário de ser algo que deve ser dito de uma maneira, algo óbvio, que só pode ser assim. O sujeito imagina-se como fonte do seu dizer. “O funcionamento ideológico provoca as ilusões descritas: apaga-se para o sujeito o fato de ele entrar nessas práticas histórico-discursivas já existentes” (MARIANI, 1998, p. 25).

Por meio de um efeito parafrástico, as campanhas do *Femvertising*, de shampoo a roupas, de bebida alcoólica a carros, corroboram esse

sentido de evidência, visto que, como se sabe, a paráfrase é “a matriz do sentido, pois não há sentido sem repetição, sem sustentação no saber discursivo”, conforme Orlandi (2005, p. 38). Logo, as campanhas inseridas no *Femvertising* reiteram uma repetição que molda os parâmetros da publicidade a fim de que ela reproduza o que pode ser dito, levando em conta as condições de produção, isto é, às condições nas quais determinado discurso está inserido, ou como afirma Pêcheux (1993) as circunstâncias de um discurso.

Inserida nas atuais condições de produção, a formação discursiva (FD), entendida, de acordo com Pêcheux (2014), como aquilo que, numa formação ideológica dada, determina o que pode e deve ser dito, do *Femvertising* mostra-se preocupada com *as necessidades reais do público feminino* e, por esse motivo, acredita que a publicidade deva ser elaborada de forma diferente de outrora.

Passível de reflexão é compreender que as palavras, para a teoria que dá suporte a esse trabalho, como já mencionado, não têm sentido literal. O sentido está relacionado às FDs. Ou seja, “isso equivale a afirmar que as palavras, expressões, proposições etc., recebem seu sentido da formação discursiva na qual são produzidas” (PÊCHEUX, 2014, p. 147). Ou seja, quando se fala em *necessidades reais* de um público, no caso em questão, fala-se da necessidade inserida no *Femvertising*, que nada mais é do que a necessidade do consumo, uma vez que a produção publicitária tem como objetivo final a venda de um produto. O sentido da palavra “mulher” também é outro. Para o *Femvertising*, falar sobre “mulheres” é

falar sobre “aquelas que detêm a maior parte do poder de consumo das famílias”.

Para melhor compreender a questão acima, ancorar-se-á nos estudos de Althusser (1970), que caracteriza a ideologia como uma instância que tem uma existência material e se articula com o domínio da economia. Em relação ao sistema econômico capitalista, Althusser afirma que a infraestrutura, ou seja, a base econômica domina a superestrutura; isto quer dizer que a base econômica exerce poder sobre as instâncias político-jurídicas e ideológicas dentro de uma sociedade. Fato que se torna de grande relevância para a análise dos efeitos de sentido de qualquer produção inserida na ordem capitalista. Dessa forma, muitas vezes, apaga-se, para o sujeito consumidor, que “os fatos econômicos são a base e causa determinante dos fenômenos históricos e sociais” (ORLANDI, 2016, p.13)

Logo, o *Femvertising* surge e ganha força juntamente com a ascensão das mulheres no mercado de trabalho. Em um processo histórico, a relação *mulher X trabalho* passou por transições. De acordo com Engels e Marx (1998), a partir da sociedade escravista, a divisão do trabalho também aconteceu no âmbito familiar. A mulher era excluída do trabalho produtivo social, uma vez que neste processo “o trabalho doméstico da mulher perdia agora sua importância, comparado com o trabalho produtivo do homem; este trabalho passou a ser tudo; aquele, uma insignificante contribuição” (ENGELS, 2002, p. 157).

Num panorama histórico, é sabido que a mulher lutou para conquistar o seu espaço e também emancipação, seja ela no núcleo familiar

ou relacionada à autonomia financeira. As sociedades, de maneira geral, apresentavam-se (e apresentam-se ainda) calcadas em preceitos patriarcais. Em escritos históricos, vê-se que “pelo menos desde a Revolução Agrícola, a maior parte das sociedades humanas tem sido sociedades patriarcais que valorizam mais os homens do que as mulheres” (HARRARI, 2017, p. 158). Em virtude disso, sabe-se que a divisão do trabalho se constituiu como uma problemática à mulher.

A partir do século XVIII, nota-se que a participação no mercado de trabalho, assim como a representação política das mulheres sofre um processo de mudança. Vê-se despontar, de lá para cá, grandes conquistas. O direito ao voto, obtido pelas sufragistas, em 1918, na Inglaterra é um dos exemplos. Válido é ainda retomar a escrita de Simone de Beauvoir (2016) que, desde os anos 1940, analisou o papel convencionado ocupado pela mulher na sociedade. No Brasil, o direito ao voto aconteceu a partir de 1932, tendo como principal articuladora a bióloga Bertha Lutz. Esses dados mostram que, numa trajetória histórica, as mulheres lutaram para ter acesso à educação e aos direitos civis.

O resultado dessa longa jornada mostra-se em pesquisas mais recentes e está, basicamente, centrada na inserção da mulher no mercado de trabalho. Dados do IBGE, por exemplo, afirmam que os lares chefiados por mulheres aumentaram 67% entre 2004 e 2014 no país. O poder de consumo delas também é mais alto, fato que impulsionou a temática “mulheres” a aparecer como central em editoriais de economia, em *sites*, revistas e jornais. Atualmente, elas estampam capas de revistas, falam

sobre faturamento, são chefes de família, buscam pela igualdade salarial e consomem. A expansão financeira das mulheres alarmou o mercado da publicidade que se viu obrigado a mudar as estratégias para manter e explorar, cada vez mais, um novo nicho mercadológico: as mulheres que detêm o próprio dinheiro.

Assim, o *Femvertising*, trabalhando com a dicotomia: Feminismo e Publicidade, gera uma mistificação sobre o empoderamento feminino, uma vez que, para a publicidade, a mulher “empoderada” é, exclusivamente, aquela que consome. O que não está em jogo, para a publicidade, é o “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 a sua livre vontade, a *ocupar o seu lugar*. ” (PÊCHEUX; FUCHS, 2014, p. 162).

Considerações finais

As reflexões inseridas no presente estudo não pretendem desmoralizar o trabalho do *Femvertising* ou abordá-lo como algo destituído de préstimo. Ao contrário disso, acredita-se que a nova maneira de elaborar campanhas publicitárias para as mulheres sirva, sim, como um alerta ao público, pois chama a atenção para um movimento social que há tempos vem lutando por igualdade.

O que, de fato, buscou-se elucidar foi que o *Femvertising*, inserido nas atuais condições de produção, nada mais é do que a proposta de

explorar um nicho mercadológico em expansão. Fazendo uma analogia com o papel da linguagem, para a teoria que dá suporte a esse trabalho, Henry (1993, p. 26) afirma que “a linguagem serve também para comunicar, mas essa é apenas a parte emersa do iceberg”. Sabe-se que a linguagem serve, inclusive, para não comunicar.

Logo, empoderar as mulheres e dizer que as campanhas do *Femvertising* estão centradas nas necessidades “reais” desse público, é apenas a parte emersa, o visível do iceberg. É o que fica passível de observação quando avistamos de longe. Mais do que analisar e compreender o *Femvertising* como um recurso da publicidade, deve-se entendê-lo como um processo discursivo, ou seja, como um acontecimento histórico, ideológico e fruto de uma instância econômica predominante.

Algumas perguntas podem ser feitas para que a afirmação anterior fique mais contundente. Será que o *Femvertising* seria uma realidade se as mulheres não estivessem inseridas no mercado de trabalho? Se as manchetes dos jornais financeiros não fossem estas: “Número de lares chefiados por homens cai pela 1ª vez no país, diz IBGE” e “Mulheres ganham espaço no mercado de trabalho”, as agências preocupar-se-iam com as mulheres a ponto de remodelar a maneira de planejar a publicidade para esse público? A resposta é não.

Dessa forma, tendo como foco central de pesquisa o discurso, ou seja, “a possibilidade dos múltiplos sentidos e não a informação factual e mensurável” conforme Orlandi (1996, p. 138), nota-se que o *Femvertising*, mesmo trazendo uma abordagem distinta de outra época, não trabalha

com uma ruptura. Por isso, é possível observar que a reprodução das relações de produção permanece intacta. O mercado publicitário é movido por lucros. Se as mulheres hoje podem consumir, elas são, apenas, mais um alvo.

Referências

ALTHUSSER, L. **Ideologia e Aparelhos Ideológicos do Estado**. Tradução de Joaquim José de Moura Ramos. Lisboa: Editorial Presença/Martins Fontes, 1970.

BEAUVOIR, S de. **O segundo sexo**. Volume 1: fatos e mitos. Tradução de Sérgio Milliet. 3 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016.

BOAS, B V. **Número de lares chefiados por homens cai pela 1ª vez no país, diz IBGE**. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/brasil/5205177/numero-de-lares-chefiados-por-homens-cai-pela-1-vez-no-pais-diz-ibge>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2018.

ENGELS, F. **Origem da família, da propriedade privada e do Estado**. São Paulo: Centauro, 2002.

FINK, B. **O sujeito Lacaniano: entre a linguagem e o gozo**. Tradução de Maria de Lourdes Sette Câmara. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1998.

FREITAS, J. **"Me senti no céu!", diz saudita sobre permissão histórica a mulheres no volante**. Disponível: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/2017-09-27/mulheres-arabia-saudita-dirigindo.html>>. Acesso em 23 de novembro de 2017.

HARRARI, Y. N. **Sapiens - Uma breve história da humanidade**.

Tradução Janaina Marcoantonio. 21. ed. Porto Alegre, RS: L&PM Editores, 2017.

HENRY, P. Os fundamentos teóricos da "análise automática do discurso" de Michel Pêcheux (1969). (p. 13 a 38). In: GADET, Françoise & HAK, Tony. **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. (Tradução Bethânia S. Mariani et al.). 2. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.

KEHL, M. R. **Deslocamentos do feminino: a mulher freudiana na passagem para a modernidade**. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

LESSA, P. **Mulheres à venda: uma leitura do discurso publicitário nos outdoors**. Londrina: Eduel, 2005.

MARIANI, B. **O PCB e a imprensa: Os comunistas no imaginário dos jornais (1922-1989)**. Rio de Janeiro: Revan. Campinas: UNICAMP, 1998.

MARX, K.; ENGELS, F. **A ideologia alemã**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

ORLANDI, E. P. **A Linguagem e seu funcionamento: as formas do discurso**. 4. ed. Campinas, SP: Pontes, 1996.

_____. **Discurso e Texto: Formulação e Circulação dos Sentidos**. Campinas, SP: Pontes, 2001.

_____. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes, 2005.

_____. Nota introdutória à tradução brasileira. In: CONEIN, Bernard, COURTINE, Jean-Jaques [et al.] (Orgs). **Materialidades Discursivas**. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 2016.

_____. **Eu, Tu, Ele-Discurso e real da história**. Campinas, SP: Pontes editores, 2017.

PÊCHEUX, M. Análise Automática do Discurso (AAD-69). In: GADET, Françoise & HAK, Tony (Orgs). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. Tradutores Bethânia S. Mariani [et al.] Campinas, SP: Editora da Unicamp, 1993.

_____. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.

PÊCHEUX, M; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, F.; HAK, T. (Org). **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux**. (Tradução Bethânia S. Mariani *et al.*). 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.

Portal Brasil. **Mulheres ganham espaço no mercado de trabalho**. Disponível em: <<http://ww.brasil.gov.br/economia-e-emprego/2017/03/mulheres-ganham-espaco-no-mercado-de-trabalho>>. Acesso em 28 jan. 2018.

PINHEIRO, M. **Candidatas a miss no Peru fazem protesto contra violência sexual**. Disponível em: <<https://cosmopolitan.abril.com.br/estilo-de-vida/candidatas-a-miss-no-peru-fazem-protesto-contraviolencia-sexual/>>. Acesso em 23 nov. 2018.

RISTOW, Fabiano. **Análise: Globo de Ouro 2018 será lembrado por protestos contra assédio sexual**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/analise-globo-de-ouro-2018-sera-lembrado-por-protesto-contrassedio-sexual-22264123>>. Acesso em 15 jan. 2018.

Mulher e consumo na revista Nova: digo-lhe o que compras e também o que és³⁰

Franciele Luzia de Oliveira Orsatto

Sobre o jornalismo e a imprensa, pode-se pensar que seu objetivo principal é disseminar informações ao grande público. Para uma visão idealizada, os veículos de comunicação dão voz à sociedade, fazem circular ideias, levam fatos ao conhecimento de todos etc. Seguindo essa linha, a mídia é vista como o “quarto poder”, o “cão de guarda” dos valores da sociedade. Em artigo sobre o declínio do jornalismo, Dawes (2013) conta que, em mais de 30 anos entrevistando jornalistas candidatos a emprego, perguntava: “Por que os jornais são publicados?”. Nenhuma resposta o satisfaz: “Até hoje ninguém com formação numa faculdade de Jornalismo soube dar a resposta – que, naturalmente, é dar lucro ao *publisher*”. (DAWES, 2013, s. p.).

Seja no que se refere ao jornalismo, seja à mídia em geral, não se pode deixar que uma visão ingênua prepondere sobre o fato de que, em última instância, a obtenção de lucro é o principal objetivo de um veículo

³⁰ Este texto, com adaptações, é parte da tese de doutorado “Outra mesma imagem de mulher: a representação do feminino na revista Nova”, defendida no Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Letras, na Universidade Estadual do Oeste do Paraná – Unioeste, orientada pelo prof. Dr. João Carlos Cattelan.

de comunicação - ao menos, em se tratando da grande imprensa. Qualquer veículo é uma empresa e não pode subverter a lógica de mercado da qual faz parte; antes, ele a legitima. Assim, uma revista, por exemplo, não pode negar o fato de que precisa lucrar para viabilizar todo o aparato material necessário para permanecer no mercado. Não é possível, pois, que ela se coloque fora ou acima da sociedade, como um espaço insular impermeável à ideologia e às relações de classe. E se “a propaganda é a alma do negócio”³¹, pode-se dizer que “a publicidade é a alma da revista”. Não apenas porque a revista precisa criar uma imagem positiva de si, mas também porque a publicidade (de seus anunciantes) está entranhada em suas páginas.

Assim, publicidade e “informação” são dois elementos essenciais presentes no objeto de estudo deste capítulo, a revista *Nova* - e na formação discursiva que ela constitui, doravante FD-*Nova*. Optou-se por tratar a revista como constituindo uma formação discursiva (FD) - que é o espaço onde se origina um conjunto virtual de enunciados possíveis, que materializa formações ideológicas (FIs), conforme aponta Pêcheux (1969/2010) - tendo em vista que a revista produz enunciados coerentes, que mantém entre si certa unidade. *Nova* adota uma determinada linha editorial, que orienta o conteúdo jornalístico e publicitário. Isso não significa, porém, que ela não seja atravessada por outros discursos, os

³¹ O termo “propaganda” é associado ao esforço de propagar concepções ideológicas, com o objetivo de inculcar ideias e modificar comportamentos, enquanto o termo “publicidade” é relacionado à divulgação de produtos e serviços, em sentido mais comercial. No Brasil, o termo é, muitas vezes, utilizado indistintamente.

quais assume e legitima ou nega. Em alguns momentos, por exemplo, discursos advindos da FD feminista e FD machista vem à tona, como será possível visualizar nas análises que seguem. E é a partir do movimento discursivo que ocorre no interior de sua FD, sempre em relação com outras FDs, que a revista se constitui como publicação direcionada a uma “nova mulher brasileira”, que surge após a emergência do feminismo.

Originada como versão nacional da norte-americana *Cosmopolitan*, *Nova* circula no país desde 1973, quando se propõe a abordar temáticas alheias ao ambiente doméstico, ao contrário de outras publicações existentes, e tratar do tema sexualidade de maneira impensável antes. Na década de 1980, *Nova* chegou a ser censurada por sua abordagem considerada ousada, sob a alegação de que feria a ordem moral (CHINEM, 1995). Ainda hoje, a revista permanece direcionada à mulher solteira, da faixa etária entre 20 e 35 anos. Ao longo dos mais de 40 anos de circulação, há um laço forte na revista que não se desfez, entre o que é considerado “informação” e a publicidade, isto é, o estímulo ao consumo que gera o lucro incontornável de que fala Dawes (2013).

Pensando nisto, o presente texto tem por objetivo investigar como a revista *Nova* trata a questão do consumo, por meio da análise de sequências discursivas (SDs), publicadas em diferentes períodos. Parte-se da ideia de que, ainda que se demarque “informação” *versus* publicidade, tal separação não garante que o que é apresentado com pretensiosamente informativo seja publicado sem qualquer razão financeira. De forma explícita ou não, o aspecto financeiro exerce uma influência inexorável

sobre a seleção e a edição do conteúdo. O que é apresentado como neutro nunca o é, pois se constrói no interior de uma FD que materializa uma FI, a partir de determinadas condições de produção; não é, portanto, imune à ideologia.

Com o que foi dito até aqui, pode-se concluir que levar ao consumo é um elemento da FD-*Nova*, pois, como qualquer veículo de comunicação, a revista conta com a publicação de anúncios que objetivam o consumo. De uma maneira ou de outra (quanto mais criativa melhor), o leitor é chamado a atender ordens que podem ser todas traduzidas como: “consume!”. Produtos e serviços são anunciados e, no espaço restante, a revista é preenchida com “informação”. Porém, embora os anúncios publicitários sejam “assinados” pelas empresas e o conteúdo editorial seja “assinado” pela revista, a FD em que esses textos circulam é a mesma e influencia a forma como todo esse material produz efeitos de sentido. De acordo com o Mídia Kit de *Nova*, as leitoras acreditam que os anúncios são endossados pela redação (EDITORA ABRIL, 2014). Pode-se pensar, portanto, que a influência em outro sentido também ocorre: o que é produzido pela redação é endossado pela publicidade. O que se quer demonstrar não é que há uma organização maquiavélica e antiética a favor da manipulação da “informação”, mas que certa influência é inevitável.

Como não é apenas no espaço publicitário que se faz referência ao consumo, nos editoriais fotográficos de moda, há detalhes sobre o preço e a marca dos produtos usados pelas modelos. O fato de não se fazer um apelo direto ao consumo – já que apenas se “informa” o preço e a marca –

não invalida que haja um estímulo à compra. Isso ocorre desde que as primeiras edições, como se vê na SD1, retirada do texto “Bonita dentro de casa”, de maio de 1974:

(SD1) Ele chega e a coisa mais bonita que tem dentro de casa é você. Você maravilhosa, descontraída como quem não quer nada... mas querendo. [...]

De repente, você inventa um jantar. [...] Claro que esse vestido de crepe da Mônaco (Cr\$ 900,00), com o cinto dourado da Blow Up (Cr\$ 200,00) e a pulseira da Via Veneto (Cr\$ 80,00) vão ofuscá-lo e ele, certamente, mal tocará na comida. Mas se o jantar é mesmo para valer, você ficará mais à vontade no vestido de patchwork da Krishna (Cr\$ 900,00) [...]

Ele vai chegar tarde [...] E você, você está pronta [...], num vestido de crepe, superdecotado (da Mônaco, Cr\$ 900,00), modelo Louis Azzaro, que pede um abraço [...].... (Revista *Nova*, 05/1974, p. 94).

