

RAÍSSA MEDICI DE OLIVEIRA

MULHERES NO PODER: forma de vida do ator mulher
executiva contemporânea na revista *VOCÊ S/A*



RAÍSSA MEDICI DE OLIVEIRA

MULHERES NO PODER: forma de vida do ator mulher
executiva contemporânea na revista *VOCÊ S/A*

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – Unesp/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Linha de pesquisa: Estrutura, organização e funcionamento discursivos e textuais.

Orientador: Dra. Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento.

Bolsa: FAPESP (Proc. n. 2012/13012-4)

ARARAQUARA – SP
2014

RAÍSSA MEDICI DE OLIVEIRA

MULHERES NO PODER: forma de vida do ator mulher
executiva contemporânea na revista *VOCÊ S/A*

Dissertação de Mestrado, apresentada ao Programa de Pós-graduação em Linguística e Língua Portuguesa da Faculdade de Ciências e Letras – UNESP/Araraquara, como requisito para obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Linha de pesquisa: Estrutura, organização e funcionamento discursivos e textuais.

Orientador: Dra. Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento.

Bolsa: FAPESP (Proc. n. 2012/13012-4)

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Presidente e Orientador: Profª. Dra. Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento
Departamento de Linguística – FCLAr / UNESP.

Membro Titular: Profª. Dra. Maria de Lourdes Ortiz Gandini Baldan
Departamento de Literatura – FCLAr / UNESP.

Membro Titular: Profª. Dra. Naiá Sadi Câmara
Departamento de Linguística – UNIFRAN.

Data de aprovação: 13/03/2014

Local: Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP
Faculdade de Ciências e Letras – Câmpus de Araraquara

A todos os sujeitos permanentemente comprometidos em atividades de construção de sentido,
quer sejam semioticistas “profissionais” ou não, dedico esta dissertação.

AGRADECIMENTOS

a Deus, Pai misericordioso, agradeço a saúde – física e mental – que me permitiu a concretização de mais um grande e importante objetivo;

aos meus pais, Raymundo e Rosa, agradeço o incentivo e o apoio constantes não somente ao longo deste árduo caminho de formação acadêmica, mas ao longo do principal caminho de formação humana: a vida;

ao meu irmão, Renan, agradeço o exemplo de força e perseverança na realização das metas e na conquista dos sonhos;

à minha orientadora, professora Edna Nascimento, agradeço a acolhida, as orientações, as experiências compartilhadas e, principalmente, a confiança depositada;

à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), agradeço o financiamento de dezessete meses de pesquisa (de outubro de 2012 a fevereiro de 2014);

a duas companheiras de jornada que se tornaram grandes amigas, Amanda Raiz e Cleides Prestes, agradeço a acolhida, os saberes e experiências compartilhados e, é claro, a companhia em “cafês filosóficos” muito produtivos;

a alguns colegas de mestrado e doutorado da Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara – FCLAr/UNESP, dentre eles Aline Ap. Santos, Bruno Garrido, Cintia A. da Silva, Cris Guzzi, Eneida Nalini, Lílían Marques, Levi Merenciano, Luiz C. P. Torelli, Marilurdes C. Borges, Nathalia Soares, Priscila Florentino, Rubens C. Baquião, agradeço a consideração, os auxílios e o convívio cordial e prestimoso;

às professoras Maria de Lourdes Ortiz Gandini Baldan e Renata Maria Facuri Coelho Marchezan, agradeço os sábios apontamentos feitos durante o Exame de Qualificação;

à professora Maria de Lourdes Ortiz Gandini Baldan, que gentilmente aceitou o convite para compor novamente a minha banca julgadora, e à professora Naiá Sadi Câmara, agradeço os elogios, os comentários e, em especial, os momentos de reflexão proporcionados durante o Exame de Defesa;

aos professores Jean Cristtus Portela e Arnaldo Cortina, agradeço as lições de semiótica e as experiências de vida compartilhadas ao longo das disciplinas e seminários;

ao professor Matheus Nogueira Schwartzman, agradeço os sábios apontamentos feitos durante o GT Intermediário de Semiótica da Anpoll e o V Seminário de Estudos Linguísticos da Unesp (SELIN);

ao meu namorado, Tales de Oliveira Campos Cardoso, agradeço o carinho, o respeito, a confiança e, principalmente, as lições de paciência diante de todas as minhas incertezas e inquietações.

[...] se se pode sobrevir a todo mundo e mesmo a um semioticista a pergunta metafísica de saber se a vida “tem” um sentido, a vocação da semiótica como tal não é a de respondê-la. Nem a fortiori de dizer qual (é o sentido)! Trata-se, em compensação, de compreender, e tanto quanto possível de explicar como, sobre a base de quais tipos de elementos, se elabora o sentido, quer relativo quer vacilante, que cada um (cada indivíduo no interior da sua cultura) tende a atribuir não somente ao mundo, mas também a sua própria presença no mundo.

(Landowski, **Régimes de sens et styles de vie**, 2012, p. 1)

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo principal verificar de que modo está configurada a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea na revista *VOCÊ S/A*. Para tanto, compreendeu-se a necessidade de investigar o conceito de forma de vida em semiótica e, para fazê-lo, optou-se por reconstruir uma parte da teoria: seus postulados fundamentais no âmbito da semiótica narrativa e discursiva e seus desdobramentos mais recentes no âmbito da semiótica do sensível, inaugurada com *Da Imperfeição*. De posse do referencial teórico, passou-se a investigar os textos que compõem o *corpus* de pesquisa: matérias jornalísticas e artigos de opinião em que figura o ator mulher executiva contemporânea. Inicialmente, buscou-se compreender como é construído o ator mulher executiva contemporânea no periódico e como é a forma de vida que a ele se atribui. Nesse sentido, foi possível, com a investigação do jogo estabelecido entre enunciador-enunciatário, não somente depreender essa forma de vida, mas também contrastá-la com a forma de vida do ator mulher executiva de outros tempos. Foi desse modo que se estabeleceu o percurso de inserção e permanência do ator mulher executiva contemporânea no cenário corporativo: um percurso marcado pela mudança/transformação dos valores inicialmente definidos pelo/para o mundo corporativo. Assim sendo, verificou-se que o ator mulher executiva contemporânea é dotado dos papéis temáticos de executiva, mãe, esposa e mulher, e tem sua forma de vida marcada pela valorização da maternidade e do jeito feminino na carreira executiva. Em seguida, passou-se a examinar a questão do poder feminino e, nesse exame, também se investigou uma possível padronização da figura feminina pela masculina. Foi dessa forma que se estabeleceu o percurso de empoderamento do ator e chegou-se à conclusão de que o poder do ator mulher executiva contemporânea é um poder ameno, marcado mais pela conciliação dos papéis e pela capacidade de liderança de equipes majoritariamente masculinas do que por qualquer outro quesito, o que contribui para a consolidação do discurso do equilíbrio. Por último, reconstruiu-se, por meio de marcas textuais explícitas e implícitas, formas de vida não referendadas pelo enunciador do periódico. Apoiando-se nos regimes de interação social propostos por Eric Landowski, chegou-se a uma tipologia das executivas contemporâneas, por meio da qual delineamos as executivas perspicazes, as presumidas, as ineptas e as advertidas, o que configura, respectivamente, um modelo a ser seguido, um modelo censurado, um modelo descartado e um modelo a ser pensado pelo enunciatário da *VOCÊ S/A*.

Palavras – chave: semiótica greimasiana. Forma de vida. Regimes de interação social. Mulher executiva. *VOCÊ S/A*.

ABSTRACT

This dissertation aims at verifying how the form of life of the actor contemporary executive woman is configured in the magazine *VOCÊ S/A*. Accordingly, it was understood the need to investigate the concept of form of life in semiotics and, to do so, it was decided to rebuild part of the theory: its fundamental postulates within the narrative and discursive semiotics and its recent developments in the context of sensitive semiotics, inaugurated with *Of the imperfection*. After organizing the theoretical framework, the investigation of our corpus started: news reports and opinion articles in which the actor contemporary executive woman is portrayed. First of all, the research aimed at understanding how the actor contemporary executive woman is built in the magazine and how the form of life attributed to him (the actor) is. In this way, it was possible, with the investigation of the game established between enunciator and enunciatee, not only comprehend this form of life, but also contrast it with the form of life of the actor contemporary executive woman from other times. In doing so, it was attested the insertion and permanency path of the actor executive contemporary woman in the corporate scene: a path marked by the change/transformation of the values initially defined by the corporate world. That means the verification that the actor contemporary executive woman is gifted with the thematic roles of professional executive, mother, wife and woman, and that his form of life is marked by the valuation of the maternity and of the feminine manners in the executive career. Secondly, it was examined the female power issue and, in doing so, it was also examined a possible standardization of the feminine figure by the masculine one. Therefore, by attesting the empowerment path of the actor contemporary executive woman, the study came to conclusion that his power is a mild one, even more marked by the conciliation of the roles and by the capacity of leading mostly male teams than by any other point. In this manner, the ambition and the passion of the public power appear in the magazine discourse, but what prevails is the discourse of equilibrium. At last, it was rebuilt, by means of the implicit and explicit textual marks, forms of life that are not certified by the enunciator of the magazine. Thus, based on the regimes of social interaction developed by Eric Landowski, the research came to a typology, through which we conceived the perceptive, the pretentious, the inept and the advised female executives, what configures, respectively, a model to be followed, a censured model, a discarded model and a model to be thought by the enunciatee of *VOCÊ S/A* magazine.

Key – words: greimasian semiotics. Form of life. Regimes of social interaction. Executive woman. *VOCÊ S/A*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1. A SEMIÓTICA GREIMASIANA	18
1.1. Panorama geral	18
1.2. Principais heranças	21
1.3. Um percurso de geração do sentido	24
1.4. A (re)constituição dos mundos de linguagem	34
1.5. A tela do parecer: o contrato de veridicção	38
1.6. Novos olhares sobre o sentido	43
1.6.1. O “Eu” e o “Outro”: construindo identidades sociais	45
1.6.2. O “Eu” e o “Outro”: modos de apreensão do sentido na interação	52
1.6.3. O conceito de forma de vida e a investigação do universo midiático: interpenetrações	60
2. VOCÊ S/A E A FORMA DE VIDA DO ATOR MULHER EXECUTIVA CONTEMPORÂNEA.....	70
2.1. A figura feminina em VOCÊ S/A: primeiros apontamentos	70
2.2. A executiva segundo pesquisas empíricas e a executiva segundo outras pesquisas com VOCÊ S/A: um levantamento de dados	83
2.3. A executiva ontem e hoje: oponentes e adjuvantes no percurso do ator	89
2.3.1. Filhos e carreira corporativa: a maternidade (bem como o casamento) é um ônus para a executiva?	91
2.3.2. Masculinizar-se ou feminilizar-se: qual é a lei?	97
2.4. Espelho, espelho meu, existe alguém mais poderosa do que eu?	105
2.4.1. Retraçando o percurso de empoderamento da executiva S/A.....	108
2.5. VOCÊ S/A: forma de vida do ator mulher executiva contemporânea em 4, 3, 2... 1!	130
2.5.1. Um modelo a ser seguido	130
2.5.2. Um modelo a ser pensado	137
2.5.3. Um modelo censurado	142
2.5.4. Um modelo descartado	146

2.5.5. A apreensão de uma tipologia e suas implicações na compreensão da figura da mulher na sociedade contemporânea.....	150
---	-----

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	155
-------------------------------------	------------

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	159
----------------------------------	-----

REFERÊNCIAS DO <i>CORPUS</i>	163
------------------------------------	-----

INTRODUÇÃO

Que é uma introdução? Explicações, declaração de intenções, exposição de objetivos e do plano de trabalho, mas principalmente ressalvas, escusas antecipadas, defesa prévia, justificativas, desculpas.

(Fiorin, *As astúcias da enunciação*, 2010, p. 23)

Discutir o papel da mulher na sociedade contemporânea é resgatar toda uma trajetória de lutas em busca do reconhecimento da sua capacidade de participação na vida pública e contestar, uma vez mais, os estereótipos, inculcados há séculos, de mulher relegada ao ambiente doméstico e subalterna à figura do pai e/ou do marido. Nessa discussão, imprescindível é inserir o movimento feminista que, em princípios do século XIX, impulsiona as mulheres a lutarem pela igualdade de direitos entre os sexos nos mais diversos campos, dentre eles o jurídico, o político e o econômico; e destacar que, face às primeiras conquistas, as mulheres passam a expor sua condição de oprimidas pela cultura masculina e a buscar estratégias para a sua liberação integral: questionam o direito de controle de seu corpo e seus desejos, a real igualdade de salários e o acesso a postos de responsabilidade.

São do final do século XIX, conforme registra Constância Lima Duarte em seu texto “Feminismo e literatura no Brasil” (2003), as primeiras notícias de brasileiras fazendo cursos universitários, no exterior e no país. De acordo com a pesquisadora, a imprensa feminista vibrava a cada nova médica ou nova advogada formada, mas a imprensa masculina também se manifesta, “[...] encarregando-se de ridicularizar as doutoras e insistindo que seria impossível manter um casamento, cuidar de filhos e exercer uma profissão” (2003, p. 158). Também Margareth Rago explica, em seu texto “Trabalho feminino e sexualidade” (2011), que “[...] tendo vencido o primeiro desafio – de se formarem como médicas, engenheiras, advogadas, entre outras profissões liberais –, as mulheres ainda tinham muitos obstáculos a superar para se firmarem profissionalmente” (2011, p. 590).

A esse respeito, Gilles Lipovetsky, filósofo e sociólogo francês, sustenta, em sua obra *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino* (2007), que as mulheres sempre trabalharam. A diferença, segundo ele, é que o trabalho feminino hoje está muito mais ligado à consolidação da identidade social da mulher que a uma necessidade familiar, como esteve outrora:

Por meio da nova cultura do trabalho, as mulheres exprimem a vontade de conquistar uma identidade profissional plena e, mais amplamente, o desejo de ser reconhecidas a partir do que *fazem* e não mais do que são “por natureza”, como mulheres: o ciclo da pós-mulher no lar fez o feminino entrar no universo concorrencial e meritocrático, tradicionalmente masculino. Avaliar-se e impor-se aos outros, ganhar uma posição social pelo talento e pelo mérito, superar os desafios inerentes ao mundo da empresa, “vencer” por seu trabalho: na medida em que os valores individualistas-competitivos-meritocráticos são estendidos às mulheres, ei-las de agora em diante em concorrência aberta com os homens e entregues ao imperativo de provar seu valor profissional, de ganhar o reconhecimento social pelas “obras”, de construir seu lugar e sua identidade profissional da mesma maneira que os homens (LIPOVETSKY, 2007, p. 223-224).

Consequentemente, a mídia abre espaço para o modelo da mulher “ambiciosa”, cujo objetivo é ser bem-sucedida nas organizações e ocupar os mais altos postos de responsabilidade: “[...] a cultura competitiva do desafio e da estratégia de carreira fez sua estreia no universo feminino. Ser bem-sucedida nas organizações, visar aos postos de responsabilidade tornou-se um objetivo feminino midiaticizado e socialmente legítimo” (LIPOVETSKY, 2007, p. 264). No entanto, sabe-se que a presença marginal das mulheres no topo da pirâmide é um fenômeno universal, ou seja, quanto mais se sobe na escala hierárquica, menos há mulheres. Nesse sentido, Gilles Lipovetsky argumenta que “[...] a cultura pós-moderna se caracteriza por um processo de baixa tendencial da influência das ideias feitas relativas aos sexos” (2007, p. 274), o que “coincide com o desenvolvimento dos estereótipos *maleáveis*. A era das relegações e repartições estritas baseadas no sexo é substituída por uma cultura que privilegia cada vez mais a própria *personalidade* dos sujeitos” (2007, p. 274). Desse modo,

[...] se o lugar das mulheres nos postos de nível superior deve depender ainda por muito tempo das barreiras conscientes ou inconscientes erguidas pelos homens, ele será cada vez mais função das motivações e dos gostos, das arbitragens e escolhas de vida das próprias mulheres (LIPOVETSKY, 2007, p. 274).

Diante de tantas discussões, compreende-se que a figura da mulher foi e ainda tem sido tema interessante para diversos estudos. Assim sendo, destacamos a relevância de participar de um projeto de pesquisa como o coordenado pela professora Dra. Edna Maria Fernandes Nascimento, cuja proposta consiste na investigação das formas de vida do brasileiro e, particularmente, para a maior parte dos integrantes do grupo, das formas de vida da mulher brasileira. Para a investigação, a necessidade de escolher um *corpus* de pesquisa e, durante o processo de eleição desse *corpus*, a consolidação do interesse em trabalhar com um

periódico que fosse destinado ao público misto e cuja temática diferisse do que é abordado pelas revistas femininas tradicionais, as quais se ocupam basicamente de assuntos como beleza, moda, casa e comportamento. Foi pensando nessa questão que optamos por um periódico de gestão de carreiras¹ e, dentre as poucas possibilidades oferecidas, escolhemos *VOCE S/A*: uma revista brasileira ainda jovem e que, apesar da pouca idade, já havia sido alçada entre as melhores e maiores do país na categoria finanças/negócios/notícias logo nos seus primeiros seis anos de circulação.

Poderíamos ser indagados sobre o porquê da opção por *VOCE S/A* em detrimento de *EXAME*, a gigante do setor². Dentre os muitos motivos para a escolha, é necessário destacar, de imediato, os principais. Procuramos, a princípio, estudos científicos voltados à investigação das revistas contemporâneas de gestão de carreiras, evitando, desse modo, o máximo possível uma escolha subjetiva. Assim, o artigo “*Pop-management: pesquisa sobre as revistas populares de gestão no Brasil*” (2002), de autoria de Thomaz Wood Jr. e Ana Paula Paes de Paula, foi essencial para nossa constatação de que a *EXAME* já conta com muitos anos de circulação (a revista foi criada em 1968 a partir do núcleo de economia e negócios que existia dentro da redação da revista *VEJA*) e, talvez justamente por isso, apresenta um projeto gráfico e editorial mais tradicional e um estilo mais clássico. Contrariamente, *VOCE S/A* é um periódico jovem (a revista surgiu em 1998 como uma extensão da revista *EXAME*) e apresenta um projeto gráfico e editorial bastante inovador, além de um estilo moderno, marcado por textos resumidos e de fácil leitura, *boxes* explicativos e dose elevada de informação visual. *VOCE S/A* revelou-se, pois, um *corpus* interessante para a investigação da figura da executiva contemporânea, uma vez que, conforme se anunciou desde o seu lançamento, trata-se de “uma revista nova para os tempos novos”.

Tendo elegido a revista *VOCE S/A* e tendo traçado por objetivo investigar como está configurada a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea nesse periódico, foi preciso estabelecer o que se entende pelo termo “executiva” e pelo termo “contemporânea”. Recorrendo ao *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*, destacamos que, derivado do latim *exsecütus*, o lexema *executivo* tem, a princípio, valor de adjetivo: segundo Houaiss e Villar

¹ “Carreira” refere-se (VAN MAANEM, J., 1977, *apud* MELO, K. S; APARÍCIO, I. et al., 2009, p. 4) à mobilidade ocupacional, como, por exemplo, o caminho a ser trilhado por um executivo – carreira de negócios – ou à estabilidade ocupacional, ou seja, a carreira como uma profissão, como, por exemplo, a carreira militar. Em ambos os casos, a carreira passa a ideia de um caminho estruturado e organizado no tempo e espaço que pode ser seguido por alguém.

² De acordo com o Portal de Publicidade da Editora Abril, *EXAME* apresenta tiragem média de 193.844 exemplares e uma circulação líquida média de 150.904. Um pouco atrás está *VOCE S/A*, com uma tiragem média de 170.945 exemplares e uma circulação líquida média de 130.865. Fonte: <<<http://www.publiabril.com.br/>>>. Acesso em: 17 de dez. 2013.

(2001), o termo caracteriza aquele que executa (as leis, os regulamentos, as normas); que tem capacidade para agir, para decidir; que é ativo, decidido. Na forma substantiva, formada por meio de uma derivação imprópria, designa o indivíduo que ocupa cargo de direção ou de alta responsabilidade em organização comercial ou financeira. Derivado do latim *contemporanĕus*, o lexema *contemporâneo* caracteriza que ou o que viveu ou existiu na mesma época; que ou o que é do tempo atual. É sinônimo de *novo* e antônimo de *retrógrado* (Houaiss e Villar, 2001). Tem sentido aproximado ao do lexema *moderno*, embora apresente acepções menos específicas que este, pois moderno pode também mostrar-se relativo ao período histórico que se inicia no fim da Idade Média e termina com a Revolução Francesa e/ou ao período da história da arte compreendido entre o último quarto do século XIX e o final do século XX. Ainda de acordo com Houaiss e Villar (2001), moderno tem também a conotação daquilo cujos valores, opiniões, comportamento etc. ainda não são aceitos pela maioria das pessoas numa sociedade e, nesse sentido, o exemplo dado é o de “uma mulher moderna, com ideias avançadas”. A partir dessas considerações, optamos por *contemporâneo*, pois queremos abordar um período bastante atual (dos anos 1998 aos anos 2011) sem referir-nos a possíveis cronologias presentes no imaginário sociocultural do nosso leitor: ao invés de delimitar períodos, interessamo-nos por compreender a construção de uma determinada figura dentro de um determinado universo compreendido em um tempo que é também o nosso. A esse respeito, Giorgio Agambem (2009, p. 66) postulou que ser contemporâneo: “[...] é reconhecer nas trevas do presente a luz que, sem nunca poder nos alcançar, está perenemente em viagem até nós”; e completou seu pensamento dizendo que

[...] o contemporâneo não é apenas aquele que, percebendo o escuro do presente, nele apreende a resoluta luz; é também aquele que, dividindo e interpolando o tempo, está à altura de interpolá-lo e de colocá-lo em relação com outros tempos, de nele ler de modo inédito a história, de “citá-la” segundo uma necessidade que não provém de maneira nenhuma do seu arbítrio, mas de uma exigência à qual ele não pode responder (2009, p. 72).

A mulher executiva contemporânea não é, pois, somente aquela que ocupa cargo de direção ou responsabilidade em uma empresa ou corporação no tempo atual, mas aquela que ocupa, principalmente no discurso midiático, um lugar de vanguarda no movimento que colocou a mulher na maior posição de destaque na sociedade em quatro mil anos de história conhecida, conforme atesta o pesquisador Júlio Lobos (2003). A mulher executiva contemporânea é, ainda, nossa contemporânea: uma figura que está sendo construída no momento em que desenvolvemos a presente pesquisa. Eis então nossa difícil missão de

relacionar um tempo que está em curso com outros tempos implícitos no decurso espaço-temporal compreendido entre os anos 1998 e 2011.

Para o desenvolvimento da pesquisa, contamos com o embasamento teórico da semiótica greimasiana e dos seus desdobramentos recentes no âmbito da sociosemiótica. Sustentando nossa escolha, o conhecimento de que interessa à abordagem semiótica não as circunstâncias que presidiram à gênese da obra, mas “[...] sua organização interna, o jogo de relações que são estabelecidas entre suas diferentes partes e que, como tais, geram uma possível significação para o leitor³” (FLOCH, 1997, p. 25). Assim sendo, acreditamos que compreender o modo como a *VOCÊ S/A* constrói o simulacro da mulher que conseguiu romper barreiras e alcançar altas posições em grandes organizações econômicas revela-se um trabalho de grande relevância não apenas para a área da linguística à qual nos filiamos, podendo também contribuir para as pesquisas de outras áreas do saber que se detêm sobre o social, pois, como bem pontuou Algirdas Julien Greimas (1993), precursor da teoria que embasa nossa pesquisa, “[...] o estudo das „formas de vida“ pode dar sua contribuição, de um lado, à tipologia dos discursos, de outro, à semiótica das culturas” (1993, p. 33).

Norteando nossos caminhos, dois objetivos: (1) descrever como é construído o ator mulher executiva contemporânea na revista *VOCÊ S/A*, tendo por base as estratégias verbo-visuais utilizadas nos textos do periódico; (2) verificar, de acordo com a tipologia dos regimes de interação social proposta por Eric Landowski, como é a forma de vida da mulher executiva contemporânea presente nos textos de *VOCÊ S/A*, e mostrar no que ela difere da forma de vida da mulher executiva de “outros tempos”. A partir desses dois objetivos, foram formuladas duas questões as quais também traçamos como meta responder: (1) é possível afirmar que o enunciador da revista padroniza a figura feminina em relação à figura masculina? Essa padronização, que conduz à neutralidade entre os sexos, quer seja na vestimenta ou na maneira de pensar representativa do grupo executivo, é uma constante ou conseguimos identificar variações ao longo do período selecionado?; (2) ao (re)construir a forma de vida referendada pelo enunciador da revista, conseguimos depreender, por meio de marcas textuais implícitas ou explícitas, formas de vida femininas não aceitas e, conseqüentemente, marginalizadas?

A seleção dos textos para análise se deu obedecendo à seguinte lógica: listamos, primeiramente, todos os textos em cujos títulos havia alguma referência – explícita ou implícita – à figura /mulher/ ou à figura /feminilidade/. Em seguida, separamos apenas

³ Essa e as demais traduções de obras sem tradução em língua portuguesa são de nossa autoria.

aqueles que, diferentemente das pequenas notas e demais informativos de curta extensão, ocupavam um espaço maior ou de maior visibilidade dentro da publicação. Em seguida, agrupamos esses textos por meio das suas similaridades: as quatro primeiras matérias, como se verificará, tratam do casamento e/ou da maternidade na carreira da executiva; em seguida, são quatro artigos de opinião analisados dentro do subcapítulo das quatro matérias citadas, e que abordam a questão do jeito feminino na carreira do nosso ator; as quatro matérias seguintes constroem, partindo do título que as identifica, a ideia do poder *no* feminino; as últimas quatro matérias constroem de maneira mais individualizada o perfil/trajetória de atores de destaque no cenário corporativo, revelando ao leitor modelos comportamentais a serem seguidos, pensados, censurados e/ou descartados. Assim sendo, a fim de apresentar os resultados obtidos, a pesquisa encontra-se organizada em quatro partes: a presente introdução, o desenvolvimento teórico, o corpo de análises e as considerações finais.

O capítulo teórico tem por título “A semiótica greimasiana” e subdivide-se em seis partes. Na primeira delas, “Panorama geral”, apresentamos a semiótica como a disciplina mais bem situada no quadro das ciências humanas para o estudo da significação, estudo este que obedece às três condições postuladas pelo seu fundador Algirdas Julien Greimas: ser gerativo, sintagmático e geral. Abordamos também, brevemente, as principais obras produzidas pelo pesquisador e que delineiam o percurso de desenvolvimento da disciplina. Na segunda parte, “Principais heranças”, listamos as principais disciplinas, teorias e pesquisas que influenciaram e/ou contribuíram de alguma forma para com a semiótica: nesse sentido, abordamos desde as contribuições da linguística saussuriana às contribuições da fenomenologia, passando pela antropologia, pela filosofia e pelas pesquisas empreendidas no âmbito da literatura popular russa. Em “Um percurso de geração do sentido”, tratamos do percurso gerativo do sentido e seus níveis, de modo a dar ao leitor da presente pesquisa uma noção da estrutura teórica que sustenta o edifício da semiótica greimasiana alcunhada *standard*. Na quarta parte, “A (re)constituição dos mundos em linguagem”, versamos sobre a figuratividade e os procedimentos de figurativização do discurso; sobre a instância da enunciação e o procedimento de instauração de pessoas, tempos e espaços; sobre a conversão do actante em ator. Em “A tela do parecer: o contrato de veridicção”, aprofundamos a discussão acerca da figuratividade e chegamos aos jogos do parecer do sentido, momento em que tratamos das modalidades veridictórias e das modalidades epistêmicas implicadas no contrato entre enunciador e enunciatário do discurso. Na última parte do capítulo, “Novos olhares sobre o sentido”, versamos sobre os atuais desenvolvimentos da semiótica greimasiana conquistados após a publicação de “Da Imperfeição” (2002). Organizado em três

partes menores, o subcapítulo traz a relação entre o “Eu” e o “Outro” na construção das identidades sociais, base do desenvolvimento da sociossemiótica de Eric Landowski; a relação entre o “Eu” e o “Outro” e os modos de apreensão do sentido na interação; e a discussão do conceito de forma de vida e sua interpenetração na investigação do universo midiático.

O corpo de análises tem por título “*VOCE S/A* e a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea” e subdivide-se em cinco partes. Na primeira delas, “A figura feminina em *VOCE S/A*: apontamentos”, buscamos dar ao leitor da presente pesquisa uma visão geral do periódico selecionado como *corpus* bem como apontar o modo como se presentifica a figura da mulher nas capas das edições regulares, um fenômeno raro e interessante quando comparado às capas das três edições especiais para mulheres publicadas no final do período considerado (1998-2011). Em “A executiva das pesquisas empíricas e a executiva das outras pesquisas com *VOCE S/A*: um levantamento de dados”, apresentamos as principais constatações de outras pesquisas empreendidas no âmbito das ciências humanas e sociais acerca da mulher executiva contemporânea e, especificamente, acerca da mulher executiva contemporânea em *VOCE S/A*. Em “A executiva ontem e hoje: oponentes e adjuvantes no percurso do ator”, discutimos, por meio da análise de quatro matérias (“Revolução das casadas”, “Empresas com alma feminina”, “Mães executivas” e “Ritmo feminino”) e quatro artigos de opinião (“O lugar das mulheres”, “O que é... mulher”, “Networking rosa-choque” e “Empresa, substantivo feminino”), o programa implicado no percurso de inserção e manutenção da executiva contemporânea no cenário corporativo. Nesse sentido, verificamos o papel do casamento e da maternidade nesse programa de relação dinâmica do sujeito mulher executiva com seu objeto-valor /carreira de sucesso no mundo corporativo/, bem como do que denominamos, apoiados nos próprios dizeres da revista, o jeito feminino. Na quarta parte, “Espelho, espelho meu, existe alguém mais poderosa do que eu?”, analisamos quatro matérias a fim de investigar como se dá o percurso de empoderamento do ator considerado. São elas: “Mulheres no poder”, “Garotas superpoderosas”, “As rainhas da Ambev” e “De salto na plataforma”. Na quinta e última parte, “*VOCE S/A*: forma de vida do ator mulher executiva contemporânea em 4...3...2...1!”, analisamos matérias que constroem de maneira mais individualizada o perfil e a trajetória de atores que se encontram, conforme *faz-criar* o discurso da revista, marcados por um regime de assimilação, por um regime de admissão, por um regime de segregação ou por um regime de exclusão. Desse modo, a partir da análise das matérias “Ela é um furacão”, “Um dilema

feminino”, “A sina de Amalia” e “Onde ela errou”, chegamos à apreensão de uma tipologia, na qual reconhecemos as executivas perspicazes, as presumidas, as ineptas e as advertidas.

Por fim, em “Considerações finais”, retomamos importantes reflexões acerca da investigação do universo midiático em semiótica e relacionamos essas reflexões à investigação da figura feminina que empreendemos no âmbito da revista *VOCÊ S/A*. Apresentamos a ideia geral expressa nos editoriais das 168 publicações – os quais, em síntese, além de abordar o conteúdo de cada edição, trazem sempre informações sobre as conquistas profissionais e pessoais dos membros da equipe *VOCÊ S/A*, sejam elas a obtenção de um prêmio ou a promoção de cargo, sejam elas uma união matrimonial ou a chegada de um filho, ou até mesmo a vitória na conciliação entre sucesso na carreira e qualidade de vida – e relacionamos essa “narrativa” com todo o conteúdo analisado ao longo das seções que compõem o capítulo “*VOCÊ S/A* e a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea”. Assim sendo, discutimos os resultados alcançados com a pesquisa e apontamos possíveis encaminhamentos futuros.

1. A SEMIÓTICA GREIMASIANA

1.1. Panorama geral

Com efeito, se as ciências da natureza se indagam para saber como são o homem e o mundo, as ciências do homem, de maneira mais ou menos explícita, se interrogam sobre o que significam um e outro.

(Greimas, **Semântica Estrutural**, 1973, p. 11)

A busca do sentido move a espécie humana desde os primórdios dos tempos. Atormentado por mensagens que o atingem a todo momento, e sob todas as formas, o homem é constantemente solicitado a construir sentido, de modo que o mundo humano, como bem registrou Algirdas Julien Greimas em sua obra *Semântica Estrutural* (1973), parece se definir essencialmente como o mundo da significação: “[...] parece-nos que o mundo humano se define essencialmente como o mundo da significação. Só pode ser chamado „humano“ na medida em que significa alguma coisa” (1973, p. 11). Assim sendo, é na pesquisa a respeito da significação, conforme registra o autor, que as ciências humanas encontram seu denominador comum: “[...] com efeito, se as ciências da natureza se indagam para saber como são o homem e o mundo, as ciências do homem, de maneira mais ou menos explícita, se interrogam sobre o que significam um e outro” (1973, p. 11).

Ao constatar que o problema da significação era central para as ciências humanas, Algirdas Julien Greimas compreendeu que não havia, na época, uma disciplina adequada para tratar a questão: a linguística, que “[...] teve a possibilidade de aparecer como a disciplina mais bem situada” para estudar a significação (1973, p. 11), mostrou-se “[...] de maneira geral, mais que reticente, até mesmo hostil a toda pesquisa semântica” (1973, p. 12). Consoante o pesquisador, três são os motivos que explicam as reticências dos linguistas acerca das pesquisas sobre a significação: “[...] o retardamento histórico dos estudos semânticos, as dificuldades próprias à definição de seu objeto e a onda de formalismo” (1973, p. 13). Sobre o primeiro motivo, ele explica que a semântica “[...] foi precedida, no quadro do desenvolvimento da linguística histórica, inicialmente pela fonética, mais aprimorada, e depois pela gramática” (1973, p. 12). Quando foi finalmente denominada e instaurada, a semântica mostrou dificuldade na determinação dos seus próprios métodos: “[...] a semântica procurou apenas tomar emprestados seus métodos quer da retórica clássica, quer da psicologia

da introspecção” (1973, p. 12). Sobre o segundo motivo, esclarece que a definição tradicional de seu objeto “[...] impede sua nítida delimitação em relação à psicologia e, mais tarde, em relação à sociologia. Quanto às suas unidades constitutivas, a ebulição terminológica [...] revela somente embaraço e confusão” (1973, p. 13). O último motivo concerne à onda de formalismo behaviorista, que distinguia forma de conteúdo. A esse respeito, José Luiz Fiorin comenta que Algirdas Julien Greimas “[...] acolherá e operacionalizará a distinção forma e substância proposta por Hjelmslev (1968), bem como considerará formalismo diferente de formalização” (1993, p. 3), pois acredita que, diferentemente do formalismo, “[...] a formalização é uma necessidade na elaboração de uma teoria científica” (1999, p. 3).

Foi nesse cenário que Algirdas Julien Greimas se propôs a “[...] refletir acerca das condições pelas quais seria possível um estudo científico da significação” (1973, p. 14) e chegou ao estabelecimento das três condições que deveriam satisfazer seu estudo: 1) ser *gerativo*, ou seja, concebido “[...] sob a forma de investimentos de conteúdo progressivos, dispostos em patamares sucessivos que vão dos investimentos mais abstratos aos mais concretos e figurativos, de tal maneira que cada patamar possa receber uma representação metalinguística explícita” (GREIMAS; COURTÉS, s.d., p. 396); 2) ser *sintagmático*, e não mais apenas taxionômico, “[...] procurando assim dar conta não de unidades lexicais particulares, mas da produção e da apreensão dos discursos” (GREIMAS; COURTÉS, s.d., p. 396); 3) ser *geral*, ou seja, “[...] postular a unicidade do sentido e reconhecer que ele pode ser manifestado por diferentes semióticas⁴ ou por várias semióticas ao mesmo tempo” (GREIMAS; COURTÉS, s.d., p. 396). Desse modo, renunciava-se à ilusão de descrever exaustivamente o plano de conteúdo das línguas naturais e passava-se a postular uma teoria do texto, visto como um todo de significação: estavam inauguradas as bases do que hoje conhecemos como Escola de Paris, semiótica narrativa e discursiva, semiótica (de linha) francesa, ou ainda, para prestar uma homenagem àquele que a fundou, semiótica greimasiana.

Enquanto projeto teórico, uma vez que não estava (e ainda não está) acabada, a semiótica greimasiana colocou-se na tarefa de explicitar as condições da apreensão e da produção do sentido, levando sempre em consideração que o sentido não é um simples “dado” escondido sob a superfície das coisas e das situações do mundo, mas algo do qual se pode obter apenas o “parecer”, conforme destaca Denis Bertrand: “[...] a semiótica se interessa pelo “parecer do sentido”, que se apreende por meio das formas da linguagem e, mais

⁴ Segundo A. J. Greimas e J. Courtés (s.d., p. 409), o termo “semiótica” é empregado em múltiplos sentidos, ora como objeto, ora como teoria, ora como sistema. No caso em questão, o termo é empregado como o equivalente de “sistema”, ou seja, o conjunto dos meios que tornam possível conhecer o sentido que se investiga.

concretamente, dos discursos que o manifestam, tornando-o comunicável e partilhável, ainda que parcialmente” (2003, p. 11). De modo bastante semelhante, Eric Landowski destaca que a semiótica se apresenta como uma disciplina dotada de uma metalinguagem e de modelos que permitem “[...] descrever não as coisas em si, mas a maneira pela qual nós as tornamos significantes ao projetar sobre elas um olhar que organiza suas relações” (2005, p. 7). “Visa ela, então, menos a descrever o que o texto diz, mas como o texto diz o que diz, ou seja, os mecanismos internos de agenciamento de sentido” (FIORIN, 2008, p. 17).

Inserida no quadro das teorias que se (pre)ocupam com o texto – ressaltando-se, na esteira de Eric Landowski (2012b, p. 6), que se o texto é o objeto empírico que interessa indubitavelmente aos semioticistas, o objeto de conhecimento não é precisamente o texto, mas o sentido –, a semiótica toma por objeto de análise não apenas o texto verbal, oral ou escrito, mas também o visual ou gestual – um quadro, uma gravura, uma dança – ou mesmo o sincrético – uma história em quadrinhos, um filme, uma canção popular, uma peça publicitária. Assim, ao buscar compreender não só as línguas, mas também todas as linguagens, a semiótica empenha-se “[...] em analisar as crenças, os sentimentos e as atitudes que cada sociedade adota frente às suas linguagens” (FLOCH, 2001, p. 10).

Tendo suas bases inaugurais predominantemente assentadas na linguística, a semiótica da qual nos ocupamos tem por precursor, conforme já deixamos entrever desde as primeiras linhas, Algirdas Julien Greimas, linguista lituano radicado na França de cuja obra inaugural extraímos o trecho que nos serve de epígrafe neste subcapítulo: *Semântica Estrutural: pesquisa de método* (*Sémantique structurale: recherche de méthode*, 1966). Construída a partir das contribuições teóricas elaboradas principalmente por Ferdinand de Saussure, Louis Hjelmslev, Vladimir Propp e Claude Lévi-Strauss, a obra é resultado de um laborioso trabalho de desenvolvimento de procedimentos de descrição do discurso, na qual encontramos a primeira definição de inúmeros conceitos que mantiveram seu valor operatório ao longo do desenvolvimento da disciplina, conforme atestam as obras subsequentes.

Du Sens: Essais Sémiotiques (1970) – obra traduzida para o português sob o título de *Sobre o sentido* (1975) –, *Du Sens II: Essais Sémiotiques* (1983), *Sémiotique, Dictionnaire raisonné de la théorie du langage* (1979) – traduzido para o português como *Dicionário de semiótica* (s.d.) –, e *Sémiotique, Dictionnaire raisonné de la théorie du langage II* (1986) são as obras de referência de uma fase de pesquisas que teve como cerne o aprofundamento das questões levantadas em *Semântica Estrutural*, culminando na elaboração dos modelos da sintaxe narrativa e modal, bases da semiótica dita *standard*.

Um terceiro momento marca a extensão dos domínios de reflexão da semiótica – processo iniciado, sobretudo, com *Da Imperfeição* (2002, *De l'Imperfection*, 1987) –, que ao passar a se preocupar com uma dimensão mais sensível do sentido, abre caminhos para o desenvolvimento de pesquisas que consideram não mais apenas os *corpora* etnoliterários e literários que imperavam na primeira fase de sua elaboração, e passa a abordar, conforme orienta Jean Cristtus Portela (2008), os *universos de discurso* chamados sociais: o científico, o jurídico, o político, o jornalístico, o publicitário, o religioso, o pedagógico, o da sociabilidade cotidiana, dentre outros.

Para compreender, portanto, a metodologia da semiótica greimasiana, bem como os seus recentes desdobramentos, faz-se necessário retomar as principais contribuições e influências de outras disciplinas no seu desenvolvimento: é o que propomos a seguir, em “Principais Heranças”.

1.2. Principais heranças

Trata-se apenas de mostrar aqui como, alguém de toda singularidade teórica e metodológica que lhe é peculiar entre as ciências da linguagem, a semiótica é um produto interdisciplinar.

(Bertrand, *Caminhos da Semiótica Literária*, 2003, p. 22)

Reproduzindo a definição de “semiótica” que se encontra no dicionário *Petit Robert*, Denis Bertrand ressaltava sua duplicidade: “Teoria geral dos signos e de sua articulação no pensamento (> lógica). Teoria dos signos e do sentido, e de sua circulação na sociedade (> semiologia)” (2003, p. 13). Segundo o autor, cada uma dessas definições delineia o campo de duas grandes tradições: a semiótica americana e a semiótica europeia. A primeira, fundamentada na obra de Charles Sanders Peirce, “[...] é uma semiótica lógica e cognitiva, desvinculada de qualquer ancoragem nas formas languageiras” (2003, p. 14). A segunda, ao contrário, “[...] tem suas raízes na teoria da linguagem, mostrando assim sua filiação a Saussure, seus postulados estruturais e sua concepção da língua como instituição social” (2003, p. 14). Nesse sentido, Arnaldo Cortina e Renata Marchezan (2004, p. 396) explicam que

[...] a semiótica tem, assim, suas preocupações já situadas no *Curso de linguística geral*, embora seus procedimentos metodológicos não constituam

uma transposição do modelo saussuriano do signo linguístico, uma vez que consideram não os sistemas de signo, mas os processos de significação.

A influência saussuriana é, segundo os mesmos autores (2004, p. 397), destacada pelo próprio Algirdas Julien Greimas que, em conferência de 1985, ao esboçar um percurso histórico de sua reflexão, remete-se a um dos seus primeiros trabalhos, “A atualidade do saussurismo” (2006, *L’actualité du saussurisme*, 1956), no qual afirma que

[...] a originalidade da contribuição de F. de Saussure reside na transformação de uma visão de mundo que lhe foi peculiar – e que consiste em tomar o mundo como uma vasta rede de relações, como uma arquitetura de formas carregadas de sentido, trazendo em si mesmas sua própria significação – em uma teoria do conhecimento e uma metodologia linguística (GREIMAS, 2006, p. 92-93).

A partir desse trabalho, ainda de acordo com Arnaldo Cortina e Renata Marchezan, Algirdas Julien Greimas “[...] localiza um início da semiótica, em que, em contato, principalmente, com G. Dumézil e C. Lévi-Strauss, compreende a importância da teoria e da metodologia saussuriana para o estudo geral da significação, da linguagem humana” (2004, p. 397). Interpretando o ensinamento de Saussure, a semiótica, entretanto, “[...] transfere a discussão da verdade para a do dizer-verdadeiro, a verificação; substitui a ideia do referente-coisa, exterior e real, pela concepção intradiscursiva da referencialização, que consiste em imprimir ao discurso um fazer parecer verdadeiro” (2004, p. 397).

Delineando as principais contribuições e influências de outras disciplinas na constituição e desenvolvimento da semiótica, Claude Zilberberg, em *Razão e Poética do Sentido* (2006), também destaca a linguística saussuriana como a fonte de onde a semiótica extrai os princípios fundadores de sua metodologia. Além da herança genebrina – Claude Zilberberg delinea as aquisições da semiótica a partir da nacionalidade de seus introdutores – o pesquisador menciona a herança de Praga, de onde provém a versão binarista do estruturalismo e à qual estão ligados os nomes de Nikolai Trubetzkoy, Roman Jakobson e André Martinet. Segundo Zilberberg, essa herança permitiu ao mestre lituano fundar um dos pilares da semiótica: as estruturas elementares da significação.

O autor ressalta, por outro lado, que ao valer-se das obras de Viggo Bröndal e de Louis Hjelmslev, a semiótica greimasiana pôde evitar os impasses de certas posições teóricas do binarismo praguense e tomar para si as quatro “grandes categorias” que delimitam o campo epistemológico da semiótica: expressão e conteúdo, de um lado, forma e substância, de outro. Nesse sentido, Denis Bertrand (2003) também destaca a herança dinamarquesa, em

especial os trabalhos de Louis Hjelmslev, cujos *Prolegômenos a uma teoria da linguagem e Ensaio lingüístico* estão na base dos fundamentos epistemológicos da *Semântica Estrutural*. A citação a seguir é da obra *Semântica Estrutural* e mostra a importância da proposição hjelmsleviana para a semiótica, desde suas reflexões inaugurais:

A oposição da forma e da substância se acha, assim, inteiramente situada dentro da análise do conteúdo; ela não é a oposição do significante (forma) e do significado (conteúdo), como uma longa tradição do século XIX pretendia fazer-nos admitir. A forma é tão significante quanto a substância, e é de espantar que essa formulação de Hjelmslev não tenha encontrado até o momento receptividade merecida (GREIMAS, 1973, p. 37).

Ainda na fonte linguística, é fundamental localizar Émile Benveniste, cujas pesquisas em linguística da enunciação levaram a semiótica a considerar, pouco a pouco, a realidade da linguagem em ato e, conseqüentemente, a postular a importância do sujeito do discurso, o que afastou a teoria semiótica do risco de um puro formalismo. Para José Luiz Fiorin, “[...] o fato de a semiótica pensar-se como uma teoria do discurso faz que se introduza, na teoria, a questão da enunciação, entendida no sentido benvenistiano como a discursivização da língua” (2007, p. 75). Ressaltando que seu objeto é o texto, José Luiz Fiorin afirma que a semiótica não se pretende uma teoria do enunciado, mas um projeto que deseja integrar enunciação e enunciado em uma teoria geral.

A herança da Rússia está marcada pela obra do folclorista Vladimir Propp, *Morfologia do conto russo*, obra que influenciou o surgimento da teoria da narrativa. A esse respeito, Jean-Marie Floch (2001, p. 23) aponta que o encadeamento de trinta e uma funções, mediante as quais o especialista da literatura popular russa na época dá conta das numerosas variantes dos contos analisados, forneceu a primeira definição da narrativa como um encadeamento ordenado de episódios formais, interdefinidos. Desde então, segundo ele, “[...] a semiótica tem revisado profundamente tal encadeamento. O nome das funções, assim como das personagens que lhes correspondiam, foi reduzido e redefinido para chegar hoje a um esquema narrativo e a um modelo actancial” (2001, p. 23). Ao lado de Wladimir Propp é importante colocar, conforme Denis Bertrand (2003) faz no âmbito do que define como fonte antropológica, Claude Lévi-Strauss (antropologia cultural) e Georges Dumézil (mitologia comparada).

A herança da França remete à teoria dos actantes lançada por Lucien Tesnière nos *Elementos de Sintaxe Estrutural*, enquanto a herança da Alemanha é pensada no âmbito da fenomenologia, passando, portanto, por Edmund Husserl – uma vez que ele está na origem

dessa corrente de pensamento – mas centrando-se nas relações entre o pensamento de Maurice Merleau-Ponty, filósofo fenomenólogo francês, e a semiótica. Denis Bertrand nomeia essa fonte como fonte filosófica, e cita ainda, ao lado dos estudiosos apontados, o filósofo Paul Ricoeur. Segundo ele, a própria expressão “parecer do sentido”, várias vezes encontradas nos escritos de Algirdas Julien Greimas, ilustra essa inspiração fenomenológica:

[...] desde o “véu do parecer” (em *Du sens*, 1970, p. 100) até a “tela do parecer” (em *De l'imperfection*, 1987, p. 78), ela subjaz à sua abordagem relativista um sentido, se não incompleto, pelo menos sempre pendente nas tramas do discurso. Ela define o estatuto das formas significantes como um espaço intersticial entre o sensível e o inteligível, entre a ilusão e a crença partilhada, na relação reciprocamente fundadora entre sujeito sensível e objeto percebido, destacando-se no horizonte da sensação (BERTRAND, 2003, p. 20-21).

Fechamos esta contextualização da semiótica retomando as palavras de Denis Bertrand que destacamos como epígrafe deste subcapítulo, e explicando que o que aqui se fez foi um simples balizamento que revela a semiótica como um produto interdisciplinar: “[...] trata-se apenas de mostrar aqui como, aquém de toda a singularidade teórica e metodológica que lhe é peculiar entre as ciências da linguagem, a semiótica é um produto interdisciplinar” (2003, p. 22). Por ora, apresentaremos a metodologia semiótica propriamente dita, explorando o dispositivo clássico do percurso gerativo do sentido e seus níveis.

1.3. Um percurso de geração do sentido

A vocação e ofício do semioticista é trabalhar sobre o como do sentido, não sobre o porquê. Sua abordagem é, como se diz, gerativa e não genética: não são as circunstâncias que presidiram à gênese da obra que constituem o objeto legítimo de sua pesquisa, são – outra vez – a economia geral da obra, sua organização interna, o jogo de relações que são estabelecidas entre suas diferentes partes e que, como tais, geram uma possível significação para o leitor.

(Floch, *Une lecture de Tintin au Tibet*, 1997, p. 25)

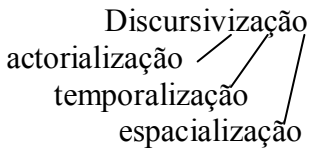
Já em *Semântica Estrutural* estava esboçada a ideia de que o discurso tem invariantes que se realizam de maneira variável, ideia que veio a ser desenvolvida no modelo

metodológico do percurso gerativo do sentido. Tal modelo concebe a geração do sentido partindo do mais simples e abstrato em direção ao mais complexo e concreto, por meio da articulação entre o nível das estruturas semionarrativas (que comportam, por sua vez, um nível profundo e um nível de superfície) e o nível das estruturas discursivas. Assim dispõe Diana Luz Pessoa de Barros (2002, p. 15):

Em semiótica, as estruturas profundas são as estruturas mais simples que geram as estruturas mais complexas. A maior complexidade deve ser entendida também como uma “complementação” ou um “enriquecimento” do sentido, já que novas articulações são introduzidas em cada etapa do percurso e a significação nada mais é que articulação. Considera-se, portanto, o trabalho de construção do sentido, da imanência à aparência, como um percurso gerativo.

É preciso destacar que tal processo se dá no domínio do plano de conteúdo, e que as estruturas discursivas serão manifestadas como texto somente no momento em que se unirem a um plano de expressão. Outra ressalva, apoiada em José Luiz Fiorin (2000, p. 172), deve ainda ser feita antes de passarmos à descrição de cada um dos níveis: o percurso gerativo do sentido não tem um estatuto ontológico, ou seja, não se trata de afirmar que o sujeito produtor do texto passa de um patamar ao outro num processo de complexificação semântica. O percurso gerativo do sentido é, antes de tudo, um simulacro metodológico capaz de explicar o processo de entendimento, no qual o leitor precisa fazer abstrações, a partir da superfície do texto, para poder entendê-lo.

Cada um dos níveis do percurso comporta uma sintaxe, entendida como o conjunto de mecanismos que ordena os conteúdos, e uma semântica, entendida como os conteúdos investidos nos arranjos sintáticos, sendo que esta tem uma autonomia maior que aquela, possibilitando investir diferentes conteúdos semânticos na mesma estrutura sintática. Vejamos a organização desse percurso no esquema que transcrevemos a seguir:

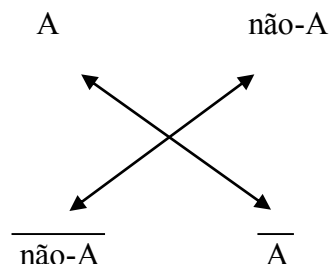
PERCURSO GERATIVO			
	Componente sintático		Componente semântico
Estruturas sêmio-narrativas	Nível profundo	SINTAXE FUNDAMENTAL	SEMÂNTICA FUNDAMENTAL
	Nível de superfície	SINTAXE NARRATIVA DE SUPERFÍCIE	SEMÂNTICA NARRATIVA
Estruturas discursivas	SINTAXE DISCURSIVA 		SEMÂNTICA DISCURSIVA Tematização Figurativização

Quadro 1 – Modelo do percurso gerativo do sentido, Greimas; Courtés (s.d., p. 209)

O nível profundo das estruturas semionarrativas (ou *nível fundamental*)⁵ compreende a(s) oposição(ões) semântica(s) básica(s) que, geral(is) e abstrata(s), constitui(em) a relação mínima de sentido de um texto. Nesse nível, cada termo recebe uma qualificação positiva ou negativa, sendo em seguida articulado na categoria semântica /euforia/ *versus* /disforia/, valores estes determinados pelo próprio texto. A estes termos são aplicadas duas operações sintáticas: a negação e a asserção, que nos permitem depreender, na sucessividade da narrativa, a afirmação de um estado inicial, a negação desse estado e a afirmação de um estado final.

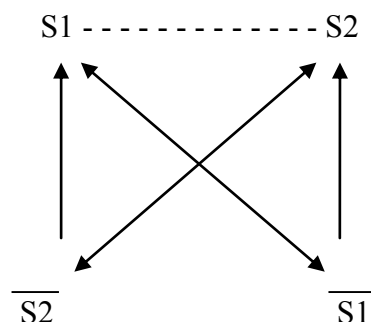
As oposições engendradas na(s) categoria(s) semântica(s) podem ser dispostas no quadrado semiótico, compreendido por Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés como “[...] a representação visual da articulação lógica de uma categoria semântica qualquer” (s.d., p. 364). Para tanto, parte-se da oposição A/não A, oposição que se denomina eixo semântico devido ao fato de a natureza lógica dessa relação permanecer indeterminada. Cada um dos dois termos desse eixo pode contrair uma nova relação do tipo A/ $\bar{A}$, todo esse conjunto de relações assumindo a forma de um quadrado (s.d., p. 365):

⁵ O primeiro esboço das relações engendradas nesse nível foi concebido em *Semântica Estrutural* (1973), quando A. J. Greimas tratou da estrutura elementar da significação. Em seguida, podemos citar o artigo que o mestre lituano escreveu em colaboração com François Rastier, “O Jogo das Restrições Semióticas”, o qual pode ser lido em *Sobre o Sentido (Du sens: Essais sémiotiques, 1970)*.



- A primeira relação $A/\overline{A}$ é denominada relação de contradição e é definida pela impossibilidade de apresentação conjunta dos dois termos. É a operação sintática de negação que, efetuada sobre o termo A (ou $\text{não-}A$), gera seu contraditório $\overline{A}$ (ou $\overline{\text{não-}A}$). Portanto, por meio dos dois termos primitivos têm-se a possibilidade de geração de dois novos termos contraditórios;
- A segunda relação é definida por meio da operação sintática da asserção que, efetuada sobre os termos contraditórios ($\overline{A}$, $\overline{\text{não-}A}$), apresenta-se como uma implicação e faz aparecer os dois termos primitivos como pressupostos dos termos asseverados ($\overline{A}$ implica $\text{não-}A$; $\overline{\text{não-}A}$ implica A). Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés (s.d., p. 365) chamam nossa atenção dizendo que se $\overline{A}$ não implicar $\text{não-}A$ e se $\overline{\text{não-}A}$ não implicar A , os termos primitivos – A e $\text{não-}A$ –, com seus contraditórios, se inscreverão em duas categorias semânticas diferentes. A operação de implicação estabelecida entre os termos ($\overline{A}$ e $\text{não-}A$) e ($\overline{\text{não-}A}$ e A) é uma relação de complementariedade;
- A terceira relação diz respeito aos termos primitivos que, ambos pressupostos, contraem uma relação de pressuposição recíproca, o que equivale à uma relação de contrariedade.