Como é comum nos ensaios, a diagramação destaca as imagens e os segmentos verbais aparecem para complementá-las. O objetivo da imagem é a conquista ao primeiro olhar, para, então, levar a leitora a conferir o que é apresentado como detalhe – a marca da roupa, quanto custa etc.: “o vestido de crepe da Mônaco (Cr\$ 900,00)”, o “cinto dourado da Blow Up (Cr\$ 200,00)”... Aos produtos, são atribuídas características positivas, embora isso não seja feito diretamente, como aconteceria por meio do uso de adjetivos. Em vez de afirmar que os produtos são *atrativos*, diz-se que “vão ofuscá-lo” [o homem]; em vez de dizer que o vestido é *confortável* ou *sensual*, diz-se que “você ficará mais à vontade”; e que “pede

um abraço”. Usa-se o apelo sensorial em vez da adjetivação direta. A caracterização dos produtos é feita para esclarecer que, com eles, a mulher pode ser “bonita dentro de casa”. Mesmo na intimidade, infere-se que a mulher pode (ou deve) ficar bonita; para isso, deve consumir os produtos indicados.

Nessa SD, é significativa a associação da mulher ao ambiente doméstico e do homem ao espaço público, ao mundo do trabalho: é ele quem chega após um dia de trabalho e encontra a mulher impecável o esperando. Por mais que a *FD-Nova* procure se construir como falando para uma “nova mulher”, percebe-se que “velhos discursos” atravessam o que é dito. Assim, o que faz parte do discurso da FD machista, de que à mulher é reservado o espaço do lar e ao homem é o mundo do trabalho, retorna. A “nova mulher” de *Nova* ainda vive a “velha” realidade, que, ao ser escrita, acaba sendo naturalizada: ela espera o homem em casa, deve estar bonita e agradável para recebê-lo, prepara o jantar e cuida de seu bem-estar. Quando se diz que a mulher é a “coisa mais bonita que tem dentro de casa”, deve-se atentar para a seleção lexical: “coisa” deixa “escapar” um efeito de sentido associado à FD machista, segundo o qual a mulher é um objeto a mais, igualada aos outros tantos. Vem à tona um efeito de sentido segundo o qual a mulher é um objeto ornamental à disposição do “uso” masculino. Estar bonita dentro de casa não é um cuidado para si mesma, mas para o homem. Por mais que *Nova* queira se dirigir à “nova mulher”, essa mulher ainda precisa ser construída; dizeres advindos de uma FD machista ainda ecoam fortemente.

Além dos editoriais de moda e da publicidade, a menção a produtos também aparece em outras partes da revista, como é possível notar em “É natural? Está na moda e faz bem!”, publicada em novembro de 1979. Trata-se de uma nota que traz informações sobre empresas que investiam em produtos naturais:

(SD2) Os tecidos em fibras naturais estão com tudo. Calcinhas, [...], em puro algodão, são, por exemplo, a novidade que a Valisère está lançando. E também nos tratamentos de beleza a tendência é a procura cada vez maior do natural. Exemplo disso é a Natura, indústria de cosméticos que só trabalha com matérias-primas naturais; [...]. (Revista *Nova*, 11/1979, p. 79)

Na SD2, é dito à leitora o que está na moda. E, não por coincidência, o que está na moda é o que as empresas estão colocando à venda no mercado. Nota-se, então, um ciclo: a mulher precisa comprar porque está na moda e está na moda porque as empresas estão vendendo. Neste sentido, o consumo direciona o que é considerado como informação pela revista. Longe da neutralidade, os produtos são apresentados com um detalhamento que acaba por adjetivá-los: “os tecidos *em fibras naturais* estão com tudo”, ou seja, estão na moda; as calcinhas “*em puro algodão* são, por exemplo, a novidade que a Valisère está lançando”. Observa-se que o que é apresentado como exemplo – ou seja, algo complementar – é aquilo que justamente, do ponto de vista financeiro, é importante para a revista e para a empresa citada: o nome da empresa detentora dos produtos. O mesmo ocorre na sequência do texto: “E também nos tratamentos de

beleza a tendência é a procura cada vez maior do natural. *Exemplo disso é a Natura*”.

As empresas que estão lançando os produtos não são consideradas “notícia”; a “notícia” é que os produtos naturais estão na moda – e as empresas apenas estão investindo nisso. O nome das empresas, portanto, aparece como exemplificação da informação central. De forma indireta, uma imagem positiva das empresas citadas é construída, já que a qualidade de seus produtos é reforçada.

Como mostram as SD1 e S2, a *FD-Nova* se configura como um espaço em que, na maciça maioria dos momentos, “informação” e publicidade se entrelaçam e se reforçam. Porém, não se pode resumir o conteúdo da revista a esse conteúdo híbrido explicitamente, já que a publicação traz, em outros textos, temas variados, que não se ligam ao consumo, de um modo tão evidente.

Na edição de novembro de 1979, em que foi publicada a SD3, há textos que tratam de sexo, trabalho, política, educação, decoração, celebridades, relacionamentos e beleza, sem fazer menção a produtos ou empresas específicas – o que não neutraliza o fato de que se vise ao consumo de ideias e valores sociais estabelecidos. Além disso, também são discutidas questões relacionadas à condição da mulher, como é possível notar na SD3:

(SD3) Discriminação na linguagem:

“Todos os homens são iguais”, reza a Declaração Universal dos Direitos Humanos. Mas, se só os homens

são iguais, qual é a condição da mulher? Superior? Inferior?

Na realidade, não é nada disso. No caso, tudo não passa de uma confusão linguística, não de intenção. Através dos tempos, a linguagem incorporou a realidade social e, portanto, a superioridade que o sexo masculino sempre se atribuiu acabou se refletindo na forma de expressão das pessoas. [...]

Hoje, depois de anos de reivindicação dos movimentos feministas, surge uma nova conquista: a eliminação da discriminação sexual na linguagem. É o exemplo de algumas publicações americanas, como a revista *U.S. News and World Report*, que propõe uma lista de palavras ou expressões que podem substituir as de caráter discriminatório. [...] (Revista *Nova*, 11/1979, p. 76).

A SD3 discute como a linguagem manifesta o que se constrói nas relações sociais. Dada a padronização unitária existente na língua, isto explicaria o fato de o gênero masculino ter um *status* de superioridade na vida, inclusive, sendo usado o masculino, quando ocorrem generalizações. Nesta SD, é perceptível o discurso ancorado sobre a FD feminista: atribuiu-se aos movimentos feministas a “nova conquista” da “eliminação da discriminação sexual na linguagem”. Embora o discurso da FD-*Nova* tenha um tom otimista, a análise da SD3 permite perceber que a revista afirma a existência de uma contradição, o que seria um motivo para não comemorar o fim da discriminação. Antes, diz que “Através dos tempos, a linguagem incorporou a realidade social”, o que faz concluir que a vida concreta dos homens é refletida na linguagem; depois, diz-se que houve a conquista do fim da discriminação na linguagem. Mas deve-se perguntar:

eliminar o uso de determinados termos na imprensa ou evitar a flexão de gênero masculina é o bastante para acabar com a discriminação – se ela está presente não só na língua, mas principalmente na realidade social? Pode-se caracterizar esta visão como ingênua e demasiadamente otimista, quando a avaliamos com o suporte de Pêcheux (1969/2010; 1983/2010; 2009), de Pêcheux e Fuchs (1975/2010) e da AD francesa: as palavras não são dotadas de um sentido imanente, mas ganham sentido a partir da posição de quem as emprega – que o faz, por sua vez, inserido numa FD que materializa uma FI. Dito de outro modo, as palavras produzem efeitos de sentido devido à relação que estabelecem com a exterioridade; e, sendo construídos na conjuntura de um processo histórico, estão sujeitos a mudanças. O que é pejorativo e discriminatório hoje pode não ser amanhã, assim como a palavra supostamente “neutra” para substituir a palavra discriminatória pode passar a ser associada a sentidos pejorativos; e é provável que seja, pois, o efeito de sentido pejorativo ou discriminatório tende a sobredeterminar o termo substituto.

Com a reflexão apresentada acima, não se objetiva cobrar a revista por não fazer uma abordagem aprofundada da discriminação, já que isto não é seu foco. O que é relevante para este estudo é o fato de *Nova* levantar o tema para o debate. A preocupação de *Nova* com abordar questões como essa, nesse momento, é significativa.

Na edição de outubro de 1981, também há menção a produtos em outros espaços além do editorial fotográfico e dos anúncios, como exemplifica a SD4, da matéria “Mais beleza por menos dinheiro”:

(SD4) Maquilagem completa, com um só produto

Uma maquilagem laranja [...] rápida, bonita e que você faz com um único produto: The Blusher (Terra Cotta) de Helena Rubinstein. A fórmula e a consistência do produto permitem que ele seja aplicado nos olhos, como sombra, na boca, como batom e nas faces, como blush, sem qualquer risco de alergia e com perfeitos resultados estéticos. A mesma maquilagem sai à noite, com um pouco mais de sofisticação: pó translúcido cobrindo o rosto todo, lápis preto contornando os olhos e muito rímel nos cílios. (Revista *Nova*, 10/1981, p. 105)

Na SD4, observa-se o elogio a um cosmético específico. Com o “The Blusher”, segundo *Nova*, é possível fazer uma maquiagem completa sem usar outro produto. Além disso, destaca-se que o produto oferece “perfeitos resultados estéticos”, “sem qualquer risco de alergia”. A *perfeição* que se atribui ao produto, que pode ser usado de dia ou de noite (é versátil!), marca o caráter híbrido do texto. Embora se apresente como “informação” de autoria da revista, apresenta um objetivo publicitário “dissimulado”. Mais uma vez, percebe-se uma espécie de “falha” marcada no uso da linguagem: enquanto, no título, diz-se que é possível fazer uma maquiagem completa com um só produto, no final do texto, afirma-se que a maquiagem para a noite exige um “pó translúcido”, um “lápis preto” e “muito rímel nos cílios”. O que se pode notar é que a promessa do título não pode ser cumprida, pois é apenas uma “armadilha” de linguagem para chamar a atenção da leitora.

Ainda na mesma edição, nota-se que a condição da mulher

continua tendo espaço na revista, como mostra a sequência a seguir:

(SD5) De olho no preconceito

Tarefa viril

No mural do Instituto de Biologia da U.F.R.J. foi afixado um aviso do Cyanamid Química do Brasil Ltda. Pedia biólogo ou farmacêutico, com conhecimento de inglês, biblioteconomia e datilografia, de 30 anos. Sexo masculino. Pergunta-se: que tarefa biológica é essa que só um homem pode executar? Maria Cristina Soares - Rio de Janeiro (Revista *Nova*, 10/1981, p. 86).

Reproduzindo o discurso de uma leitora, a *FD-Nova* instiga a reflexão sobre o preconceito de gênero, mostrando acontecimentos que denunciam sua existência. A restrição ao sexo masculino para a candidatura à vaga de emprego anunciada é apresentada como um exemplo de preconceito, como o título afirma explicitamente: ele afirma que é preciso ficar “de olho”. *Nova* aponta que a discriminação de gênero ainda existe e é preciso estar atento para combatê-la; a denúncia apenas se explica, porque essa atitude é vista como maléfica e desrespeitosa. No subtítulo, detecta-se um efeito de ironia: fala-se em “tarefa viril” não para afirmar que, no decorrer do dito, alguma tarefa exclusivamente masculina será mencionada, mas para mostrar como é questionável o fato de uma empresa não ter interesse em contratar uma mulher para atuar como bióloga ou farmacêutica. A ironia só pode ser percebida, quando se observa o texto em todo o seu conjunto, considerando-se sua inserção na *FD-Nova*. Levando em conta as condições de produção em que esses

dizeres são produzidos, marcadas historicamente pela situação desprivilegiada da mulher no mercado de trabalho, colocar a execução de uma “tarefa biológica” como algo másculo mostra-se ridículo e sem justificativa plausível. É assim que a ironia do subtítulo se constitui, oferecendo indícios para que a pergunta apresentada seja meramente retórica: “que tarefa biológica é essa que só um homem pode executar?”. Não se trata de uma dúvida real, mas de um movimento para mostrar que a questão já tem uma resposta, dada pela *FD-Nova* e não pela *FD machista*. A transcrição da carta da leitora busca, pois, valorizar o posicionamento contra a discriminação de gênero.

O que a revista tenta fazer, com a abordagem do anúncio criticado, é construir uma imagem positiva de si, procurando mostrar-se atualizada sobre os problemas que a mulher vivencia. Trata-se de uma tentativa de cooptar a leitora para que ela faça parte de um público fiel, que, mensalmente, consumirá a revista em busca de “informações” – supostamente transparentes, mas sempre opacas – e discussões de seu interesse.

Apesar de discutir a condição da mulher em momentos mais pontuais, a cada edição, *Nova* continua valorizando o consumo. Em fevereiro de 1984, a revista parece ter intensificado ainda mais essa relação. Nessa edição, devido a uma parceria da revista com diversas empresas, todos os produtos mencionados poderiam ser adquiridos com descontos obtidos com cupons disponíveis na publicação. Segundo *Nova*, como é destacado em seu editorial, o objetivo era ajudar a leitora “a fazer

economia mesmo” (Revista Nova, 02/1984, p. 03). Fica evidente, assim, o comprometimento do que é apresentado como informação pela revista com o aspecto financeiro que a guia: as marcas parceiras são valorizadas, ditando, indiretamente, o que é relevante para a abordagem da publicação.

Nota-se que, ao firmar um compromisso com determinadas marcas, a revista limita a abordagem, silenciando os nomes de empresas que não são suas parceiras e enaltecendo aquelas que lhe favorecem. Afirma-se que o interesse da leitora é colocado como primordial – e, assim, o tipo de interesse que se supõe que ela tenha, em primeiro lugar, vem à tona. O ponto aonde se quer chegar é que, para a *FD-Nova*, o maior interesse da leitora é consumir – apresentado, eufemisticamente, como economizar (sem citar que, para economizar, nesse caso, é preciso comprar). Logo, obter informação é um objetivo secundário da “nova mulher” para a qual *Nova* direciona seu discurso.

A referência a produtos é sempre frequente em *Nova*, como mostra o texto “A nova bolsa Chanel”, de agosto de 1991:

(SD6) A NOVA BOLSA CHANEL é o complemento mais perfeito para quem quer *mesmo* andar na moda. Em vez do clássico modelo de couro preto, é em matelassê de camurça ou cetim e tons suaves de azul, rosa e palha. Com delicadas alças de pérolas em lugar de correntes douradas. (Revista *Nova*, 08/1991, p. 54).

O texto apresenta um informe novo: o lançamento da “nova bolsa

Chanel". Mais do que informação, há uma adjetivação explícita; o produto é considerado "o complemento mais perfeito para quem quer *mesmo* andar na moda". Por meio do modalizador "mais" que modifica o adjetivo "perfeito", reforça-se uma comparação implícita com outros produtos e marcas: a bolsa Chanel, portanto, é melhor do que outras bolsas ou acessórios que a mulher poderia vir a usar. No mesmo enunciado, o modalizador "mesmo", em itálico, intensifica como a bolsa é um item indispensável para quem quer seguir a moda à risca. Ao valorizar esse efeito, constrói-se que andar *mesmo* (de verdade) na moda é importante e/ou necessário - o que facilmente "desliza" para significar que importante e/ou necessário também é possuir uma bolsa Chanel. Dessa forma, nota-se uma materialização da ideologia, ditando o que deve ser valorizado no espaço da FD-*Nova*.

Comparando edições mais antigas com mais atuais, é possível perceber que, com o passar do tempo, a menção a produtos torna-se cada vez mais presente na revista, como se nota na SD seguinte:

(SD7) São tantas e tão irresistíveis as promessas de beleza que às vezes fica difícil manter a cabeça no lugar. Antes que seu cartão de crédito "escorregue" de novo para o balcão da loja, dê uma olhada nestes kits de maquiagens:

[...]

Um hidratante adequado ao seu tipo de pele - oleosa, por exemplo, corre o risco de brilhar mais que um holofote se você passar um creme gorduroso. Com protetor solar, você encontra o Soin du Jour, da Anna Pegova (R\$ 33,90).

[...]

É festa! Vale gastar um pouco mais. Comece com Fondo

Tinta In Crema, [...], da Frais Monde (R\$28,70) [...].

[...]

Não dá para fechar as gavetas às 6 horas, passar um batonzinho e sair para a happy hour. [...] Mantenha à mão, na nécessaire, [...] o Sabonete Líquido Facil Hydra System, da Johnson's (R\$13,98). (Revista *Nova*, 09/1996, p. 72).

Retirado da matéria “O que eu compro? Arsenal básico para ficar bonita”, de agosto de 1996, o recorte revela como é evidente a indicação de produtos pela revista. Confrontando o título com o que é dito a seguir, nota-se como a *FD-Nova* aparenta demarcar fronteiras com outros tipos de discurso, neste caso, com o publicitário. A revista parece guiar a leitora, fazendo-a distinguir o que é indispensável para ficar bonita e o que não é (o que a publicidade não faz). Aparentemente, a *FD-Nova* se diferencia da publicidade por não apelar diretamente à consumidora, apresentando-lhe promessas de beleza e tentações; ela não se apresenta como responsável por fomentar essas promessas, mas aparentemente se distancia delas, aconselhando a leitora. *Nova* se coloca como quem vai ajudá-la a “manter a cabeça no lugar” e, para isso, direciona sua ação antes que o cartão de crédito seja usado aleatoriamente (que é o que a publicidade estimula). A partir do que é dito, aciona-se o pré-construído de que a mulher não sabe controlar os gastos do cartão de crédito – que emerge acompanhado da ideia estereotipada de que toda mulher quer um marido ou namorado com crédito gordo no cartão. Enquanto, em superfície, há um confronto entre a publicidade, que estimula o consumo desenfreado, e a *FD-Nova*,

que estimula o consumo com responsabilidade, destaca-se a solidez do ponto em comum entre os dois discursos. Tanto numa quanto noutra, há o estímulo ao consumo. Para economizar, é preciso consumir; para não deixar que o cartão de crédito “escorregue”, é preciso conhecer os kits de maquiagens: mas qual é a utilidade de conhecê-los senão para comprá-los?

Um dos itens que devem compor o kit de maquiagem indispensável é um hidratante, cuja marca é indicada. Note-se que a injunção ao consumo é clara, já que comparar o brilho da pele ao brilho de um holofote é uma forma veemente de intensificar que é necessário adquirir um hidratante específico.

Ainda na SD8, nota-se que, apesar de o início da SD aparentar ser um aconselhamento no sentido da economia, há um trecho que indica permissão para gastar: “É festa! Vale gastar um pouco mais”, seguido da indicação de diversos produtos. Dessa maneira, a necessidade de economizar se coloca como inferior à necessidade de ficar bonita para uma festa. Aliás, a necessidade de ficar bonita não é invalidada nunca por essa FD. Por isso, mesmo depois de dia de trabalho, a mulher deve estar impecável para a *happy hour*. E esta tarefa não é simples; porém, torna-se simples, se a mulher usar os produtos indicados.

Na SD8, além da menção a produtos, há outro ponto que chama a atenção, que é a relação com o corpo feminino fora dos padrões preconizados como ideais:

(SD8) Como Izabela, uma rechonchuda assumida e feliz, você pode, sim, explorar a sensualidade com cores

vibrantes, decotes, peles e até meia arrastão. Chega de se esconder atrás de básicos pretos. Acredite em si mesma e enfatize o over.

Jaqueta de couro, da Evidence, R\$560; blusa de tricô, da Mixed, R\$108; [...] sandálias, da NK Store, R\$290. (Revista *Nova*, 06/2000, p. 156).