Reproduzimos a seguir a representação definitiva do quadrado semiótico feita por Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés (s.d., p. 356):



Onde: $\longleftrightarrow$: relação de contradição
 ----- : relação de contrariedade
 $\longrightarrow$: relação de complementariedade

$S1 - S2$: eixo dos contrários

$\overline{S1} - \overline{S2}$: eixo dos subcontrários

$S1 - \overline{S1}$: esquema positivo

$S2 - \overline{S2}$: esquema negativo

$S1 - \overline{S2}$: dêixis positiva

$S2 - \overline{S1}$: dêixis negativa

Em um processo de constante “enriquecimento” do sentido, chega-se ao denominado nível de superfície (ou *nível narrativo*). Parafraseando Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés (s.d., p. 434-435), compreendemos que às relações e operações-transformações do nível fundamental correspondem, nesse nível imediatamente superior, “estados” e “fazeres” formulados, respectivamente, em enunciados de estado e enunciados de fazer. Nesse sentido, os enunciados de estado são definidos pela relação de junção (conjunção ou disjunção) entre pelo menos um actante sujeito e um actante objeto, de modo que os valores, presentes como sistemas axiológicos virtuais no nível fundamental, atualizam-se ao se inscreverem nos objetos (que se tornam objetos-valor) e ao entrarem em relação conjunta com os sujeitos. Por sua vez, os enunciados de fazer são definidos pela atividade de transformação, acarretando a mudança da relação entre os actantes, que podem passar de um estado inicial conjunto a um estado final disjunto ou de um estado inicial disjunto a um estado final conjunto. Por conseguinte, uma narrativa mínima, concebida como uma transformação

de estado, só é possível a partir da inserção do sujeito do fazer na economia geral do percurso, conforme explica Diana Luz Pessoa de Barros (2002, p. 27):

Pode-se dizer que a conversão das operações lógicas em transformações narrativas é uma antropomorfização, em que a sintaxe narrativa, de caráter antropomórfico, substitui as operações lógicas da sintaxe fundamental por sujeitos do fazer e define sujeitos de estado pela junção com objetos-valor, formulando, portanto, sintaticamente, a relação básica do homem com o mundo.

A estrutura constituída por um enunciado de fazer regendo um enunciado de estado é chamada programa narrativo. Todo programa narrativo, designado, essencialmente, como a *performance* do sujeito, pressupõe um programa modal, designado, por sua vez, como a competência deste. Um programa modal compreende as condições necessárias à realização da *performance* e caracteriza-se como uma organização hierárquica de modalidades ou de valores modais: o querer-fazer e/ou dever-fazer regendo o saber-fazer e/ou poder-fazer. Simplificadamente, podemos entender o programa modal como um programa por meio do qual o sujeito se torna capacitado para agir, sendo o programa narrativo entendido, conseqüentemente, como a representação sintático-semântica desse ato, ou seja, a ação do sujeito com vistas à apropriação dos valores⁶ desejados. Nas palavras de Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés (s.d., p. 435):

Tendo-se de considerar o programa narrativo, enquanto “fazer-ser” do sujeito, como a *performance* deste, as modalidades – tais como a do *querer-fazer* ou a do *poder-fazer* – surgem como condições necessárias à realização dessa *performance* e constituem assim o que se poderia designar competência modal do sujeito. Vê-se, então, que todo PN de fazer pressupõe logicamente um PN modal, do mesmo modo como toda *performance* pressupõe a competência. Tal programa ampliado – suscetível de integrar outros elementos facultativos – será chamado então de percurso narrativo do sujeito.

O encadeamento lógico de um programa de competência com um programa de *performance* constitui, conforme mostrado acima, um percurso narrativo denominado percurso do sujeito. Nesse percurso, o sujeito de estado, o sujeito do fazer e o objeto, até então caracterizados como actantes sintáxicos, redefinem-se e tornam-se papéis actanciais. Dizendo

⁶ Nesse caso, os valores desejados, de acordo com A. J. Greimas e J. Courtés (s.d., p. 483), são concebidos como valores descritivos que, em oposição aos valores modais (definidos, conforme vimos, a partir das categorias modais do querer, dever, saber, poder-ser/fazer), definem-se, dentre outros, em termos de objetos consumíveis e/ou entesouráveis (valores do tipo “objetivo”, característicos das narrativas em que o sujeito pretende “ter”) ou em termos de “estados de alma” (valores do tipo “subjetivo”, característicos das narrativas em que o sujeito pretende “ser” algo).

de outra forma, o actante sintáxico, concebido como aquele que participa da narrativa, seja esse participante uma pessoa, um animal, um objeto, um conceito, passa a ser compreendido a partir dos papéis que assume segundo sua posição no interior do percurso narrativo ou segundo o investimento modal particular que recebe. Desse modo, o actante-sujeito, por exemplo, será compreendido como assumindo o papel actancial de sujeito competente e/ou o papel actancial de sujeito realizador da ação (no primeiro caso), e como assumindo o papel actancial de sujeito do querer, sujeito do dever, sujeito do saber e/ou do poder-fazer (no segundo caso).

O percurso do sujeito não é o único tipo de percurso encontrado na organização narrativa. Existem também o percurso do destinador-manipulador e o percurso do destinador-julgador. Segundo Diana Luz Pessoa de Barros (2002, p. 37), o percurso do destinador-manipulador (ou percurso da manipulação) é formado por um programa de doação de competência semântica e modal ao destinatário, que será sujeito do fazer. Desse modo, a dotação de competência semântica (ou manipulação cognitiva) deve ser entendida, ainda segundo a autora, como um contrato fiduciário em que o destinador, graças a um fazer persuasivo, busca a adesão do destinatário que, ao exercer o fazer interpretativo que lhe cabe, *crê ser verdadeiro* o objeto apresentado, o discurso do outro e o próprio destinador. A atribuição de competência modal ao sujeito, por sua vez, constitui a manipulação propriamente dita e pressupõe o contrato fiduciário acima referido. Compreende-se manipulação e competência, portanto, como correlativos, ou seja, como pontos de vista diferentes sobre o programa de aquisição por doação: “[...] se se pensar não apenas no sujeito que tem sua competência modal alterada, mas também naquele que realiza essa alteração, passa-se do estudo da ação ao da manipulação, ou seja, do fazer ao do fazer fazer” (FIORIN, 2000, p. 174). Sintetizando o que foi esboçado acerca do percurso do destinador-manipulador, parafraseamos o pensamento de Diana Luz Pessoa de Barros (2002, p. 37) e verificamos que, enquanto o sujeito transforma estados, ou seja, *faz-ser*, simulando a ação do homem sobre as coisas do mundo, o manipulador transforma o sujeito, ou seja, *faz-fazer*, simulando, assim, a ação do homem sobre o homem.

O terceiro percurso narrativo é o do destinador-julgador (ou percurso da sanção), percurso que também se define pelo encadeamento lógico de dois tipos de programas: o de sanção cognitiva ou interpretação e o de sanção pragmática ou retribuição. No programa de sanção cognitiva, consoante autora citada (BARROS, 2002, p. 40), o destinador interpreta os estados resultantes do fazer do sujeito, definindo-os como *verdadeiros* (que parecem e são), *falsos* (que não parecem e não são), *mentirosos* (que parecem e não são) ou *secrets* (que não

parecem e são). Explica a autora que, veridictoriamente modalizado, o sujeito é, em seguida, determinado pelas modalidades epistêmicas da certeza ou da dúvida: afirmado ou recusado, admitido ou posto em dúvida. No programa de sanção pragmática⁷, por sua vez, o sujeito, reconhecido como cumpridor do contrato que assumiu, é julgado positivamente e recebe uma retribuição, sob a forma de recompensa. O inverso também ocorre e a não-obediência ao contrato conduz o sujeito ao julgamento negativo e, conseqüentemente, à punição.

Os três percursos apresentados organizam-se no esquema narrativo canônico, modelo hipotético da estruturação geral da narrativa que constitui, nas palavras de Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés (s.d., p. 298),

[...] um quadro formal em que vem se inscrever o „sentido da vida“ com suas três instâncias essenciais: a qualificação do sujeito, que o introduz na vida; sua „realização“ por algo que „faz“; enfim, a sanção [...] que garante, sozinha, o sentido de seus atos e o instaura como sujeito segundo o ser.

Sintetizando ainda mais, compreendemos que o esquema narrativo canônico engloba dois pontos de vistas (o do sujeito e de seu fazer; o das relações entre destinador e destinatário-sujeito) que levam a duas definições complementares de narrativa:

[...] narrativa como transformação de estados, de situações, operada pelo fazer transformador de um sujeito, que age no e sobre o mundo em busca de certos valores investidos nos objetos; narrativa como sucessão de estabelecimentos e de rupturas de contratos entre um destinador e um destinatário, de que decorrem a comunicação e os conflitos entre sujeitos e a circulação de objetos-valor (2005, p. 20).

Chegamos ao nível das estruturas discursivas (ou simplesmente *nível discursivo*), o mais superficial do percurso gerativo do sentido, o mais próximo da manifestação textual. Nesse patamar, a conversão das estruturas semionarrativas em estruturas discursivas ocorre quando as primeiras são assumidas pelo sujeito da enunciação⁸: é ele quem, por meio de um procedimento chamado discursivização, faz uma série de “escolhas”, de pessoa, de espaço, de

⁷ De acordo com A. J. Greimas e J. Courtés (s.d., p. 389), “enquanto juízo sobre o fazer, a sanção pragmática opõe-se à sanção cognitiva, que é um juízo epistêmico sobre o ser do sujeito e, mais genericamente, sobre os enunciados de estado que ele sobredetermina, graças às modalidades veridictórias e epistêmicas.”

⁸ Inserida no contexto do estruturalismo da década de 60, a semiótica relegou a problemática da enunciação para o segundo plano, paradigma que só veio a ser questionado e repensado na década de 70, sobretudo pela influência dos trabalhos de É. Benveniste (1976). Desse modo, ao integrar as propostas dos trabalhos de Benveniste à economia geral da teoria, a semiótica se afastou, definitivamente, do que era postulado pela teoria da informação: ela superou, então, a dicotomia “emissor” vs. “receptor”, refutou o postulado de um esquema do tipo transitivo cujos polos seriam ocupados por um sujeito ativo de um lado e um sujeito passivo do outro e rejeitou a comunicação definida como um /fazer-saber/.

tempo, de figuras e atualiza a narrativa, transformando-a em discurso. Antes de compreender o procedimento empregado nessa conversão, é preciso, no entanto, compreender quem é esse “sujeito” que o emprega, ou seja, o que se entende por “sujeito da enunciação”.

Tomando definição dada por Diana Luz Pessoa de Barros (2002, p. 92), entendemos que o conceito de sujeito da enunciação abarca duas entidades semióticas: enunciador e enunciatário. Segundo a autora, aquele se coloca como o destinador-manipulador responsável pelos valores do discurso e capaz de levar o enunciatário a crer e a fazer; este, como o destinatário-manipulado ao qual cabe o fazer interpretativo e a ação subsequente. Nesse âmbito, Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés (s.d., p.150) destacam que “o enunciatário não é apenas destinatário da comunicação, mas também sujeito produtor do discurso, por ser a „leitura“ um ato de linguagem (um ato de significar) da mesma maneira que a produção do discurso propriamente dito”. Do mesmo modo, Jacques Fontanille (1989, p. 13) também expõe que enunciador e enunciatário não são posições independentes, localizadas cada uma em um polo diferente do discurso, mas posições que se encontram “no mesmo lugar”:

[...] se se admite de fato que as operações de leitura são as mesmas, para o enunciatário, que aquelas das quais o enunciador é o responsável, se se admite que o percurso gerativo da significação e a semiose são assumidas tanto pelo enunciatário como pelo enunciador, se se admite enfim que a leitura das significações de um texto é tanto uma construção dessas significações quanto a sua própria escritura, então se reconhece implicitamente que os sujeitos da enunciação estão, não mais de uma parte e de outra, mas “no mesmo lugar”.

Concebendo o sujeito da enunciação como aquele que transforma a narrativa em discurso por meio de uma série de “escolhas”, retomamos Émile Benveniste, que em 1976 já defendia que o “eu” não remete nem a um indivíduo nem a um conceito, mas a algo que é exclusivamente linguístico, em outras palavras, ao “ato de discurso individual no qual é pronunciado, e lhe designa o locutor” (1976, p. 288). A essa categoria de pessoa, definida pelo filólogo, a semiótica articulou as categorias de espaço e tempo, conforme explica José Luiz Fiorin (2007, p. 81):

[...] como a pessoa enuncia num dado espaço e num determinado tempo, todo espaço e todo tempo organizam-se em torno do “sujeito”, tomado como ponto de referência. A partir do espaço e do tempo da enunciação, organizam-se todas as relações espaciais e temporais. Porque a enunciação é o lugar de instauração do sujeito e este é o ponto de referência das relações espaço-temporais, ela é o lugar do *ego hic et nunc*.

Explicam Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés (s.d., p. 125) que os mecanismos de instauração de pessoas, espaços e tempos nos enunciados são dois: a *debreagem* e a *embreagem*. A operação de *debreagem*⁹, que compreende uma *debreagem* actancial, uma *debreagem* temporal e uma *debreagem* espacial, pode ser de dois tipos: enunciativa e enunciva. Na enunciativa, instauram-se no enunciado os actantes da enunciação (*eu/tu*), o espaço da enunciação (*aqui*), e o tempo da enunciação (*agora*), ou seja, o *não eu*, o *não aqui* e o *não agora* são enunciados como *eu*, *aqui*, *agora*. Na *debreagem* enunciva, instauram-se no enunciado o actante do enunciado (*ele*), o espaço do enunciado (*algures*), e o tempo do enunciado (*então*). José Luiz Fiorin (2007, p. 84) explica que a *debreagem* enunciativa e a enunciva criam, em princípio, dois grandes efeitos de sentido, respectivamente de subjetividade e de objetividade: “Com efeito, a instalação dos simulacros do *ego-hic-nunc* enunciativos, com suas apreciações dos fatos, constrói um efeito de subjetividade. Já a eliminação das marcas de enunciação do texto, ou seja, de enunciação enunciada [...] produz efeitos de sentido de objetividade.”.

É preciso considerar ainda um terceiro tipo, a *debreagem* interna. Segundo o autor citado (2007, p. 84), “trata-se do fato de que um actante já *debreado*, seja ele da enunciação ou do enunciado, se torna instância enunciativa que opera, portanto, uma segunda *debreagem*, que pode ser enunciativa ou enunciva.”. Dessa forma, deve-se examinar o jogo de vozes presente na cena enunciativa enquanto estratégia argumentativa importante empreendida pelo enunciator do texto para persuadir seu enunciatário da “verdade” do seu discurso.

Ao contrário da *debreagem* que, como vimos, é a projeção para fora da instância de enunciação da pessoa, do espaço e do tempo do enunciado, a *embreagem* é, de acordo com os autores do *Dicionário de semiótica* (s.d., p. 140), “o efeito de retorno à enunciação, produzido pela suspensão da oposição entre certos termos da categoria da pessoa e/ou do espaço e/ou do tempo, bem como pela denegação da instância do enunciado”. Como a *embreagem* também diz respeito às três categorias da enunciação, compreende-se, da mesma forma que no caso da *debreagem*, uma *embreagem* actancial, uma espacial e uma temporal. Segundo os autores, cada um desses procedimentos pode ser visto separadamente, mas, muitas vezes, são utilizados em sincretismo, o que ainda assim impede a concepção de uma

⁹ Segundo A. J. Greimas e J. Courtés (s.d., p. 95), para compreender o mecanismo de *debreagem* é preciso insistir no fato de que o sujeito da enunciação, responsável pela produção do enunciado, fica sempre implícito e pressuposto, nunca é manifestado no interior do discurso enunciado (nenhum “eu” encontrado no discurso pode ser considerado como sujeito da enunciação propriamente dita, nem identificado com ele: de nada mais se trata nesse caso do que de um simulacro da enunciação, isto é, de uma enunciação enunciada ou relatada).

embreagem total, uma vez que ela equivaleria a apagar toda marca do discurso e assinalaria a volta do inefável.

Cabe ainda pontuar que os diferentes modos de projeção da instância da enunciação no discurso-enunciado e as relações, sobretudo argumentativas, entre enunciador e enunciatário, não se restringem à linguagem verbal. Estendidas a toda prática significativa, as relações entre esses dois actantes podem ser observadas em qualquer linguagem – verbal, gestual, visual ou outra. A seguir, continuaremos abordando algumas operações empreendidas pelo sujeito da enunciação, especificamente as operações enunciativas que, segundo José Luiz Fiorin (2008, p. 32), desvelam os valores, as crenças, as posições do sujeito da enunciação: *figurativização* e *tematização*. Além de apresentar e discutir esses conceitos, propomos também uma breve apresentação dos conceitos de *isotopia*, *ator* e *papel temático*.

1.4. A (re)constituição dos mundos de linguagem

A figuratividade estuda os mecanismos de constituição dos mundos de linguagem, em especial, tratando-os como simulacros criados e organizados em função do público-alvo que, então, se manifesta no discurso com as suas formas de gosto, valores éticos e estéticos.

(Oliveira, ***Fait divers na resignificação da vida***, 2012, p. 7)

Logo no início do primeiro dos três capítulos¹⁰ que Denis Bertrand dedica ao tratamento da questão da figuratividade, em sua obra *Caminhos da Semiótica Literária* (2003), tomamos conhecimento de que o termo é proveniente das artes pictóricas, domínio no qual “sugere espontaneamente a semelhança, a representação, a imitação do mundo pela disposição das formas numa superfície” (2003, p. 154). Ultrapassando, porém, o domínio particular da expressão plástica que o viu nascer, o conceito de figuratividade, segundo o autor, foi estendido a todas as linguagens de modo a designar “[...] a propriedade que elas têm em comum de produzir e restituir parcialmente significações análogas às de nossas experiências mais concretas” (2003, p. 154).

Parafraseando seu pensamento, compreendemos que a figuratividade é concebida como regendo uma classe ampla de discursos que inclui, dentre outros, a literatura, a narrativa

mítica, o conto popular, o provérbio, o texto religioso, o discurso jornalístico ou publicitário e os episódios da troca cotidiana, o que permite opô-los, num grande bloco, aos chamados discursos abstratos: discursos teórico, científico, filosófico, etc. Entretanto, ressaltamos, na esteira de Diana Luz Pessoa de Barros (2002, p. 115-116), a necessidade de se entender que esses discursos chamados “abstratos” não constituem simplesmente discursos não-figurativos e sim discursos de figuração esparsa, em que assumem relevância as leituras temáticas.

No primeiro tomo do *Dicionário de semiótica*, encontram-se definidos os termos figura, figurativização e figurativo (o termo figuratividade só aparece no segundo tomo do *Dicionário*). Voltando nossa atenção para as definições, encontramos uma exemplificação bastante simples e interessante: tomando um discurso-enunciado no qual um sujeito se apresenta disjunto do objeto que ele tem como alvo, objeto que, enquanto posição sintática, se encontra investido de um valor que é, por exemplo, o “poder”, os autores afirmam que, uma vez estando o sujeito disjunto do valor visado, o programa narrativo consistirá basicamente em conjungi-lo com ele. Ressaltam os autores que há, no entanto, mil maneiras de contar tal história: “dir-se-á que o discurso será figurativizado no momento em que o objeto-sintático (O) receber um investimento semântico que permitirá ao enunciatário reconhecê-lo como uma figura, como um „automóvel“, por exemplo” (s.d., p. 187). Logo, “o discurso que relata a busca do automóvel, o exercício, e, eventualmente, o reconhecimento por outrem do poder que ela permite manifestar será um discurso figurativo” (s.d., p. 187).

A partir da exemplificação dada, compreendemos que estamos diante do que Denis Bertrand (2003, p. 234) apresenta como sendo da ordem da abordagem estrutural da figuratividade, definida a partir da correspondência entre figuras do plano da expressão do mundo natural e figuras do plano do conteúdo de uma linguagem, afetando prioritariamente as categorias espaciais, temporais e actoriais. De acordo com essa concepção, a figuratividade proporciona manifestações discursivas graduais, graças a uma propriedade que o autor define como “elasticidade semântica”. Dizendo de outra forma, o sujeito da enunciação é habilitado a optar por diferentes graus de figuratividade no momento de revestimento do discurso, indo do mais abstrato ao mais icônico, ou vice-versa.

A semiótica concebe a “abstração” dos discursos por meio de um procedimento denominado “tematização”. Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés (s.d., p. 454) ensinam que a tematização é um procedimento que, tomando valores do nível fundamental já atualizados, ou seja, em junção com os sujeitos, “[...] os dissemina, de maneira mais ou menos

¹⁰ Capítulos 5, 6 e 7, respectivamente intitulados “Acesso à figuratividade”, “Figuratividade e tematização: o efeito de profundidade” e “Figuratividade e percepção”.

concentrada sob a forma de temas, pelos programas e percursos narrativos, abrindo assim caminho à sua eventual figurativização”. Tomando o valor “liberdade”, os autores explicam que, mediante os procedimentos de espacialização e de temporalização da sintaxe discursiva, o mesmo pode ser tematizado como “evasão espacial” ou “evasão temporal” e, numa etapa posterior, figurativizado, seja como “embarque para mares distantes” seja como “remissão ao passado, à infância.”. A esse respeito, Diana Luz Pessoa de Barros (2002, p. 115-116) argumenta que a tematização

[...] assegura a conversão da semântica narrativa em semântica discursiva e poder-se-ia, então, pensar em discursos puramente temáticos ou não-figurativos, como os discursos científicos. O exercício da análise textual tem mostrado, porém, que não há discursos não-figurativos e sim discursos de figuração esparsa, em que assumem revelância as leituras temáticas. Os discursos literários, denominados figurativos, e os científicos, considerados não-figurativos, diferenciam-se, na verdade, por graus de figurativização semântica.

A nivelção figurativa pode então ser distinguida, basicamente, em dois patamares: a figuração e a iconização. De acordo com a autora citada (2002, p. 117), “denomina-se figuração a instalação pura e simples das figuras semióticas, ou seja, a passagem do tema à figura, e iconização, seu revestimento exaustivo com a finalidade de produzir ilusão referencial”.

A enunciação, até então examinada através de suas projeções no enunciado, é aqui retomada como uma espécie de *depósito de figuras* a partir do qual o sujeito da enunciação especifica e concretiza os temas abstratos e reveste semanticamente a narrativa. Desse modo, a coerência semântica e a homogeneidade do discurso são alcançadas graças à iteração de temas e figuras, iteração que se denomina *isotopia*. Denis Bertrand (2003, p. 420-421) define a isotopia como sendo a “recorrência de um elemento semântico no desenvolvimento sintagmático de um enunciado, que produz um efeito de continuidade e permanência de um efeito de sentido ao longo da cadeia do discurso”. Entendendo que ela não tem por horizonte a palavra, mas o discurso, o autor compreende que a isotopia “[...] pode assim referir-se ao estabelecimento de um universo figurativo (isotopias de atores, tempo e espaço), mas também à tematização desse universo (isotopias abstratas, temáticas, axiológicas) [...]” (2003, p. 421). O autor ainda explica que “conectando as isotopias, as figuras de retórica (metáfora, metonímia, etc.) instalam a coexistência extensiva e eventualmente competitiva de dois ou mais planos de significação simultaneamente oferecidos à interpretação” (2003, p. 421).

Instalada no enunciado pelos mecanismos da sintaxe discursiva, também a *pessoa* recebe investimento semântico, temático e/ou figurativo, convertendo-se, assim, em *ator*. Em seu texto “*Les actants, les acteurs et les figures*” (*Du sens II*, 1983), Algirdas Julien Greimas explica que um ator é o lugar de encontro e de conjunção das estruturas narrativas e das estruturas discursivas, da componente gramatical (sintática) e da componente semântica, uma vez que, para ser chamado de ator, um lexema deva ser portador, ao mesmo tempo, de ao menos um papel actancial e de ao menos um papel temático. Da mesma forma, o *Dicionário de semiótica* (s.d., p. 14) registra o conceito de ator (por meio do procedimento da actorialização) afirmando que “[...] a reunião termo a termo de pelo menos um papel actancial com pelo menos um papel temático constitui os atores, que se dotam, desse modo e ao mesmo tempo, de um *modus operandi* e de um *modus essendi*”. Podendo configurar-se como individual (personagem) ou coletivo (grupo), figurativo (antropomorfo ou zoomorfo) ou não-figurativo (ou seja, por meio de uma figuração esparsa), o ator tem sua *individação*¹¹ marcada frequentemente pela atribuição de um antropônimo (um nome próprio) ou mesmo pelo seu papel temático, embora não somente por eles: “como a denominação do ator [...] não basta para individualizá-lo, é necessário defini-lo empiricamente pelo conjunto de traços pertinentes que distinguem seu fazer e/ou seu ser dos outros atores [...]” (s.d., p. 233).

Buscando verificar o que se entende, em semiótica, por *papel*, encontramos em *Sobre o sentido* (1975, p. 240-241) a explicação de que, ao nível do discurso, o papel se manifesta como uma qualificação, um atributo do ator, sendo esta qualificação, do ponto de vista semântico, a denominação que assume um campo de funções (ou seja, comportamentos realmente observados na narrativa ou simplesmente subentendidos). Nesse sentido, é possível distinguir, de acordo com o *Dicionário de semiótica*, os papéis actanciais e os papéis temáticos: “[...] os papéis actanciais constituem o paradigma das posições sintáticas modais, que os actantes podem assumir ao longo do percurso narrativo. Paralelamente, os papéis temáticos vêm a ser a formulação actancial de temas ou de percursos temáticos” (s.d., p. 323). Ainda de acordo com Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés,

O papel temático é obtido simultaneamente por meio da redução de uma configuração discursiva a um único percurso figurativo e, além disso, a um agente competente que virtualmente o subsume; e por meio da determinação de sua posição no percurso do ator, posição que permite fixar para o papel

¹¹ De acordo com A. J. Greimas e J. Courtés (s.d., p. 233-234), “em semiótica narrativa e discursiva, o conceito de individuação faz parte da problemática do ator [...] na medida em que este se define como a reunião, em um dado momento do percurso gerativo, de propriedades estruturais de ordem sintática e semântica, constituindo-se assim como „indivíduo””.

temático uma isotopia precisa (entre todas aquelas em que ele pode virtualmente inscrever-se). A conjunção de papéis actanciais com papéis temáticos define o ator (s.d., p. 453-454).

Retomando *Sobre o sentido* (1975, p. 240-241), ressaltamos ainda que o conteúdo semântico mínimo do *papel* é idêntico ao do ator, *com exceção, entretanto, do sema de individuação* que ele não comporta: o papel é uma entidade figurativa animada, porém anônima e *social*; o ator, por outro lado, é um *indivíduo* integrando e assumindo um ou vários papéis.

1.5. A tela do parecer: o contrato de veridicção

A confiança entre os homens fundamenta a confiança nas palavras deles sobre as coisas e o mundo e, finalmente, a confiança ou a crença nas coisas e no mundo.

(Barros, *Teoria do Discurso: Fundamentos Semióticos*, 2002, p. 37)

De acordo com Denis Bertrand, “[...] os desenvolvimentos atuais da reflexão sobre a figuratividade levam os semioticistas a analisar as estreitas relações entre a dimensão figurativa do discurso e a atividade da percepção” (2003, p. 261), conduzindo a semiótica “[...] a reativar suas relações com a fenomenologia, e em especial com os estudos de Maurice Merleau-Ponty sobre a percepção” (2003, p. 261). Desse modo, o patamar modal do crer verdadeiro que se situava no plano de fundo da concepção estrutural, passa a ocupar, na concepção fenomenológica da figuratividade, a frente do palco, o que resulta não numa ruptura entre as duas concepções, mas, sim, numa complementaridade entre elas:

Como se vê, o lugar de articulação da figuratividade fica assim sensivelmente deslocado. Desprendida, doravante, da “representação” – ao mesmo tempo *mimesis* e interpretação –, essa definição mais elementar da figurativização, retornando para junto do próprio ato sensorial, integra uma abertura para outras virtualidades além das aceitas pela doxa do visível e do legível. Ela leva o olhar para os modos de “contato” pelos quais o sujeito vem aderir à substância do conteúdo, para o próprio lugar das percepções, ao mesmo tempo legadas pelo uso, depositadas na linguagem e simuladas nos discursos (BERTRAND, 2003, p. 238).