A SD8 faz parte de um editorial fotográfico intitulado “Grandiosa”, publicado em junho de 2000. Como é comum nos editoriais de moda, há um ensaio fotográfico acompanhado da descrição e preço dos produtos usados. Nesse editorial, nota-se algo incomum, que é a necessidade de falar a respeito da modelo; enquanto em outros, o foco é dado somente aos produtos, nesse é preciso justificar por que a modelo Izabela – que não se enquadra no padrão normalmente encontrado na revista, caracterizado por corpos magros e bem torneados – foi escolhida. Não é uma escolha “óbvia”, portanto, colocar uma modelo acima do peso considerado ideal para posar num ensaio. Ao colocá-la, pode-se pensar, a princípio, que a revista está relativizando o padrão de corpo ideal, mostrando que uma modelo acima do peso é tão bela quanto uma modelo magra; porém, não se pode desconsiderar que a modelo aparece na revista acompanhada de uma “justificativa”, numa matéria “especial”.

Ela não aparece ao lado de modelos magras, sendo tratada, discursivamente, da mesma maneira. É preciso afirmar que ela é “rechonchuda e feliz”, o que permite a construção do seguinte efeito de sentido: “feliz, apesar de rechonchuda”. O título do ensaio também merece ser comentado: o termo “grandiosa” é utilizado, porque pode ser

lido, polissemicamente, como “magnífica, esplêndida” ou “de dimensões avantajadas”. No mesmo fio intradiscursivo do que é dito na sequência, é possível pensar que o título sustenta, nas entrelinhas, que é possível ser “magnífica/esplêndida, apesar de grande”. De qualquer forma, as dimensões avantajadas precisam ser justificadas; ser grande é apresentado como defeito que dificulta a felicidade, a escolha de roupas etc. É o fato de isso ser visto como problema que explica a existência do direcionamento do ensaio, cujo objetivo é mostrar que, apesar de fora dos padrões, a mulher pode tentar se vestir bem, usar decotes, peles etc.

Na sequência, aconselha-se à mulher a acreditar em si mesma, deixando de se esconder atrás dos básicos pretos. A partir do dito, pode-se inferir que a mulher a quem *Nova* se dirige é a que se identifica com a modelo, ou seja, uma mulher “rechonchuda”, que se veste discretamente para não realçar suas formas. “Preto emagrece” é, inclusive, uma dica presente nas revistas. Contrapondo-se ao conselho já conhecido, *Nova* oferece outro para mostrar que, apesar de “rechonchuda”, a mulher não precisa usar apenas roupas básicas pretas. Em outras palavras, ela pode usar roupas diferentes – o que se traduz em *consumir* mais – se “acreditar em si mesma”. A leitora é aconselhada, ainda, a “ênfatisar o over”, ou seja, a realçar o “excesso”. Embora se tente construir o sentido de que o excesso pode ser visto como positivo, em outros espaços, o “over” é negativo, como excedente deselegante e exagerado: eis um efeito de sentido que atravessa o dizer presente e não pode ser ignorado.

Em edições mais atuais de *Nova*, há uma seção que lista o que é

considerado “sexy” e o que é “over”. Assim, não se pode dizer que o excesso é tratado como algo bom ou natural; ainda deve ser eliminado. O que se nota, pois, é uma valorização da mulher acima do peso como consumidora, que pode adquirir produtos tanto quanto a mulher magra, o que não invalida que ela deva buscar se adequar ao padrão. Em outras palavras, ela “pode, sim, explorar a sensualidade com cores vibrantes, decotes, peles”, mas pode (ou deve), também, tentar emagrecer, adequar-se ao padrão etc. – objetivo que deverá ser atingido com o auxílio de uma infinidade de produtos disponíveis no mercado.

Enquanto em edições mais antigas de *Nova* pode-se perceber discussões sobre a condição da mulher – como mostram as SDs 3 e 5, além de matérias sobre política e economia –, as edições mais novas não trazem essas temáticas. Até 1996, havia artigos de opinião e colunas específicas de política e economia. Aos poucos, essas seções desaparecem. Antes, havia espaço, por exemplo, para textos de Marina Colasanti, sobre a condição da mulher, de Alberto Dines, sobre economia e política, e uma coluna sobre cinema assinada por Rubens Ewald Filho. Esses espaços deram lugar a seções de moda, beleza e consumo. Em março de 2008, por exemplo, há uma coluna assinada por Marco Antônio, cabeleireiro de celebridades. É desse processo que foi retirada a sequência a seguir:

(SD9) Mulheres, aproveitem!

Já parou para pensar como é bom ser mulher nos dias atuais? Não há limitações para ficar mais bonita, mais sexy, mais poderosa. Eu, na próxima vida, gostaria de nascer com o rosto da Isabeli Fontana, o corpo da Gisele

Bündchen e a inteligência da Oprah. Gostaria também? Mas, se isso não acontecer, não será o fim do mundo... E sabe por quê? Porque, hoje, você pode ser o que quiser: É BAIXINHA? Nada que um salto 15 não resolva. [...] TEM POUCO CABELO? Você pode virar uma Rapunzel da noite para o dia. Basta recorrer a uma extensão, [...] megahair. [...] ESTÁ BRANQUINHA DA SILVA? Sem problemas. Tem jet bronze, autobronzeador, pó bronzant... [...] APARECERAM PÉS-DE-GALINHA? Dá para acabar com elas assim, vapt-vupt, com a invenção do século, o Botox. FALTA PEITO? É possível se transformar em uma Pamela Anderson e jurar para o gato que seus lindos e fartos seios são (claro!) originais de fábrica. NASCEU MORENA? Você não tem que ser uma eterna índia Potira, com o cabelo escuro. É seu direito virar uma rainha escandinava, seja lá qual for a sua origem. Pense nas loiras Beyoncé e Sabrina Sato. (Revista *Nova*, 03/2008, p. 28).

Os efeitos de sentido suscitados por essa SD remetem, em superfície, a uma visão positiva da mulher. É bom ser mulher, porque “não há limitações para ficar mais bonita”. Em outras palavras, o cuidado com a beleza é colocado como uma vantagem – que só faz sentido em confronto com o sexo masculino, que não poderia ter a mesma atitude. O cuidado com a beleza, assim, não é apresentado como uma injunção que se deve cumprir; é, ao contrário, uma “dádiva” concedida à mulher. Ao afirmar que não há limitações para buscar a beleza, constrói-se o sentido de que a mulher pode (flexão verbal que, facilmente, parece deslizar para “deve”) buscar tratamentos e produtos para “consertar” o que a natureza

lhe forneceu. Se ela não nasceu com o rosto da Isabeli Fontana, o corpo da Gisele Bündchen e a inteligência da Oprah, ela pode mudar essa realidade. Não se abre espaço para discutir que “ser como quiser” é atender um padrão reforçado na *FD-Nova*. É apenas uma coincidência que isto equivalha a ser exatamente como o padrão pregado. O suposto benefício de ser mulher é tamanho que leva o autor da coluna a enunciar que gostaria de ser mulher (bela e inteligente) na próxima vida.

O que é listado em forma de pergunta acaba revelando características negativas que impedem a mulher de ser bonita e precisam ser “consertadas”: ser baixinha, ter pouco cabelo, não estar bronzeada, ter pés-de-galinha etc. Para cada problema, segundo essa FD, há uma solução apontada. Antes de analisar essas soluções, é preciso observar que, se, no início do texto, falava-se da beleza do rosto e do corpo de duas modelos e da inteligência de Oprah, todos atributos positivos, nenhum problema se refere à falta deste último. A falta de inteligência é ignorada, quando são citados os problemas a serem resolvidos. Todo o destaque é dado à beleza, colocada como o mais importante atributo da mulher, aquilo que ela precisa buscar incessantemente.

Quanto às soluções mostradas, observa-se que há o estímulo ao consumo de produtos relacionados à aparência: “um salto 15” para a baixinha, “extensão, megahair” para quem tem pouco cabelo, “jet bronze, autobronzeador, pó bronzant” para a mulher “branquinha da silva”, Botox para quem tem pés de galinha, implantes de silicone para a mulher com seios pequenos e tintura as morenas. Em outras palavras, a beleza é

acessível a quem pode adquirir os produtos necessários para “consertar” a natureza. É possível concluir que a mulher bela é alta, de cabelos longos e loiros, é bronzeada, parece jovem e tem seios fartos. A índia (apresentada, com certo desdém, como índia Potira), a negra (Beyoncé) e a oriental (Sabrina Sato) são vistas como inferiores em sua naturalidade; só são consideradas bonitas à medida que alteram o corpo para ficarem mais próximas ao padrão.

Enquanto na SD9 há um estímulo ao consumo sem citar marcas específicas, em outros momentos, *Nova* traz explicitamente o nome de empresas consideradas de qualidade. Enquanto edições antigas tinham essas menções restritas ao editorial fotográfico, em edições mais novas, é cada vez mais comum observá-las em outros espaços, como demonstra a SD abaixo:

(SD10) Uma mulher chique sabe...

Pronunciar o nome das grifes sem engasgar.

BALENCIAGA Para se referir àquela bolsa da Carol Dieckman, diga ba-lan-ci-a-ga, ensina a editora de moda Juliana Ali.

HERMÈS Sim, muita gente fala ermê. Mas, segundo o presidente da grife, Patrick Thomas, o certo é... ér-méz.

VICHY Não é vixe, não. A editora de beleza Giuliana Cury conta que a pronúncia da marca de cosméticos é vixí [...]. (Revista *Nova*, 02/2010, p. 100).

Nessa sequência, três marcas são citadas e apresentadas como “grifes”, isto é, empresas que vendem artigos de luxo. Para ser “chique”, mostrando-se como elegante e requintada, a leitora deve saber conhecer e

pronunciar adequadamente o nome das marcas. Não precisa ser dito que mais “chique” ainda será a mulher comprar produtos dessas grifes. Assim, o consumo é valorizado e, com ele, também a aparência: não basta ter poder aquisitivo para comprar os produtos de luxo; é preciso, além disso, saber pronunciar as marcas como se elas fizessem parte do cotidiano da mulher, ainda que não façam. A mulher deve se mostrar familiarizada com marcas e comportamentos associados ao luxo, mesmo não tendo condições de bancá-lo. De qualquer forma, o luxo deve ser almejado, pelo *status* que agrega a quem usa os produtos de marca, identificando a classe social do consumidor. A valorização de grifes é vista também no texto “10 presentes que toda mulher de *Nova* gostaria de ganhar”, o qual é transcrito parcialmente, por questões de espaço:

- (SD11) 6. Uma bolsa mais cara que o salário do mês. Ou de três meses – cartão de crédito existe para isso. [...]
8. Uma joia, embalada numa caixinha azul-turquesa da Tiffany – como diria Marilyn Monroe, diamantes são os melhores amigos das mulheres.
9. Uma casa na praia para dar as festas incríveis do verão. [...]
10. Um sapato Louboutin – toda mulher fica mais poderosa em cima deste salto vermelho. (Revista *Nova*, 09/2011, p. 178).

Assim como na sequência anterior, enfatiza-se a importância de ter produtos de luxo, símbolos de *status* financeiro privilegiado. As marcas Tiffany e Louboutin são mundialmente conhecidas como representativas desse universo. O efeito de sentido construído na FD-*Nova* a partir do que

é dito só é possível, porque se parte do pré-construído de que a mulher valoriza joias e sapatos caros. Ao mesmo tempo em que parte da crença de que a leitora valoriza esses produtos, *Nova* também atua para modificar suas condições de produção. Assim, ela reforça o posicionamento de quem já o aceita e, de maneira indireta, busca persuadir que isso é positivo e aceitável, enfim, que é o que *toda* mulher gostaria de ganhar.

O estímulo ao consumo também pode ser notado na dica 6, segundo a qual toda mulher gostaria de ganhar uma bolsa mais cara que o salário do mês. A qualidade ou a utilidade da bolsa são detalhes; o que importa é seu preço: se é uma bolsa de grife, ela é objeto de desejo e a mulher precisa tê-la – ou precisa ao menos desejá-la para se enquadrar nas mulheres “normais”, para essa FD. Outro ponto que merece ser observado é que o desejo de ter uma bolsa cara é maior do que a consideração por aquele que é responsável por pagá-la. Se quem oferece o presente caro não tem dinheiro para pagá-lo, a solução é simples: deve endividar-se no cartão de crédito. É possível que o presente seja dado à leitora por ela mesma, que decide presentear a si própria; independentemente de quem seja o comprador, a necessidade de consumir para atingir a satisfação, ainda que passageira, é evidente e está acima de outras preocupações.

Além disso, ao afirmar, na dica 8, que “diamantes são os melhores amigos das mulheres”, reforça-se a ideia de que a mulher coloca o dinheiro acima de tudo, inclusive dos relacionamentos (os diamantes não são *bons* amigos, mas *os melhores* amigos). Assim, reatualiza-se parte da memória discursiva, segundo a qual as mulheres são interesseiras, fio

discursivo presente em piadas e ditos populares. Não se trata, portanto, de valorizar inocentemente o diamante como um presente (que, aliás, só é valorizado porque é caro), mas de, além disso, contribuir para o fortalecimento de um estereótipo do que é ser mulher para essa FD.

No item 10, em que se afirma sobre o sapato Louboutin que “toda mulher fica mais poderosa em cima deste salto vermelho”, deve-se destacar que o poder, para a FD-*Nova*, está relacionado à aparência. A beleza (conferida pela “feminilidade” do salto alto vermelho) e o dinheiro (ostentado pela grife), portanto, são a combinação infalível para que a mulher seja “poderosa” e possa exercer esse poder frente a outras pessoas. Não se questiona o fato de usar o salto por força de um poder coercitivo, silencioso, que aparece travestido em “liberdade subjetiva”.

Neste texto, foram analisadas nove SDs relacionadas ao consumo e duas SDs (uma de 1979, outra de 1981) que se desviaram da rota principal, mas foram mencionadas por constituírem o “outro” das SDs relativas ao foco principal. Não é gratuito o fato de essas SDs que representam esse “outro” fazerem parte das edições mais antigas, visto que determinadas temáticas e tipos de discurso foram desaparecendo da revista ao longo das edições, conforme já se comentou. Pode-se afirmar que *Nova* passou por um processo de silenciamento. Enquanto alguns temas foram silenciados (política, economia e discussões sobre a condição da mulher), valorizou-se ainda mais a questão do consumo.

Procurando mostrar esse ponto, compararam-se duas edições, de setembro de 1980 e de julho de 2012. Essas edições foram escolhidas por,

respectivamente: finalizar a primeira década em que a revista circulou e por ser a edição mais recente analisada. Ainda que alguns anos tenham passado, acredita-se que a conclusão a que se chegou continua válida – e é provável que o que se aponta tenha se intensificado ainda mais.

Por questões de espaço, apenas serão destacados os pontos mais relevantes desta análise. Em setembro de 1980, a seção “Nova conta tudo” traz, em 5 páginas, 20 textos, dos quais apenas um, sobre maquiagem, cita três marcas de produtos. Ainda nesta edição, há um ensaio fotográfico, ocupando 20 páginas, no qual há identificação de marca e preço dos produtos. As demais páginas são preenchidas com dicas de livros, discos e filmes, coluna sobre assunto de interesse político, um perfil do boxeador Muhammad Ali e outro de Nelson Rodrigues, matéria a respeito do prazer sexual, artigos de opinião sobre planejamento familiar, crônica de Marina Colasanti, conto de Guimarães Rosa, entre outros textos.

Na edição de julho de 2012, a menção a produtos é bem mais numerosa, aparecendo em 15 textos. As demais páginas contêm dicas de livros, filmes e sites, entrevista com atriz, enquete sobre “looks” femininos, matérias sobre nutrição, vida a dois, conquista amorosa, estresse, prazer sexual, entre outros textos. Embora não seja o objetivo deste estudo fazer um levantamento numérico, confrontar as duas edições possibilita reforçar o que pode ser intuído para além da mensuração.

Observa-se que a *FD-Nova* não pode ser vista desconsiderando-se seu caráter histórico – o que implica afirmar que ela é um espaço de permanências, mas, ao mesmo tempo, está sujeita a modificações. Assim

se explicam as alterações feitas para atender a necessidades da instância econômica, que, embora sejam notadas, não sinalizam uma profunda transformação em seu discurso. Com essa comparação, procurou-se dar luz a um silenciamento que pode passar despercebido quando são analisadas as SDs de forma independente. Porém, o que deixa de ser dito ao longo das décadas é tão constitutivo da *FD-Nova* quanto aquilo que é linguisticamente materializado. A zona do silêncio é fundamental para a formulação dos efeitos de sentido que emergem. Como afirma Orlandi (2007), o silêncio é um componente essencial: “sem silêncio não há sentido, sendo que o silêncio não é apenas um acidente que intervém ocasionalmente: ele é necessário à significação” (ORLANDI, 2007, p. 45).

Ao ignorar discussões sobre a condição da mulher, política e economia, nota-se que a *FD-Nova* deu um contorno mais preciso à segmentação. Sobre a edição de 1980, não seria, portanto, incoerente que a abordagem sobre o boxeador Muhammad Ali e o dramaturgo Nelson Rodrigues, por exemplo, fossem veiculados em outros suportes de comunicação, de público não restrito às mulheres. Porém, com o passar dos anos, o que pode ser considerado como *também* despertando o interesse do homem passou a ser silenciado. Assim, a *FD-Nova* foi moldando uma imagem de mulher a partir daquilo que considera ser seu interesse específico. E, como é possível notar pelas SDs examinadas, beleza e consumo são temáticas centrais, consideradas intrínsecas ao “universo feminino”. Buscar atender a um padrão de beleza e consumir é o que transforma a leitora em mulher, para essa FD.

Na abordagem que *Nova* realiza sobre consumo, há a valorização de produtos considerados essenciais para a felicidade feminina. Ao mesmo tempo em que a revista forma uma rede de dizeres que “argumentam” nesse sentido, ela o faz com o cuidado de tentar criar uma boa imagem de si. Assim é possível explicar por que há outros dizeres que não se referem explicitamente ao consumo, assim como por que o incentivo ao consumo é disfarçado de “informação”. Se houve a ascensão de referências explícitas a marcas e produtos, pode-se pensar que isso se deve a mudanças nas condições de produção a partir das quais os dizeres emergem. Se, na época de seu lançamento, *Nova* precisava dissimular melhor sua vocação enunciativa, com a consolidação de uma sociedade pautada no modo de produção capitalista, marcada pela mulher no mercado de trabalho, a revista pode focalizar ainda mais o que lhe é essencial – a saber, o incentivo ao consumo.

Assim, ao dizer o que a mulher *deve comprar*, *Nova* molda uma imagem do que a mulher *deve ser* (consequência do ter). Trata-se de um dever ser ligado ao que é favorável ao lucro: a mulher deve consumir roupas, sapatos, maquiagens – de preferência, de grife; deve modificar seu corpo quando este não atende ao que é considerado bonito, fazendo bronzeamento, implantando silicone, colocando *mega-hair*... As SDs analisadas reforçam, portanto, que é no consumo em que desemboca a maioria das explicações sobre por que a revista diz o que diz.

Referências

CHINEM, R. **Imprensa alternativa: jornalismo de oposição e renovação**. São Paulo: Ática, 1995.

DAWES, T. O declínio do jornalismo. **Observatório da imprensa**. 12/08/2013, ed. 733. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed733_o_declinio_do_jornalismo>. Acesso em: 24 set. 2014.