Nesse sentido, a figuratividade apresenta-se como a “tela do parecer” (Greimas, 2004), implicando, portanto, certo modo de crença. Em outras palavras, o “crer” dá acesso à problemática da veridicção, que comanda, por sua vez, os jogos do parecer do sentido. O quadrado da veridicção se apresenta como uma combinação dos valores de *ser* e *parecer*, e de suas negações: “assim, quando há coincidência do parecer e do ser num universo de discurso, há „verdade”; a coincidência do parecer e do não-ser define a „mentira”; a do não-parecer e do ser define o „segredo”; enfim, a coincidência do não-parecer e do não-ser define a „falsidade”” (2003, p. 241). Proposto por Algirdas Julien Greimas e Joseph Courtés, tal modelo foi, em seguida, retomado por outros autores. A representação que escolhemos agrega ao modelo original elaborado pelos autores citados uma pequena sugestão de Per Aage Brandt, que propôs substituir os termos existentes (verdade, mentira, segredo, falsidade) por outra denominação, de cunho mais pragmático (indicada em *itálicos*):

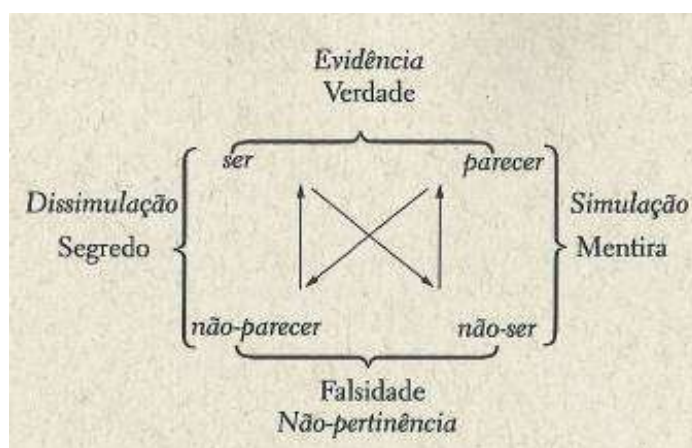


Figura 1 – Quadrado da veridicção, Bertrand (2003, p. 243)

A esse respeito, Diana Luz Pessoa de Barros também comenta que “o enunciador utiliza as figuras do discurso para fazer-crer, ou seja, para fazer o enunciatário reconhecer „imagens do mundo” e, a partir daí, a verdade do discurso” (2002, p. 118). Dessa forma, explica a autora que “o enunciatário, por sua vez, crê-verdadeiro (ou falso ou mentiroso ou secreto), graças ao reconhecimento de figuras do mundo natural. O fazer-crer e o crer pressupõem [...] um contrato fiduciário de veridicção, que regulamenta o reconhecimento das figuras” (2002, p. 118).

Tratando dessa questão em seu artigo “Veridicção, Persuasão, Argumentação: notas numa perspectiva semiótica” (2007), Ivã Lopes e Waldir Beividas explicam que todas as questões envolvidas no tema da veridicção, da persuasão e da argumentação “[...] tiveram

um salto generalizante certo ao serem deslocadas da instância teórica da *narrativa* [...] para a instância *discursiva* em que todo o fazer se desenvolve doravante entre enunciador e enunciatário” (2007, p. 32-33). Um novo salto foi dado, segundo os autores, no momento em que se passou a considerar as relações entre esses dois actantes como inerentes a toda *prática significante*, independentemente da(s) linguagem(ns) por meio da(s) qual(is) as diversas práticas se manifestem. Desse modo, eles explicam que não há, aparentemente, hierarquia entre esses três campos de exercício da ação do homem sobre o homem – persuasão, veridicção e argumentação – apenas a terceira modalidade, a argumentação, podendo ser entrevista como uma subdimensão ou como uma das variantes do *fazer* persuasivo. Acerca desse *fazer*, argumentam Ivã Lopes e Waldir Beividas (2007, p. 33):

[...] originada a reflexão nos quadros da narratividade, o fazer persuasivo na verdade instaura o *contrato* de comunicação entre Destinador e sujeito (como destinatário), contrato esse que [...] se deixou ver como contrato fiduciário, contrato polêmico, que introduz a *manipulação* do sujeito para preparar sua competência: primeiro adquirindo o crer, a convicção, em seguida o *querer* e/ou *dever* (como suas modalidades virtualizantes), para depois ser munido das demais competências atualizantes do saber e poder, o que o habilitará à *realização* da *performance*.

Continuando sua explanação, os autores apontam que ao término do percurso do sujeito (no modelo do esquema narrativo canônico), haveria um Destinador final que empreenderia um julgamento epistêmico e veridictório por meio do qual, “a partir do *fenomenal* (todas as peripécias cumpridas na realização manifestada), ele poderia inferir o *numeral*, isto é, o “ser” (verdadeiro) do actante-sujeito” (2007, p. 34).

Indagando-se sobre o que seriam os vastos campos da veridicção e dos julgamentos epistêmicos, Algirdas Julien Greimas produziu dois textos de notável acuidade: “*Le contrat de véridiction*” e “*Le savoir e Le croire, um seul univers cognitif*”, reunidos em *Du Sens II* (1983). Nesses textos, conforme explicam Lopes e Beividas (2007, p. 34),

Greimas defende a ideia forte de que o mundo natural se deixa ver como macrossemiótica, suscetível, como tal, de ter sua existência aquilatada não como uma verdade positiva, dada, mas, assim como qualquer outra semiótica (verbal ou não), como uma verdade construída, operada pelas estratégias discursivas justamente destinadas a fazer parecer verdadeiro.

Considerando que os sujeitos em situação de comunicação não são neutros, mas dotados, ao contrário, de uma competência modal variável, Algirdas Julien Greimas (1983) postula que o /fazer-saber/ que presidia à comunicação torna-se um fazer persuasivo que

abarca, do outro lado da cadeia, um fazer interpretativo. “A mudança de perspectiva assim obtida se resume em afirmar que *persuadir*, se ainda permanece em parte um *fazer-saber* é, sobretudo, um *fazer-crer*” (1983, p. 115).

Procurando ilustrar essa nova abordagem, Algirdas Julien Greimas (1983, p. 117-118) elege, entre os parassinônimos do vocábulo persuasão, o verbo convencer. Segundo os dicionários consultados pelo autor, “convencer” se define em termos de (a) “Levar alguém // (b) a reconhecer a verdade // (c) de uma proposição (ou de um fato)”. Percebe-se que o segmento (a) representa o fazer persuasivo de S1, enquanto o segmento (b) representa o fazer interpretativo de S2; o segmento (c), o enunciado-objeto submetido por S1 à S2. Tomando mais de perto o segmento (c), o autor propõe um novo retorno aos dicionários, e encontra duas novas definições para o termo “reconhecer (a verdade)”: 1. Tomar por verdadeiro // após ter negado // após ter duvidado; 2. Aceitar // apesar das reticências. Isso leva o pesquisador lituano a postular que o ato epistêmico (empreendido pelo enunciatário do discurso, aquele do “fazer-interpretativo”) é um ato de transformação, “[...] passagem categórica de um ,estado de crença” a um outro: daquele que é negado àquele que é admitido, daquele do qual se duvida àquele ao qual se aceita, etc.” (1983, p. 117).

Algirdas Julien Greimas ainda explica que as transformações citadas encontram-se localizadas no nível da sintaxe profunda, o que lhe permite afirmar que a passagem do negado ao admitido pode ser apresentada como uma operação sobre o quadrado semiótico. Desse modo, é válido mostrar como o pesquisador concebe essas operações:

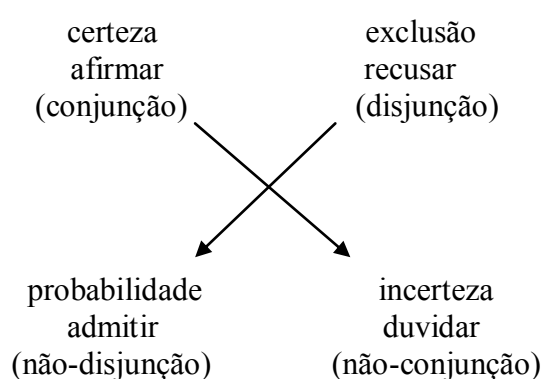


Figura 2 – Quadrado das modalidades epistêmicas, Greimas (1983, p. 121)

Reapresentando o quadrado semiótico das modalidades epistêmicas de Algirdas Julien Greimas, Diana Luz Pessoa de Barros pontua que um enunciado de estado interpretado é chamado de *certamente verdadeiro* (crer-ser e parecer), *provavelmente verdadeiro* (não-

crer-não-ser e não-crer-não-parecer), *certamente falso* (crer-não-ser e não-parecer), e assim por diante, conforme se pode visualizar na reprodução que fazemos a seguir:

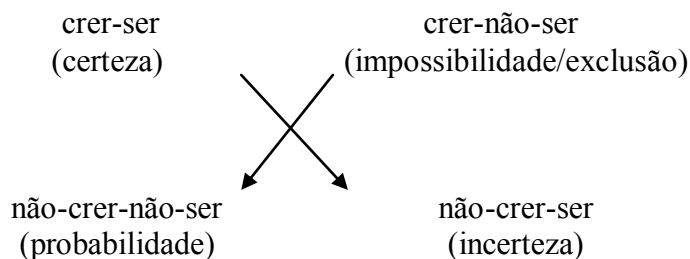


Figura 3 – Quadrado das modalidades epistêmicas, Barros (2002, p. 57)

Desse modo, a autora concorda com o mestre lituano que o julgamento ou ato epistêmico é uma transformação de um estado de crença em outro. Para haver transformação, o sujeito que interpreta e julga realiza uma operação de reconhecimento da verdade:

[...] vê-se bem que o „reconhecimento“ é, a princípio, o controle de adequação do novo e desconhecido ao velho e já sabido, e que a verdade ou a falsidade da proposição submetida ao julgamento é somente um efeito secundário. Os resultados desse controle podem ser positivos ou negativos, a adequação pode ser reconhecida ou rejeitada (1983, p. 117).

Sendo as modalizações epistêmicas graduais – e não categóricas –, /afirmar/ e /recusar/, segundo o pesquisador (1983, p. 120), não podem ser considerados senão como polarizações extremas de operações juntivas, bem-sucedidas (conjunção) ou mal sucedidas (disjunção), de modo que se pode /duvidar/ mais ou menos ou /admitir/ mais ou menos, mas não se pode /afirmar/ ou /recusar/ mais ou menos. É nesse sentido que o mestre lituano conclui que

[...] ao tentar compreender e reconstituir os procedimentos que conduzem ao ato epistêmico, fomos conduzidos a postular a existência de um universo cognitivo de referência que permite, de forma única, avaliar e asseverar a adequação do enunciado novamente oferecido às formas semióticas já assumidas. Esse universo não é uma enciclopédia qualquer, repleta de imagens do mundo, mas uma rede de relações semióticas formais por meio das quais o sujeito epistêmico seleciona as equivalências das quais ele precisa para acolher o discurso veridictório. Tentamos mostrar que esses lugares formais eram suscetíveis de articulações distintas nas quais se poderia reconhecer a parte do fiduciário e do lógico. O crer e o saber pertencem, pois, a um único e mesmo universo cognitivo (1983, p. 133).

1.6. Novos olhares sobre o sentido

[...] se nós construímos o mundo é sempre em um processo de interação com uma positividade exterior – uma alteridade – que nos faz face e que não poderia ser puramente e simplesmente reduzida em todo caso à posição e ao estatuto de “objeto”.

(Landowski, *Passions sans nom*, 2004, p. 27)

Superando uma primeira fase de formulação – refletida no *slogan* “Fora do texto não há salvação!” e em análises que priorizavam a dimensão pragmática dos *corpora* etnoliterários e literários abarcados –, a semiótica passou a se preocupar com uma dimensão mais sensível do sentido e a investigar textos pertencentes a universos de discurso mais amplos, trazendo à luz objetos de pesquisa que terminaram por ampliar e redefinir alguns dos conceitos da teoria. Novos olhares sobre o sentido ganharam terreno especialmente após a publicação da última obra individual de Algirdas Julien Greimas, *Da Imperfeição* (2002, *De l’Imperfection*, 1987), obra que levantou a necessidade de abandonar a perspectiva funcional que até então imperava na semiótica e convocou os semioticistas a adotarem uma perspectiva existencial que considera a dimensão inteligível dos discursos conjunta e indissociavelmente com a sua dimensão sensível. Nesse sentido, a semiótica tem uma via aberta para uma série de investigações complementares, que abordam uma outra forma de encontro entre o homem e o mundo, o encontro *estético*:

Nesse plano, não é mais uma distância objetivante, mas uma proximidade imediata ou, até mesmo, alguma forma de intimidade efusiva que se estabelece entre os dois polos da relação, entre um sujeito para quem o conhecer não se separa do sentir, e um objeto, ou um outro sujeito, também cognoscíveis mediante o sentir (LANDOWSKI, 2005, p. 94).

A teoria “estética” que o mestre lituano esboçou deu espaço, segundo Eric Landowski (2005a, p. 95), a dois modos de abordagem semiótica que priorizam dois modos diferentes de existência do sentido. O primeiro modelo – que, segundo ele, é o mais conhecido entre os semioticistas – tem suporte na análise de cinco “acontecimentos estéticos” abordados por Algirdas Julien Greimas na primeira parte do *Da Imperfeição* (“A fratura”), e em outro livro escrito mais ou menos no mesmo momento, em colaboração com Jacques Fontanille: *Semiótica das Paixões* (1991). Tanto em um quanto no outro, o que se descortina é a emergência de um sentido “descontínuo”, apreendido a partir de irrupções imprevisíveis e

acontecimentos pontuais que revelam uma fratura na ordem das coisas e/ou na ordem dos estados de alma dos seres, “descontínuo” que se manifesta na forma do acidente estésico e/ou na forma do acidente patêmico: estamos falando das propostas de uma vertente semiótica concebida sob o nome de “Semiótica Tensiva” ou, ainda, sob o nome de “Semiótica do Acontecimento”, cujas principais pesquisas têm sido conduzidas por Claude Zilberberg.

Conforme o esquema proposto a partir dessa primeira parte da obra, tudo começa por uma *falta de sentido*, pela “espera do inesperado” (2002, p. 89). Num segundo momento, acontece “[...] um verdadeiro *milagre* destinado a preencher essa espera, uma aparição súbita e „deslumbrante“ que vem inopinadamente provocar o êxtase do sujeito, fazendo-o entrever, para além da banalidade das aparências, um mundo „outro“, carregado de sentido” (LANDOWSKI, 2005a, p. 96). Esse segundo momento é o momento estético propriamente dito, correspondente a uma “fratura” na ordem das coisas, súbita descontinuidade, tão imprevisível quanto efêmera (2002, p. 16). A terceira e última etapa impõe a inelutável volta ao ponto de partida, a *recaída* no mundo banalizado e automatizado de todos os dias (2002, p. 86). Segundo Eric Landowski, o esquema assim concebido coloca, “[...] de um lado, a experiência estética, apresentada como um relâmpago passageiro, e de outro, o ramerrame do cotidiano, reino da anestesia, do qual o sujeito emerge somente um instante, para, logo a seguir, novamente mergulhar nele” (2005a, p. 96).

Na segunda parte da obra (“As escapatórias”), o esquema binário mencionado acima é, de acordo com Eric Landowski (2005a, p. 100), colocado em questão, e mesmo ultrapassado. O modelo formulado a partir dessa segunda parte contrapõe-se, aparentemente, ao modelo “tensivo” que acabamos de mencionar, uma vez que parte da ideia de um *fazer estético* que se inscreve na duração e se sustenta por um certo voluntarismo; em outras palavras, um modelo que concebe o sentido não necessariamente como resultado de bruscas descontinuidades de ordem providencial, mas podendo igualmente proceder da iniciativa do sujeito e de um trabalho de construção efetuado por ele mesmo: “[...] no lugar do catastrofismo, começa então uma empreitada *construtivista* [...]” (2005a, p. 100). Essa outra abordagem se inscreve no âmbito da sociosemiótica, cujas principais pesquisas, conduzidas por Eric Landowski, encontram-se registradas fundamentalmente nas seguintes obras: *La Société Réfléchie: Essais de Socio-Sémiotique I* (1989); *Présence de l'autre: Essais de Socio-Sémiotique II* (1997); *Passions sans nom: Essais de Socio-Sémiotique III* (2004) e *Les interactions risquées* (2005b) – as quais norteiam nosso estudo.

Nessa segunda abordagem, conforme explica o sociosemiótico (2005a, p. 104), em contraponto à temática da fratura e do acidente, encontra-se uma problemática na qual vão

dominar a *intencionalidade* e a *progressividade*, ou seja, em que aparecerá a necessidade de uma vontade consciente para sustentar a busca do valor e do sentido e de uma certa extensão temporal, de tal maneira que o encontro com o sentido aparecerá então como o resultado de um *processo interativo* e não mais como um dom gratuito, recebido por pura sorte, graça ou acidente. Sendo assim, reconhece-se um papel igualmente ativo da parte dos dois parceiros – sujeito e objeto – implicados nos processos de construção do sentido.

Para que nosso leitor possa compreender essa segunda linha de pesquisa, apresentaremos a seguir o desenvolvimento que a *sociossemiótica* conquistou ao longo dos anos. Inicialmente, abordaremos as relações possíveis entre o “Eu” e o “Outro” no que concerne aos processos de construção de identidades sociais; em seguida, abordaremos os modos de apreensão do sentido na interação entre esses sujeitos; por último, discutiremos as interpenetrações entre o conceito de forma de vida e a investigação do universo midiático, tudo com base nas proposições, reflexões e operacionalizações empreendidas por Algirdas Julien Greimas, Eric Landowski, Jacques Fontanille, Jean-Marie Floch, Pierluigi Basso-Fossali e, no Brasil, por Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento. Acreditamos, dessa forma, poder assentar o terreno sobre o qual nos propusemos a trabalhar tendo em vista a investigação da figura feminina como ator em um periódico de gestão de carreiras: a revista *VOCÊ S/A*.

1.6.1. O “Eu” e o “Outro”: construindo identidades sociais

O *Dicionário de semiótica II* (1986, p. 207) apresenta a *sociossemiótica* como uma disciplina que, inscrita no quadro dos postulados gerais da disciplina-mãe (a *semiótica greimasiana*), tem por objeto empírico o conjunto dos discursos e das práticas que intervêm na constituição e/ou na transformação das condições de interação entre sujeitos (individuais ou coletivos). Assim sendo, a *sociossemiótica*, segundo Jean Cristtus Portela (2008, p. 96), explora bem mais do que os dispositivos clássicos do percurso gerativo do sentido e seus níveis, empreendendo análises que procuram encontrar nos textos analisados as relações enunciativas que os constituem, do ponto de vista tanto dos sujeitos da enunciação que neles interagem quanto dos universos socioculturais nos quais fazem sentido. Para Eric Landowski (2002), trata-se de uma prática que permite falar de textos-objetos e de seus contextos, mas também das práticas reais nas quais estamos diariamente envolvidos.

Desde o início, a *sociossemiótica* partiu do postulado saussuriano segundo o qual o sentido só se constitui pela diferença e, redimensionando-o para o campo do discurso social,

passou a considerar que o “sujeito” também só se constrói na/pela diferença: “[...] também ele condenado, aparentemente, a só poder construir-se pela diferença, o sujeito tem necessidade de um *ele* – dos “outros” (eles) – para chegar à existência semiótica [...]” (2002, p. 4). Nesse sentido, é nítida a contribuição de Émile Benveniste (1976), cuja máxima “[...] cada membro (da unidade social) só descobre seu „si” no „entre-si”” já refletia os princípios do que seria, alguns anos depois, abordado no terreno da sociossemiótica: “[...] a emergência do sentimento de „identidade” parece passar necessariamente pela intermediação de uma „alteridade” a ser construída” (2002, p. 4).

Conforme atesta Eric Landowski (2002, p. 6), não é necessário muito esforço para constataremos que em nossa sociedade, desde há muito, existem grupos denominados “de referência”, os quais se definem em contraposição aos grupos denominados “estrangeiros”. O grupo “de referência” (dominante) é assimilador, ou seja, não rejeita ninguém e se pretende, ao contrário, por princípio, generoso e acolhedor, aberto para o que vem de fora. O “Sr. Todo Mundo”, encarnação do “grupo de referência”, não se considera e não quer que o considerem um daqueles xenófobos exaltados que determinam as relações desejáveis, ou mesmo possíveis, entre Nós e os outros, baseando-se unicamente em critérios de sangue, cor de pele e, podemos também acrescentar, sexo. O autor continua seu raciocínio dizendo que por meio das políticas de assimilação o “grupo de referência” termina por reduzir o Outro ao Mesmo:

[...] em vez de ceder a uma animosidade qualquer dirigida contra o Outro *porque ele é outro* [...], trata-se, ao contrário, por um trabalho metódico e racional, de ir em auxílio daqueles que chegam a sua terra, de ajudar o estrangeiro a livrar-se *daquilo que faz com que ele seja outro* – em suma, de reduzir o Outro ao Mesmo para que, um dia, ele possa integrar-se plenamente no novo ambiente que o acolheu (2002, p. 8).

No entanto, tal tolerância irrefletida do Outro no interior do Um (do “Mesmo”) acabaria por provocar tamanha heterogeneidade que não seria mais possível reconhecer a identidade do grupo: “[...] ao tolerar heterogeneidade demais em seu seio, em qualquer dos seus planos, acredita, ele logo não se reconheceria mais a si próprio” (2002, p. 11). Assim sendo, por meio de um gesto explicitamente passional que tende à negação do Outro, exclui-se os sujeitos cujas atitudes e comportamentos são vistos como puros acidentes da natureza – e não como elementos que teriam sentido no interior de uma (outra) cultura. As duas atitudes – assimilar e excluir – correspondem, respectivamente, conforme acrescenta o autor, a cada uma das duas partes complementares de uma única e mesma operação: padronização e ingestão do “mesmo” e, correlativamente, triagem e eliminação do “outro”.

Eric Landowski então valida que à relação de contraposição entre as políticas de *assimilação* e as políticas de *exclusão* surge um novo curso que impele alguns sujeitos à migração de um grupo a outro, permitindo à semiótica a apreensão de regimes complementares: a *segregação* e a *admissão*. Diferentemente das políticas de assimilação e de exclusão, que têm por finalidade operar ora uma perfeita conjunção de identidades (assimilação) ora sua completa disjunção (exclusão), as políticas de segregação não respondem, segundo ele, a objetivos tão unívocos, tão simples. Originárias de uma posição de não-conjunção – posição situada a meia distância entre as fórmulas do tipo conjunção-assimilação e aquelas do tipo disjunção-exclusão – as fórmulas segregativas se constituem da tensão entre *impossibilidade de assimilar* e *recusa de excluir*, o que fica bastante claro quando o autor fala em uma “conjunção que está se desfazendo”: “[...] houve um tempo (histórico ou mítico, pouco importa) em que os dois elementos da relação *se encontravam conjuntos*, e o que os discursos e práticas da segregação manifestam, ou mesmo nos contam, é precisamente esta conjunção *que está se desfazendo* [...]” (2002, p. 18 – *grifos do autor*).

O quarto tipo de relação entre o Um e o Outro recebe o nome de Admissão. Contrariamente à segregação, que impunha a reminiscência de uma conjunção e a eminência de uma disjunção, as políticas de admissão se constroem com base na reminiscência de uma disjunção e na eminência de uma conjunção – não mais disjungir (exclusão), mas não ainda conjuntar (assimilação):

[...] com efeito, de tanto os parceiros se aproximarem, empurrados para isso por uma “simpatia” recíproca, de se conhecerem melhor e de melhor se entenderem, de tanto descobrirem que o que os diferencia e, à primeira vista, os opõe, os torna ao mesmo tempo complementares e lhes abre novas possibilidades de ação, chegará quase inevitavelmente um momento em que eles, primeiro distintos e separados, mas que entram desse modo em relação e logo em contato, aspirarão fundir-se e tenderão a confundir-se numa nova totalidade (2002, p. 23).

Os quatro tipos de relações apresentados acima são dispostos em um diagrama que sintetiza e organiza as estratégias adotadas pelo “grupo de referência”, revelando, portanto, o ponto de vista “do Um”:

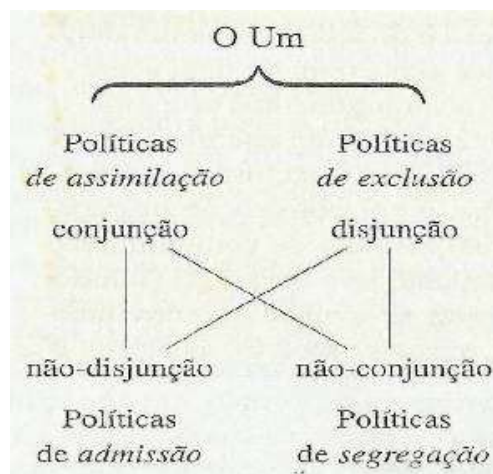


Figura 4 – Regimes de interação social, Landowski (2002, p. 50)

Após abordar a diversidade de posturas a partir das quais o “Um” (“Sr. Todo Mundo” ou, ainda, “grupo de referência”) apreende e trata a alteridade, real ou suposta, daqueles com os quais se relaciona e, dessa maneira, concebe sua própria identidade, é preciso passar para o outro lado do espelho e interrogar como o “Outro” assume, mascara, renega ou exalta a alteridade que supostamente o define. O diagrama abaixo organiza, ao lado das “políticas” do “Um”, o que se apresenta como sendo os “estilos” do “Outro”:



Figura 5 – “Estilos do Outro”, Landowski (2002, p. 50)

Parafraseando Eric Landowski (2002, p. 38-40), compreendemos que o “esnobe” é um migrante social que vê na figura do “grupo de referência” um modelo a seguir e que, partindo *de baixo*, só pode – se tudo correr bem – elevar-se, acabando por alcançar e juntar-se

à elite. O “dândi” é aquele que, pegando de certo modo o bastão, prosseguirá a ascensão até alçar-se acima do lote comum – trajetória que acabará por desligá-lo, “disjuntá-lo” da sua sociedade de origem. O “camaleão” faz sua aparição nesse contexto com a inocência de um humilde viajante: mesmo trazendo as marcas do seu exotismo, ele saberá adaptar seu aspecto às normas do meio e será aceito de modo menos exigente em relação a outrem, sempre se fazendo passar despercebido, como alguém que já pertence à elite, embora, na realidade, ele jamais tenha se disjunto do seu universo de origem, universo para onde ele sabe ou imagina poder um dia retornar. Por último, o urso, o inadaptado, perturbador ou questionador dos hábitos mais ancorados, cuja direção a seguir somente ele próprio conhece. Os quatro tipos apresentados devem ser considerados, segundo o autor, “unidades em movimento”, uma vez que todos eles têm condições de mudar de identidade, se assim o quiserem. Desse modo, o pesquisador dá mais importância às posições e aos percursos – essa “homologia estrutural previsível entre vários microuniversos sociais” (2002, p. 39) – que às denominações, mais ou menos fixadas pelo uso, tomadas emprestadas aos registros da metáfora zoossocial.

Continuando a diferenciar os quatro tipos apresentados, Eric Landowski afirma que, para o urso e o camaleão, prevalecerá sempre um *querer-ser* definido exclusivamente por referência a si mesmo:

[...] eles continuarão, a despeito de tudo, a ser sempre o que são, ainda que por duas vias diferentes: o primeiro, sem se preocupar a mínima com o olhar, indiferente ou curioso, aprovador ou desaprovador, de outrem; o segundo, administrando habilmente as aparências de modo a nada deixar transparecer de sua alteridade intrínseca relativamente ao meio ambiente (2002, p. 43).

No entanto, destaca o pesquisador, mesmo se um avança com o rosto descoberto enquanto o outro se mascara, ambos conseguem chegar, no fundo, ao mesmo objetivo: ser “si-mesmo”, perseverar em seu ser, realizar seu próprio programa, “viver *sua* vida”. Por oposição, o esnobe e o dândi vivem *só em função do outro*: “para eles, a relação com outrem prevalece sobre a relação consigo mesmo e é um *querer-parecer*, definido por referência a um contexto social preciso, que os determina” (2002, p. 43).

De modo semelhante, Jean-Marie Floch (1990, p. 32-34) elabora uma tipologia para explicar o comportamento dos viajantes do metrô. Para tanto, parte da categoria fundamental descontinuidade *versus* continuidade e, tomando o próprio trajeto do metrô como texto, concebe as figuras do geômetra, do sonâmbulo, do flanador e do executivo:

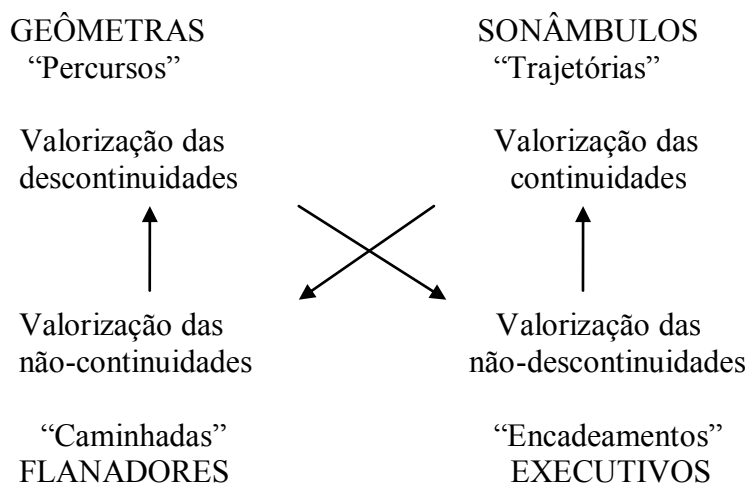


Figura 6 – Tipologia dos viajantes de metrô, Floch (2009, p. 32, tradução nossa)

Percurso fortemente marcado pela cotidianidade, pela repetição ou, numa palavra, pela continuidade, tomar o metrô significa, para o sonâmbulo, realizar “trajetórias” completamente dessemantizadas: para ele, os trajetos cotidianos representam a instância neutra a partir da qual podem ser inseridas outras práticas significantes como ler, tricotar, escutar música ou mesmo dormir. O sonâmbulo tem, assim, uma relação mais física com a estação: prefere as estações pequenas e os espaços com assentos, de modo que a tranquilidade que tanto preza para a realização das suas (outras) atividades seja garantida. Contrariamente, o geômetra concebe os trajetos do metrô como “percursos” marcados pela descontinuidade, “percursos” que por si só são carregados de sentido: para ele, os trajetos cotidianos podem ser considerados como variações e como jogos de transformação produtores de sentido. O geômetra é o mais sensível aos trabalhos de decoração e reforma que personalizam as estações ao incorporar-lhes elementos que o remete aos lugares da cidade e aos bairros dos quais ele vem: ele ama encontrar o que já é conhecido e reconhecível (e isso também em relação às animações – gêneros musicais, esportivos, teatrais que são encenados nas estações).

O executivo compreende seus trajetos como “encadeamentos” marcados por uma forte formalização (e também por uma certa dessemantização), importando-lhe apenas a funcionalidade e a acessibilidade das estações e dos seus equipamentos. Para ele, as animações, por exemplo, são muitas vezes vistas como verdadeiros anti-programas: melhor seria reservar-lhes os cantos ou limitá-las às grandes estações-*carrefour*. Contrariamente, o flanador considera esses trajetos como “caminhadas” que lhe permitem a emoção das surpresas, das rupturas impostas por todo tipo de situações não-programadas que o metrô pode oferecer: ele ama o desvio da sua atenção e prefere as grandes estações-*carrefour*, onde

pode encontrar todo tipo de situação que imprima dinamicidade ao seu trajeto. Assim sendo, explica o pesquisador (2009, p. 34), o metrô como texto pode ser lido, pelos geômetras, como um manuscrito; pelos executivos, como um diagrama; pelos sonâmbulos, como um rabisco; e, pelos flanadores, como um caligrama.

Em outro estudo, “Diário de um bebedor de cerveja”, Jean-Marie Floch (1997) relaciona o quadrado proposto na descrição do comportamento dos viajantes do metrô a um outro que ele próprio sistematizou em uma pesquisa sobre campanhas publicitárias de marcas de cerveja de luxo. Analisando o universo semântico explorado por essas campanhas, o autor observa que, ou a cerveja permite aos bebedores estar de acordo com a sociedade, assumir e até exaltar seus usos e costumes, ou permite-lhes estar em ruptura com o consenso (1997, p. 209-210). No primeiro caso, a cerveja assegura uma continuidade entre a vida do bebedor e a vida social; no segundo, uma descontinuidade. Nesse caso, o bebedor se engaja então no desconhecido, no extraordinário, no incerto. Projetando a categoria continuidade *versus* descontinuidade no quadrado semiótico, o semioticista encontra quatro posições que revelam as diferentes concepções de identidade exploradas pelas marcas de cerveja:

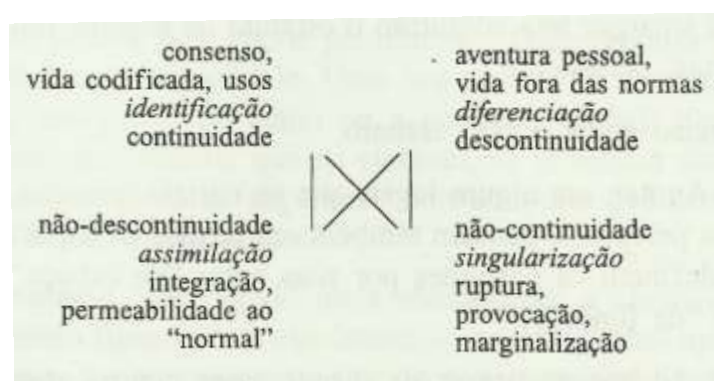


Figura 7 – Tipologia dos bebedores de cerveja, Floch (1997, p. 210)

Ao apresentar essa tipologia, Jean-Marie Floch acaba sendo surpreendido com a semelhança que o mesmo entretém com o quadrado das identidades elaborado por Eric Landowski: “[...] ele me parece inteiramente comparável ao de Eric, sobre as grandes formas de identidade. Poder-se-ia correlacionar o esnobe, o urso, o dândi e o camaleão, respectivamente, às posições que denominei identificação, singularização, diferenciação e assimilação” (1997, p. 210).

De um modo geral, pode-se afirmar que, ao se ocupar das formas de alteridade construídas entre sujeitos e seus modos de articulação (assimilação, exclusão, admissão,

segregação) e ao construir figuras individuais e coletivas (o esnobe, o dândi, o urso, o camaleão) que determinam, na relação com o “Outro”, as formas de identidade do próprio sujeito, Eric Landowski revela sua preocupação com as relações intersubjetivas e intrassubjetivas, focando sua análise sobre a práxis enunciativa capaz de ressemantizá-las. Avançando mais um passo, o pesquisador passa a considerar não apenas o ponto de vista dos sujeitos implicados nas experiências vividas, mas a *estesia* que emerge da própria interação entre eles. Isso o leva a propor a revisão dos conceitos de sujeito e objeto então tomados como posições estanques e a propor a própria revisão do modelo semiótico da junção, base da gramática narrativa clássica: é o que apresentamos a seguir.

1.6.2. O “Eu” e o “Outro”: modos de apreensão do sentido na interação

Em *Passions sans nom* (2004), Eric Landowski propõe a necessidade de revisar a gramática narrativa clássica, na base da qual se encontra a hipótese segundo a qual todas as flutuações afetando a condição material e moral dos sujeitos dependem de operações de junção que ora os colocam em posse de objetos de valor (conjunções) ora os privam desses mesmos objetos (disjunções). A crítica a esse modelo centra-se no fato de que ele dá conta apenas de um aspecto muito particular das nossas relações no mundo – do seu aspecto “econômico” – enquanto existe, como positivamente também semioticamente analisáveis, interações *não mediadas*, independentes de toda transferência de objetos entre sujeitos. A crítica que o pesquisador faz à leitura que se fez do *regime da junção* é contundente:

Do ter mais material ao saber mais abstrato, tudo acaba por se transformar em moeda sob a forma de valores, uns ditos entesouráveis ou consumíveis, outros modais, e como tal com tendência a transitar entre possuidores, atuais ou virtuais, do mesmo modo que as mercadorias sempre à espera de um novo comprador. Por isso surge, às vezes, um gênero de descrições particularmente artificiais. Todos puderam constatar a que aberrações pôde levar, em alguns analistas (e não somente os novatos!), o gosto pela “formalização” a qualquer custo aliada a uma postura sistemática de reificação de todos os valores: falar tranquilamente, por exemplo, de sujeitos “em conjunção com a felicidade” ou “em disjunção com a liberdade”, como se *liberdade* ou *felicidade* pudessem ser coisas que, à semelhança de qualquer mercadoria, teriam o estatuto de unidades discretas, mensuráveis e transferíveis entre fornecedores e compradores... (2004, p. 59)

Outra crítica importante ao modelo clássico da junção reside no fato de que as transformações funcionais induzidas pelas operações conjuntivas ou disjuntivas que afetam os

actantes não os afetam *existencialmente*, já que eles permanecem fundamentalmente idênticos a si mesmos:

Certamente os protagonistas podem, entre eles, trocar, doar ou roubar todos os objetos-valor imagináveis – riquezas, ensinamentos, armas, dinheiro, mulheres, prestígio – e assim aumentar ou reduzir proporcionalmente a extensão de seu poder-fazer e, mais amplamente, o grau de satisfação em sua existência, mas isso – eis o ponto decisivo – sem conseguir alterar qualitativamente, num plano mais global, nem a visada geral – o “projeto de vida” – que fundamenta sua identidade, nem a de seus parceiros ou de seus adversários (2004, p. 67).

É claro que é preciso reconhecer, conforme destaca Eric Landowski (2004, p. 68), que toda a vida consiste em grande parte – exatamente a parte do *modelo juntivo* – na execução dócil de programas que o sujeito não escolheu – ou não escolheu verdadeiramente –, os quais, ao longo do caminho, ele só pode mudar o modo de caminhar, simplesmente porque, por mil razões diferentes, eles lhe foram impostos de fora para dentro. Mas ao mesmo tempo, o autor reconhece que mesmo nesse quadro há lugar para sujeitos que, por mais “condicionados”, por mais alienados ou por mais conformistas que sejam, não se limitariam a executar mecanicamente seu programa:

Para que sujeitos possam se transformar, *em ato*, por consequência de suas relações com os semelhantes e com o mundo que os cerca, é preciso evidentemente que não estejam completamente fechados no interior de esquemas de ação e de identidade já prontos, mas em algum grau maleáveis, abertos às contingências da experiência vivida e, melhor ainda, *disponíveis* (2004, p. 68-69).

Nesse sentido, em uma perspectiva em parte inspirada nos trabalhos de Jean-Paul Sartre e Maurice Merleau-Ponty, o sociossemióticista foi levado a postular, paralelamente à lógica da junção, a pertinência semiótica de uma outra lógica do sentido, fundada sobre a copresença sensível dos actantes: a lógica da união. Segundo ele, “a problemática da união é totalmente outra, pois se concentra não mais nos estados juntivos sucessivos, mas no *que se passa* entre os actantes, ou melhor, no *que acontece*, esteticamente e a cada instante, com um e outro, *qualquer que seja seu estado de junção momentâneo*” (2004, p. 63). O autor continua sua explicação afirmando que,

[...] disjuntos ou conjuntos, os actantes interagem pela sua simples presença, seja ela imediata ou mais ou menos à distância, desde o momento em que pelo menos um deles esteja em condição de *sentir* esteticamente o outro, de

experimental em si mesmo a maneira do outro de estar no mundo (2004, p. 63).

Desse modo, reitera o pesquisador que a “união” não é um estado, “é um *modo de interação* (e ao mesmo tempo, de construção de sentido) condicionado somente pela copresença dos actantes, pela única possibilidade material de uma relação sensível entre eles” (2004, p. 63). A partir de então, é possível entrever um sentido cuja emergência se tornaria inseparável da construção recíproca dos dois parceiros em relação, aquele que faz a função de “sujeito” vindo então a não se realizar como tal senão à condição de realização simultânea do outro, do “objeto”. Assim sendo,

[...] em vez de partir exclusivamente em busca da conjunção com objetos tidos antecipadamente como os únicos que correspondem à demanda de algum programa de vida convencional [...] o sujeito, cessando de colocar o existencial abaixo do funcional, admitirá que para se conhecer ele só terá que se lançar num percurso aleatório de *descoberta*: não do que ele é (pois nessa perspectiva, ele não é mais definido por antecipação), mas do que ele está em vias de, na falta de melhor termo, “*vir a ser / tornar-se*” – e isso na imanência de suas relações de ordem, ao mesmo tempo inteligível e sensível, com o mundo que o cerca. Desse modo, o programa estereotipado pode dar lugar a algum projeto de vida autêntico, em que a aventura terá necessariamente seu espaço (2004, p. 69).

Retomando em parte as discussões iniciadas em *Presenças do Outro*, Eric Landowski, no capítulo VII da sua obra *Passions sans nom* (capítulo intitulado “*Saveur l’autre*”), promove uma reflexão sobre os modos de relação entre o “Eu” e o “Outro” na qual insere não apenas o ponto de vista semiótico – marcado, sobretudo, pela obra greimasiana – como também procura relacionar o ponto de vista de dois “filósofos da experiência”, Jean-Paul Sartre e Martin Buber. A aproximação entre esses três autores se dá, para o pesquisador, especificamente em dois pontos: o primeiro diz respeito à distinção entre dois tipos de olhar sobre o mundo. De um lado, um olhar que *não vê e não pode ver* o outro, ou seja, um olhar por meio do qual o sujeito busca reconhecer as pessoas e as coisas em função unicamente de critérios preestabelecidos para, dessa forma, verificar sua conformidade ao destino que ele lhes designa. Tal sistema de pertinência torna cega a alteridade do outro, uma vez que a possibilidade de um encontro onde o outro seria verdadeiramente apreendido *como outro* está, de fato, excluída. “Longe de acolher a „estrangeirice” e de provar, experimentar seu sentido, o sujeito se limita a reduzi-la à ordem do comum, reduzi-la ao já repertoriado, categorizando-a, nomeando-a, explicando-a” (2004, p. 147). Inversamente, para *ver* o outro – e mesmo “saboreá-lo” – é preciso fugir de esquemas de leitura preestabelecidos. “Não mais projetar

sobre o mundo alguma grade de inteligibilidade determinada, deixar de mirar sobre as pessoas e as coisas um olhar que se destina a classificá-las como se elas fossem unicamente objetos a se utilizar” (2004, p. 147).

O segundo ponto de convergência diz respeito ao caráter de exceção atribuído ao tipo de experiência em questão: em todos os três autores, a emergência do sentido (ou do “outro”) se dá como um “excesso”, como um “deslumbramento” – o que nos coloca ao lado do “acontecimento estético” – à diferença que, para Jean-Paul Sartre e Martin Buber, o sujeito não é arrebatado para fora do cotidiano ou para fora de si mesmo. Nesse sentido, Eric Landowski reitera a perspectiva adotada:

[...] optamos, ao contrário, por uma concepção interacional organizada em torno da ideia de transformações recíprocas dos actantes a favor da sua colocação em contato repetida e durável. Essa abordagem, centrada na análise dos processos de aproximação e de ajustamento entre sujeitos ou objetos (pessoas ou coisas, pouco importa), em vez de centrada nas diferenças suscetíveis de fixar suas identidades respectivas, conduz-nos a estabelecer um lugar essencial a uma noção bastante ambivalente, a de *hábito* (2004, p. 149).

Discutindo a noção de hábito, o autor propõe que se ultrapasse a visão romântica segundo a qual a ideia de hábito estaria ligada a um regime de insignificância e anestesia. Nesse sentido, a estética, conforme bem afirmou Algirdas Julien Greimas em *Da Imperfeição*, também pode estar presente nos comportamentos de todos os dias. Para Eric Landowski, o hábito é, em um certo ponto de vista, o que priva o objeto de um dos seus traços tidos, ao menos nos dias de hoje, como essencial: aquele da “novidade”. Pior ainda, pode mesmo acontecer que ele chegue a embotar a capacidade do sujeito de gozar, por excesso de costume. Mas por outro lado, o hábito pode mesmo conduzir à apreensão da maneira específica do outro de “ser no mundo”, permitindo então saboreá-lo e saborear o sentido das coisas. Assim sendo, o autor aponta que

[...] o hábito é, ao mesmo tempo, o processo da entrada em relação com essa presença imediata do outro, e o meio de acesso ao sentido que promete a interação com aquilo mesmo que faz sua alteridade. Isso porque, em vez de privar o objeto da sua novidade, ele a renova do interior, como o efeito mesmo do ajustamento entre essas duas forças vivas que são um para o outro, na relação, o sujeito e seu outro (2004, p.157).

Conforme continua explicando o autor (2004, p. 157-158), são duas concepções de experiência estética que estão em jogo. A primeira, privilegiando sem reserva, como

fundamento do valor, o inédito, o jamais visto, fixa a apreensão estética no improvável sobrevivendo de alguma revelação deslumbrante, única e total. A outra faz o acesso ao sentido e ao valor o objetivo de uma visada e o resultado de uma aprendizagem, isto é, de um trabalho de ajustamento progressivo entre sujeito e objeto, trabalho que supõe uma colocação em presença na duração, ou melhor, uma colocação em contato reiterada dos dois polos da relação e do mesmo modo sua colocação à prova recíproca, não mais uma única vez nem mesmo de tempos em tempos, mas continuamente. No capítulo seguinte da mesma obra (intitulado “*Le temps intersubjective*”), Eric Landowski afirma que esse segundo regime que apontamos acima supõe uma competência relacional:

[...] necessária para apreender a presença do sentido não mais unicamente no instante, mas na duração, uma competência tal se adquire *com o tempo*: tomando o tempo que é necessário para “acostumar-se” com o objeto ou para “habituarse” ao outro, e isso graças “ao uso”, por contágio, isto é, em se transformando progressivamente a si mesmo em função da maneira pela qual a relação com o outro, com seu próprio hábito, tende a nos *fazer ser* (2004, p. 171).

A esse respeito, é preciso retomar o que Eric Landowski coloca na “Introdução” da sua obra (2004, p. 7) acerca do sentido que surge da interação: um sentido sensível, estésico, experimentado. Tal sentido, segundo o autor, “[...] só pode nascer de um encontro em que o sujeito se ache inteiramente *posto à prova*, quase um desafio de viver a presença sensível do outro, do mundo, do objeto (e, no limite, aquela do seu próprio corpo) como *fazendo sentido*” (2004, p. 7-8). Parafraseando as palavras do pesquisador, compreendemos que, ao buscar ajustar-se, o sujeito abre-se para o outro, o que é amiúde um verdadeiro trabalho, em certos casos a aceitação de um risco (o de ser contaminado pela alteridade com que se confronta) e sempre uma espécie de generosidade que consiste em reconhecer no outro, além de sua posição de *objeto experimentado*, a qualidade ao menos potencial de um outro sujeito, um *sujeito experimentando* – experimentando de início no sentido em que o outro *nos põe à prova*, e depois porque não pode ser completamente excluída a possibilidade de que esse Outro-que-nos-põe-à-prova não esteja, ele mesmo, *experimentando* os efeitos de nossa presença diante dele.

Foi com a publicação de *Les interactions risquées* (2005b) que pudemos compreender com maior precisão a proposta que o sociossemiotista vinha tentando apresentar até então. Didaticamente, o pesquisador explica as principais reflexões da obra em seu artigo ¿Habría que rehacer la semiótica? (2012b), afirmando que

[...] cada indivíduo, na vida cotidiana, está inclinado (em função da sua cultura e da sua idiossincrasia pessoal) a privilegiar um *modos operandi* determinado, um certo estilo de ação, uma “estratégia”, em detrimento de tal ou qual outra. Muitos, não se sentindo confiantes senão em um ambiente ordenado e controlado, sonharão em poder *programar* o comportamento das pessoas do mesmo modo como o curso das coisas, a fim de assegurar, até o mais mínimo detalhe, o controle da execução da operação na qual se encontram implicados. Haverá outros que, não vendo em todo lugar senão maquinações e complôs, acreditarão que não poderão chegar ao seu objetivo a não ser *manipulando*, de maneira tão forçada quanto for necessário, aqueles com quem têm de tratar. Alguns preferirão fiar-se em sua intuição, ao seu olfato, à sua capacidade de sentir a cada momento os resultados de uma situação ou as disposições daqueles com quem algo têm a ver, prontos para *ajustar-se* a eles e tirar o melhor proveito possível, aproveitando cada ocasião ao máximo. Outros, finalmente, descartando toda ideia de plano, de cálculo ou de sintonia com o outro, acreditarão que é mais seguro deixar-se levar por sua boa sorte e se contentarão em *cruzar os dedos* esperando algum feliz *acidente* que a providência tenha decidido preparar para eles (2012b, p. 10-11).

A semiótica *standard* só reconhecia, segundo Eric Landowski, os dois primeiros regimes apontados: a “operação”, ou ação programada sobre as coisas, e, sobretudo, a “manipulação” entre sujeitos. O que distingue esses dois regimes, sociosemiologicamente falando, são os princípios sobre os quais eles se fundam: a “operação” ou “programação” funda-se sobre um princípio geral de *regularidade* que, fixando os papéis dos protagonistas da ação, “garante” a eficácia das nossas intervenções sobre o mundo que nos cerca; já a “manipulação” funda-se sobre um princípio de *intencionalidade* cuja colocação em cena supõe o reconhecimento recíproco dos parceiros da interação enquanto sujeitos dotados de “competências modais” (querer, saber, etc.). A programação opera com uma lógica determinista, de modo que o mundo é apreendido a partir de princípios de regularidade, sejam eles naturais (regularidade causal) ou sociais (regularidade simbólica). Nas palavras do sociosemiologista, a regularidade “[...] pode ser garantida, como na física, por relações de causalidade, ou por elementos sociais que se traduzem na forma de regras, hábitos, rituais, definindo, uns e outros, em termos semióticos, os papéis *temáticos* que são, por definição, fixos” (2009, p. 7). Fundada sobre o princípio da intencionalidade, a manipulação parte do princípio de que sujeito atua em função de razões e motivações, o que significa que seu comportamento apresenta certa regularidade, não é fortuito. No entanto, conforme orienta José Luiz Fiorin, em seu texto “As estruturas narrativas” (2013, p. 439), essa regularidade não é previsível, como na programação, mas é da ordem do não previsível. Desse modo, é possível conceber dois tipos de motivações: a consensual e a decisional. A primeira resulta da

aceitação das práticas instituídas; a segunda, de uma decisão fundada no exame do que se pretende realizar (Landowski, 2005b, p. 34-35).

O ajustamento é, conforme parafraseia José Luiz Fiorin (2013, p. 440), o modelo narrativo em que os parceiros da interação, sentindo a maneira de agir um do outro, vão construindo *in fieri* os princípios da relação. Ele é da ordem da não previsibilidade, portanto, “[...] as mesmas ações não produzem sempre e automaticamente os mesmos efeitos.” (LANDOWSKI, 2005b, p. 41). É um fazer juntos, a partir do contato de sensibilidades, que podem ser de dois tipos: a primeira é a perceptiva, que nos permite sentir todas as variações que ocorrem no mundo exterior; a segunda é a reativa, aquela dos mecanismos que consideramos sensíveis, que reagem aos impulsos mecânicos, elétricos, etc. a que os submetemos (Landowski, 2005b, p. 44). Nesse regime, não é possível definir de antemão o resultado de uma interação: é em ato em que cada um busca descobrir uma forma de realização mútua, como no caso da dança (Landowski, 2005b, p. 46-47). Cada ajustamento pode, por fim, ter êxito ou fracassar.

Fundado sobre o princípio do risco, conforme explica Eric Landowski no *Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques* (2009, p. p. 5), o regime interacional do assentimento não forma senão uma única unidade com aquele que se denomina regime do acidente. De acordo com o pesquisador, a escolha da denominação depende da perspectiva que se adota: uma perspectiva objetivante, que insiste sobre o caráter imprevisível, aleatório, “acidental”, do que advém, ou o ponto de vista do sujeito que consente à incerteza da sorte, à possibilidade do acidente, ao risco da insensatez. Do mesmo modo como nos três regimes precedentes, a manifestação neste quarto regime também ocorre segundo duas formas opostas: a probabilidade matemática e a probabilidade mítica. Enquanto naquela forma tudo depende simplesmente do cálculo, esta depende de uma instância transcendente e impenetrável, a fatalidade (Landowski, 2005b, p. 70).

Fazendo uso desse modelo dos regimes de construção do sentido e, de certa forma, relacionando-o ao modelo dos regimes de interação social que fora abordado por nós no subcapítulo anterior (a partir do que está proposto em *Presenças do Outro*), Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento procedeu à investigação das formas de vida da mulher brasileira na década de 40 presentes na revista *O Cruzeiro*. Explorando a conduta feminina frente ao par amoroso, a pesquisadora constatou, por meio da investigação da seção “Assuntos femininos”, quatro tipos de sujeito-mulher, os quais ela organiza na seguinte tipologia:

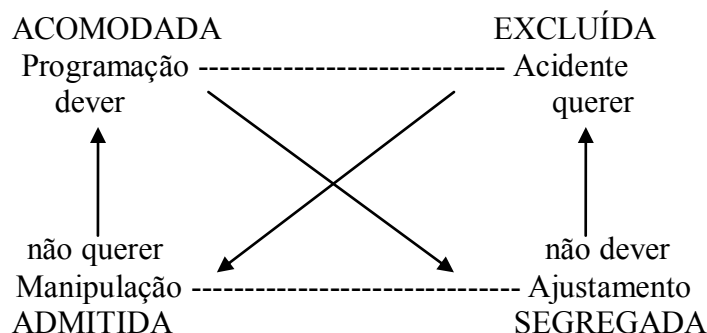


Figura 8 – A mulher brasileira na década de 40 em *O Cruzeiro*, Nascimento (2009, p. 630)

Depreendido do texto “Noivado feliz”, o sujeito moça casadoira, modalizado pelo /dever/ imposto pela sociedade da década de 40, recita a lição programada para a união amorosa (união sacramentada pelo casamento e que deve, portanto, ser eterna) e desempenha o papel de acomodada; em contraposição a esse sujeito, o sujeito mulher casada e desiludida com o ex-herói marido, depreendida do texto “Adaptação”, assume o papel catastrófico no qual é movida pela insensatez (aventurar-se com um novo herói) e, guiada pelo /querer/ (partir para uma relação extraconjugal), acabará excluída pelo grupo das senhoras casadas, conforme alerta a articulista. Depreendida do texto “Serve-lhe a carapuça?”, o sujeito moça que, apesar de ter vários parceiros, não mantém nenhum relacionamento amoroso que a leve ao casamento e, movida pelo querer, age com condutas avançadas para a sua época, de modo que é reprovada pela articulista que a manipula para que seja moderada e se modalize pelo /não querer/. Se assim se comportar, a sua conduta será admitida e ela poderá segurar seu eleito. Frente ao caso relatado em “Castidade”, depreende-se a figura da moça pecadora, que quebra um comportamento imposto pela sociedade e que regula as relações amorosas. Caracterizando suas atitudes como levianas, a articulista enquadra as moças que assim agem em uma forma de vida segregada e, investindo-se de autoridade que tem o dever de modelar as moças casadoiras pelo código sadio da moral, estimula-as a não se pautar pelo /não dever/.

Amparada nas proposições de Algirdas Julien Greimas (1993), fundamentadas em Paul Ricoeur, sobre a moral e a ética, e nas duas constelações propostas por Eric Landowski (2005) que enfeixam os regimes de interação (prudência e aventura), a pesquisadora aponta que “segurança e risco limitado geram as formas de vida acomodada e admitida, assim como insegurança e risco puro determinam as formas de vida segregada e excluída.” (2009, p. 633). Assim sendo, conclui a pesquisadora que

só com o passar do tempo será possível saber se o grupo das segregadas da década de 40 tornar-se-á maioria, e o das acomodadas, minoria, e/ou se as

outras formas de vida, como a das excluídas ou das admitidas, daquela época, poderão ser euforizadas nas práticas sociais de outros tempos e ganharem proeminência em revistas do porte de *O Cruzeiro* (2009, p. 635).

Amparados em todos esses modelos de construção de sentido nas interações sociais, objetivamos compreender a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea na revista *VOCÊ S/A*. Da mesma forma como a pesquisadora, investigaremos textos e seções do periódico com o propósito de apreender não somente o modelo de executiva cujas práticas e modo de vida são euforizados pelo enunciador, mas também aqueles que constituem outros modelos possíveis, mesmo que não referendados pelo enunciador. Antes, entretanto, de empreender tal tarefa, passaremos à discussão da origem e desenvolvimento do conceito de forma de vida em semiótica.

1.6.3. O conceito de forma de vida e a investigação do universo midiático: interpenetrações

“*Les formes de vie*” é o título do dossiê veiculado no volume 13 da revista canadense *Recherches Sémiotiques. Semiotic Inquiry*, organizado por Jacques Fontanille e lançado no final do ano de 1993, como resultado dos trabalhos do último Seminário de Semântica Geral de Algirdas Julien Greimas na École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), consagrado à estética da ética. Como atesta Jacques Fontanille na apresentação do dossiê, embora o legado do mestre lituano nesse tópico permaneça enigmático em muitos aspectos, fica claro que, para Algirdas Julien Greimas, “[...] a questão da estética da ética foi pensada como ponto de partida para um programa mais ambicioso de pesquisa direcionado às formas de vida [...]” (1993, p. 13).

Até aquele momento, segundo Jacques Fontanille (1993, p. 15), a noção de “estilos de vida” parecia ser uma das abordagens possíveis para o estudo da estetização da vida cotidiana, apropriada para caracterizar os modos pelos quais os indivíduos e os grupos sentem o mundo e exprimem sua concepção de existência por meio das maneiras de fazer e ser, de consumir e organizar o seu espaço. Explica o autor (1993, p. 15) que Algirdas Julien Greimas, apesar de ter empregado vez ou outra a expressão “estilos de vida”, propõe então substituí-la por “formas de vida”, marcando simbolicamente a linha divisória entre preocupações psicossociológicas e o domínio próprio da semiótica, e ancorando a nascente problemática na filosofia da linguagem.