EDITORA ABRIL. **Mídia Kit Nova Cosmopolitan**, 2014. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais>> Acesso em: 20 out. 2014.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, ano 40, n. 7, jul. 2012.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, ano 39, n. 9, set. 2011.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, ano 38, n. 2, fev. 2010.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, ano 36, n. 3, mar. 2008.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, ano 28, n. 6, jun. 2000.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, ano 24, n. 8, ago. 1996.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, ano 19, n. 8, ago. 1991.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, n. 125, fev. 1984.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, n. 97 out. 1981.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, n. 80, set. 1980.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, n. 74, nov. 1979.

Nova Cosmopolitan. São Paulo, n. 8, maio. 1974.

ORLANDI, E. P. **As formas do silêncio**: no movimento dos sentidos. 6. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2007.

PÊCHEUX, M.; Análise automática do discurso (AAD-69). In: GADET, F. HAK, T. (Org). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Editora da Unicamp, 1969/2010.

_____; FUCHS, C. A propósito da análise automática do discurso: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, F. HAK, T. (Orgs). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Editora da Unicamp, 1975/2010.

_____. A análise de discurso: três épocas (1983). In: GADET, F. HAK, T. (Orgs). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Editora da Unicamp, 1983/2010.

_____. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. [Tradução Eni Pulcinelli Orlandi et al.] 4. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009.

Entre casa [de prostituição] e [de família]: elipse e fissura dos sentidos

Mirielly Ferraça

Uma cidade cercada por um muro de vidro verde e uma população que mora em apartamentos de vidros; expostos ao olhar, os sujeitos vigiam ao mesmo tempo em que são vigiados³². O Estado Único age coercitivamente na disciplina dos corpos, esquadrihando tempo, espaço e movimento ao definir trajetos e horários exatos para comer, trabalhar, fazer sexo; ritual sempre idêntico, previsível, sincronizado e perfeito como máquina.

Como habitualmente, a Oficina Musical tocava em todos os seus alto-falantes a Marcha do Estado Único. Os números – às centenas, aos milhares – todos de uniformes azulados, com placas de ouro ao peito, placas com o número estatal de cada um ou de cada uma, caminhavam

³² Paredes transparentes garantem que os sujeitos sejam vistos e que observem os demais, uma forma de poder que trabalha com a onisciência e a onipresença do Estado por meio do olhar que age sobre os corpos. Tal modelo de controle se assemelha ao Panoptismo de Betham, descrito por Foucault em *Vigiar e Punir* (1988), no qual a composição arquitetural (uma construção em anel divididas em celas com duas janelas que possibilita a entrada de luz de lado a lado; no centro uma torre com um vigia que, pelo efeito da contraluz, observa os detentos sem ser visto, garantindo o efeito de uma vigilância ininterrupta) induz “no detento um estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder” (p. 177). Apesar de o sistema Panóptico dissociar o par ver/ser visto, tal como afirma Foucault, a semelhança entre este e o modelo de Estado Único de Zamiátin está na onipresença e onisciência da vigilância, visto que luz e olhar expõem os sujeitos a uma constante observação.

em filas, quatro a quatro, acertando convictamente o passo com o ritmo da música (ZAMIÁTIN, 2017, p. 8).

O romance distópico *Nós*, escrito entre 1920 e 1921 pelo russo Ievguêni Zamiátin, descreve o funcionamento meticuloso do Estado Único, uma sociedade opressora, regida pelo *Benfeitor*³³. Na obra, o narrador é a personagem D-503, fiel defensor do Estado Único, que, em seu diário, descreve seu dia a dia e seu envolvimento com I-330, uma rebelde, que luta por liberdade e pela queda do muro de vidro que envolve a cidade. I-330 leva D-503 a olhar com outros olhos para o Estado Único, pois até então seguia cegamente o ritual cotidiano, sem nunca se questionar, sem nunca ousar pensar sobre. Apesar do total controle imposto, não há ritual sem falhas (PÊCHEUX, 2014); há, em *Nós*, “uma falha nas fronteiras da cidade”, dizem Gadet e Pêcheux ao citarem a obra de Zamiátin em *A Língua Inatingível* (GADET, PÊCHEUX, 2004, p. 80): “sintoma no estado puro, o romance de Zamiátin é estruturado pela contradição entre a artificialidade da Cidade Ideal e a naturalidade recalcada do espaço exterior”. Separados pela cerca de vidro, os dois espaços se tocam por uma abertura secreta: a falha é o ponto de encontro entre coerção e liberdade, entre o mesmo e uma possibilidade outra.

³³ Embora Zamiátin tenha descrito uma sociedade bem semelhante ao stalinismo, a obra foi escrita antes e é descrita por Gadet e Pêcheux (2004, p. 79) como um “romance de antecipação fantástica e de ficção política”. Censurado na Rússia durante todo o período do regime soviético, *Nós* foi primeiramente publicado em inglês, em 1924, nos EUA. Somente em 1988 passou a circular na Rússia.

D-503 é levado por I-330 a ver um “buraco” na cerca de vidro verde, o que possibilita que ele veja, espantado, o outro lado; ponto absurdo que toca na evidência de uma ordem posta e na ínfima possibilidade que algo que não se sabe o quê, algo não compreendido e não nomeado, irrompa, venha à tona. Não se trata de descobrir “o verdadeiro atrás-das-cortinas das ilusões mantidas pela classe dominante” (PÊCHEUX, 2014, p. 280), mas de pensar na falha como constitutiva dos processos de significação movidos pela luta de classes, trata-se de um *encontro*³⁴, um ponto que irrompe na contingência da história. É na coerção do *Estado Único* que o corpo social age como máquina; mas o corpo resiste nas ínfimas e inesperadas possibilidades de brechas no ritual: no descompasso do gesto, na repetição que falha: “um braço que pende inoportunamente, um passo mais lento, um sopro de irregularidade [...]”, um corpo que grita: “Eu não sou uma máquina”! “A vida se revolta e resiste”, cita Pêcheux (2014, p. 278) ao trazer a narrativa de um militante intelectual que trabalhou durante um ano em uma das indústrias da Citroën. Mesmo num estado de opressão extrema, mesmo sob (e na) coerção, a falha irrompe; a revolta existe não como algo externo ao sistema, mas o constitui, internamente.

O pronome pessoal plural que nomeia a obra, conseqüente com o modo de funcionamento do Estado Único, busca apagar discursivamente “todo indício de divisão interna”, unificando “vozes dissonantes numa só

³⁴ Sobre o materialismo do encontro: *A corrente subterrânea do materialismo do encontro* (1982), de Louis Althusser.

voz” (ZOPPI-FONTANA, 2014, p. 67), funciona como “um corpo imaginário uno como metáfora de um sujeito coletivo” (ZOPPI-FONTANA, 2014, p. 68). Mas é no próprio interior do *nós*, que se quer único e indivisível, que se encontra a revolta. Trata-se de um *ponto sempre-já aí*: “formas de aparição fugidias de alguma coisa ‘de uma outra ordem’, vitórias ínfimas que, no tempo de um relâmpago, colocam em xeque a ideologia dominante tirando partido de seu equilíbrio” (PÊCHEUX, 2014, p. 278).

Tal como a distópica sociedade descrita por Zamiátin, a história gramatical nos mostra uma tradicional e excessiva tentativa de controlar a língua e de limitar o sujeito, apagando do funcionamento linguístico o “*individualismo* (como possibilidade de resistência e revolta do indivíduo)”, agindo a partir do “mecanismo coercitivo de *individualização*, de isolamento (imposto pelo Estado ao indivíduo, para fins de poder)” (HAROCHE, 1992, p. 21). Segundo Haroche (1992), os mecanismos de individualização se encontram na exigência de clareza, na perfeita legibilidade, na eliminação da ambiguidade e, conseqüentemente, no fechamento da interpretação: “pelo viés da transparência, o poder procura tornar o sujeito ‘sem defesa’, procura disciplinar e normalizar sua subjetividade” (HAROCHE, 1992, p. 21). Língua clara, compreensível, objetiva; língua que preza a *boa* comunicação; língua que despreza a ambiguidade, a confusão, o equívoco. É essa língua que a história gramatical tem defendido, excluindo, ao impor regras do *bom uso* e da *boa*

sintaxe, a possibilidade de o sujeito se inscrever, subjetivar-se. Para a autora, o sujeito é o lugar das coerções na gramática e na língua.

Claudine Haroche (1992), em *Fazer dizer, querer dizer*, a partir de uma abordagem discursiva sobre a incisa e a elipse, traz à tona os efeitos da história e da ideologia na Gramática (francesa). Nesse percurso, Haroche mostra como a determinação religiosa e jurídica se entrelaça com o sujeito e a linguagem, culminando numa discussão sobre o sujeito-de-direito. A partir da ambiguidade, a autora dá visibilidade à existência de um imperativo coercitivo de ordem, um predomínio de tentativas linguísticas de desambiguação, pautadas na exigência da literalidade, da transparência e do ideal de completude. A ambiguidade não é negada pelos gramáticos ao longo da história, mas, fora da poesia e do humor, ela é encarada como um *problema* que deve ser eliminado, sob a justificativa de evitar o erro, a confusão e o equívoco; a ambiguidade é um espaço irredutivelmente individual, lugar onde a subjetividade irrompe, por isso mesmo a necessidade de minimizá-la, eliminá-la.

A sintaxe é lugar de coerção, mas é também onde se encontra a possibilidade de jogo com a língua. Gadet (2016), em *Trapacear a língua*, pontua que a palavra é vista como lugar de criatividade, de liberdade, já a sintaxe, em contrapartida, “é percebida como um fator de rigidez, de coação, uma barreira, uma tela ou uma vigilância restritiva, uma censura [...], uma armadura (um espartilho?)” (GADET, 2016, p. 187). Nesse sentido, sendo a sintaxe coerção, barreira e rigidez, transgredir a regra seria uma violação; mas é precisamente nessa violação da sintaxe que se

encontra a possibilidade de jogo com a língua: “se a criatividade está na palavra, para dar vida a ela, só podemos ter uma sintaxe imaginária a violar”. É no interior da própria língua, a partir da própria regra que se encontra a possibilidade de subversão; entre a restrição e a liberdade, entre o sistema e o jogo que ele permite.

A elipse interessa a esta pesquisa por se constituir na fronteira entre linguístico e extralinguístico, sendo compreendida, desse modo, como possibilidade de abertura e trânsito de sentidos. A incisa (que convoca o acréscimo, o parêntese) e a elipse (vista como *falta*, uma interrupção), segundo Haroche (1992) marcam uma ruptura na linearidade do discurso, fissura que faz intervir a presença do sujeito. Questiona-se, desse modo, a coerção gramatical, que barra na língua a irrupção do sujeito, visto que a posição aqui adotada, pautada principalmente em Haroche (1992, 2016), é que a elipse abre espaço para a inscrição da memória e do sujeito do/no discurso.

No *corpus* de pesquisa, a elipse exerce um funcionamento essencial para se compreender os processos de produção de sentido. Constituído por entrevistas³⁵ realizadas com moradoras, moradores, trabalhadoras, trabalhadores e comerciantes do bairro Jardim Itatinga (Campinas-SP), local construído pelo poder público na década 60 para se configurar como uma zona de prostituição, o *corpus* possibilita dar visibilidade aos sentidos em tensão que constituem a palavra *casa*; destaco o interesse sobre as

³⁵ Pesquisa aprovada pelo Comitê de Ética da Universidade Estadual de Campinas, número do CAAE: 44813515.0.0000.5404

designações *casa de prostituição* e *casa de família* que incidem nos recortes e funcionam elipticamente. No bairro, *casa*, sem complemento explícito, funciona elipticamente e significa *casa de prostituição*; por outro lado, há moradores que não possuem relação direta com a prostituição e, como forma de distinção, escrevem em seus muros e portões *casa de família* ou *residência familiar*. Considero, desse modo, a elipse como um ponto fundamental de análise, visto que a elipse possibilita o trânsito de sentidos, é por esse espaço aberto na língua que a história intervém significando a palavra *casa* em seu equívoco. As designações se encontram em tensão, há uma disputa pelo domínio dos sentidos para *casa*, para *mulher*, para *família* e para *prostituta*. Desse modo, as designações e o jogo com a elipse se tornam essenciais para compreender como língua, espaço e sujeito se entrelaçam na constituição dos sentidos. Este trabalho se inscreve na Análise de Discurso de orientação francesa; destaco Michel Pêcheux (2004, 2008, 2014, 2015), Claudine Haroche (1992, 2016) e Françoise Gadet (2016, 2004) como autores fundamentais para as reflexões aqui levantadas.

Elipse: incompletude e excesso

Seguindo a reflexão de Haroche (1992), apesar de a elipse se constituir como uma abertura no fio discursivo, quebra na linearidade sintática que possibilita a emergência do sujeito, ela é tratada, muitas vezes, como um procedimento linguístico livre de ambiguidade, de

confusões; inscrição gramatical que considera a língua inequívoca e transparente. Em *A coesão textual*, Koch (1999, p. 22) define a elipse como uma *substituição por zero*, “omite-se um item lexical, um sintagma, uma oração ou todo um enunciado, *facilmente recuperáveis pelo contexto*” (grifos meus). Em outra obra, *Ler e compreender os sentidos do texto*, Koch e Elias (2012, p. 131) citam a elipse como uma operação de retomada textual, “responsável pela manutenção em foco [...] de objetos previamente introduzidos [...] que são responsáveis pela progressão referencial do texto”. Do mesmo modo, segundo Bechara (2002, p. 476 – grifos meus), a elipse é a “omissão de um termo facilmente subentendido” por faltar onde normalmente aparece, ou por ter sido “anteriormente enunciado ou sugerido”, ou ainda “por ser depreendido pela situação, ou contexto”. A elipse, portanto, significa falta e pressupõe uma intenção clara e racional de quem a emprega e um fácil reconhecimento de quem a ouve ou a lê, como se o sentido fosse unívoco e inescapável, como se o sujeito pudesse completar a “lacuna” sem margem de erro. Em Koch e Elias (2012), a elipse funciona como um recurso linguístico que *garante* a continuidade temática do texto, visto que, aparentemente, a elipse é a *substituição por zero* de um termo anteriormente explícito, assegurando, assim, a *progressão textual*. Para essa definição, não há espaço para a ambiguidade. Nesse sentido, mesmo a partir de uma *falta*, a elipse contribuiria para a continuidade temática; entretanto, questiona-se justamente se essa abertura elíptica não possibilita que outros sentidos irrompam pela

história, conduzindo a *progressão temática* na relação entre o mesmo e o diferente.

A elipse constitui, desde então, aos olhos dos gramáticos, **uma falta evidente, necessária e trivial**, enquanto sua contraparte, a incisa, interrompendo ela também a linearidade do discurso, não constitui senão um acréscimo contingente e acessório. Assim, paradoxalmente, **o implícito, no caso da elipse, longe de ser ambíguo, contraditório e, de qualquer modo, contingente, é tido por necessário e unívoco**, em relação a um explícito que, este, seria tido por acessório na incisa (HAROCHE, 1992, p. 121 – grifos meus).

Para gramática, então, não haveria nem contradição nem ambiguidade na elipse. Em outro texto, *A elipse (falta necessária) e a incisa (acréscimo contingente): o estatuto da determinação na gramática e sua relação com a subjetividade* (2016), Haroche questiona justamente essa tradição gramatical que concebe a elipse como um procedimento de substituição, uma falta evidente ou ainda um complemento objetivo, características essas que reforçam o caráter linear da linguagem. Haroche (2016, p. 244) defende que essa falta, que funciona na elipse e nasce de uma ruptura do fio do discurso, “faz intervir algo que se encontra além, alhures” e “esse algo é também alguém, o sujeito...”.

Em um movimento semelhante, Orlandi (2007) também questiona a compreensão de *falta necessária* que a história gramatical faz da elipse. Em *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos* (2007, p. 47), a autora defende que o silêncio está na base dessas noções gramaticais: “o silêncio é

assimétrico em relação ao dizer e a elipse é do domínio do silêncio”. A elipse é da ordem da incompletude, incompletude essa que instala a possibilidade de outros sentidos irromperem na ordem da língua, a depender do gesto de leitura realizado pelo sujeito, inscrito em uma posição. A incompletude, diz Orlandi (2007, p. 47), produz a possibilidade do múltiplo, “quanto mais falta, mais silêncio se instala, mais possibilidades de sentidos se apresentam”.

Assim, a *falta*, convencionalmente atribuída à elipse, não é o vazio, mas é uma abertura que se instala no texto possibilitando o movimento dos sentidos. Dessa forma, para além de a elipse omitir um termo que pode ser “facilmente subentendido” ou “depreendido pela situação ou contexto” (BECHARA, 2002) (KOCH, 1999), como prevê a história gramatical, no *corpus* ela funciona enquanto ausência-presença. A elipse marca, em sua falta, um excesso, visto que o silêncio no qual ela se instala produz uma abertura equívoca para sentidos outros transitarem, se instalarem.

A elipse, desse modo, abre espaço para a incompletude; é a própria sintaxe que permite o trânsito de sentidos. Trata-se do encontro do linguístico e do exterior:

A elipse coloca, de modo crucial, o problema de uma teoria da articulação da gramática com seu exterior. Enunciado formalmente incompleto, mas em que a linguística pressupõe o caráter completo do ponto de vista do sentido, **a elipse é o lugar onde se encontram, inevitavelmente, o linguístico e o extralinguístico,**

formalismo e ideologia, língua e história (HAROCHE, 2016, p. 239-240 – grifos meus).

A elipse é, para Haroche (2016), o ponto onde memória e língua se tocam. A partir do *corpus* selecionado, é possível dar visibilidade a incidência do interdiscurso no interior da língua: é na *falha* da elipse que os sentidos intervêm e transbordam. Assim, na SD 01, o interdiscurso irrompe na lacuna aberta pela elipse: passa-se de *casas* [de prostituição] para *casa* [de família] sem a necessidade de explicitar o qualificador, mas ressalta-se que essa passagem de uma *casa* a outra não se dá de modo linear, visto que o exterior intervêm com força movimentando os sentidos.

(SD01) Depois que construíram o Itatinga é que surgiu o Maria Rosa?

Isso, é. Estavam construindo o Itatinga e o Maria Rosa era uma fazenda e tinham algumas pessoas que moravam nessa fazenda e prestavam serviço lá no Itatinga, de cozinheira, de lavar roupa. **Minha vó, ela lavava roupa no Itatinga**, né, lá pro.. pras... pro... **ela ia lá nas casas**, pegava a roupa, **levava pra casa dela**, lavava e depois devolvia passado, lavava e passava. E outras pessoas cuidavam de crianças, e isso era uma coisa que era bem comum lá no Maria Rosa³⁶ (grifos meus).

Aparentemente, poderíamos pensar que, sendo a mesma palavra, haveria nessa sequência uma reescrituração³⁷ por repetição em que *casas*

³⁶ Morador do Maria Rosa, trabalhou no Jardim Itatinga como agente de saúde.

³⁷ Recorro ao conceito de *reescrituração* de Guimarães (2009, p. 53): “o procedimento de reescrituração consiste em se redizer o que já foi dito. Ou seja, uma expressão linguística reporta-se a uma outra por algum procedimento que as relaciona no texto integrado pelos

em (a) “ela ia lá nas casas, pegava a roupa” reescreve *casa* em (b) “levava pra casa dela”. No entanto, *casas* em (a) não é a mesma *casa* de (b). Nesse trecho da entrevista, o entrevistado relata que a avó lavava roupa para as casas de prostituição e que ela realizava o trabalho em sua própria casa. A elipse de (a) é barrada porque outra se instala: de casas [de prostituição] intervém casa [de família]. É uma memória sobre *casa*, sobre *família*, sobre *moralidade*, sobre *trabalho honesto* que preenche a lacuna deixada pela elipse, pela não determinação da palavra. Esse movimento elíptico trabalha com os deslizamentos de sentido, abrindo espaço para o equívoco.

Para Koch e Elias (2012), conforme anteriormente descrito, a elipse se relaciona à *manutenção de objetos previamente introduzidos*, garantindo a *progressão referencial do texto*, porém, na SD 01, essa *progressão referencial* se esfacela frente à memória que irrompe na *brecha* sintática aberta pela elipse. O referente, tal como o compreende a Linguística Textual, de (a) e de (b) não é o mesmo.

O questionamento a ser feito é: por que intervém com força em (b) *de família*? Não é necessário nem que o sujeito entrevistado explique que se trata de uma *casa de família* nem tampouco que o sujeito entrevistador pergunte se se trata de uma *casa de família* ou se é uma *casa de prostituição*. Parece não haver dúvidas, não porque o sentido é único e só poderia ser esse, mas porque intervém pelo interdiscurso sentidos cristalizados sobre *trabalho*, sobre *vó*, sobre *mulher de família*. Nos jogos de força, há uma

enunciados em que ambas estão. Esse procedimento se caracteriza por fazer interpretar uma forma (reescriturada) como diferente de si (em virtude da reescrituração)”.

memória a respeito de *família* que se impõe sobre outros modos de relações familiares; é a moral burguesa que irrompe com força definindo a elipse de *casa* em b. Desse modo, tem-se que a memória discursiva é a condição do legível:

[...]: a memória discursiva seria aquilo que, face a um texto que surge como acontecimento a ler, vem restabelecer os 'implícitos' (quer dizer, mais tecnicamente, os pré-construídos, elementos citados e relatados, discursos-transversos, etc.) de que sua leitura necessita: a condição do legível em relação ao próprio legível (PÊCHEUX, 2015, p. 46).

Na sequência 02, a representante da associação fala sobre a relação de trabalho que ela tinha com a primeira *casa* em que morou, mencionando o acordo contratual³⁸ estabelecido entre *dono de casa* e prostituta e diz que “algumas *casas* ainda funcionam da mesma maneira”.

(SD02) De ter o contrato?

É... mas... mas **muitas casas, as meninas...** é... hoje **elas moram nas suas casas** e vêm todos os dias só trabalhar e vão embora... hoje, né?

Antes elas moravam **aqui?**

Antes elas moravam mais na casa onde elas trabalhavam mesmo³⁹. (grifos meus).

De (a) *É... mas... mas muitas casas*, para (b) *hoje elas moram nas suas casas*, para (c) *Antes elas moravam aqui?*, para (d) *Antes elas moravam mais na*

³⁸ Esse acordo se dá verbalmente e estabelece os deveres da prostituta para com a casa, como horários de trabalho, período de descanso, moradia e normas da casa.

³⁹ Prostituta e representante da Associação Mulheres Guerreiras.

casa onde elas trabalhavam. Em (a), (c)⁴⁰ e em (d), funciona elipticamente um [*de prostituição*], entretanto em (b) incide uma outra memória para *casa*, significando-a diferentemente das demais ocorrências. Assim como nas sequências analisadas anteriormente, não há um qualificador que determine a mudança de sentido de uma *casa* para outra, mas é a abertura da elipse, na não-determinação que outros sentidos intervêm pelo interdiscurso, sinalizando a incompletude da linguagem. A *casa* em (b) não é mais *boate* (em que funcionam simultaneamente *local de trabalho, morada, lar*); *casa*, nessa ocorrência, se refere a um outro modo de habitar e ocupar tal espaço. Assim, muito mais que uma separação espacial, visto que essa *casa* não se localiza no Jardim Itatinga, há uma separação de sentido, uma barreira que divide *casa de família, lar, abrigo protegido, morada de casa de prostituição, bordel, empresa, cárcere*⁴¹.

É interessante destacar que nas sequências 01 e 02, quando *casa* deixa de significar *borde*, uma preposição indicativa de posse e um pronome possessivo incidem ao lado de *casa*, indicando propriedade privada: (SD 01) “levava pra casa **dela**” e (SD 02) “hoje elas moram nas **suas** casas”. A posse marcada gramaticalmente se relaciona também com a divisão do público e do privado: em *casa de família*, ressoa, para além da posse, a privacidade dos moradores e do sexo; por outro lado, na não materialização do pronome possessivo, ou recurso linguístico semelhante,

⁴⁰ O *aqui* reescreve por substituição *casa de prostituição*.

⁴¹ No *corpus* de pesquisa, a *casa de prostituição* é definida pelo *dono de casa de prostituição* como *empresa*. Em outros momentos da entrevista, *cárcere* é usado como sinônimo para *casa*, visto que muitas prostitutas vivem em *cárcere* privado por terem dívidas com a *casa de prostituição*.

casa de prostituição funciona enquanto local público, espaço aberto de circulação. Entretanto, em outras sequências discursivas, também há a incidência do pronome possessivo quando *casa* significa boate. Na SD 03, em “minha casa”, o pronome possessivo que incide sobre *casa* se relaciona à empresa privada, indicando o proprietário e sua propriedade: a *casa de prostituição*.

(SD03) É, porque aqui, não é liberado, mas como aqui não tem famílias, é um bairro... passam, mas não habitam, não moram... e a gente trabalha, nós temos pessoas que trabalham, segurança, que fica aqui, então elas se sentem mais à vontade, **minha casa, inclusive, é como se fosse uma casinha, uma casinha que tem... todo dia tem 10, 20 pessoas que moram na casa**⁴².

No funcionamento elíptico, em (a) *minha casa* há na ausência-presença um *de prostituição* significando a *casa*, visto que, nesse caso, o possessivo marca a relação de propriedade privada significando o proprietário e *sua* empresa. Ressalta-se que esse gesto de leitura não está fora das condições de produção, visto que são elas que permitem que determinados sentidos transitem pela falha aberta pela elipse e não outros; é o exterior e (n)a língua que possibilita o trânsito de sentidos.

Na sequência, (a) *minha casa* é comparada com (b) *uma casinha*: “minha casa, inclusive, é como se fosse uma casinha, uma casinha que tem... todo dia tem 10, 20 pessoas que moram na casa”. Se é como se fosse, então não é. Desse modo, não se trata de uma comparação por igualdade

⁴² Dono de casa de prostituição.

em que A é igual a B, mas por semelhança; ou seja, (a) se parece com algo que ela não é. Trata-se de uma *casa* [de prostituição] que se assemelha a uma *casinha*. Numa abertura explícita da primeira elipse, teríamos as seguintes paráfrases:

“[...] minha casa, inclusive, é como se fosse uma casinha [...]”.

Minha casa de prostituição, inclusive, é como se fosse uma casinha.

Minha boate, inclusive, é como se fosse uma casinha.

Minha empresa, inclusive, é como se fosse uma casinha.

A partir dessas paráfrases e considerando o uso do diminutivo, que acrescenta proximidade e afetividade à palavra, (a) *minha casa* [de prostituição] parece ser comparada a uma (b) *casinha* [de família]. É a memória histórica sobre família que incide novamente no funcionamento elíptico. A *casa* em (b) não é a mesma *casa* em (a), separação marcadamente linguística a partir da comparação e do uso do subjuntivo, separação histórica que separa *casa* [de família] de bordel. Em dicionários de diferentes épocas e autores⁴³, há uma regularidade para o verbete *casa*, sendo definido como (ou colocado como sinônimo de) *lar, residência, habitação, abrigo tranquilo e seguro da família*. Há uma forte memória que coloca em correspondência os pares *casa* e *família*, *casa* e *lar*, na

⁴³ *Novo Aurélio do século XXI*, de Aurélio Buarque de Holanda Ferreira (1999), *Dicionário de Sinônimos*, de Rocha Pombo (2011), *Dicionário dos Sinônimos Poético e de Epítetos da Língua Portuguesa* (1974), de J. I. Roquete e José da Fonseca, *Dicionário Analógico da Língua Portuguesa* (Idéias afins) (1974), de Francisco Ferreira dos Santos Azevedo, e *Dicionário Geral de Sinônimos e locuções da Língua Portuguesa* (1960), de Agenor Costa.

perpetuação do modelo idílico familiar burguês; tal como se pôde perceber, essa memória sobre *família* (e conseqüentemente sobre o lugar que ela habita e sobre os membros familiares) ecoa nas SDs aqui destacadas. Vale dizer que há uma moral aceita e incentivada para os membros pertencentes ao modelo familiar, as designações *mãe de família*, *mulher de família*, *moça de família*, *rapaz de família* e *pai de família* materializam essa injunção ao comportamento ideal(izado) aos membros familiares, sentidos que indicam, inclusive, o próprio comportamento sexual esperado.

Na sequência do recorte, explica-se a comparação entre (a) *casa* e (b) *casinha*: “uma casinha que tem... todo dia tem 10, 20 pessoas que moram na casa”. A *casinha* em (c) não é a mesma *casinha* de (b). Em (c), *casinha* significa na relação estabelecida de (a) e (b), ou seja, é uma *casa de prostituição* que se assemelha a uma *casa* [de família]. Na tensão do processo de inscrição na memória no espaço aberto pela elipse, *casa* funciona no encontro de sentidos diferentes; equívoca, a palavra é “ao mesmo tempo ela mesma e uma outra” (MILNER, 2012, p. 17).

Ressalta-se a não transparência da língua. Questiona-se a disjunção imposta pela gramática para tratar a ambigüidade (ou...ou...) e reafirma-se o encontro de sentidos vários que significam a palavra *casa* no Jardim Itatinga. Ou seja, não se trata de exclusão e escolha entre um sentido e outro, *casa* no bairro funciona em sua opacidade e na tensão, significando ao mesmo tempo *boate*, *empresa*, *lar* e *cárcere*. Numa perspectiva materialista, a ambigüidade não é vista como disjunção lógica, mas como

possibilidade de equívoco, lugar do real da língua: “A pesquisa linguística começaria assim a se deslocar da obsessão da ambiguidade (entendida como lógica do ‘ou...ou’) para abordar o próprio da língua através do papel do equívoco, da elipse, da falta, etc...” (PÊCHEUX, 2008, p. 50).

É na ruptura da linearidade sintática que se encontra a abertura para inscrição do sujeito e do interdiscurso. Nas SDs analisadas, é possível compreender que a *falta*, marca da elipse pela gramática, conduz a um excesso, visto que abre espaço para outros sentidos se inscreverem: a elipse é o ponto de encontro entre língua e exterior, é a brecha no fio linguístico por onde o sujeito pode inscrever-se, subjetivar-se.

Há algo de incômodo entre laço sintático e exterior. A partir da reflexão desenvolvida, algumas questões ficam a ressoar: a elipse seria o ponto em que coerção e resistência se encontram? Seria mesmo esse o ponto na maquinaria gramatical onde a língua *falha* e nessa *falha* irrompe o *real*? Seria a elipse a passagem secreta nos muros de vidro da cidade na qual se encontram a coerção do Estado Único de Zamiátin e a liberdade de outro (não nomeado) mundo?

Considerações finais

Trabalhar com a elipse a partir de uma perspectiva materialista da linguagem possibilitou questionar a visão gramatical segundo a qual a elipse é uma *falta necessária*, um termo oculto que pode facilmente ser preenchido ou recuperado sem margem de erros, como se os sentidos

fossem evidentes, como se a língua fosse completa e linear. Foi com base em Haroche (1992; 2016), autora que considera na elipse o encontro do linguístico com o exterior, em Orlandi (2007), para quem o silêncio e a incompletude da linguagem, enquanto constitutivos, possibilitam o movimento dos sentidos, que foi possível deslocar a interpretação tradicional da elipse e passar a ver em sua *falta* um *excesso*. Desse modo, foi possível compreender o funcionamento da elipse no *corpus* aqui trabalhado, considerando a falta enquanto fissura na sintaxe que abre espaço para o movimento de sentidos outros. Segundo Leandro Ferreira (1994, p. 62), “pelo viés da falta, da falha, do indefinido é que se dão os deslizamentos, as rupturas que fazem e desfazem sentidos. E é nesse jogo com e sobre a linguagem que tais fenômenos vêm à tona, ganhando corpo e significação”. Cidade, espaço e sujeitos se constituem na repetição da paráfrase que intervém pela memória, mas também na polissemia, no movimento, nesse trânsito de sentidos que (se) marca (n)a língua.

Referências

ALTHUSSER, L.. **A corrente subterrânea do materialismo do encontro** (1982). Tradução Mónica G. Zoppi Fontana, com colaboração Luziano P. Mendes de Lima. Revista Crítica Marxista 20, 9-48. Rio de Janeiro: Ed. Revan, 2005.

BECHARA, E.. **Gramática escolar da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Lucerna, 2002. XII, 716p.

COSTA, A.. **Dicionário Geral de Sinônimos e locuções da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro, Biblioteca Luso-brasileira LTDA, 1960.

FERREIRA, A. B. de H.. **Novo Aurélio século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FOUCAULT, M. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. Tradução Lígia M. Pondé Vassallo. Petrópolis-RJ: Vozes, 1988.

GADET, F. Trapacear a língua. *In: Materialidades discursivas: a espessura da linguagem*. Organização: Bernardo Conein, Jean-Jacques Courtine, Françoise Gadet, Jean-Marie Marandin, Michel Pêcheux – Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2016.

GADET, F. PÊCHEUX, M. **A língua inatingível: o discurso na história da linguística**. Tradução Bethania Mariani e Maria Elizabeth Chaves de Mello. Campinas-SP: Pontes, 2004.

GUIMARÃES, E. A Enumeração: Funcionamento Enunciativo e Sentido. *In: GUIMARÃES, Eduardo e ZOPPI-FONTANA, Mônica G. (orgs.). Caderno de Estudos Linguísticos*. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da Linguagem – Campinas, SP, n.º. 1 (ago. 1978 –) Publicação Semestral. 2009.

HAROCHE, C.. **Fazer dizer, querer dizer**. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi. São Paulo-SP: Editora Hucitec, 1992.

_____. A elipse (falta necessária) e a incisa (acréscimo contingente): o estatuto da determinação na gramática e sua relação com a subjetividade. *In: Materialidades discursivas: a espessura da linguagem*. Organização: Bernardo Conein, Jean-Jacques Courtine, Françoise Gadet, Jean-Marie Marandin, Michel Pêcheux – Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2016.

KOCH, I. V.. **A coesão textual**. 12. ed. São Paulo-SP: Contexto, 1999.

KOCH, I. V.. ELIAS, V. M.. **Ler e compreender: os sentidos do texto**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2012.

LEANDRO FERREIRA, M. C.. **Da ambiguidade ao equívoco: da resistência da língua nos limites da sintaxe e do discurso**. Porto Alegre, UFRGS, 1994.

MILNER, J-C. **O amor da língua**. Tradução e notas Paulo Sérgio de Souza Júnior - Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2012.

ORLANDI, E P. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. 6. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

PÊCHEUX, Michel. **Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução Eni Puccinelli Orlandi et al. 5. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

_____. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Tradução Eni Puccinelli Orlandi. 2. ed. Campinas, SP: pontes, 2008.

_____. Papel da memória. *In: Papel da memória*. Pierre Achard [et al]. Tradução e Introdução José Horta Nunes. 4. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015.

POMBO, R. **Dicionário de sinônimos da língua portuguesa**. 2. ed. - Rio de Janeiro: Academia Brasileira de Letras, 2011. 526p. (Coleção Antônio de Moraes Silva; v. 10).

ROQUETE, J. I. FONSECA, José da. **Dicionário dos sinónimos poético e de epítetos da Língua Portuguesa**. Porto: Lello e Irmão, 1974.

ZAMIÁTIN, I. **Nós**. Tradução Gabriela Soares. São Paulo: ALEPF, 2017.

ZOPPI-FONTANA, M. **Cidadãos modernos: discurso e representação política**. 2. ed. rev. - Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2014.

Leniência discursiva: a culpa, a punição e a rendição

Luciane Thomé Schröder

*A cultura que sempre enfatizou a função reprodutora da mulher
sustentando-se em dados biológicos
passa a confundir essa função
com a própria condição de “ser mulher”.
- Lurdes Fidalgo (2003)*

A trajetória desse texto é continuidade de reflexões tecidas em outros estudos que fazem parte do projeto de pesquisa em desenvolvimento, intitulado **Condição Feminina: ditos, interditos e silenciamentos**, vinculado ao *Grupo de Pesquisa e Estudos em Análise do Discurso – GEPADI*, da Universidade Estadual do Oeste do Paraná⁴⁴. As reflexões organizadas em função do projeto, até o momento, têm analisado *corpora* diversos que delineiam facetas para a mulher em relação ao tema da maternidade em diferentes condições de produção.

O interesse em abordar a temática justifica-se pela compreensão de que o assunto perpassa o *eu-feminino*, independentemente de a mulher ter filho(s) ou não tê-lo(s). Isto quer dizer que a maternidade é *pauta* na vida da mulher, seja ela mãe ou não-mãe. Nessa condição, o tema parece exigir

⁴⁴ Resolução 178/2008 – CEPE de 24/07/2008.

da mulher uma explicação em relação a sua posição-sujeito, seja ela em razão da opção por se tornar mãe, ou o seu contrário. Enfim, parece haver sempre algo a ser dito sobre a *decisão* tomada, considerando-se, pode-se afirmar, que há um conforto no discurso pró-maternidade e maior necessidade de justificativa quando a decisão é contrária.

Provocando-nos à reflexão, valho-me de uma citação de Badinter (1985, p. 16) que vai ao encontro da perspectiva teórica que abriga esse texto. A autora questiona, de forma veemente, sustentada nas suas pesquisas, o discurso sobre a existência factual do denominado “instinto materno”, ou “relógio biológico”, que, como voz interior que habitaria toda a mulher, a partir de certo momento determinaria para ela a necessidade de procriação. Para a autora:

[...] o humano, no caso, a mulher – é um ser histórico, o único vivente dotado da faculdade de simbolizar, o que o põe acima da esfera propriamente animal. Esse ser de desejo é sempre particular e diferente de todos os outros. **Que os biólogos me perdoem a audácia, mas sou dos que pensam que o inconsciente da mulher predomina amplamente sobre os seus processos hormonais.** (grifos meus).

“Modo de vida” e memória sócio ideológica não se separam; nascemos numa sociedade, somos educados para a passividade dos valores que a sustentam em todos os seus níveis (espaço social, íntimo, profissional); estamos à mercê das ideias, dos desejos, das emoções que esta sociedade nos ensina a vivenciar. Ficamos felizes com algumas

situações e entristecidos com outras e, raras vezes, o sujeito é levada a refletir sobre os motivos que o provocam à valoração positiva, ou negativa, do complexo de regras e normas que o orientam. Pode-se dizer que existe um desejo sempre presente de pertencimento à “normalidade” nutrido por um processo inconsciente. E “o inconsciente [no caso] é o discurso do Outro”, conforme Lacan, citado por Pêcheux (1997, p. 133).

Badinter segue em suas reflexões operando incisivamente sobre o discurso da maternidade estabelecido e afirma:

Hoje, a mulher pode desejar não ser mãe: trata-se de uma mulher normal que exerce sua liberdade, ou de uma enferma no que concerne às normas da natureza? [...] **Os valores de uma sociedade são por vezes tão imperiosos que têm um peso incalculável sobre os nossos desejos** (idem, p. 16, sem grifos).