Retomando a origem do termo “formas de vida”, Jacques Fontanille (1993, p. 15) explicita que ele foi tomado emprestado à Ludwig Wittgenstein que o empregava para

generalizar os “jogos de linguagem”: desse modo, a significação de uma expressão só podia ser estabelecida em seu “uso”, na forma de “jogos de linguagem”, que por sua vez pertenciam a uma “forma de vida”. O projeto desenvolvido por Ludwig Wittgenstein, ainda segundo Jacques Fontanille, toma a forma de uma pragmática generalizada que, ao invés de centrar o foco sobre o sistema e a estrutura, dá maior ênfase ao cultural, à variação, à labilidade dos usos linguísticos e semióticos, aos discursos concretos. Desse modo, o mais importante desse inventário é o seu caráter aberto: novos jogos podem ser inventados e novos usos podem constituir novas formas de vida.

Nesse ponto, é importante retomar uma questão levantada por Eric Landowski (“*Regimes de sens et styles de vie*”, 2012, p. 3): “formas” e “estilos” de vida são duas fórmulas sinônimas e, portanto, intercambiáveis, ou pode-se considerar que cada uma recobre uma noção diferente? Para responder à questão, o autor propõe examinar a maneira como essas noções evoluíram ao longo do tempo. Primeiramente, pontua que Algirdas Julien Greimas tomou o termo “formas de vida” emprestado à Ludwig Wittgenstein quando da elaboração do programa do seu último seminário na EHESS, indicando – no meio de uma breve introdução¹² – que as formas de vida corresponderiam aos “estilos de vida” semioticamente definidos. Destaca Eric Landowski que o mestre lituano não teve, entretanto, a oportunidade de precisar como os estilos de vida poderiam ser semioticamente definidos, sua morte sobrevindo em fevereiro de 1992¹³.

Comentando o dossiê apresentado na *RSSI* sobre as “formas de vida”, Eric Landowski afirma que três contribuições dadas ao número em questão, todas três de Jacques Fontanille – a “Introdução”, o texto sobre o “belo gesto” (redigido por Jacques Fontanille a partir de notas que Algirdas Julien Greimas havia tomado quando da elaboração do seu programa), e outro sobre o “absurdo” – são essenciais para que o sintagma “formas de vida” comece a fazer sentido e, pelo menos inicialmente, figure de modo distinto dos “estilos” de vida: nessa distinção, as duas expressões se originariam do que se poderia chamar “dois

¹² A indicação à qual E. Landowski se refere aparece no texto de introdução do seminário do seguinte modo: “*formes de vie (Wittgenstein; “styles de vie”, sémiotiquement définis)*”. O documento está disponível em: <<<http://revues.unilim.fr/nas/docannexe.php?id=4177>>>. Acesso em: 28 de junho de 2013.

¹³ Nesse sentido, a escolha pela expressão “formas de vida”, segundo Eric Landowski, poderia representar uma confiança cega na palavra do mestre ou, ainda, uma escolha pautada nas vantagens “estratégicas” oferecidas pela expressão em relação à precedente – já desgastada pelo uso nas mídias, tornada banal e quase vulgar. Comprovando esse ponto de vista “estratégico”, o autor comenta a alteração que foi arbitrariamente imprimida ao título do seu artigo publicado na *Recherches Sémiotiques. Semiotic Inquiry*: do original “*Formes de l’altérité et styles de vie*”, seu artigo foi publicado sob o título “*Formes de l’altérité e formes de vie*” – o que para o autor revela um claro posicionamento estratégico dos editores da revista, cujo objetivo consistiria em propor ao público um produto aparentemente resultante do mais novo “conceito” semiótico, o que, dessa forma, angariaria mais “consumidores” para a publicação.

dialetos semióticos” distintos: as “formas de vida” teriam conquistado um lugar e um conteúdo relativamente consistente no seio da semiótica tensiva, enquanto os “estilos de vida”, um lugar mais periférico na sociossemiótica¹⁴. No entanto, o pesquisador pondera essa distinção, afirmando que “[...] apesar das diferenças em termos de construção e localização [...], quando se busca ver mais de perto o que são realmente essas „formas“ ou esses „estilos“, parece bastante evidente que abordamos noções que, sob etiquetas diferentes, partilham um mesmo ar de família [...]” (2012, p. 9). Para ilustrar esse último pensamento que, no nosso entender, é a tônica da discussão que o autor empreende no artigo em questão, Eric Landowski (2012, p. 10) toma *Identités Visuelles* (1995), de Jean-Marie Floch, e observa que o pesquisador não emprega em parte alguma nem uma nem outra dessas noções, embora empregue,

[...] pela primeira vez de maneira extensiva e verdadeiramente palpável [...] um modelo teórico implícito no qual todas as dimensões imediatamente reaparecem, algumas principalmente no quadro da mesma ordem de ideias do que a teoria tensiva havia proposto e outras, em particular, no quadro da sociossemiótica (2010, p. 10).

Retomando trechos da obra do pesquisador, Eric Landowski (2012, p. 10-11) delinea que

[...] independentemente do tipo de formas ou de estilos que hoje nos divisam, o que ele quer apreender e analisar, é a maneira pela qual as „múltiplas formas que as relações entre o sensível e o inteligível podem tomar (...) testemunham a diversidade de culturas e de modos de presença no mundo“ (1995, p. 4).

Tentando aproximar-se de uma conclusão, Eric Landowski cita ainda outros autores que, embora tenham empregado expressões diferentes, e em diferentes áreas da ciência, acabaram revelando uma problemática comum: “maneira de ser no mundo”, usada por Maurice Merleau-Ponty no domínio filosófico, “maneira de viver”, escolhida por Pierre

¹⁴ Segundo o autor (2012, p. 8), o modelo tensivo apresenta-se como uma hierarquia de patamares – de “planos de imanência” – articulados por relações de integração (“ascendente” ou “descendente”), hierarquia na qual as “formas de vida” correspondem a um nível particular: aquele que, ao integrar certas unidades consideradas como provenientes do patamar imediatamente inferior (a saber, as “estratégias” e as “práticas”), tem por vocação ser integrado no nível superior das “culturas”. Contrariamente a esse modelo de organização hierárquica, o modelo sociossemiótico se organiza tipologicamente. Metaforicamente, é só pensar na imagem vertical de camadas superpostas em contraposição à imagem horizontal de um quadrado semiótico. “Formas” e “estilos” seriam, portanto, “[...] dois tipos de grandezas naturalmente diferentes, pelo simples fato de que elas se desenham e tomam lugar no interior (para as „formas“) ou à margem (para os „estilos“) de espaços teóricos em si mesmos distintos quanto a seus princípios de construção.” (2012, p. 9).

Hadot no domínio da história da filosofia, ou “estilística da existência”, empregada por Michel Foucault no âmbito da análise do discurso, todas as problemáticas giram em torno do que se poderia nomear “formas do sentido da vida”. Nesse ponto, retoma a pergunta colocada no início do seu texto: “[...] tratam-se de duas fórmulas sinônimas, portanto intercambiáveis, ou pode-se considerar que cada uma recobre uma noção diferente?” (2012, p. 3), e pontua que, mais do que ressaltar a diferença entre duas abordagens semióticas distintas, as duas expressões revelam, na verdade, escolhas terminológicas que delineiam a própria “forma de vida” dos pesquisadores que as empregam (2012, p. 15):

[...] semanticamente, as duas expressões se valem. Colocando questões de estratégias à parte, têm-se, *a priori*, uma pura questão de gosto, ou de contexto: para evitar uma repetição, por que não passar de uma à outra ao fio de uma página, esquecendo momentaneamente nossas fobias lexicais? Mas os termos não são neutros. – Primeiro como ferramentas do pensamento. Desse ponto de vista, “formas de vida” é, de alguma maneira, o *canivete suíço*¹⁵ do semioticista. Termo chave da semiótica tensiva, trata-se de uma ferramenta eficaz, pronta para o uso e de manejo fácil, mas que só pode servir a um número restrito de operações pré-programadas, sempre as mesmas. De modo oposto, “estilo de vida”, expressão de todo mundo, verdadeira chave-mestra, tem as virtudes do canivete Opinel. Ele não prevê nada e pode servir para tudo, inclusive para a criação do novo a partir do velho. À condição evidente de saber servir-se dele. – E os termos, ainda, têm uma história. Porém, na ocorrência, por razões contingentes, “formas de vida” ganhou, entre os semioticistas, o valor de um signo de pertencimento que nós não podemos endossar.

Esse valor de “signo de pertencimento” que a expressão “formas de vida” ganhou entre os semioticistas – e ao qual Eric Landowski se opõe –, foi reiterado pelo pesquisador no curso “Semiótica das Interações”, ministrado na PUC-SP, em abril de 2013. A partir de uma questão colocada pela plateia, Eric Landowski mencionou que a expressão “formas de vida” tem um sentido muito específico na obra de Ludwig Wittgenstein, o que faz com que os wittgensteinianos condenem a sua apropriação pela semiótica. Relacionando a fala do pesquisador, no âmbito do curso em questão, ao que está colocado nas últimas linhas do seu artigo “*Regime de sens et styles de vie*”, fica fácil entender que a opção do sociosemioticista justifica-se a partir de uma lógica por meio da qual ele procura aliar a ética à estética: a expressão “formas de vida”, explica ele, “[...] é de tal modo tida como a mais elegante entre os semioticistas que o seu emprego passaria, em outro lugar, e com razão, por puro

¹⁵ Para melhor compreensão da metáfora, sugerimos a leitura do texto “*Le couteau du bricoleur: l’intelligence au bout de l’opinel*”, em *Identités Visuelles* (1995, p. 181-213).

pedantismo [...]. Motivo suficiente, a nosso ver, para evitá-la sempre que possível” (2012, p. 17). Seguindo essa mesma concepção, justifica ainda que

[...] uma outra expressão, a de “*formas do sentido da vida*”, seria mais adequada considerando que é, ao que nos parece, o regime (ou a combinação de regimes) de construção do sentido que um sujeito, individual ou coletivo, tende a privilegiar que permite ainda, na pior das hipóteses, de dar conta globalmente, em termos semióticos, do seu estilo de identidade e da sua maneira de viver. Infelizmente, como denominação, ela seria um pouco longa e isso a tornaria desastrosa. Nessas condições, se a ocasião se faz presente, continuaremos, pois, a falar de *estilos* – de vida. Uma vez que a expressão se faz presente em diversos autores, não passará pela ideia de ninguém acusar de trivialidade aquele que a emprega, sob pretexto de que outros também se serviram oportunamente dela (2012, p.17).

Questões terminológicas e metodológicas apresentadas e devidamente discutidas faz-se necessário justificar nossa própria escolha: por que optamos pela expressão “forma de vida” se nossa pesquisa está ancorada, em grande parte, nos estudos da sociossemiótica? Inseridos no âmbito de uma pesquisa maior que compreende as “Formas de vida do brasileiro”, filiamo-nos, mais do que a uma ou a outra “vertente” semiótica, aos pressupostos teóricos da teoria semiótica greimasiana. Desse modo, ao falarmos de “forma de vida” traçamos por objetivo tratar do que o mestre lituano propôs no âmbito do seu último seminário na EHESS, momento em que sugeriu, como dissemos mais acima, a substituição da expressão “estilo de vida” pela expressão “forma de vida”. Pode-se compreender, ainda, que, além de ressaltar essa nossa filiação, a escolha pela expressão “forma de vida” reitera nossa concepção de que os desenvolvimentos recentes no âmbito da sociossemiótica não são senão uma continuação das pesquisas greimasianas então em curso, de modo que ambos os pesquisadores têm seu olhar voltado para a modelagem das identidades coletivas. O próprio sociossemiotista o afirmou em sua obra *Presenças do Outro* na abordagem que fez sobre os “estilos” esnobe, dândi, urso e camaleão (apresentados acima), ao asseverar que

[...] tudo de repente se apresenta de outro modo se encararmos essas mesmas figuras numa escala diferente, e em particular, se tentarmos apreendê-las como formas disponíveis não mais simplesmente para a constituição dos “estilos” individuais, mas para a modelagem das identidades coletivas (2002, p. 45).

Voltando à “Introdução” do dossiê *Les formes de vie*, verificamos que a questão das “formas de vida” se origina da intersecção de dois tipos de preocupações, uma de ordem estética, outra relativa à práxis enunciativa. Segundo Jacques Fontanille (1993, p. 14), a

primeira preocupação se revela como uma das formas de participação da semiótica nas atuais pesquisas sobre a percepção; a segunda, como a integração, na teoria semiótica, de discussões relativas à enunciação, ao uso, à variação das estruturas e sua tipificação. O autor então esclarece que as formas de vida se relacionam à noção de práxis enunciativa pelo fato de serem construídas e desconstruídas pelo uso, inventadas, praticadas ou denunciadas por “instâncias enunciativas” coletivas e individuais. Por outro lado, sua relação com a “estetização da ética” se dá porque as formas de vida apenas conseguem dar um sentido à vida na medida em que obedecem a certos critérios do tipo sensível e estético.

Estabelecendo relações entre a ética e a estética, Jacques Fontanille argumenta que aquela pode ser considerada como a última etapa da normalização do discurso, etapa na qual “[...] as leis de funcionamento das estruturas narrativas são convertidas em normas de uso” (1993, p. 14). Esta, por outro lado, aparece como reação a essa normalização, como “[...] um abalo do sentido, um questionamento das axiologias a partir das formas sensíveis, uma criação, invenção, denúncia de formas semióticas fixadas e estereotipadas” (1993, p. 14). Refletindo também sobre os elos que unem a dimensão estética e a dimensão ética, Algirdas Julien Greimas apresenta o “belo gesto”, um operador de transformação ética que participa de diferentes formas de vida:

O belo gesto é uma invenção por negação: negação de uma moral social fundada sobre a troca, negação de um sistema de valores cuja valência é função das necessidades da coletividade, e negação de programas narrativos cujo desdobramento, em processo, é dessemantizado e dessensibilizado. O belo gesto, então, é a invenção de uma ética individual não reprodutível, de um universo de valores aberto sobre múltiplas possibilidades ainda indeterminadas; invenção de formas de vida [...] que se instalam, pouco depois da negação fundadora, graças a uma nova afirmação capaz de impor suas próprias determinações. Desse ponto de vista, o belo gesto é sem dúvida o melhor exemplo (o protótipo) de uma articulação da estética da ética, por meio da qual o valor de uma conduta se torna perceptível através de uma maneira de ser ou de fazer (1993, p. 34).

Desse modo, conforme afirma Pierluigi Basso-Fossali no texto preparatório do dossiê “*Les formes de vie à l'épreuve d'une sémiotique des cultures*” (2012, p. 2), “[...] a forma de vida é o objeto de uma teoria da narratividade concebida como „síntese da heterogeneidade” e como „movimento constante de dissociação” em relação aos destinos fixos, às trajetórias existenciais estereotipadas, às normas morais”. Essa definição nos remete à primeira formulação do conceito apresentada por Jacques Fontanille na “Introdução” do dossiê de 1993, segundo a qual as formas de vida são concebidas “[...] como certos tipos de

configurações por meio das quais uma „filosofia de vida“ se exprimiria por uma deformação coerente do conjunto das estruturas que definem um projeto de vida” (1993, p. 13).

Ainda a esse respeito, Pierluigi Basso-Fossali (2012, p. 2) explica que a noção de forma de vida está ligada à convivência entre uma perspectiva “localista” e uma “globalizante”, isto é, entre o “belo gesto” e o “projeto de vida” ou, pode-se também acrescentar, entre o “singular” e o “plural” (“coletivo”), o que nos leva a compreender que a forma de vida é a representação individual de uma coletividade ou, nas palavras do autor (2012b, p. 6), o equilíbrio produtivo entre “autonomização” (pretensão de autonomia) e “participação” (afirmação de dependência). Sintetizando todo esse pensamento, retomamos as palavras de Algirdas Julien Greimas (1993, p. 32-33) de modo a compreender que a forma de vida está aliada a um comportamento esquematizável mais profundo que representa uma filosofia de vida de um determinado grupo e cuja ruptura provoca uma mudança radical de forma de vida, e apresentamos sua proposta de uma nova concepção de sociedade, concepção segundo a qual a sociedade poderia ser analisada a partir da complexidade moral dos seres semióticos que a constituem e não ser somente classificada em estratos sociais, composições institucionais ou distribuições topológicas:

A sociedade, em vez de ser dividida em agrupamentos territoriais (nações, regiões, etc.), em instituições (igreja, governo, direitos comerciais, etc.), e em classes sociais – o que corresponde de fato ao estado das sociedades do século XIX – poderia ser articulada e compreendida como um conjunto de “seres semióticos” tendo sua própria existência, transcendente em relação aos indivíduos, que não os ligaria somente como “pessoas físicas”, e cujo emaranhado daria conta da complexidade de nossas sociedades e das “pessoas morais” que as constituem (1993, p. 33).

Considerando essa nova concepção de sociedade, sociedade que estaria dividida em grupos que agem, pensam e sentem do mesmo modo, as “formas de vida” e as “pessoas morais” seriam moralizadas, como o são também os papéis patêmicos e temáticos. Nesse sentido, Algirdas Julien Greimas conclui que o estudo das “formas de vida” poderia constituir uma contribuição à semiótica das culturas: “[...] o estudo das “formas de vida” poderia contribuir, por um lado, à tipologia dos discursos, por outro, à semiótica das culturas” (1993, p. 33).

Em outro texto do mestre lituano, publicado no mesmo ano do lançamento do dossiê sobre as “Formas de vida”, especificamente em um número da revista *Nouveaux Actes Sémiotiques* (NAS, nº 25) inteiramente em sua homenagem, fica também evidente a amplitude do projeto greimasiano acerca das formas de vida:

As *formas de vida* – nós tomamos essa expressão carregada de sentido emprestada à Wittgenstein – aparecem então como mundos suscetíveis de dar conta da diversidade de modos de sociabilidade humana: pode-se dizer que os indivíduos, dispersos e solitários, participam ao menos de uma certa filosofia de vida, de uma maneira de viver, de responder ao mundo que lhes circunda e às vezes até mesmo de dizer – de um modo diferente do que se diz no seu monólogo interior – que as pessoas constituem “comunidades de espírito” que as transcendem [...] (1993b, p. 5).

De maneira muito semelhante, Jacques Fontanille (1993, p. 16) afirma que o exame da noção de “forma de vida” revela uma concepção muito particular das grandezas linguísticas e semióticas como criações contingentes em relação às exigências da vida cotidiana. Nesse sentido, compreende o autor que, com a análise das formas de vida, a semiótica busca dar conta do movimento da própria vida, ou seja, da direção que a vida toma:

Uma das tarefas da semiótica poderia ser, a esse respeito, examinar em quais condições esses dispositivos se estabilizam e desestabilizam para produzir “regras de interpretação” locais, idioletais ou socioletais, estereótipos e protótipos, esses “praxemas” que são inseridos em seguida na cultura, tornando-se disponíveis para novas convocações (1993, p. 16).

No artigo “*Forme de vie e formes de vie: vers une sémiotique des cultures*” (2012), Marion Colas-Blaise cita um outro texto de Jacques Fontanille, texto publicado em *Le style* – obra organizada por Georges Maurand e publicada em 1994 –, no qual o pesquisador discute a questão das formas de vida. Segundo a autora, “que a forma de vida espetaculariza a ruptura, Jacques Fontanille o afirma com veemência desde os anos 90” (2012, p. 14):

A expressão “forma de vida” foi preferida à expressão “estilo de vida” [...] porque os “estilos de vida” são determinações sociais, cujo número e organização são invariavelmente finitos e impostos pela sociedade. Ao contrário, as “formas de vida”, embora social e culturalmente determinadas, devem poder, a qualquer momento, ser inventadas e/ou recusadas pela prática (FONTANILLE, 1994, p. 73 *apud* COLAS-BLAISE, 2012, p. 14).

Como primeiros trabalhos de apreensão e de descrição de parâmetros das formas de vida, a revista *Recherches Sémiotiques. Semiotic Inquiry* (1993) reúne textos em que se estudam diferentes dispositivos: o belo gesto, de Algirdas Julien Greimas, a precisão, de Denis Bertrand, a armadilha, de Teresa M. Keane, a marginalidade, de Eric Landowski, o absurdo, de Jacques Fontanille, a sensibilidade e a individuação, de Larry R. Marks. Esses estudos pioneiros, como observa Jacques Fontanille (1993, p. 19) no final do texto da “Introdução” ao dossiê sobre as formas de vida, demonstram que:

Como princípio de toda forma de vida, encontra-se um estado de alma: a desconfiança generalizada para a “armadilha”, o estupor e a depressão para o “absurdo”, a paixão do equilíbrio para a “precisão”. A própria “marginalidade” confronta dois estados de alma, um coletivo e outro individual, e nutre entre outros movimentos o de repulsão.

Desse modo, o estado de alma fundamental de cada forma de vida pode ser visto como um sintoma de uma intencionalidade específica ligada à própria forma de vida. Dos primeiros estudos centrados sobre a dimensão pragmática dos discursos, a qual levava à apreensão de uma única forma de vida, procedente de um único tipo de intencionalidade – a saber, a da busca –, passa-se a considerar também outras dimensões, como a cognitiva e a patêmica, de modo que outras formas de vida começam a ser compreendidas. Nessa perspectiva, conforme pontua Edna Nascimento, “[...] a narratividade pode ser compreendida não como um modelo lógico de busca do objeto, mas como um simulacro das práticas humanas que regem a ação, o saber e o sentir do sujeito no seu percurso pelo mundo” (2011, p. 125). Nesse sentido, Algirdas Julien Greimas aponta que “[...] o estudo das ‘formas de vida’ poderia contribuir, por um lado, à tipologia dos discursos, por outro, à semiótica das culturas” (1993, p. 33).

Para melhor entender essa proposição greimasiana, recorremos ao texto de Jacques Fontanille intitulado “*Médias, regimes de croyance e formes de vie*”, no qual o autor afirma que

[...] uma cultura só se define por meio das suas interações com as outras culturas, graças ao diálogo e às trocas de formas culturais que se produzem de um lado e de outro de uma fronteira simbólica: alguém da fronteira, espalha-se a cultura do “nós”, e além, a cultura do “eles”, a alteridade cultural (2013, p. 131).

Nessa perspectiva, o autor destaca o papel decisivo que as mídias desempenham, na perspectiva da semiótica das culturas e enquanto operadores de mediação, nas zonas periféricas da cultura: um papel de passagem, de transferência, de tradução e de transformações de formas semióticas. Ele explica que as pesquisas em semiótica das culturas, notavelmente aquelas da Escola de Tartu-Moscou, partem de uma hipótese geral e original, condensada no conceito de semiosfera. A semiosfera, segundo ele, organiza-se ao redor de um centro que é tido como a zona de maior coerência e onde a identidade cultural é mais fortemente marcada. Nessa zona central, desdobram-se e se impõem as tradições, as normas,

os gêneros, os cânones estéticos. Cercando esse centro, as zonas periféricas estão marcadas pela atenuação da coerência e da identidade, de modo que os processos dominantes são os da inovação, da tradução, do empréstimo, das trocas com a cultura do outro, da heterogeneidade, das formas culturais transitórias, eventualmente em curso de integração e adaptação à cultura do “nós”. Nesse sentido,

como a zona central é também aquela das crenças as mais fortemente assumidas coletivamente, a questão dos *regimes de crença midiáticos* se torna primordial: sua difusão em cada cultura os confrontam àqueles que já estão em seu lugar, e que, fundados sobre as tradições ou instituições específicas, são suscetíveis de lhes resistir, de lhes repelir, mas também de lhes acolher, de lhes transformar e de lhes assimilar, ao risco, bem aceito, de desestabilizar a identidade cultural do “nós” (2013, p. 133).

Tratando dos níveis de análise cultural das mídias, Jacques Fontanille aponta que há objetos de análise que não estão estritamente situados em um nível de análise único, e que não são puramente textos, objetos ou práticas: “as mídias, como já foi possível compreender, fazem parte dessas formas mistas, pois as encontramos em todos os estágios da cultura” (2013, p. 137). O autor então emprega como exemplo o caso da televisão, explicando que o conhecimento das práticas e dos usos é fundamental para compreender como o suporte é configurado: é a partir dessas práticas e desses usos, argumenta Jacques Fontanille, que será definida a grade de um canal de televisão, a constituição de cada programa ou emissão, a distribuição das publicidades, etc. Dessa forma, o nível de pertinência das formas de vida parece ser o mais adequado para tratar da investigação do universo midiático, conforme continua o autor:

Pode-se, com efeito, imaginar que, nessa zona periférica das culturas, onde operam as transições e as traduções, os regimes de crença midiáticos estejam em vias de “eliminar” de alguma forma o nível de análise dos textos, de modo que venham se apoiar sobre aquele das formas de vida; essa hipótese não é absurda, pois, de uma certa maneira, os suportes, as práticas e os usos sociais estiveram sempre na origem dos gêneros textuais, e foi somente na sequência da sua fixação institucional que estes últimos apareceram como propriedades textuais, propriedades ditas “genéricas” (2013, p. 146).

É essa semiótica que flagra, no contato do sujeito com o outro, a legitimação ou a modificação das regras que regem o vivido, que norteará, pois, nossas análises da figura da mulher executiva construída nas páginas da revista *VOCE S/A* ao longo dos anos 1998 a 2011.

2. VOCÊ S/A E A FORMA DE VIDA DO ATOR MULHER EXECUTIVA CONTEMPORÂNEA

2.1. A figura feminina em VOCÊ S/A: primeiros apontamentos

A mulher que foi a perdição para o pai Adão, para Sansão a morte e para Salomão uma vingança, é, para o médico, um corpo; para o juiz, uma ré; para o pintor, um modelo; para o poeta, uma flor; para o militar, uma camarada; para o padre, uma tentação; para o enfermo, uma enfermeira; para o são, uma enfermidade; para o republicano, uma cidadã; para o romântico, uma diva; para o versátil, um brinquedo; para o gastrônomo, uma cozinheira; para o menino, um consolo; para o noivo, um desejo; para o marido, uma carga; para o viúvo, um descanso; para o pobre, uma calamidade; para o rico, uma ameaça; para o jovem, um pesadelo; para o velho, um inimigo; para o homem, um estorvo; para o diabo, um agente; para o mundo, uma força; e, para o tipógrafo... uma página.

(Jornal do Comércio, Desterro, 1881. In PRIORI, M. D. *História das mulheres no Brasil*, 2011, p. 282).

Cientes de que é grande a quantidade de periódicos impressos destinados exclusivamente ao público feminino, os quais, em geral, atendem a classes sociais específicas e tratam de temas tidos como próprios às mulheres – beleza, moda, casa, comportamento; e de que diversos estudos semióticos já foram e ainda têm sido conduzidos nesse âmbito, tomando como *corpus* de pesquisa, por exemplo, revistas femininas que marcaram época – como *O Cruzeiro*¹⁶ –, revistas femininas direcionadas a mulheres de classes sociais distintas¹⁷ ou, ainda, revistas femininas direcionadas a determinada faixa etária¹⁸, decidimos investigar a figura da mulher em um periódico destinado ao público misto cuja temática diferisse da encontrada nas revistas femininas tradicionais. A partir de então, tomamos conhecimento de

¹⁶ Consultar os trabalhos de E. M. F. S. Nascimento, dos quais destacamos: “Prudência e aventura: Revista *O Cruzeiro* e formas de vida da mulher da década de 40” (2009); “Estados de alma e formas de vida da mulher” (2011) e “*O CRUZEIRO*: acontecimento e rotina como forma de vida da mulher nos anos 1950” (2012).

¹⁷ Consultar dissertação de mestrado de A. C. M. Raiz: “*MARIE CLAIRE E SOU MAIS EU*: figurativizações do belo feminino” (2010).

¹⁸ Consultar trabalho de A. C. M. Raiz em coautoria com E. M. F. S. Nascimento: “Acontecimento e rotina na figurativização da forma de vida da „adolescente descolada”, presente na revista „Atrévada” (2013).

VOCÊ S/A, uma revista brasileira ainda jovem e que com apenas seis anos de circulação já havia sido alçada entre as melhores e maiores do país na categoria finanças/negócios/notícias.

Definida pela Editora Abril como a revista para quem quer gerir sua carreira e suas finanças pessoais, *VOCÊ S/A* interessou-nos uma vez que se destinava a homens e mulheres executivos das classes sociais A e B, com faixa etária que vai de 20 a mais de 50 anos, mas não somente por isso. Nascida da costela de *Exame*, a revista-mãe¹⁹, conforme elucida o editorial da edição nº 98 (agosto de 2006), *VOCÊ S/A* tem sido, ao longo de mais de uma década, embalada por um time majoritariamente feminino que tem também no seu comando (na diretoria de redação) uma mulher: atualmente Juliana de Mari, mas no passado Maria Tereza Gomes (2001-2007) e, anteriormente, Maria Amalia Bernardi (1998-2001). Também fomos atraídos pelo projeto gráfico informal da revista, apresentado de forma bastante colorida, com vários *boxes* explicativos, textos resumidos e de fácil leitura e dose elevada de informação visual.