O processo inconsciente em razão do assujeitamento do sujeito implica sua subordinação às ideologias dominantes. Estas se impõem definindo comportamentos e organizando toda uma lógica de conduta que é assegurada e autorizada pelos discursos oriundos das instituições.

Na esteira dessas impressões, os ditos e não-ditos em relação ao tema da maternidade evidenciam os silêncios e os questionamentos sobre as formações discursivas que *naturalizam* a maternidade como um processo dado a acontecer (como nascer, crescer e morrer). O não-dito confronta-se com essa ordem discursiva da naturalização e a interroga. A mulher assume, no discurso enunciado, ao que se denomina aqui como

desejo orientado, visto que a condição de existir do sujeito é sua *condição de representar discursos já existentes*, que passam a significar para a constituição de sua própria *identificação* (PÊCHEUX, 1997), no caso, como mulher.

Ser mulher – identificar-se como mulher – implica pertencimento às filiações de sentido que já definiram o papel. O desvio de conduta é visto como anormal, o que pode, ou não, levar o sujeito à construção de sentimentos como a culpa; por exemplo, em relação ao definido sobre o que significa ser *boa* mãe. Mas não só isso, o pertencimento sugere, inclusive, o sentimento a ser experienciado (quantos silenciamentos em relação à maternidade não são os indícios da crise que assola a mulher no pós-parto?). O espaço para a contradição implica uma luta ideológica a ser travada entre o sujeito com ele próprio e o *meio social que o habita*.

Portanto, as reflexões que seguem reiteram a afirmação de que existe uma condição anunciada para a mulher em diferentes planos discursivos que circulam na sociedade: ser mulher é (...); ser mãe é (...); ser profissional é (...); ser esposa é (...); ser amante é (...); ser bonita é (...) e etc. Nessas condições em que se fala da mulher há um discurso a ser assumido que se encontra *já-lá*, fruto da historicidade que constitui a memória de uma coletividade.

Assim, sustenta-se a posição de que pensar a condição feminina é adentrar a um complexo simbólico de sentidos velado por *políticas* de silenciamento. Existe, *ipso facto*, uma condição anunciada para a mulher (como para todos os demais participantes da vida social), que não pode

ser ignorada e que diz respeito ao próprio *status* da mulher em relação ao outro: o feminino *vs.* o masculino. Talvez, por isso, a maternidade seja um tema emblemático: ela inverte os espaços de *importância* (vamos assim dizer) se se pensar a perspectiva física, que não pode ser alterada: o bebê se desenvolve por meio de uma condição única entre o feto e o corpo da mãe (até o momento!).

Porém, não é assim que a história entendeu o processo: da soberania daquela que sustenta no seu ventre um outro ser vivo e a ele dá à luz, a mulher é relegada a um outro plano, bem menos glamoroso. Reescrita pela história, são tantas as imposições sobre o corpo feminino da mulher em gestação que assuntos de fórum íntimo são tornados públicos (veja-se as campanhas de aleitamento, por exemplo, que tornam a mulher vítima de políticas públicas⁴⁵).

Assumindo a perspectiva teórica da Análise do Discurso, que se opõe às práticas teóricas psicologistas, ou apenas preocupadas com a leitura das cadeias lógicas e integradas unicamente ao sistema linguístico, a reflexão ancora-se numa ordem de pensamento que afirma ser preciso questionar a obviedade dos sentidos (PÊCHEUX, 1997). Ou seja, é preciso desconfiar da soberania tanto dos sujeitos quanto das palavras e seus significantes, pois se o sentido poderia ser outro (ORLANDI, 2001), já se encontra *aí* uma razão para se buscar outras compreensões.

A perspectiva teórica da Análise do Discurso torna exigente

⁴⁵ Uma discussão sobre campanhas de aleitamento encontra-se publicada na Revista Línguas e Letras, vol. 16, n. 34, pp. 111-124, em co-autoria com Corbari e França (2015).

reflexões que requerem ponderação quanto ao conhecimento sobre a linguagem definida como algo que “baseia-se em alguma coisa fundamental que está em jogo antes. Adianta-se, neste momento, a ideia de que o que está em jogo é a identificação pela qual todo o sujeito ‘se reconhece’ como homem [...]” (PÊCHEUX, 1997, p. 117), e o indivíduo torna-se “sujeito”. A concepção que norteia a materialização desse indivíduo é portanto a de um indivíduo que, exposto à sociedade, está assujeitado a seu sistema de crenças e valores, como já aludido.

Assim, na continuidade da trajetória dos estudos sobre o tema maternidade, busca-se, mais uma vez, tocar na fissura de uma natureza feminina construída, ou seja, dos discursos, que, de forma direta ou indireta, moldam a mulher. Diante de cenários político-sociais controversos, a imagem feminina é (*ex*)posta à avaliação e, a esta avaliação, agregam-se valores, conforme os discursos dominantes que despreziosamente circulam na voz cotidiana, tão tranquila e harmoniosamente, que deixam de ser questionados, passando, inclusive, pela naturalização e aceitação unívoca.

Esses discursos naturalizados que definem um perfil sobre feminilidade estão estabilizados numa determinada formação discursiva, como aquela que vê a maternidade relacionada à identificação da natureza feminina consigo mesma. Assim, propõe-se o seguinte desdobramento para este momento: considerar a presença de uma formação discursiva feminina, colocando-se em cena dois desdobramentos: a presença no universo feminino de uma formação discursiva da mulher-mulher e de

uma formação discursiva da mulher-mãe.

A partir dessas duas posições, estando numa ou em outra, têm-se desdobramentos e consequências. Defende-se que não se trata de *escolha* no sentido de ação genuína por parte da mulher em experienciar a maternidade, ou não. Dizer que houve uma escolha sem ponderar as implicações é fazer coro ao silêncio que constrange a discussão.

Frente a este quadro, os lugares sociais da mulher ganham *nuances e contornos*. Tais contornos nem sempre são fáceis e tranquilos de serem definidos, quando se entende que ser mãe implica se tornar *outra*. E é nesta segunda posição – *outra* –, que se projeta uma mudança irreversível para a condição feminina, que coloca em cena uma formação discursiva a partir de um ideário alimentado e realimentado sobre suas responsabilidades e atitudes, de modo que a reiteração ao que cabe à mulher-mãe se torna tão verdadeiro que ela se vê na responsabilidade de assumir a posição-sujeito determinada a partir de um “imperativo categórico [...] tão afiado como uma trincheira” (BADINTER, 2011, p. 85).

O nó borromeano do filme⁴⁶

Na esteira dos discursos senso-comum sobre a arte ser uma

⁴⁶ A referência ao simbólico *nó borromeano* é apropriado de Lacan, que dele se valeu para refletir a equiparação da ordem do real, do simbólico e do imaginário. Sua forma representa, neste estudo, a inter-relação das personagens e o tema da maternidade. Uma definição sobre o conceito por ser consultada em: JORGE, Marco Antonio Coutinho. *Fundamentos da psicanálise de Freud a Lacan, vol. 1 – as bases conceituais*. 2 ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2005. pp. 93-101.

representação da vida dos homens, o cinema é um espaço privilegiado para a observação dos dramas humanos. Em frente à tela, é possível acompanhar as histórias de outrem de uma forma confortável, pois ainda que o posto em cena seja “inspirado” em fatos “reais”, o que se passa na tela não é real. A morte, o abuso de qualquer perspectiva, a dor física ou emocional, a loucura, a possessão, ou a salvação, simulam situações e desejos humanos.

Como espectador, pode-se assumir o lugar de uma personagem sem comprometimento. Mas entende-se, também, que se pode deixar a posição de observador que, ao contrário da primeira, coloca-se junto da personagem ou do enredo, e o ciclo se fecha ao final do filme, para se assumir outra posição: a de leitor crítico-sobre conflitos expostos na tela, que se não retratam o real, podem subjetivá-lo, de forma a tornar dramas e situações distantes, próximas.

Isto gera uma prática de subjetivação do sujeito. Afetados pela historicidade que constituem memórias sociais, arte e vida, fundem-se. E o que temos, por fim, é a verificação de que, conforme Pêcheux (1997), o que nos move é a pretensa certeza de que alguma coisa anterior nos faz ocupar novos velhos discursos sob a simulação da autonomia de si.

No caso do *corpus* escolhido para este momento, a personagem representa parte do que se soma à identidade feminina, que reflete e refrata um ideal de mulher engendrado a partir de movimentos discursivos, cuja subjetividade, emergindo das práticas-sócio culturais que são bases para que a mulher se constitua, torna sua condição de existência

possível. Essa condição acontece em razão da presença de ordens sociais que determinam como os temas da vida cotidiana devem ser experienciados, porque alguma coisa antes já os inspirou à existência - de forma que "todo o indivíduo seja 'sempre-já-sujeito'" (PÊCHEUX, 1997, p. 155) afetado e constituído pelo teatro da consciência.

Deixar-se guiar pelo que há de inquieto numa cena fílmica propicia fazer da arte um espaço de confronto, de inquietações e autor revelações. Permite avaliações da vida e de como ela se impõe, ou seja, na compreensão de que a organização social é orientada sócio e ideologicamente. E a escolha por ocupar um espaço ou outro na sociedade não significa fazer uma opção consciente, mas revela, apenas, o pertencimento do sujeito a uma formação ideológica que permite a ele se movimentar por determinadas formações discursivas.

Dessa forma, os conflitos que engendram uma trama ficam disponíveis à avaliação e à reflexão pelo sujeito-espectador. Em atenção aos discursos que constituem os sentimentos e ações de uma personagem, as formulações discursivas postas pela personagem se definem como simulacros discursivos de histórias já vividas, ouvidas e/ou sofridas que pertencem aos movimentos da História. Nessa perspectiva, trabalha-se

com a idéia de que o sujeito-espectador, ao afluir às salas de cinema e colocar-se em contato com o discurso fílmico, ao mesmo tempo em que busca sua autorreferenciação simbólica-existencial, num duplo de si que vem a ser o Outro em que de fato ele **é**, vai também em busca de identificação com uma forma de expressão/formação de subjetividade alternativa às modalidades serializantes

impostas por um processo de individuação majoritariamente em curso no momento histórico contemporâneo (VELOSO, 2012, p. 22 - destaque da autora).

Vislumbrar outras possibilidades de *ser* é uma perspectiva aberta pelo imaginário cinematográfico. O que se coloca em suspenso é a impossibilidade de a fenda *des*-coberta no seio do discurso estabelecido ser exposta e encontrar força para que o silenciado possa se romper. E assim permitir à identidade feminina novas filiações de sentidos para além das posições já demarcadas. Tornar possível outros discursos sobre a maternidade, por exemplo, que se contra identifiquem com a imagem da mãe idealizada, sobretudo como a envolta ao mito do amor materno, faz parte de temas de pouco eco, pois os discursos têm resistido, no sentido de cerramento de meia dúzia de verdades sobre a *mulher-mãe* que já apontam para uma identidade. Aquela que for diferente dessa identidade fica a dever uma explicação.

A personagem que conduziu a escrita desse texto faz parto do filme “A garota no Trem” (2016) do diretor *Tate Taylor*, baseado no *best-seller* de autoria de *Paula Hawkins*. O filme é protagonizado pelas atrizes *Emily Blunt* (Rachel Watson), *Halley Bennett* (Megan) e *Rebecca Ferguson* (Anna). O enredo se desenvolve a partir da história das três mulheres, numa ordem não cronológica entre acontecimentos passados e presentes. A protagonista do filme é Rachel e sua história é atravessada pelos conflitos de Megan que passam, por fim, a serem ligados à vida da terceira personagem, a Anna. O elo entre as três, à primeira vista, é marcado pela

relação amorosa das personagens, no caso, centrada na figura masculina: Anna foi amante do marido de Rachel, com quem, após o divórcio de Rachel, Anna se casa; Megan é babá da filha de Anna e amante do esposo da personagem; Anna e Megan são vizinhas; Anna mora na antiga residência de Rachel; sendo que a residência de Anna e Megan ficam exatamente no trajeto cotidiano de Rachel.

Essas evidências que as unem, contudo, não são o foco de atenção na interpretação que se objetiva mostrar. Superada a leitura inicial que olha para a história do filme e coloca em cena a personagem masculina como o agressor e, portanto, o mal a ser eliminado pelas três mulheres, passa-se à análise da relação menos evidente que diz respeito a este trabalho, a maternidade. O tema se faz presente como um coadjuvante, que auxilia na composição dos discursos e funciona como justificativa necessária para *acomodar* o enredo, mas que, de fato, encobre uma ideologia de redenção à maternidade, como se este fosse um tema que se auto justifica porque os sentidos já estariam dados.

Não é possível problematizar a ordem de todos os discursos ideológicos que emergem do filme em relação ao tema. Objetiva-se, com o recorte, problematizar uma concepção de maternidade vista como condição para a identificação da mulher consigo mesma que leva ao quadro conflituoso. Esse quadro é um pano de fundo que figura com *autoridade*, visto que ele é posto em cena pela força simbólica que o constitui, e cuja presença encontra na sociedade o respaldo para a sua não

problematização. Assim, parece muito tranquilo justificar que, não podendo ter filhos, Rachel, no caso, teria problemas psicológicos.

A trama do filme se desenvolve a partir dessa personagem, Rachel, uma mulher na idade entre os 35-40 anos, divorciada, alcoólatra e desempregada em consequência do vício. Sua rotina se limita às viagens de trem que ela toma todos os dias da sua casa, situada na pequena vila de *Ardley*, rumo à cidade de Nova Iorque. Essas viagens diárias simulam a ida ao trabalho do qual ela teria sido demitida há mais de um ano, após a separação que já somava dois anos. Da janela do trem, ela avista todos os dias, duas vezes ao dia, a moradia que compartilhou com o ex-marido e, algumas casas à frente, observa, com atenção particular, a residência de Megan. Entre um deslocamento e outro, Rachel, comumente embriagada, passa a construir uma vida fictícia para a jovem Megan, enquanto amarga a visão de Anna com a filha bebê que, por vezes, próximas à janela de um de seus ex-quartos, permite à Rachel acompanhar momentos de afeto entre mãe e filha.

O filme toma contornos de suspense e drama, tendo como desfecho a cumplicidade selada entre Rachel e Anna a partir da descoberta do assassinato de Megan pelo então ex-marido de Rachel. Entre a condição solitária em que a personagem Rachel é colocada devido ao alcoolismo como fuga ao desejo irrealizado de ser mãe; a frustração de Anna em deixar a carreira de corretora para se dedicar à filha; e a infelicidade que orienta a vida de promiscuidade e insatisfação de Megan e sua aversão à maternidade, o filme rompe as fissuras abertas pelo tema na vida das três

mulheres, configurando-se no centro do *nó borromeano* que as une.

A história, antes de ser levada ao cinema, vendeu mais de 10 milhões de exemplares e foi traduzida em 41 países. O livro, contudo, numa avaliação particular, *enrola-se* por 375 páginas e, na tela cinematográfica, a história é otimizada, permitindo que se foque a essência da discussão tecida neste trabalho, mas que é diluída nas páginas impressas (quase perdida).

Livro e filme projetam num primeiro plano o drama construído pela via das relações extraconjugais da personagem masculina cujo comportamento afeta negativamente a vida das três mulheres. Assim, a obra vende a história da infidelidade e, também, dos efeitos devastadores do alcoolismo que é provocado pela não realização materna. Mas – e este é o ponto – não é discutido, nem problematizado o discurso usado para justificar o vício da protagonista (não poder ter filhos), ou seja, o vício encontra respaldo no problema para acontecer. Não poder gerar um filho é tomado como um infortúnio tão intenso que justifica o problema de depressão que leva Rachel ao alcoolismo. Da mesma forma, a maternidade se faz peremptória na vida das duas outras personagens, que têm suas relações com o outro e consigo marcadas pelo nó da maternidade.

Para a análise, parte-se da tríade *Megan-Rachel-Anna* que se entrelaçam na temática sobre o sentido que constitui a mulher numa posição exercida não sem conflitos. *Afinal, o que há por detrás do alcoolismo da personagem Rachel? Da compreensão de Anna sobre si no papel de mãe? Do comportamento transgressor e insatisfeito de Megan?* A resposta às perguntas

é explorada na análise, a partir de uma das personagens da tríade, no caso, *Megan*.

A representação simbólica do *nó borromeano* foi apropriado, aqui, para representar as personagens femininas e o espaço singular que as constituem como mulher porque as três personagens têm seus dramas atravessados por uma formação discursiva em que a maternidade é orientada na direção em que ser mãe é projeto para a vida de toda a mulher. Nesse sentido, a realização pessoal das três está inseparável dessa condição. Na abordagem do filme, a maternidade aparece como motivadora dos fracassos na vida das personagens e é explorada no sentido de que ser mãe é condição de realização e não vir a ser é causa justificada para várias ordens de problemas.

Vê-se no filme que a esterilidade feminina (no caso de Rachel) e a frustração devido à abdicção da carreira em prol da criação da filha (no caso de Anna), adquirem peso frente à formação discursiva constituinte do discurso sobre a realização da mulher acontecer em razão da maternidade. Os dois casos citados não serão tomados para análise neste momento, sendo o foco da atenção apenas a personagem Megan, como mencionado, e cujo fim trágico implica o sentimento de culpa, autopunição e, por fim, rendição.

Redenção e rendição: o imputamento da culpa

“Isso serviria para rir, se não fosse tão triste”.
- Lênin, citado por Pêcheux (1997)

A reflexão objetiva problematizar como se dá a construção dos conflitos que envolvem a personagem Megan por meio da análise dos atravessamentos ideológicos que ela sofre. Procura-se compreender a posição-sujeito ocupada pela personagem e a formação discursiva em que ela se inscreve.

Para isso, foram transcritos do filme, segundo a tradução em língua portuguesa do próprio filme, alguns diálogos que permitem destacar o tema posto sob a figura feminina na posição-sujeito mãe e posição-sujeito não-mãe em conflito. No caso, Megan é a representação do desconforto da maternidade violada, e sua morte se faz necessária, tornando-se restauradora e lhe devolvendo a dignidade.

Inicia-se pelo trecho abaixo em que Megan, no meio da noite, segue até a casa do terapeuta para lhe revelar o que vinha escondendo de todos. No caso desse trecho, percebe-se que ele segue o ritual descrito pela formação discursiva discutida por Badinter (2011) sobre a presença autorizada e autoritária ligada à formação discursiva respaldada pelo discurso de natureza biológica.

Eu preciso contar a alguém.
Só uma vez.
Dizer em voz alta para você.
Depois vou embora. Prometo.
Eu engravidei. Tinha 17 anos.

Eu pari sozinha.
Ela era loira com os olhos escuros.
Pensei que fosse difícil,
Mas não foi.
Foi fácil.

O discurso da personagem ratifica a sua posição, conforme anunciado nas críticas de Badinter (2011): trata-se de um corpo preparado para gerar uma criança e fazê-la nascer. Se corpo e alma estão em descompasso, isso pouco importa.

Não há sujeito sem ideologias, nem há ideologias sem sujeito (ORLANDI, 2001). A representação de uma personagem é um ritual de enquadramento da vida social. Sem invenções, mas sustentada por motivações advindas por meio das instituições que regem os discursos. A maternidade é um tema cuja polêmica é silenciada pelo fato de que ser mãe é parte da natureza feminina. E isso fica demonstrado na personagem que negava esse instinto, mas se descobre depois que a razão não era porque não desejasse ser mãe, mas porque como mãe cometeu o pior dos pecados: deixar a filha morrer.