O sucesso da revista, na visão de seus editores, está relacionado ao seu perfil de instrumento de autoajuda em um contexto em que as pessoas buscam padrões de comportamento. O próprio nome do periódico (*VOCÊ S/A*), conforme observam Thomaz Wood Jr. e Ana Paula Paes de Paula (2002), se manifesta como uma “dica” simbólica que faz convergir para si uma rede ampla de efeitos de sentidos, como autonomia, controle do próprio destino, desenvolvimento pessoal, profissionalismo, excelência e sucesso, efeitos de sentido que também podem ser depreendidos dos diferentes *slogans* adotados pela revista ao longo dos anos, em ordem cronológica: “Para quem tem ambição”, “Você valendo mais”, “Porque sua carreira não é limitada”, “Seja seu melhor investimento”.

Seguindo esse viés, o compromisso de *VOCÊ S/A* para com seus leitores, firmado no primeiro número e reproduzido no editorial da edição de aniversário de cinco anos da revista (edição nº 62, agosto de 2003), indica o periódico como o instrumento necessário para a competencialização do sujeito leitor tendo em vista sua consequente bem-sucedida *performance* profissional e pessoal: 1. Manter o leitor informado sobre fatos e tendências do mercado de trabalho; 2. Inspirá-lo com histórias de pessoas e de empresas que fazem a diferença; 3. Ajudá-lo a mover-se no intrincado mundo corporativo; 4. Lembrá-lo de que o

¹⁹ Segundo o artigo “*Pop-management: pesquisa sobre as revistas populares de gestão no Brasil*” (WOOD JR., T.; PAULA, A. P. P., 2002), *VOCÊ S/A* surgiu como extensão da revista *Exame*. Tendo observado que a venda nas bancas subia quando tratava de administração de carreira, trajetória e qualificação profissional, *Exame* lançou três ou quatro matérias de capa relacionadas ao tema, tendo uma delas recebido o título *VOCÊ S/A*. A edição teve sua tiragem esgotada nas bancas e resultou no lançamento da nova revista. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2002/TEO/TEO977.pdf>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2013.

equilíbrio entre trabalho e vida pessoal faz bem para a carreira e para a família; 5. Instigá-lo a cuidar das finanças pessoais porque, sem isso, a gestão da carreira vira um trem descarrilado.

Foi perseguindo esse compromisso que *VOCE S/A*, ainda de acordo com seus editores, consolidou-se na mídia impressa brasileira e hoje é uma das revistas mais admiradas²⁰ no Brasil por homens e mulheres de uma ampla faixa etária. Segundo dados de uma pesquisa conduzida no primeiro trimestre de 2012 pelos Estudos Marplan / EGM, 52% dos leitores de *VOCE S/A* são do sexo masculino, enquanto 48% são do sexo feminino, percentagem que sofreu alterações muito pequenas ao longo dos anos. Ainda segundo essa pesquisa, 77% dos leitores pertencem às classes sociais A ou B, 62% possuem entre 20 e 39 anos e 85% exercem atividade remunerada. A pesquisa divulga ainda que 82% dos leitores têm ensino superior completo ou mais. Outra pesquisa, esta conduzida pela Editora Abril em fevereiro de 2011 (Pesquisa e Inteligência de Mercado), aponta que 75% dos leitores da revista têm renda acima de 5 (cinco) mil reais e 65% possuem algum investimento²¹.

Embora produzida por uma equipe majoritariamente feminina, e tendo uma grande parcela de leitoras como público-alvo, conforme dados citados acima, a revista nunca teve uma seção que fosse destinada exclusivamente às mulheres. Seu projeto gráfico editorial também não nos oferece subsídios para afirmar a prevalência da figura feminina em uma ou outra seção, uma vez que o mesmo passa por inúmeras mudanças ao longo do período em estudo, colocando-nos diante de seções que são rapidamente suprimidas ou diante de outras que são, em curto espaço de tempo, agrupadas e apresentadas sob um novo título e *layout*. Optamos, portanto, por mostrar o periódico partindo do projeto gráfico editorial atual, apresentando brevemente cada uma das suas seções e procurando relacioná-las às antigas seções que compunham o periódico:

- A seção “Olá!” apresenta o editorial da edição, intitulado “Para você”, além das “Cartas” enviadas pelos leitores e uma subseção com as novidades disponíveis no sítio eletrônico da revista e em outros sítios da *internet*, denominada “Online”.
- A seção “Agora” traz, conforme nos apresenta o sítio eletrônico da Publiabril – sítio voltado à publicidade das marcas da Editora Abril –, informações quentes do mercado,

²⁰ A edição nº 78 mostra uma pesquisa realizada pela Federação Internacional de Revistas (FIPP), na qual *VOCE S/A* aparece entre as 50 maiores do mundo (das quais apenas quatro são brasileiras) e entre as seis maiores do Brasil, ao lado de *Veja*, *Exame*, *IstoÉ*, *Época* e *Superinteressante*. Também de acordo com dados divulgados nessa mesma edição, *VOCE S/A* é a publicação mensal mais admirada do país, ranking publicado pelo jornal especializado *Meio & Mensagem*, com base em pesquisa com 1.200 profissionais de marketing e publicidade.

²¹ Os dados constam do “Mídia Kit” obtido por meio do sítio eletrônico da *VOCE S/A*, acessado no final do ano de 2012. No começo de 2013, entretanto, o sítio passou a ser hospedado em *Exame.com*, mudança que fez com que grande parte das informações referentes ao periódico ficassem indisponíveis no novo endereço.

notícias e bastidores do mundo do trabalho, das corporações e suas estrelas: conteúdo para dar assunto para a “conversa de corredor”. A atual seção equivale, a nosso ver, às antigas seções “Ponto de Partida” (dos anos 1998/2001) e “Você primeiro” (dos anos 2001/2002).

- “Mercado” apresenta cenário sobre o mercado de trabalho em geral, entrevistas e perfis de homens e mulheres de negócios, mostrando a repercussão dos principais temas: Tecnologia, Finanças, Mundo corporativo e Inovação.

- “Carreira” ensina ao leitor como administrar a própria carreira como quem dirige uma empresa. Comportamentos, atitudes e ferramentas para o crescimento profissional e das relações interpessoais. As seções “Mercado” e “Carreira”, a nosso ver, trazem o que em anos anteriores o periódico apresentava em seções como “Você bem informado”, “Você em ação” e “Você em evolução” (ao longo dos anos 2002 a 2007) ou, em um período anterior, em “seções” denominadas simplesmente “Matérias” e “Entrevista”.

- “Dinheiro” orienta o leitor a cuidar das finanças pessoais como parte do processo de gestão da carreira e traz dicas importantes no setor de finanças: como usar bem o salário, gerir os investimentos, planejar a aposentadoria e negociar os benefícios. Nos anos anteriores a seção havia sido denominada “Você com dinheiro” e, anteriormente, “Finanças de uma família”.

- A seção “Etc.” é, nas palavras dos editores, uma seção inspiracional. Busca proporcionar um momento de relaxamento ao leitor. Etiqueta, Estilo (moda), Tecnologia, Equilíbrio e Saúde, Viagem e Consumo. Equivale um pouco, dentre tantas seções anteriores, às que se denominavam “Prazer, Lazer & Saúde” (2000/2001); “Você + bom senso” e “Você + saudável” (ambas dos anos 2001/2002).

- Na seção “Artigos”, profissionais renomados escrevem sobre liderança, carreira, inovação digital, etiqueta, dentre outros. Em anos anteriores a revista também apresentava artigos, embora em menor quantidade, organizados em subseções da revista. O consultor e palestrante Max Gehringer e a jornalista e autora de livros sobre comportamento Cláudia Matarazzo fizeram parte da equipe de articulistas do periódico. Hoje, quem escreve na seção são professores universitários, consultores e autores de livros, como Luiz Carlos Cabrera, Eugenio Mussak e Célia Leão.

De maneira geral, poderíamos investigar se *VOCE S/A* não comportaria uma metanarrativa da vida do sujeito executivo: se considerarmos a estruturação das seções dentro do periódico, compreenderemos um sujeito que inicia sua trajetória (“Olá!”), adquire as primeiras informações sobre o cenário corporativo (“Agora”), atenta-se ao que há de mais

atual nesse cenário (“Mercado”), planeja sua carreira (“Carreira”), conquista seu “lugar ao sol” e, conseqüentemente, é recompensando pela conquista (“Dinheiro”), gasta/investe seu dinheiro em artigos de consumo, viagens e saúde (“Etc.”) e, por fim, reflete sobre todo esse processo (“Artigos”). No entanto, não sendo esse nosso objetivo, optamos por analisar, ao longo de um período de 14 anos (do primeiro ano da revista, 1998, ao ano imediatamente anterior ao nosso ingresso no curso de mestrado, 2011), a figura feminina presente nos textos do periódico. Nesse ponto, passamos a observar as matérias publicadas ao longo desse período que, desde o título-enunciado, permitissem-nos apreender uma narrativa voltada para a abordagem da figura da mulher no espaço corporativo, fosse tratando dos seus vários papéis e personalidade – como em matérias sobre a executiva *casada* e/ou sobre a *mãe executiva*, bem como em artigos que discutem a questão do jeito feminino dentro das empresas –, fosse abordando suas conquistas, seu sucesso – como em matérias que as apontam como *poderosas*, *superpoderosas* ou mesmo *rainhas* –, fosse enfocando seus *dilemas*, *crises* e *sinas*.

Da totalidade das 168 publicações regulares, optamos por descartar as publicidades, tirinhas, notas jornalísticas e demais informativos miúdos²², ficando apenas com as matérias e artigos de opinião direcionados ao tratamento da figura feminina. O recorte resultou em pouquíssimos textos, o que, de certa forma, já era nossa hipótese desde o primeiro momento, quando, ao observarmos esse conjunto de publicações, constatamos que a mulher estampada na capa da revista era um fenômeno raro. Desse modo, demoramo-nos um pouco na observação das capas dessas publicações e verificamos a predominância de imagens fotográficas de profissionais que correspondem à figura /homem/, bem como de imagens que correspondem a diversas figuras do mundo natural, do mundo empresarial e/ou do mundo econômico, sendo apenas vinte as capas que, ao contrário, trazem imagens fotográficas correspondentes à figura /mulher/ – nove das quais são compostas por imagens fotográficas que constroem de maneira conjunta as figuras /homem/ e /mulher/:

ANO	MULHER	HOMEM	HOMEM E MULHER	OUTRAS FIGURAS
1998 ²³	0	1	0	2
1999	0	1	1	10
2000	0	3	1	8
2001	1	1	0	10

²² A análise desses textos não é de todo descartada por nós, ficando como projeto de trabalho futuro.

²³ Tivemos acesso apenas às edições de número 3, 5 e 6, respectivamente setembro, novembro e dezembro, do ano de 1998.

2002	0	2	1	9
2003	1	0	0	11
2004	3	5	0	4
2005	3	5	1	3
2006	3	6	1	2
2007	0	11	0	1
2008	0	11	1	0
2009	0	8	1	3
2010	0	9	1	2
2011	0	2	1	9
TOTAL	11	65	9	74

Tabela 1 – Constituição das capas do periódico

A grande reiteração de capas construídas essencialmente com imagens fotográficas correspondentes à figura /homem/ nos leva a indagar se o periódico coloca a figura masculina como modelo a ser seguido por todos os profissionais, independentemente homens ou mulheres, que ocupam (ou almejam ocupar) altas posições no mundo corporativo. Por outro lado, também nos questionamos acerca dos efeitos de sentido produzidos por uma ainda maior quantidade de capas constituídas por outras figuras: imagens caricaturais, imagens de objetos do cotidiano, imagens de símbolos do mundo empresarial e econômico, imagens de algum membro do corpo humano como a(s) mão(s), etc. – a predominância de capas assim constituídas, conforme se verifica na tabela, é maior nos primeiros anos da publicação, embora também volte a ocorrer no fim do período considerado, especificamente nos exemplares do ano de 2011.

No entanto, nosso estudo não está centrado na análise da figura masculina nem na análise do modo como o periódico alterna capas com figuras /humanas/ e capas com figuras de outro tipo. Nosso interesse é observar, neste momento, algumas das capas que estão relacionadas ao ator mulher, procurando compreender como esses atores são nelas construídos. Nesse sentido, destacamos um dado interessante, que pode ser observado na tabela acima: as capas que apresentam a figura feminina estão concentradas entre os anos 2004 e 2006 (são nove capas) e trazem, como destaque, narrativas com temática referente à conciliação entre carreira e família; intuição; visual; fofoca; ambição; conflitos interpessoais; amor e sexo no trabalho. Essa maior concentração de capas “femininas” durante o período apontado pode estar, a nosso ver, em grande parte relacionada à alteração dos índices referentes à participação das mulheres no mercado de trabalho brasileiro – dentre os quais

apontamos o crescimento da população economicamente ativa (PEA) muito maior entre as mulheres (3,2% ao ano) do que entre os homens (1,9% ao ano) durante o triênio 2004-2006²⁴.

Buscando melhor compreender essas capas, apresentamos a seguir um recorte que nos permite relacionar três edições publicadas dentro do triênio mencionado: a primeira é a capa da edição nº 89, de novembro de 2005; a segunda é a da edição nº 93, de março de 2006; e a terceira é a da edição nº 98, de agosto de 2006:



Figura 9 – Capas de algumas das edições regulares da revista *VOCÊ S/A*

Ao primeiro olhar já é possível compreender que as três capas podem se relacionar partindo mesmo da escolha empreendida pelo enunciador em relação ao cromático. Verificando então as codificações registradas na simbologia das cores²⁵ para cada uma das colorações empregadas, compreendemos uma codificação binária e assimétrica para cada uma – ou seja, um sentido positivo e um sentido negativo –, o que nos impõe a necessidade de relacioná-las a todos os outros elementos não somente do texto visual como também do texto verbal a fim de melhor apreender seus efeitos de sentido.

Na primeira capa (edição nº 89, novembro de 2005), visualizamos duas imagens fotográficas do mesmo ator, cada qual o construindo (no plano de expressão) de modo distinto uma da outra: do lado esquerdo, o ator é apresentado com um terno escuro, cabelo liso e acessórios combinando – conforme reitera a descrição revelada pelo texto verbal disposto no

²⁴ Artigo consultado: “A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro” (2008), de E. T. Leone e P. Baltar. Disponível em <<<http://www.scielo.br/pdf/rbepop/v25n2/v25n2a03.pdf>>>. Acesso em 30 de abril de 2013.

centro da página, sob o título “certo”. Do lado direito, o mesmo ator é apresentado com uma roupa clara, decote, bijuteria e maquiagem exageradas – conforme reitera a descrição revelada pelo texto verbal disposto sob o título “errado”. Todos esses elementos figurativos simulam, portanto, a narrativa do sujeito que deve comportar um plano de expressão específico (uma aparência formal, discreta, isenta de traços de sensualidade) para ser bem aceito no mercado de trabalho. Comprovando a leitura, o texto verbal que funciona como chamada de capa para a reportagem principal: “Invista no seu visual. Ele importa, sim!” e o texto verbal que reveste o ator configurado no texto visual com um antropônimo: “Sabrina Carbone, 35 anos, gerente de marketing em São Paulo, em duas versões: os recrutadores acharam que ela é mais competente com o terninho preto”.

Na segunda capa (edição nº 93, março de 2006), o ator é figurativizado com um terninho na cor sépia, cabelos lisos e uma maleta preta – carregada em posição imediatamente abaixo dos quadris. Sua postura ereta, rígida, e seu olhar direcionado para o alto produzem ambos, conjuntamente com a representação da ação de “subir uma escada”, o efeito de sentido de empenho, foco na perseguição de determinado objetivo. Todos esses elementos figurativos apresentados no texto visual da capa simulam, portanto, a narrativa da mulher que quer chegar ao topo do “mundo corporativo”. Comprovando essa leitura, o texto verbal dispõe em linha vertical, um abaixo do outro, os seguintes lexemas: “Poder. Dinheiro. Desafios. Sucesso. Vida Boa. Ambição”, este último sendo apresentado em destaque, em posição central. Logo abaixo desses lexemas, o seguinte enunciado: “Assuma o que você quer e vá à luta. Descubra como”. Ainda, do lado direito da figura feminina, próxima à figura “maleta”, um enunciado que reveste o ator configurado no texto visual com um antropônimo: “Kátia Ortiz, 34 anos, carioca, gerente da IBM: sua ambição é chegar ao topo”.

Na terceira capa (edição nº 98, agosto de 2006), o ator mulher é figurativizado no espaço de um escritório – conforme se pode verificar por meio dos elementos “computador” e “mesa/cadeira de escritório” –, mas em uma posição bastante descontraída: sentado com uma das pernas dobradas por debaixo da outra e com as mãos e os braços envolvendo uma almofada em formato de coração. Quanto ao vestuário, esse ator se apresenta com uma calça social, uma camisa de tecido fino e um relógio no pulso esquerdo, figuras que primam – embora em um grau um pouco menor – pelo apagamento da sensualidade e pela discrição. No fundo da página, vemos ainda a figurativização do chão da sala marcado pela presença de

²⁵ Obras consultadas: “*A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores*”, de L. Guimarães (2004); “*Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números*”, de J. Chevalier e A. Gheerbrant (2007).

várias almofadas em formato de coração. Relacionado a esse texto visual, o tema da matéria principal da edição: “Conquiste o sucesso. Agora!” / “Aprenda o segredo de quem consegue tudo o que quer porque ama tudo o que faz”. Ao lado da figura feminina, um enunciado que reveste o ator configurado no texto visual com um antropônimo: “Renata Carvalho, 30 anos, gerente da Bayer: um belo emprego, um casamento feliz e tempo para se cuidar”.

Relacionando os textos sincréticos das três capas entre si, compreendemos um enunciador que coloca para seu enunciatário, por meio da construção do simulacro /executiva bem-sucedida/, a importância da boa aparência e da boa postura no ambiente de trabalho, da ambição (ou de paixões próximas) na conquista do topo da hierarquia corporativa e, ao mesmo tempo, do equilíbrio no desempenho dos vários papéis sociais. Desse modo, o vermelho e o amarelo empregados nessas capas produzem efeito de sentido eufórico, estimulando o enunciatário a assimilar as recomendações dadas pelo enunciador e, conseqüentemente, a colocá-las em prática. Isso porque o vermelho e o amarelo, cores quentes, são as cores que melhor atraem a atenção do enunciatário por serem uma agressiva e a outra intensamente brilhante e visível. A esse respeito, compreendemos – apoiados em Natália Maria França de Oliveira e Francisco Ângelo Coutinho (2000) e em Luciano Guimarães (2004) – que o ponto de convergência dos raios vermelhos está localizado atrás da retina, exigindo que as lentes dos olhos se tornem mais convexas a fim de melhor distinguir a cor, favorecendo a aproximação da mesma e fazendo-a parecer maior; de outro modo, também verificamos que o vermelho está no limite da cor visível, o que reitera seu caráter “agressivo”. Já o amarelo é a cor de maior luminosidade (em ordem decrescente, o vermelho ocupa a segunda posição), o que favorece uma melhor assimilação mnemônica, ou seja, o amarelo é a cor que mais contribui para a fixação da informação em nossa memória. A combinação das duas cores, portanto, aponta para um efeito de sentido de valorização eufórica da figura principal dos textos-enunciados e contribui para destacar as temáticas que engendram percursos narrativos do sujeito mulher no mundo corporativo, revalidando, ainda, o simulacro /executiva bem-sucedida/.

As capas que apresentamos a seguir são de publicações cujas matérias, entrevistas, artigos de opinião e demais textos, devido à delimitação já apontada, não entram no nosso corpo de análises: são as três primeiras edições especiais para mulheres *VOCÊ S/A*²⁶ – edição

²⁶ Desde seu lançamento, em dezembro de 2010, a edição especial para mulheres *VOCÊ S/A* apresentou um projeto gráfico diferenciado, com impressão em formato *pocket* (com 16,9 X 22, 3 cm, menor que o tradicional), papel especial e lombada quadrada. Direcionada à mulher executiva, explorou temáticas semelhantes às que já eram abordadas na publicação regular mensal, acrescentando alguns assuntos de interesse exclusivo da mulher. No total, foram quatro edições publicadas, três delas entre 2010 e 2011 (edições especial nº 11, 13 e 15), e outra

especial nº 11, de dezembro de 2010; edição especial nº 13, de junho de 2011; e edição especial nº 15, de novembro de 2011, respectivamente. Apesar da delimitação, optamos por apresentar as capas dessas publicações de modo a contrastá-las com as capas das edições regulares do periódico:



Figura 10 – Capas de algumas das edições especiais para mulheres da revista *VOCÊ S/A*

Diferentemente das capas das edições regulares da revista, as capas das edições especiais para mulheres trazem todas elas a imagem fotográfica de um ator que corresponde ao simulacro /mulher do mundo artístico/ ou /mulher famosa/: da esquerda para a direita, é fácil reconhecer que se tratam dos simulacros da supermodelo Ana Hickmann, da atriz Maria Fernanda Cândido e da cantora Ivete Sangalo. Figurativizados de maneira bastante descontraída, descontração revelada principalmente pelas posições dos braços e mãos de cada ator, bem como pelo vestuário configurado em cada cena enunciativa, os atores têm um plano de expressão que não permite ao enunciatário reconhecer a figura “mulher executiva” tal qual a apreendida da leitura das três capas anteriores: reconhece-se, de imediato, o simulacro de atores que pertencem ao mundo artístico, e não ao mundo corporativo.

Na primeira cena, o ator veste um casaco inteiramente feito de paetês, sobreposto a um vestido bege bastante justo; na segunda, um vestido de cetim de tonalidade verde acinzentada com decote e sem mangas; na terceira, uma blusa preta de alças finas e saia

em 2012 (edição especial nº 17). A partir do segundo semestre do mesmo ano, o especial para mulheres passou a ser encartado, ou seja, passou a fazer parte da estrutura da revista *VOCÊ S/A* (edição regular nº 174). Vale destacar que as edições especiais da revista *VOCÊ S/A* sempre seguiram uma numeração diferente das edições regulares mensais e nunca tiveram periodicidade delimitada.

branca. Em todas as imagens, o ator se apresenta com os cabelos volumosos, maquiagem e acessórios. Ao fundo, contrariamente ao vermelho e ao amarelo empregados nas três primeiras capas descritas, cores em tonalidade clara, respectivamente rosa, verde e laranja. A construção visual das três capas como um todo nos faz questionar de que modo as figuras de atores correspondentes ao simulacro /mulher do mundo artístico/ poderiam se relacionar com as figuras de atores correspondentes ao simulacro /mulher do mundo corporativo/, público-alvo da revista. A pergunta é, no entanto, imediatamente respondida ao passarmos à análise dos textos verbais.

Em cada uma das capas, o enunciador destaca um pequeno enunciado que sintetiza um dos assuntos que serão abordados na edição: da esquerda para a direita, “Poder feminino”, “Futuro flexível”, “Competência feminina”. Na primeira, o ator construído no texto visual é particularizado e apresentado por meio de um pequeno texto verbal: “Ana Hickmann. A trajetória de carreira da supermodelo que se transformou em uma marca que movimenta 240 milhões de reais por ano”. Na segunda, o ator é particularizado pelo antropônimo Maria Fernanda Cândido e apresentado no texto verbal da seguinte forma: “Atriz, empreendedora e mãe, ela conta como se planeja para conciliar esses papéis e ainda ter tempo para ler muito!”. Na terceira, da mesma forma como vimos nas capas anteriores: “Ivete Sangalo. Cantora e empresária, ela mudou totalmente a rotina de trabalho para priorizar a maternidade – e nunca esteve tão bem!”.

Da totalidade das capas, compreendemos que a figura “mulher executiva” é construída, no plano visual das capas das edições especiais, de modo bastante distinto das capas das edições regulares da revista *VOCE S/A*. Construída de maneira descontraída, com vestuário distinto do que é definido para e pelo mundo corporativo, a figura do ator mulher executiva é revestida do valor “glamour”, “fama”. Nesse sentido, o enunciador apresenta para sua enunciatária a figura de uma mulher que é executiva (pois tem ambição pelo poder, concilia seus vários papéis, é competente – conforme afirmam os enunciados verbais da capa) sem, no entanto, ocupar os altos cargos do mundo corporativo. Assim sendo, a figura do ator “mulher executiva contemporânea” parecer ser construída, nas edições especiais para mulheres (cujo público-alvo é exclusivamente feminino), de modo bastante diferente das edições regulares: naquelas edições, além do papel temático de “executiva” ou, no caso em questão, “empreendedora”, do papel temático de esposa e/ou mãe, os atores configurados

parecem²⁷ exercer também o papel temático de “artistas”, despertando na enunciatária a ideia (a ilusão?) de que é possível não somente conquistar uma carreira bem-sucedida, mas também conquistar – e seduzir – um grande e variado público.

Diante de tudo o que foi exposto até o momento, queremos apontar os critérios utilizados para o recorte desse imenso *corpus*, que compreende as edições regulares da revista *VOCE S/A* publicadas entre os anos 1998 e 2011. Inicialmente, destacamos o que Algirdas Julien Greimas afirma, em *Semântica Estrutural*, a respeito da constituição do mesmo:

Constituir um *corpus* não significa, portanto, simplesmente preparar-se para a descrição, pois dessa escolha prévia depende, em definitivo, o valor da descrição, e, inversamente, não se pode aferir o valor do *corpus*, senão quando terminada a descrição. A sobriedade e o rigor lógico da definição, em suma, apenas ocultam o caráter intuitivo das decisões que o descritor será levado a tomar em cada etapa da análise. Certo número de precauções e de conselhos práticos devem, pois, cercar essa escolha, a fim de reduzir, tanto quanto possível, a parte de subjetividade que aí se manifesta. Diremos que um *corpus*, para ser bem constituído, deve satisfazer a três condições: ser *representativo*, *exaustivo*, e *homogêneo* (1973, p. 187 – grifos do autor).

Em seguida, indicamos que os textos selecionados para análise formam um todo que responde aos critérios estabelecidos pelo mestre lituano para a constituição de um *corpus*: todos eles sugerem uma construção verbo-visual que busca dar destaque à figura feminina. Esse modo de construção é evidenciado desde o título que identifica cada texto, sendo reiterados os lexemas que, já nos títulos, remetem à figura mulher e/ou à figura feminilidade, incluídos aí alguns poucos lexemas que o fazem de maneira implícita. Atendemos, portanto, ao critério da *homogeneidade*. Em segundo lugar, os textos selecionados foram recortados de um período de 14 anos de publicação, o que por si só comprova nosso atendimento ao critério da *exaustividade*: não recortamos apenas os textos que dão destaque à figura feminina dentro de um período de um ou dois anos, mas dentro de um período consideravelmente maior, que recobre quase toda a existência do periódico. Por último, todos os textos selecionados constituem a melhor amostra que poderíamos compor com o que tínhamos em mãos: as matérias e artigos de opinião em pauta são os de melhor *representatividade* em termos de figura feminina dentro do todo que é *VOCE S/A*, e também os que melhor nos contemplam em vista dos nossos objetivos, apresentados na “Introdução” deste trabalho. Os textos a serem

²⁷ Ressaltamos, uma vez mais, que, apesar de apresentar as capas dessas edições especiais e abordá-las sumariamente, não exploraremos os textos que compõem seu interior. Assim o fazemos para manter uma fidelidade maior aos critérios que estabelecemos para recorte do *corpus*, os quais são discutidos a seguir.

analisados – dentro de cada subcapítulo deste corpo de análises – são listados a seguir, para a boa orientação do nosso leitor:

Título da seção	Título da subseção	Textos contemplados
A executiva ontem e hoje: oponentes e adjuvantes no percurso do ator	Filhos e carreira corporativa: a maternidade (bem como o casamento) é um ônus para a executiva?	“Revolução das casadas” (edição nº 57, março de 2003); “Empresas com alma feminina” (edição nº 57, março de 2003); “Mães executivas” (edição nº 87, setembro de 2005); “Ritmo feminino” (edição nº 138, dezembro de 2009).
	Masculinizar ou (re)feminilizar: qual é a lei?	“O lugar das mulheres” (edição nº 32, fevereiro de 2001); “O que é... mulher” (edição nº 54, dezembro de 2002); “Networking rosa-choque” (edição nº 148, outubro de 2010); “Empresa, substantivo feminino” (ambos da edição nº 148, outubro de 2010).
Espelho, espelho meu, existe alguém mais poderosa do que eu?	Retraçando o percurso de empoderamento da executiva S/A	“Mulheres no poder” (edição nº 47, maio de 2002); “Garotas superpoderosas” (edição nº 130, abril de 2009); “Rainhas da Ambev” (edição nº 152, fevereiro de 2011); “De salto na plataforma” (edição nº 160, outubro de 2011).
<i>VOCÊ S/A</i> : forma de vida do ator mulher executiva contemporânea em 4, 3, 2... 1!	Um modelo a ser seguido Um modelo a ser pensado Um modelo censurado Um modelo descartado	“Ela é um furacão” (edição nº 79, abril de 2004); “Um dilema feminino” (edição nº 152, fevereiro de 2011); “A sina de Amalia” (edição nº 98, agosto de 2006); “Onde ela errou” (edição nº 81, março de 2005).