Para cada discurso que não pertença à FD que naturaliza a maternidade como imperativo para toda a mulher, vê-se que há, *já-lá*, a resposta para explicar o que há de errado com a mulher surda à ode materna, que, como define a citação, seria a protagonista de uma experiência única.

A gestação como geração, gesto, gestão e experiência íntima, mas também generosidade, gênio da espécie, aceitação do corpo estranho, hospitalidade, abertura,

vontade de enxerto regenerador; a gestação integrativa, não conflitual, pós-ambivalente das diferenças, modelo de antropocultura, matriz da universalidade do gênero humano, princípio e origem ética (FOUQUET, 1995, p. 80 apud BADINTER, 2011, p. 77).

Na contramão do discurso acima, as condições de produção atuais de que faz parte o corpus em análise sustenta dizeres da ordem do interdiscurso que retorno ao fio discursivo, no intradiscurso, em forma de pré-construídos, em função de um mecanismo de controle denominado por Pêcheux de “domínio de pensamento”, que “se constitui sócio-historicamente sob a forma de pontos de estabilização que produzem o sujeito, com, simultaneamente, aquilo que lhe é dado ver, compreender, fazer temer, esperar, etc.” (1997, p. 161). Produtor e espectadores: sujeitos enredados e movidos pelas tramas das evidências *ideológicas*, portanto, não-evidências. À Megan só caberia a tristeza; a ela só caberia uma vida sem amor; a ela caberia o desprezo das outras mulheres. Sem polêmicas.

Megan é uma daquelas personagens de quem se custa gostar. Transpira sensualidade e as cenas do filme a exploram nesse sentido. Corpo perfeito, rosto emoldurado por belos cabelos loiros. Sua história é narrada em cenas entrecruzadas com a história das duas outras personagens e sua morte é compreendida apenas ao final. Bonita demais; jovem demais; livre demais: seriam esses seus problemas reais?

Desde o início, Megan apresenta-se carregada de um silêncio perturbador: ela não pertencia aquele lugar, descrito pela personagem, logo nas primeiras cenas, como “uma fábrica de bebês”. Seu não

enquadramento era evidenciado pelos olhares das outras mulheres. O apelo do enredo recai sobre a vida sexual de Megan, o que acentua a antipatia que explicita o espaço fora do lugar que ela ocupava.

O tema da negação da gestação acompanha a personagem durante todo o filme antes da revelação da tragédia que havia lhe acometido no passado. Nada nela combinava com alguém que pudesse ser mãe. Assediada pelo companheiro para engravidar, a personagem passa sua história em diálogos com o terapeuta, porque, *é claro*, ela seria portadora de algum desvio psicopatológico. Megan mede a si mesma em diversos momentos, e ouve-se nas palavras ditas a *falta*, quando ela anuncia, por exemplo:

Quero recomeçar a minha vida.
Até agora fui uma adolescente rebelde.
Amante.
Garçonete.
Diretora de galeria.
Babá.
E puta.
Não necessariamente nessa ordem.

A desordem discursiva de Megan é marcada pelo jogo das posições enunciativas que a sustentam numa espécie de escala hierárquica que ela desenha para si (*amante, garçonete, diretora de galeria, babá, puta*) que revelam o desejo de mudança: “*Quero recomeçar*”. Mas a posição de negação sobre a gestação e o aspecto cultural que envolve essa condição em que para ser mãe é preciso antes ser esposa, expõe o conflito, quando ela diz:

Não posso mais ser **só** esposa
Por isso passo as noites em claro olhando para o teto
Só me sinto eu mesma quando estou correndo.

Há, no enunciado inicial, os sinais do descontentamento: quais os efeitos de sentido de ser “só” esposa? Seria ser mãe? Ser dona-de-casa? Ser um corpo para satisfazer o desejo do outro? O sentido do seu aprisionamento é representado simbolicamente pelo espaço fechado que a encobre (o teto), na escuridão (a noite) e na simulação de uma fuga (o exercício da corrida). Esses elementos organizam a teia em que Megan se vê presa.

Prosseguindo à análise, chama a atenção os possíveis efeitos de sentido do enunciado apresentado na sequência, dito por Megan numa das suas consultas ao psiquiatra, que dá mostras do movimento interno conflituoso que a regia: “*Quando o trem bate numa pessoa arranca as roupas*”. Vê-se que ter o corpo à mostra marca, no contexto de uma fala ainda era desconhecido ao espectador, o que estaria por ser revelado: a personagem morre, mas mais que o corpo mutilado, sua nudez revela o que a roupa esconde. A questão não é a morte, mas o que se *des-cobre* com ela. O silêncio das palavras que não podem ser ditas é desenhado pela metáfora do trem avassalador.

A marcação da posição de negação da maternidade centrada numa formação discursiva que vai de encontro à formação discursiva da mulher-mãe naturalizada é reiterada em outros momentos do texto, que imprimem à fala de Megan sua repulsa à imagem do bebê, como se lê

abaixo:

O Scott [marido] pensa que o trabalho de babá me deixará menos inquieta, com vontade de engravidar. Quando chego em casa do trabalho, tomo um banho para tirar o cheiro do bebê o mais rápido possível.

Megan vive um jogo de esconde: “Tudo não se pode dizer” (PÊCHEUX, et al, 2012, p. 56). Como afirmam os autores,

[...] quantas mensagens são enviadas para não ser recebidas, ou se destinam a outros, ou ‘chegam’ sem terem nunca sido envidas? Quanto às questões do sexo, da vida e da morte, como ignorar sua inscrição no inconsciente, que não cessa de embaralhar categorias de estado civil nas palavras de cada um? (idem, 2012, p. 57).

As aflições se revelam a cada palavra anunciada pela personagem:

Eu minto o tempo todo.
Minto para o Scoot.
Minto para você.
Sei que não é o objetivo da terapia, mas preciso manter as coisas dúbias.
Misturar os homens, os ex, os amantes.
Não importa quem são, só como me fazem sentir.
Mentir é igual a viajar.
É como ter um segredo

Reitera-se que a personagem brinca de esconde; há um gosto por saber que o sentimento que efetivamente a aflige não pode ser descoberto. Tolice, incompreensão do marido (e da sociedade) de quem ela desdenha: “É uma idiotice. Ele só fala de engravidarmos”. E ironicamente, diverte-se:

Scott gosta de ser o meu dono.
Descobrir todas as minhas senhas.
Até é sexy.
Quando cheguei ontem à noite, o Scott estava no meu computador.

O que haveria por trás do tom insolente de Megan que o filme lhe imprime? O que havia de obscuro na sua vida? E a resposta dada no filme chega como segredo revelado. Mas, neste trabalho, entende-se que chegar à constatação de que ela carrega o trauma pela morte da filha e, ao revelar essa perda, encontra a paz necessária para retomar a vida (não mais como babá, rebelde ou puta), o que se deseja mostrar e problematizar é o seguinte quadro: mais do que um segredo que estanca uma ferida, o trauma de Megan, ainda que supostamente superado com a ajuda da terapia, não poderia ser perdoado na esfera das ideologias. Megan precisava morrer. Seus erros (ser um esposa infiel e mãe negligente) são pesados demais, visto que pertencer a uma sociedade é fazer parte de um ritual regrado e implacável, que não perdoa facilmente quem negligencia sua posição.

O ritual define a qualificação que devem possuir os indivíduos que falam (e que, no jogo de um diálogo, da interrogação, da recitação, devem ocupar determinada posição e formular determinado tipo de enunciados); define os gestos, os comportamentos, as circunstâncias, e todo o conjunto de signos que devem acompanhar os discursos; fixa enfim, a eficácia suposta ou imposta das palavras, seu efeito sobre aquele aos quais se dirigem, os limites de seu valor de coerção. 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 pré-estabelecidos (FOUCAULT, 1999, p. 39).

Por fim, na cena em que ela aparece revelando ao médico o que aconteceu no dia em que sua filha morreu, Megan já não é mais mostrada como no papel anterior; ela é reescrita: agora os cabelos estão desalinhados, o semblante remete ao desespero e a dor de uma mãe não só diante da morte da filha, mas diante de si como a causa da morte da filha. Essa é a representação esperada, a roupagem a ser vestida: o discurso aceitável. Com a fala de Megan, encerra-se a reflexão, no compartilhamento da sua dor, ela ganha a simpatia do público que, aliviado, passa ironicamente a compreendê-la.

O telhado tinha goteira.
Estava muito frio.
Então entrei na banheira
Levei a Libby
E a coloquei no meu peito
A cabeça dela estava sob o meu peito
Eu adormeci
Eu a soltei
Eu a soltei
Eu a soltei
Eu a soltei
Não consegui olhar
Não queria ver aquilo
Vê-la daquele jeito
Eu a embrulhei no cobertor... e a enterrei
O Mac saiu naquela noite
E nunca mais voltou
Ele nunca mais voltou.

Considerações finais

No trajeto escolhido para a organização desse texto, objetivou-se mostrar que há uma ordem discursiva imperativa que faz circular sentidos determinados pela história. O enredo envolto à personagem Megan é revelador disso: tratava-se de uma mulher que sofreu um trauma com a morte da filha; culpou-se pela morte; com o apoio do psiquiatra superou o trauma e, ao final, é *outra*. Mas, morre. E morre porque precisa morrer (já se disse isso). Afinal, ela representa condutas inaceitáveis: infidelidade e negligência. Uma mulher que se expõe sexualmente e 'deixa' a filha morrer não tem perdão. Ela não poderia ser *feliz para sempre*. As reflexões que os dispositivos teóricos da Análise do Discurso permitem ao analista elaborar levaram ao texto apresentado. Na *consciência* da incompletude e das falhas que caminham juntos da prática de análise, toma-se por justificativa a *boa intenção*: mostrar que os discursos acontecem porque encontram eco; se reelaboram circunscritos ao que pode ser dito; simulam serem outros. Debruçar-se sobre os discursos é considerar importante a pergunta: os sentidos poderiam ser outros? Se houver qualquer resquício de positividade na resposta: eis o convite à reflexão. Por fim, como mulher, falar sobre mulher, pode levantar suspeitas, mas, parafraseando Pêcheux, é preciso ousar pensar por si própria. O que se tentou fazer foi problematizar: pensar a condição da mulher na cumplicidade de compartilhar da mesma posição sujeito sem perder, nem ganhar nada por isso.

Referências

BADINTER, E. **O conflito**. Tradução Véra Lucia dos Reis. Rio de Janeiro: Record, 2011.

_____. **Um amor conquistado: o mito do amor materno**. Tradução Waltensir Dutra. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

FIDALGO, L. **(Re)Construir a maternidade numa perspectiva discursiva**. Lisboa: Instituto Piaget, 2003.

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. Tradução Laura Fraga de Almeida Sampaio. 5. ed. São Paulo: Edições Loyola, 1999.

PECHÊUX, M. **Semântica e Discurso: uma crítica à afirmação do óbvio**. Tradução Eni Pulcinelli Orlandi [et. al.]. 3. ed. São Paulo: Editora da UNICAMP, 1997.

_____, et. al. Nota sobre a questão da Linguagem e do Simbólico em Psicologia. IN: PÊCHEUX, Michel. **Análise do Discurso: Michel Pêcheux. Textos escolhidos** por Eni Puccinelli Orlandi. 3. ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2012.

ORLANDI, E. P. **Análise do Discurso: princípios e procedimentos**. 3. ed. São Paulo: Pontes, 2001.

VELOSO, M.T.. **O sujeito do desejo do discurso**. Frederico Westphalen, RS: URI, Frederico Westph, 2012.

Da Capitu à vadia: as mulheres e suas formas de resistência

*Karen Gabriele Poltronieri
Lucília Maria Abrahão e Sousa
Dantielli Assumpção Garcia*

1. Dizeres Iniciais: Capitu e a Marcha das Vadias

As discussões em torno das questões de gênero não são novas e nem estão perto de acabar. Diversos autores e movimentos sociais das mais variadas vertentes discorrem acerca do gênero e as identificações dos sujeitos que são por ele afetados. Um desses movimentos sociais é o feminismo, em suas diferentes vertentes, o qual produz discussões/ações em que as desigualdades de gênero e as violências sofridas pelas mulheres em virtude do machismo estrutural das relações sociais são problematizadas.

Podemos aqui pensar na história do feminismo como dividido em três momentos⁴⁷: iniciando-se no final do século XIX e começo do século XX com o Sufrágio e diversas lutas pelos direitos trabalhistas e

⁴⁷ Essa periodização possibilita-nos relacionar e compreender nossos objetos de análise: a obra literária *Dom Casmurro* e o movimento feminista *Marcha das Vadias*.

educacionais; o segundo momento dá-se dos anos 1960 aos anos 1980, quando as militâncias se apresentam envoltas aos direitos legislativos e as revoltas sobre o lugar social das mulheres na sociedade; e o terceiro momento a ser considerado é a partir dos anos 1990 quando há uma renovação das militâncias das mulheres. É nessa última onda que identificamos o movimento social da *Marcha das Vadias*.

O movimento denominado *Marcha das Vadias* (nome traduzido de *Slutwalk*) surgiu em 2011 no Canadá. Sua história começa quando, em uma palestra sobre segurança e prevenção ao crime, um policial se referiu à violência contra a mulher como sendo culpa das vítimas por andarem nas ruas vestidas como “vadias”. A partir das temeridades presenciadas na fala desse homem e de muitos mais viventes na sociedade identificada como patriarcal, o movimento *Slutwalk* nasceu como uma marcha em clamor dos direitos igualitários das mulheres e fim da violência de gênero (MARCHA DAS VADIAS CWB, 2016).

Desde então, as mulheres pelo mundo têm se organizado em diversas marchas em prol dos feminismos, da liberdade de gênero, da igualdade e justiça perante a todos os abusos, ofensas, violências e discriminações sofridas por simplesmente serem mulheres. Não é recente a luta das mulheres por igualdade e equidade entre os gêneros, e não apenas nas marchas podemos ver a militância se manifestando. Na literatura, temos vários exemplos de mulheres fortes que contam suas histórias, como o ícone do feminismo Simone de Beauvoir, ou mesmo personagens literárias que têm características marcantes de mulheres que

não aceitam àquilo que lhes é imposto só porque são mulheres. Neste texto, pretendemos trabalhar com a personagem Capitu, presente no romance brasileiro do século XIX *Dom Casmurro* (1899 [1994]), de Machado de Assis. A personagem machadiana é uma dessas mulheres que tentam resistir, mas nem sempre conseguem, ao machismo e ao patriarcado do século XIX. As resistências dessas mulheres são mais sutis, uma vez que há ainda uma submissão aos desejos do homem/marido. A resistência não é marchar no espaço público, clamando por direitos, mas sim, no espaço do lar, tentando ter voz.

Capitu é a personagem feminina de maior destaque da obra, narrada por seu companheiro Bentinho, o qual é o narrador personagem da obra. Toda sua vida é exteriorizada pelas palavras de um personagem masculino; Capitu não fala sobre si. Mas ainda assim, a moça é apresentada com características nada convencionais para uma senhora que vivia na sociedade do Rio de Janeiro no final do século dezenove. *Dom Casmurro* inicia-se quando Bentinho era ainda adolescente. Esse jovem conta sua vida cotidiana ao lado de sua amiga Capitu, pela qual se descobre apaixonado. Sua mãe tem uma promessa de mandá-lo a um seminário para que se torne padre, a partir daí Bentinho e Capitu começam a ter ideias de como tirá-lo dessa vida que não o agrada para que possam se casar e viverem juntos. Após acontecimentos nesse período vivendo no seminário, Bentinho conhece Escobar, que se torna seu melhor amigo e uma parte importante de sua vida. A trama principal da história, conhecida como um grande clássico da literatura brasileira, é a questão se

Capitu traiu ou não traiu Bentinho com Escobar. As muitas indagações em torno dessa história alimentam trabalhos por muitas décadas, mas o foco aqui não é desvendar o mistério deixado por Machado, e sim o modo como essa mulher é dita na obra.

Com todos esses discursos que atravessam a personagem, identificamos nela traços de uma mulher determinada a não seguir o padrão de regras imposto para as mulheres em sua época. Embora não consiga romper com várias imposições, Capitu é descrita como peculiar diante de outras mulheres, não segue completamente os requisitos que as moças deveriam seguir para se tornarem boas esposas e mães. Acreditamos que há no texto machadiano indícios de que Capitu poderia ser uma feminista, à sua maneira, lutando por sua liberdade à frente das correntes patriarcais. Atualmente, vemos muito dessa luta por quebra de padrões nas mídias digitais. As mulheres tentam ganhar seu devido espaço na sociedade e utilizam dos recursos tecnológicos e das redes sociais para gritarem ao mundo que o feminismo se faz mais do que necessário quando a violência contra as mulheres ainda tem espaço nas sociedades contemporâneas.

Assim, neste trabalho, da perspectiva teórica da Análise de Discurso, buscaremos compreender o movimento feminista Marcha das Vadias, refletindo acerca de uma possível relação com a obra de Machado de Assis no que tange aos dizeres sobre as mulheres, seja para contradizê-los ou legitimá-los.

2. A memória e os sentidos

Para pensarmos no modo como um dizer sobre a mulher é formulado e posto em circulação na obra *Dom Casmurro* e retomado, pela via da contradição, da resistência, na *Marcha das Vadias*, mobilizamos a noção de memória discursiva.

Na Análise de Discurso, a memória discursiva é trabalhada pela noção de interdiscurso: “algo fala antes, em outro lugar e independentemente”, ou seja, se pensarmos em nosso objeto de análise, na *Marcha das Vadias*, há um dizer anterior sobre a mulher que é retomado e ressignificado no movimento feminista. Um dizer que circulou anteriormente, no século XIX, momento em que a personagem Capitu vivia na sociedade carioca seu amor por Bento Santiago. Como ressalta Orlandi (2006, p. 17-18), o interdiscurso: “é constituído de todo dizer já dito. Ele é o saber, a memória discursiva. Aquilo que preside todo dizer. É ele que fornece a cada sujeito sua realidade enquanto sistema de evidências de significações percebidas, experimentadas”.

É pelo funcionamento do interdiscurso que temos sentidos “evidentes” para a mulher e sua posição na sociedade. Ou seja, ao funcionar o interdiscurso, os sujeitos na posição-homem e na posição-mulher se inscrevem em determinadas formações discursivas e fazem circular sentidos ao masculino (poderoso, chefe de família, dominador) e ao feminino (sexo frágil, submisso, dominado) vistos como os únicos

sentidos possíveis à mulher e ao homem. Contudo, como coloca Pêcheux (1999, p. 56), a memória:

não poderia ser concebida como uma esfera plena, cujas bordas seriam transcendentais históricos e cujo conteúdo seria um sentido homogêneo, acumulado ao modo de um reservatório: é necessariamente um espaço móvel de divisões, disjunções, de deslocamentos e de retomadas, de conflitos de regularização (...) Um espaço de desdobramentos, réplicas, polêmicas e contradiscursos.

São esses espaços de desdobramentos, polêmicas, contradiscursos que vemos funcionar tanto na obra machadiana quanto no movimento feminista Marcha das Vadias. *Capitu* é sim narrada pelo personagem masculino de Bentinho, e ainda escrita por Machado de Assis, que ao lermos sua obra podemos interpretar que ele a fez para ser diferente. Percebemos em *Capitu* uma menina diferenciada, ela se contraidentifica, em muitos momentos na obra, com o padrão da época; ela quer aprender o que só é ensinado aos meninos; ela quer brincar e explorar e não só ficar cosendo e fazendo “coisas de meninas”; é inteligente e sabe se portar quando é requisitado, mas não perde sua essência. A Marcha das Vadias faz circular discursos libertadores nos quais as mulheres querem ser “livres” de posições (como mãe, dona de casa, esposa etc) impostas ao longo da história. Nesse movimento social, o que mais se abordam são os efeitos que essa suposta inferiorização de gênero pode causar às mulheres; decorrem daí violências verbais e físicas, violências domésticas, discriminação no meio social e profissional entre outras formas de

estigmas baseadas nas diferenças entre os gêneros. Tanto em *Dom Casmurro* como na *Marcha das Vadias*, formulações que tornam explícitas a violência contra a mulher.

Como mostramos em Poltronieri e Garcia (2017, p. 347), a personagem Capitu é dita por Bento Santiago de modo a silenciá-la/censurá-la enquanto mulher, expondo-a a uma violência patriarcal que a encarcera em um exílio até a chegada de sua morte. A mulher em *Dom Casmurro* não pode ocupar a posição de sujeito desejante (seja de viver a vida sem as amarras da sociedade do século XIX, seja de ter outro amor, seja de não querer se limitar à posição de mãe, esposa e do lar). Assim,

Capitu sofre uma violência patriarcal que afeta de imediato sua identidade como sujeito. Ao impor o silêncio, Bentinho impede que Capitu sustente outro discurso que diz sobre sua (não) traição. São as palavras de Bento Santiago/Dom Casmurro que carregam o silêncio da violência patriarcal sofrida por Capitu. Violência essa que leva Capitu ao exílio e, posteriormente, à morte, não tendo tido Capitu, portanto, o poder/permissão de dizer sobre sua relação de amor (?) a Bento Santiago. (POLTRONIERI, GARCIA, 2017, p. 355-356).

Diferentemente é o movimento *Marcha das Vadias*. Nele, o dizer da mulher sobre suas vivências, dilemas é explicitado. É a mulher dizendo de si, é a sua voz materializada nas postagens, nos cartazes, nas escritas no corpo que milita por uma posição legitimada na sociedade e tenta romper com sentidos estabilizados na sociedade, pelo funcionamento da memória,

sobre o que é ser mulher. Para Chaves (2015, p. 24), a vadia no cenário atual “não só é conhecida como a mulher falada, mas aquela que fala, que se chama de vadia rejeitando sentidos estabilizados e reivindicando outros”.

Vejamos essas reivindicações.

3. A (re)significação das mulheres

Os sentidos em torno das denominações dadas às mulheres explicitam a forma como a sociedade as vê de acordo com sua inscrição na história. Isto é, a relação de poder que um adjetivo ou mesmo um termo descritivo pode materializar é suficiente para demarcar como os sentidos são atravessados por uma memória estabilizada e intentam controlar os corpos das mulheres e impor um lugar que não seja o espaço público, da rua, da militância.

No movimento Marcha das Vadias, o próprio termo “vadia” é (re)significado para se constituir um sentido diferente ao do saber popular. O termo empregado passa a ter um sentido de luta e não mais um sentido ligado à vadiagem, à malandragem. Como afirma Chaves (2015, p. 23),

A vadia da Marcha aparece como outra possibilidade de articulação discursiva, em que a memória opera tanto em esquecimento – pois, esburacou-se (PÊCHEUX, 1984b),

perdeu o trajeto (do Crime de Vadiagem⁴⁸) – quanto em disputa, pois sob o mesmo da materialidade da palavra vadia, ecoam determinações históricas de uma sociedade marcada por diferenças significativas na forma de conceber a presença de homens e mulheres no espaço público.

A Marcha das Vadias, podemos dizer, milita por um novo dizer sobre a mulher e sua posição na sociedade. Ao trazer a voz da sociedade, como memória, busca atualizar esse dizer, e fundar uma discursividade que colocará a mulher como participante/militante do espaço público (GARCIA, SOUSA, 2014). “Ser vadia” na Marcha relaciona-se com ser mulher livre e lutar pelo fim do estigma que essa denominação carrega. Segundo Nunes (2013, p. 65), há no acontecimento das marchas uma sobreposição entre os movimentos nas redes e os acontecidos nas ruas, entre o que é digital e o que está com o corpo no espaço público, entre as contradições e os deslocamentos de sentidos que envolvem esse processo. O “vadia” passa a ser um grito de liberdade nessa conjuntura de militância digital e cidadina.

Como vemos na campanha produzida pela Marcha das Vadias de Brasília: “Vadia. [substantivo, feminino, singular]. Aquela que é livre.

⁴⁸ “Formulado no período pós-abolicionista e em meio ao processo de implantação do regime capitalista no Brasil que tinha como eixo a disciplinarização e a moralização dos cidadãos(ãs), o Crime de Vadiagem foi previsto no Código Penal da República, sancionado em 1890, no artigo 399, que estabelecia como infração ‘Deixar de exercitar profissão, ofício, ou qualquer mister em que ganhe a vida, não possuindo meio de subsistência e domicílio certo em que habite, prover à subsistência por meio de ocupação proibida por lei e manifestamente ofensiva da moral e dos bons costumes’” (CHAVES, 2015, p. 22).

#pelofimdomachismo. Marcha das Vadias DF". Como mostramos em Garcia e Sousa (2014), essa campanha estrutura-se como uma definição lexicográfica. Ao definir o que é ser vadia, rompendo com uma memória estabilizada na sociedade sobre esse termo, a Marcha das Vadias busca fazer com que haja uma identificação, por parte das mulheres, ao discurso que circula. Ao definir, podemos ver a presença de um discurso outro que aponta para o comportamento esperado da mulher: não ser livre, não ocupar a rua para lutar pelo fim do machismo. A Marcha busca mais uma vez fundar uma outra discursividade que inscreverá suas formulações sobre a mulher e, principalmente, sobre a vadia.

Em *Dom Casmurro*, temos também outros sentidos atribuídos a Capitu além de ser "moça de família", "prendada", "boa esposa". Em algumas passagens do livro, Capitu não aceita simplesmente o que lhe é estabelecido e manifesta seu descontentamento em diferentes diálogos. Como este entre os personagens, Capitu e Bentinho, já casados, ao apresentarem seu filho para um amigo da família que o recebe como "filho do homem":

'Como vai isso, filho do homem?' 'Dize-me, filho do homem, onde estão os teus brinquedos?' 'Queres comer doce, filho do homem?'

– Que filho do homem é esse? perguntou-lhe Capitu agastada.

– São os modos de dizer da Bíblia.

– Pois eu não gosto deles, replicou ela com aspereza." (ASSIS, 1994, p.107).

A cena marca, de acordo com Poltronieri e Garcia (2017, p. 352), um espanto de todos por Capitu sair em defesa de que o filho não seria apenas do “homem”. A personagem põe em questionamento os discursos da Bíblia, enunciações anteriores que inferiorizam as mulheres e clama por sua maternidade e pelo nome da mãe/da mulher a seu filho. Na tensão entre os valores culturais e sociais vigentes, os indícios de empoderamento da mulher no final do século XIX:

Capitu é um exemplo de uma mulher que transcende a definição de esposa, mãe e ao mesmo tempo o estereótipo de mulher. Ela busca uma maneira de transpor o estabelecido; luta por emancipar-se, pois está cansada das obrigações sociais e familiares que lhes são impostas; quer experimentar algo que saia de si própria. (GUALDA, 2008, p. 81).

Mesmo nos dias de hoje, passados mais de cem anos da primeira publicação da obra, após vários acontecimentos feministas vindos para garantir direitos e justiça, vivemos em uma sociedade que ainda violenta a mulher que foge ao que a ela é estabelecido. Todavia, os movimentos, como a Marcha das Vadias, intentam fazer resistência e seus dizeres buscam sair da esfera digital e atingir a esfera pública:

Ao divulgar campanhas no espaço digital, espera-se que seu efeito seja visto no espaço público, com homens respeitando mulheres, não as violentando, com homens e mulheres respeitando-se, militando por um espaço que a

violência de gênero não seja legitimada. A Marcha, assim, faz uso das tecnologias para produzir uma reflexão acerca da mulher e sua posição na sociedade; busca, desse modo, explicitar como a mulher realiza-se dentro da condição feminina. (GARCIA; SOUSA, 2014, p. 1054).

As campanhas, em geral, da Marcha das Vadias colocam em evidências outros sentidos à mulher e a seu corpo. Temos, de um lado, a sociedade patriarcal interpelando a mulher e colocando-a em uma posição de submissão e, de outro, os discursos dos movimentos feministas, aqui da Marcha das Vadias, interpelando-a e tentando constituir uma outra posição ao sujeito feminino⁴⁹. Nessa outra posição, está a mulher que luta, que tem desejos, que tem sonhos, que resiste à sociedade que a violenta cotidianamente.

A resistência, pelos movimentos feministas, visa questionar certas imposições direcionadas às mulheres (ser mãe, casar). Vemos isso também em *Dom Casmurro*, quando Capitu quer aprender idiomas como latim e lhe é negado por não ser considerado “coisa de menina”. No trecho abaixo, a fala empregada pelo personagem do Padre Cabral deixa marcado essa inscrição de uma voz masculina silenciando os direitos de uma mulher que quer estudar da mesma forma que é consentido a Bentinho:

⁴⁹ Como exemplos de postagens que circulam nas páginas da Marcha das Vadias de Campinas, temos: “Mulher, padrões só existem pra gente quebrar”, “Rosa, escolheu não ter filhos. Sem problemas, Rosa! A maternidade é uma escolha e sua recusa não te torna menos mulher”.

[...] gostava de saber tudo. No colégio onde, desde os sete anos, aprendera a ler, escrever e contar, francês, doutrina e obras de agulha, não aprendeu, por exemplo, a fazer renda; por isso mesmo, quis que prima Justina lhe ensinasse. Se não estudou latim com o Padre Cabral foi porque o padre, depois de lhe propor gracejando, acabou dizendo que latim não era língua de meninas. Capitu confessou-me um dia que esta razão acendeu nela o desejo de o saber. [...] Ainda assim, estou que aprenderia facilmente pintura, como aprendeu música mais tarde. Já então namorava o piano da nossa casa, velho traste inútil, apenas de estimação. Lia os nossos romances, folheava os nossos livros de gravuras, querendo saber das ruínas, das pessoas, das campanhas, o nome, a história, o lugar. [...] Tudo era matéria às curiosidades de Capitu, mobílias antigas, alfaias velhas, costumes, notícias de Itaguaí, a infância e a mocidade de minha mãe, um dito daqui, uma lembrança dali, um adágio dacolá... (ASSIS, 1994, p. 30).

Nos dizeres da Marcha das Vadias, por exemplo, o apelo por reconhecimento de direitos e fim da violência de gênero que muitas mulheres sofrem se inscreve em movimentos coletivos e escritos que clamam por uma voz que, há muito, vem sendo silenciada e oprimida. Muitas das questões tratadas nesse movimento social são de grande importância para o combate à violência contra a mulher. A resistência pelo fim dos padrões e por uma liberdade de poder ocupar os espaços e ser o que quiser.

Por fim, na Marcha das Vadias, temos a tentativa de deslocar sentidos estabilizados sobre a mulher. Esses são questionados, contraditos

e colocam em circulação outras formulações sobre ser mulher, sobre ser vadia, sobre ser livre, ocupar lugares e dizer sobre si e não silenciar, muitas vezes, como fez Capitu.

Considerações Finais

Neste trabalho, buscamos analisar como dizeres sobre ser mulher são postos em circulação na obra *Dom Casmurro* e no movimento feminista Marcha das Vadias. Na obra machadiana, temos uma personagem feminina que, embora viva a cartilha dos bons modos, em alguns momentos, mostra atitude que enfrentam o que era imposto à mulher no século XIX. Em Capitu, assim como no movimento sufragista do final do século XIX, temos indícios de uma mulher empoderada, que buscava seus objetivos (no caso de Capitu, saber sempre mais das coisas da vida, e no caso do movimento sufragista, o voto feminino) e não aceitava dizeres como “não é coisa de menina”. Em *Dom Casmurro*, é possível dizer que se mostra “a faísca do desejo de aprender que era negado às mulheres, indica a não aceitação do que lhe era forçoso” (POLTRONIERI, GARCIA, 2017, p. 350).

Já na Marcha das Vadias, o uso das redes sociais, da cibermilitância, das tecnologias fazem circular dizeres que empoderam a mulher “vadia”, a mulher livre, que não quer ser mãe, nem seguir padrões impostos pela sociedade patriarcal que desde o século XIX tenta silenciar a mulher, mas esta resiste.

Referências

ALVES, Branca M.; PITANGUY, Jacqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Abril Cultural/ Editora Brasiliense, 1985.

ASSIS, M. de. [1899]. **Dom Casmurro**. 39ª edição. Rio de Janeiro. Editora Nova Aguilar, 1994.

CHAVES, Tyara Veriato. **Da marcha das vadias às vadias da Marcha: discursos sobre as mulheres e o espaço**. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Estadual de Campinas, Instituto da Linguagem, 2015.

GARCIA, Dantielli Assumpção. ABRAHÃO E SOUSA, Lucília Maria. A Marcha das Vadias nas redes sociais: um discurso da militância? **Estudos Linguísticos**, São Paulo, 43 (3): p. 1041-1055, set-dez 2014.

GARCIA, Dantielli Assumpção. O silêncio e a voz da mulher na sociedade contemporânea militando por um outro dizer. IN: PATTI, Ane Ribeiro. [et.al.] (Org.) **Textecendo discursos na contemporaneidade**. São Carlos: Pedro e João Editores, 2014.

GUALDA, Linda Catarina. Representações do feminino em Dom Casmurro: o silêncio de Capitu. **Língua & Letras**. Cascavel, v. 9, n. 17, p. 71-85, 2008.

Marcha das Vadias CWB. 2016. Disponível em: <<https://marchadasvadiascwb.wordpress.com/conheca-a-marcha/porquevadias/>>. Acesso em: 21 de jun. de 2017.

NUNES, José Horta. Marchas urbanas: das redes sociais ao acontecimento. In: PETRI, Verli; DIAS, Cristiane. (Org.) **Análise de discurso em perspectiva: teoria, método e análise**. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2013.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 6. ed. Campinas: Pontes, 2002.

_____. Maio de 1968: os silêncios da memória. IN: ACHARD, Pierre. et. al. **Papel da Memória**. Pontes Editores. Campinas, 1999.

PACÍFICO, Soraya Maria Romano. ROMÃO, Lucília Maria Sousa. A memória e o arquivo produzindo sentidos sobre o feminino. **Em Questão**. Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 73-90, jan./jun. 2006.

PÊCHEUX, Michel. Papel da memória. IN: ACHARD, Pierre. et. al. **Papel da Memória**. Pontes Editores. Campinas, 1999.

POLTRONIERI, Karen Gabriele; GARCIA, Dantielli Assumpção. A censura a Capitu em Dom Casmurro: uma violência patriarcal. In: SOUSA, Lucília Maria Abrahão e. [et.al.]. (Org.). **Travessias em discurso: a língua na história**. São Carlos: Pedro & João, 2017.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003.

ROSALDO, Michelle Zimbalist; LAMPHERE, Louise. **A mulher, a cultura e a sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

Sobre as autoras

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. 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 a respeito das violências contra mulheres. E-mail: ana.tarini@ifpr.edu.br

Dantielli Assumpção Garcia

Realizou Pós-Doutorado na FFCLRP/USP (2013-2015) 423 e na UNIOESTE (2016-2017). Doutorado (2011) e Mestrado (2005) em Estudos Linguísticos pela UNESP. Possui graduação em Licenciatura em Letras pela Universidade Estadual Paulista (UNESP) (2005). Atualmente, é docente no curso de Graduação e na Pós-Graduação em Letras da Universidade Estadual do Oeste do Paraná. E-mail: dantielligarcia@gmail.com

Fernanda Pereira

Doutoranda e Mestra em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Licenciada em Letras pela União Dinâmica

Cataratas. Atua como Técnica em Assuntos Educacionais na Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA). E-mail: fpereir@gmail.com

Franciele Luzia de Oliveira Orsatto

Doutora, mestra e licenciada em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), onde também atuou como docente da graduação em Letras de 2010 a 2016. Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Faculdade Assis Gurgacz (FAG), onde atuou como docente de 2009 a 2013. Professora de Língua Portuguesa e Língua Inglesa do Instituto Federal do Paraná (IFPR), campus Cascavel, desde 2016. E-mail: franciele.orsatto@ifpr.edu.br

Juliana de Sá França

Doutoranda, mestra e licenciada em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE), *Campus* Cascavel. Graduada em Comunicação Social, com ênfase em Jornalismo, pela Universidade Paranaense (Unipar). É docente efetiva do curso de Letras da UNIOESTE, *campus* Marechal Cândido Rondon, atuando na área de Língua Espanhola. E-mail: julianadesa@gmail.com

Juliana Karina Voigt

Doutoranda em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE). Mestre e licenciada em Letras pela UNIOESTE. Pós-graduada em Língua Portuguesa e Literatura, pelo Instituto de Estudos Avançados e Pós-graduação (ESAP). Graduada em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo pela Universidade Paranaense (Unipar). Professora universitária na União Educacional de Cascavel (UNIVEL), de 2014 a 2017. Professora do ensino fundamental e ensino médio na Secretaria de Estado da Educação do Paraná (2011). Professora de italiano no Programa de ensino de línguas (PEL), da UNIOESTE, de 2009 a 2011. E-mail: ju_voigt@yahoo.com.br

Karen Gabriele Poltronieri

Graduanda do terceiro ano de Biblioteconomia e Ciência da Informação pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto (FFCLRP) - Universidade de São Paulo (USP). Bolsista de Iniciação Científica FAPESP com projeto intitulado "De Capitu falada por um homem à que fala na Marcha das Vadias" Orientanda de Dantielli Assumpção Garcia. E-mail: karen.poltronieri@usp.br

Luciane Thomé Schröder

Doutora em Estudos da Linguagem, Área de concentração: Teorias do Texto e do Discurso, pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). É docente do curso de graduação em Letras da Universidade Estadual do

Oeste do Paraná (UNIOESTE), campus de Marechal Cândido Rondon e do Programa de Pós-graduação em Letras, nível de Mestrado Profissional em Letras, PROFLETRAS, da mesma universidade, campus de Cascavel. Desenvolve pesquisas na área da Análise do Discurso de linha francesa e, atualmente, orienta projetos a partir de temas voltados à mulher e ao ensino da língua materna numa perspectiva discursiva. E-mail: Itschröder@gmail.com

Lucília Maria Abrahão e Sousa

Doutora em Psicologia pela FFCLRP da Universidade de São Paulo (2002) e Livre Docência (2009) em Ciência da Informação pela mesma instituição. Possui graduação em Letras (1988) pelo Centro Universitário Barão de Mauá de Ribeirão Preto e é docente da Universidade de São Paulo. Fundadora e coordenadora do laboratório E-l@dis. Membro do Fórum do Campo Lacaniano. E-mail: luciliamasousa@gmail.com

Mirielly Ferraça

Doutoranda em Linguística pela Universidade Estadual de Campinas - UNICAMP (2015-2019). Mestra em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE. Graduada em Letras Português Italiano pela UNIOESTE e Jornalista formada pela Universidade Paranaense - UNIPAR. Desenvolve pesquisas em Análise de Discurso de linha francesa, principalmente a partir de materialidades que dão visibilidade a reflexões

sobre mulher, sexualidade, prostituição e cidade. E-mail:

miriellyferraca@gmail.com