Tabela 2 – Textos analisados em cada parte do corpo de análises

2.2. A executiva segundo pesquisas empíricas e a executiva segundo outras pesquisas com VOCÊ S/A: um levantamento de dados

O estereótipo da mulher no lar desmoronou, mas o lugar preponderante da mulher na esfera familiar perdura.

(Lipovetsky, **A terceira mulher**: permanência e revolução do feminino, 2007, p. 253).

É lugar comum que a participação da mulher em cargos de comando nas empresas – e, principalmente, em cargos de *alto* comando – permanece pequena. Na edição de número 162 (dezembro de 2011) da revista *VOCÊ S/A*, uma pequena nota informa que, no Brasil, 45% da população economicamente ativa é feminina; em contrapartida, apenas 15% dos cargos de liderança são ocupados por mulheres. Esse percentual cai ainda mais se passamos a considerar o alto escalão das empresas: em 2010, apenas 7% das 150 companhias do Guia VOCÊ S/A-EXAME: As Melhores Empresas para Você Trabalhar tinham uma mulher no primeiro posto. Os números, infelizmente, ainda variam conforme o enfoque adotado: segundo pesquisa recente da consultoria Grant Thornton, apenas 9% das cadeiras no topo do topo, no mundo, são ocupadas por uma executiva. No Brasil, elas exercem apenas 3% das posições de presidente ou CEO (*chief executive officer*)²⁸.

Apesar dos pesares, esse pequeno espaço conquistado pela mulher no cenário corporativo não pode ser menosprezado, pois, como bem salienta o pesquisador Júlio Lobos em sua obra *Amélia, adeus*, as profissionais ligadas à gestão de empresas – empresárias, consultoras e executivas propriamente ditas – ocupam um lugar de vanguarda no movimento que colocou a mulher na maior posição de destaque na sociedade em quatro mil anos de história conhecida. *Amélia, adeus* é o resultado de uma pesquisa de campo com 550 profissionais executivas brasileiras empreendida pelo pesquisador Júlio Lobos em outubro de 2002. Na obra, o estudioso busca, além de esboçar um perfil sociológico da mulher executiva brasileira, enfocar quatro “problemas” enfrentados por ela: carreira e família; relação com homens e mulheres no trabalho; convivência com o sucesso profissional; qualidades femininas que podem virar defeitos. Nesse sentido, o trabalho é de importância ímpar, visto serem poucas – ou quase nulas – as pesquisas consolidadas nesse setor, no Brasil.

²⁸ Os dados presentes no GUIA VOCÊ S/A-EXAME foram citados em uma nota jornalística veiculada na edição regular da revista *VOCÊ S/A* de número 148. Já os dados referentes à pesquisa conduzida pela consultoria Grant Thornton foram citados no editorial da edição especial (para mulheres) *VOCÊ S/A* de número 17, em 2012.

No primeiro capítulo do livro, o autor faz um levantamento de dados e busca traçar o perfil dessa mulher: segundo os dados levantados por ele, o maior percentual das entrevistadas trabalha no setor de serviços (49,6%), enquanto o restante está no setor de comércio (13,3%), transportes (11,3%), manufatura (11,1%), tecnologia (9,9%), processo contínuo²⁹ (3,0%) ou outros (1,8%). A grande maioria é executiva empregada *full time* (71%), enquanto o restante trabalha como empresária, dona do próprio negócio (16%), sócia de consultoria (7%) ou como executiva no negócio da família (6%). No que diz respeito à origem social dessas mulheres, pode-se afirmar que a metade veio da classe média (51%) e uma parcela significativa da classe média alta (31%), sendo o restante proveniente da classe média baixa (9%), da classe alta (7%) e, em pequeníssima proporção, da classe baixa (2%).

Os dados da pesquisa revelam ainda que o grupo é jovem: 16% das entrevistadas têm de 24 a 30 anos; 17%, de 31 a 35 anos; 24%, de 36 a 40 anos; 18%, de 41 a 45 anos; 13%, de 46 a 50 anos; e 12%, 51 anos ou mais. Quanto à remuneração, a pesquisa revela que somente 17,6% das respondentes têm renda mensal abaixo de R\$4.000 reais, enquanto 23,8% delas apresentam-na na faixa de R\$4.001 a R\$7.000 reais; 23,4%, na faixa de R\$7.001 a R\$10.000; 16,1%, de R\$10.000 a R\$15.000; e 19,0% acima de R\$15.000 reais. No que diz respeito à educação formal dessas mulheres, 18% delas são formadas em administração de empresas, 12% em comunicação social, 11% em publicidade, propaganda e marketing, 8% em psicologia, enquanto os 51% restantes têm outros tipos de formação que vão de arquitetura a engenharia eletrônica, passando por moda, meteorologia e *design* de mídia.

A pesquisa faz ainda uma importante constatação: 46% delas são casadas e têm filhos, 30% são casadas e não têm filhos, 14% são solteiras sem filhos e 10% são solteiras com filhos. “Desse modo, as casadas superam as solteiras na folgada proporção de 4 para 1. Daquelas, a maioria (60%) mora com a família (parceiro e filhos). As que têm filhos, solteiras ou casadas, respondem por 56% da amostra” (2003, p. 34), pondera Júlio Lobos. Quanto ao nível hierárquico, 25,7% estão no topo da empresa; 31,2%, um nível hierárquico abaixo do topo; 25,9%, dois níveis hierárquicos abaixo do topo; e 17,2%, três ou mais níveis hierárquicos abaixo do topo. Outro dado interessante refere-se à carga de trabalho: 11,0% trabalham de 30 a 40 horas; 22,8%, de 41 a 44 horas; 28,2%, de 45 a 48 horas; 26,7%, de 49 a 54 horas; e 11,2%, acima de 55 horas semanais. Previsivelmente, “o tempo de convívio com a

²⁹ Indústrias de processo são aquelas que adicionam valor aos materiais através de mistura, separação, conformação ou reações químicas. O processamento contínuo, por sua vez, caracteriza-se pela alta velocidade de produção e, conseqüentemente, interrupções mínimas; pouco trabalho humano; rotina rígida e pequeno número de etapas de produção; número limitado de produtos; rigorosa padronização. Texto consultado disponível em: <<http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2002_TR12_0657.pdf>>. Acesso em 14 de jan. 2014.

família – 6 em 10 casos – costuma ficar abaixo de oito horas por semana – uma média de menos de 100 minutos diários” (2003, p. 36).

Um último dado revela a situação dessas mulheres na carreira profissional: apenas 10% diz estar na expectativa (“não sei bem se é isso que eu quero), enquanto 19% diz estar satisfeita (“estou bem onde estou”), 23% em revisão (“procurando outros mundos profissionais”) e 48% em ascensão (“eu quero mais”). “A mulher em pauta então vive dividida entre o lar e o escritório?”, pergunta-se o pesquisador. “Sabíamos que sim”, ele responde. “Agora sabemos de que maneira: ela mantém o coração em casa, mas o resto do corpo – e boa parte da mente –, no escritório” (2003, p. 39).

Nos outros capítulos que compõem a obra, o pesquisador aborda os quatro “problemas” enfrentados pelas executivas, mencionados acima. Nosso intuito não é fazer uma resenha do livro, mas se tomarmos apenas o primeiro desses itens (“carreira e família”) tal qual o autor o explorou, exemplificaremos o que ele procurou confirmar do início ao fim da sua pesquisa: a executiva americana é uma, a brasileira é outra; o modelo americano não nos cabe. Para comprová-lo, Júlio Lobos (2003, p. 46-47) apresenta resultados que apontam que nos Estados Unidos as poderosas não têm filhos: 42% das *high achievers* e 49% das *ultra-achievers* chegam aos 40 anos sem ter engravidado. Além disso, as poderosas ianques são solitárias – somente 57% das *high achievers* mais velhas estão casadas atualmente. No Brasil, o caso é bem diferente. De 126 poderosas – com idade média de 37 anos –, 88 têm filhos, nada menos que 70%. Além disso, aqui, independentemente da idade, em cada dez poderosas, apenas duas não têm parceiro fixo (marido, companheiro...), ou seja, 20%.

A pesquisa é interessante, sem dúvidas. Mas de que forma esse levantamento de dados revela-se interessante para nós que realizamos uma pesquisa linguística, discursiva e, mais precisamente, semiótica – e não uma pesquisa sociológica tal qual a empreendida por Júlio Lobos – é o que pode estar se perguntando nosso leitor. No entanto, esse material se torna extremamente rico quando passamos a investigar o que está colocado no texto midiático, pois, como se sabe, a mídia constrói discursos e, conseqüentemente, “verdades” que não necessariamente refletem a realidade social local – no caso, a realidade brasileira.

Desse modo, mesmo tendo por objetivo primordial depreender não necessariamente *quem é* essa executiva, mas, semioticamente falando, *como ela é* construída pelo enunciador do periódico, buscamos – em parte contaminados por uma longa tradição de pesquisa baseada na comparação de dados e fatos –, nos 168 exemplares regulares da revista *VOCE S/A* publicados entre os anos 1998 e 2011 que constituem nosso *corpus* de pesquisa, os resultados de algum tipo de pesquisa semelhante à empreendida por Júlio Lobos que nos

ordem de expressividade: realização (97%), desenvolvimento pessoal (97%), prazer (97%), independência (94%), prestígio/admiração dos outros/status social (94%), estabilidade financeira (93%), poder (81%), rendimento extra para aplicar/investir (73%), participação na sociedade (66%), trabalhar em casa/*home office* (40%).

No quesito “Tempo”, os gráficos apontam que a maioria das executivas considera que o tempo dedicado à vida profissional deveria ser menor (84%), e que o tempo dedicado à vida pessoal (65%), à família (54%), e ao lazer (61%) deveria ser maior. No quesito “Em nome do sucesso”, mais da metade aponta que estão dispostas a abrir mão de fim de semana e feriados (59%) e estar com os amigos (55%), enquanto uma quantidade bem menor revela estar disposta a abrir mão de ter férias (45%), de ter filhos (30%), de casar ou namorar/estar com alguém (29%), de cuidar da saúde ou estar com a família (22%) ou de liberdade (19%). No quesito “Projetos futuros”, um terço diz querer colocar o espírito empreendedor em ação (32%), enquanto outro terço afirma querer ficar na empresa, mudando (8%) ou não (22%) de área. No último quesito, “Consumo”, os gráficos revelam que os gastos mensais das executivas são distribuídos de maneira uniforme entre casa (29%), família (26%), investimentos (25%) e gastos pessoais (20%).

As duas pesquisas são muito diferentes. Inicialmente pelo fato de a primeira lidar com dados muito mais objetivos que a segunda: enquanto aquela investiga o que fazem, de onde vêm, idade, remuneração, educação formal, estado civil, nível hierárquico e carga de trabalho, esta investiga dados subjetivos como felicidade, realização, satisfação com a divisão do tempo, disposição em abrir mão de algo em nome da carreira, etc. Em segundo lugar, pelo fato de que aquela recebe um tratamento muito mais aprofundado do que esta: a última nem sequer apresenta o número de entrevistadas ou em que setores a maioria delas atua, apenas afirma que são “as executivas mais poderosas das grandes empresas do país” (2010, p. 30). Talvez estivéssemos esperando muito de uma pesquisa sobre a executiva contemporânea apresentada em duas pequenas páginas de uma edição especial para mulheres que traz estampada na capa, em vez de uma executiva superpoderosa, a supermodelo Ana Hickmann. A pergunta que nos fazemos nesse momento é a seguinte: será que o enunciador do periódico *VOCÊ S/A* constrói e sustenta, nos textos das suas publicações em que figura(m) uma (ou mais) mulher(es) de destaque o mesmo simulacro³⁰ – ressaltado na pesquisa “Quem são elas” – de mulher poderosa, realizada profissional e pessoalmente, madura e feliz?

³⁰ O termo simulacro é empregado, em semiótica, quase como sinônimo de modelo, o que permite destacar o caráter não referencial dessas construções, através das quais a semiótica se esforça em dar conta dos fenômenos de produção e percepção do sentido (GREIMAS; COURTÉS, 1986, p. 206).

Foi o que constatou uma pesquisa apresentada como trabalho de conclusão de curso na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). Intitulada “A representação da mulher executiva na revista *VOCÊ S/A*” (2010), a pesquisa concluiu, por meio da análise de textos veiculados nos exemplares da revista publicados ao longo do ano 2009, que *VOCÊ S/A* repete sempre a fórmula da personagem-heroína que vence desafios – reiterando a liderança feminina como uma exceção –; coloca o homem como modelo de profissional de sucesso a ser seguido pela mulher no âmbito profissional; e envia às mulheres a mensagem de que elas devem priorizar o trabalho a casa, filhos, família e outras atividades. De forma semelhante, uma pesquisa apresentada no VII SEGET (Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia) constatou, também por meio da análise de textos veiculados nos exemplares da revista *VOCÊ S/A* publicados entre janeiro e dezembro de 2009, a reiteração de quatro categorias que retratam, segundo os autores, a orientação das mulheres executivas para lidar com as tensões entre a carreira, a vida familiar e a vida profissional. São elas: esforço para conciliação; esforço para mudança; esforço para a carreira; esforço para a vida profissional. Dessa forma, a pesquisa intitulada “Carreira, vida familiar e vida profissional das executivas: tensão e conciliação” (2010) verificou que o maior desafio dessas mulheres é equilibrar a vida profissional com a vida familiar e fez, ainda, uma decidida afirmação: a prevalência dos estereótipos, apesar do esforço para mudança apontado em uma das categorias investigadas.

Importante é dizer que as primeiras pesquisas citadas caracterizam um tipo de investigação que não cabe ao terreno da semiótica: uma investigação sociológica, baseada em dados empíricos. As outras duas pesquisas, apesar de baseadas na análise do que é construído em meio midiático, ou seja, baseadas no discurso (e não em dados empíricos), estão fundamentadas no nível do enunciado (ou seja, são conduzidas por meio da análise dos depoimentos veiculados nas diversas matérias publicadas em *VOCÊ S/A* no período em questão, e não procuram depreender os efeitos de sentido possíveis de serem verificados no nível da enunciação, por exemplo). Desse modo, temos ciência de que muitos dos nossos resultados serão comparativamente diferentes, primeiramente pelo tipo de pesquisa que empreendemos e, em segundo lugar, pela ampliação do período em foco, ou seja, pela consideração de mais de uma década de publicação e, conseqüentemente, das inúmeras transformações pelas quais passou a forma de vida da mulher brasileira e, até mesmo, a forma de vida da própria revista *VOCÊ S/A*. No entanto, duas isotopias – eis uma hipótese já calculada – possivelmente predominarão: a da conciliação e a da mudança (ou não) dos estereótipos. Passemos, pois, às análises.

2.3. A executiva ontem e hoje: oponentes e adjuvantes no percurso do ator

Querer a mudança, aceitá-la, vivê-la, “desejá-la”, não é apenas tomar posição diante das coisas que mudam, ou que gostaríamos que melhorassem; é também escolher uma maneira determinada de viver seu próprio devir: é, de certa maneira, colocar-se em condição de desfrutar o tempo presente – qualquer que seja sua dureza – percebendo a si mesmo como imediatamente inscrito no movimento do momento que passa, como participante no desenrolar de uma atualidade vivida em comum com outrem, e por isso mesmo, também – o que não é sem importância –, como efetivamente presente a si mesmo [...].

(Landowski, **Presenças do Outro**, 2002, p. 93 – grifos do autor)

Tendo como um dos nossos objetivos principais (re)construir a figura do ator mulher executiva contemporânea presente na revista *VOCÊ S/A*, consideramos inicialmente o papel actancial de *sujeito* desempenhado por esse ator a partir do momento em que entra em relação dinâmica com o objeto-valor “carreira de sucesso no mundo corporativo”. Assim sendo, é preciso atentar, tal como alerta o pesquisador Júlio Lobos (2003, p. 124-126), para o fato de que o sucesso profissional parece não poder ser definido só em termos de dinheiro e poder. Trazendo a distinção que o autor propõe entre *sucesso objetivo* e *sucesso subjetivo* para a terminologia semiótica, podemos apontar o objeto-valor “carreira de sucesso no mundo corporativo” como dotado de um valor prático e de um valor mítico: o primeiro se resumiria em ocupar um cargo de alto comando no mundo corporativo e, conseqüentemente, deter um ótimo salário; o segundo envolveria questões existenciais e poderia ser compreendido a partir do sentimento de valorização e, conseqüentemente, do sentimento de realização que os sujeitos afirmam encontrar no trabalho. São estas, no entanto, questões que serão abordadas em um momento mais avançado das análises. Nesse momento, precisamos nos questionar *como* esse sujeito mantém uma *relação dinâmica* com seu objeto-valor “carreira de sucesso no mundo corporativo”.

Inicialmente, constatamos que o *sujeito mulher* (S1) ocupa, a partir de um outro ponto de vista, sintaticamente o lugar de um actante *objeto* suscetível de ser considerado, por sua vez, como mais ou menos apreciável por um *outro sujeito* (S2), *sujeito coletivo* que no nível mais superficial do discurso é reconhecido como o “mundo corporativo”. Tomado como objeto por esse S2, o sujeito S1 é observado e, conseqüentemente, julgado, de maneira que

seu modo de relação com o objeto-valor visado passa a depender do *olhar* probatório do outro. O *sujeito coletivo* (S2), todavia, justamente pelo julgamento que impinge ao primeiro (S1), não forma senão uma única totalidade com o objeto do qual S1 busca tirar seu prazer. Em outras palavras, para que S1 possa entrar em relação dinâmica com seu objeto-valor – possa desfrutá-lo, saboreá-lo, gozá-lo – é necessário que ele (S1) se torne o *objeto do gosto do outro* (S2), ou seja, que ele *agrade* ao sujeito “mundo corporativo” e seja, por fim, admirado, estimado, amado por ele. Aparentemente “dupla”, a narrativa formada a partir da interação entre os dois pontos de vista – o ponto de vista do “Um” (sujeito mulher) e o ponto de vista do “Outro” (sujeito “mundo corporativo”) – nos conduz à constatação de um único e mesmo percurso: o percurso de inserção e permanência do ator mulher executiva contemporânea no cenário corporativo.

Organizado a partir de uma categoria semântica de base geral conservação/manutenção *versus* mudança/transformação, o percurso considerado compreende um momento inicial disfórico e um momento final eufórico: partindo de um estado no qual o sujeito mulher mantém relação com seu objeto-valor por meio da “adoção” de um estereótipo masculino – conservação/manutenção dos valores tradicionais do “mundo corporativo” –, passa-se pela transformação desse estado (operação de negação) e chega-se à afirmação de um novo estado (operação de asserção), marcado pela mudança/transformação daqueles valores iniciais. O estado inicial marcado pelo elemento “conservação/manutenção” compreende, em linhas gerais, a negação, empreendida pelo sujeito mulher, do casamento, da maternidade e do jeito feminino – concebidos então como verdadeiros oponentes (*não-poder-fazer*) no seu programa narrativo. A negação do elemento “conservação/manutenção” implica a negação da negação do casamento, da maternidade e do jeito feminino (que devem deixar de ser vistos como “opponentes” no programa narrativo feminino). Por fim, a operação de asserção compreende a afirmação da “mudança/transformação”, revelando o *contágio* sofrido pelo sujeito “mundo corporativo”, que passa a reconhecer – a admirar, a estimar, a amar – os sujeitos mulheres *não exclusivamente marcados pelo estereótipo masculino*: o casamento, a maternidade e o jeito feminino são concebidos, a partir daí, como o *poder-fazer* (*poder-fazer-ser*) do programa narrativo do ator mulher executiva contemporânea. Para melhor compreender o que sumariamente apresentamos acima, passemos às análises.

2.3.1. Filhos e carreira corporativa: a maternidade (bem como o casamento) é um ônus para a executiva?

As matérias selecionadas para análise nesta primeira parte foram publicadas na revista *VOCE S/A* sob os títulos “Revolução das casadas” (edição nº 57, março de 2003), “Empresas com alma feminina” (edição nº 57, março de 2003), “Mães executivas” (edição nº 87, setembro de 2005) e “Ritmo feminino” (edição nº 138, dezembro de 2009). A escolha dos textos se deu obedecendo à seguinte lógica: em todos os títulos há ao menos uma palavra que remete à figura /mulher/ ou à figura /feminilidade/. Além disso, todos eles abordam a narrativa de inserção e permanência do ator mulher executiva contemporânea no cenário corporativo como implicando, da mesma maneira que ocorre com qualquer outra narrativa observada sob o ponto de vista semiótico, um programa de transformação de uma determinada relação mantida entre o sujeito mulher e seu objeto, tal transformação sendo favorecida ou prejudicada pela presença, respectivamente, de um adjuvante (auxiliar positivo) e de um oponente (auxiliar negativo).

Para a análise desses textos, é importante considerar o que vários autores já apontaram, segundo o filósofo e sociólogo francês Gilles Lipovetsky, acerca dos efeitos desvantajosos do casamento e da maternidade sobre as carreiras das mulheres executivas:

Nos Estados Unidos, 70% das mulheres que ocupam cargo de direção são solteiras; entre os membros do British Institute of Management, 93% dos homens são casados, contra apenas 58% das mulheres. Ter filhos torna mais difícil o acesso aos escalões elevados: nos Estados Unidos, entre os quadros dirigentes, 90% dos homens têm filhos, mas apenas 35% das mulheres são mães. Quanto mais uma mulher tem filhos, mais sua carreira é prejudicada; com formação equivalente, o salário médio das mulheres casadas com filhos é inferior ao das mulheres casadas sem filhos. (2007, p. 288).

É ainda importante considerar o que destacou o pesquisador brasileiro Júlio Lobos acerca desse modelo *americano* de executiva: “se eu constatar que a executiva com filhos trabalha mais e ganha menos do que a solteira, isso é interessante. Agora, se isso também for apontado por uma pesquisa feita no Brasil, fica mais interessante ainda. [...] Mas cadê essa segunda pesquisa?” (2003, p. 24).

Com essas informações em mãos, começamos a nos indagar se a revista *VOCE S/A* também construiria um discurso no qual o casamento e a maternidade constituiriam os oponentes por excelência no programa narrativo da executiva contemporânea ou se, indo na direção contrária, conseguiria configurá-los como elementos adjuvantes. Seguindo nessa

direção, depreendemos, desde o início do processo de leitura e análise das matérias, um sujeito mulher cujos modos de fazer, ser e sentir parecem ter sofrido uma grande alteração ao longo do tempo: os elementos apontados por vários pesquisadores como prejudiciais à carreira feminina são apontados pelo enunciador da revista *VOCE S/A* como “coisa de outros tempos”, conforme se depreende da matéria intitulada “Revolução das Casadas”³¹:

Enquanto na década de 70 a maioria das trabalhadoras estava na faixa dos 20 anos, era solteira, sem filhos e ainda se martirizava com o dilema de manter carreira e casamento, uma década depois o perfil deu uma guinada radical. [...] Ao contrário do que acontecia com as gerações anteriores, a partir dos anos 80 as mulheres entre 35 e 50 anos começaram a ficar no mercado – ou a voltar mais rapidamente para ele depois da chegada dos filhos. (MARI, *VOCE S/A*, edição nº 57, 2003, p. 21).

Por meio desse excerto, já é possível identificar o programa implicado na narrativa de inserção e permanência das executivas de “outros tempos” no cenário corporativo, programa no qual o casamento e a maternidade ocupavam a posição de oponente. Comprovando essa afirmação, o enunciador ressalta, na matéria “Revolução das casadas”, que essa não é mais a realidade da executiva brasileira:

Para as que escolhem conciliar a casa com a carreira, a recompensa aparece na forma de um contracheque mais gordo. Em comparação com as solteiras, as brasileiras casadas ganham mais. Foi o que descobriu uma pesquisa encomendada pelo Instituto Futuro Brasil à professora Regina Madalozzo, do Ibmec, de São Paulo. **As casadas recebem, em média, 15% mais do que as solteiras. É o contrário do que acontece nos Estados Unidos. Lá, as solteiras ganham cerca de 26% mais que as casadas.** (MARI, *VOCE S/A*, edição nº 57, 2003, p. 21 – grifos do autor).

Essa mesma ideia é reiterada em todos os textos citados, especificamente em relação ao elemento “maternidade”, conforme também podemos verificar na matéria publicada na edição de número 87, em setembro 2005, intitulada “Mães executivas”: nesse texto, o enunciador confirma que “[...] até há bem pouco tempo, a mulher tinha de decidir se queria ser mãe ou adiava ao máximo esse sonho para ter uma rápida ascensão na carreira” (DIAS, *VOCE S/A*, edição nº 87, 2005, p. 62). O enunciador continua sua reflexão afirmando que “[...] a executiva que optasse pela maternidade estaria fadada a se contentar com cargos

³¹ As matérias “Revolução das Casadas” e “Empresas com alma feminina” foram publicadas na edição regular da revista *VOCE S/A* de número 57, em março de 2003. Por se tratar do mês em que se comemora o dia da mulher, a edição publicou um pacote de reportagens especiais para elas, dentro de cada um dos então cinco eixos do periódico: Você bem informado; Você em ação; Você em evolução; Você em equilíbrio; Meu dinheiro. É válido destacar que essa foi a única vez em que a revista fez um “Especial Mulheres” dentro de uma edição regular.

menores, já que na cabeça dos chefes – quase sempre homens – ela dedicaria menos tempo à empresa e mais energia ao filho” (DIAS, *VOCÊ S/A*, edição nº 87, 2005, p. 62).

A ausência de adjuvantes e a presença marcante de um oponente – fixado como tal pelo sujeito “mundo corporativo” – dificultou, por um longo tempo, o processo de relação dinâmica do sujeito mulher executiva com o seu objeto-valor. Consequentemente, coube a muitas executivas a opção quase imposta de não casar e não ter filhos, como se elas tivessem especial vocação para o celibato! A mudança de paradigma se fez sentir, entretanto, no momento em que o elemento “maternidade”, principalmente, deixou de ser concebido como oponente: assim, o sujeito “sociedade” propôs a inserção de adjuvantes no programa narrativo do sujeito mulher. Um desses adjuvantes se revelou como sendo a família (o marido/parceiro, mas também os parentes próximos), conforme verificamos na primeira narrativa-depoimento apresentada em “Revolução das casadas”, sob o título “Parceria para crescer”:

Anna tem em Sérgio um parceiro para dividir a administração da casa. **“Nosso comprometimento é igual porque acreditamos que essa remuneração emocional faz toda a diferença na hora de mudar o foco da casa para o trabalho”**, explica ele. Anna que o diga: graças ao apoio do marido, não sente culpa em conciliar o já conhecido papel de diretora da Natura com o novíssimo de mãe de Lucas, 1 ano de vida. (MARI, *VOCÊ S/A*, edição nº 57, 2003, p. 19 – grifos do autor).

Nessa mesma matéria em que o enunciatório é apresentado ao ator Ana Chaia, 34 anos, diretora da Natura, outras narrativas-depoimentos são destacadas, todas elas reforçando o papel de adjuvante desempenhado pela figura da família e/ou mesmo por outras figuras como a dos funcionários domésticos, no programa narrativo da mulher executiva: **“Ter alguém de confiança, seja um parente, seja uma funcionária, na retaguarda é fundamental para a mulher ganhar mobilidade e foco no trabalho”**, diz Kátia Rabello, presidente do Banco Rural” (MARI, *VOCÊ S/A*, edição nº 57, 2003, p. 24 – grifos do autor). Referendado ao final da reportagem, o modo de vida desses atores é configurado a partir da enumeração das suas escolhas: estudar, construir uma carreira, mirar o topo, casar-se, ter filhos. Além dessa configuração, o enunciador aponta para o enunciatório, ainda, duas importantes recomendações, afirmando que elas são dadas por “profissionais bem-sucedidas”:

Ninguém está dizendo que é fácil conciliar mais de um papel, mas o exemplo de profissionais como Anna Chaia, citada no início desta reportagem, dá indícios de que não se trata de missão impossível. Trata-se de fazer escolhas: estudar, construir uma carreira, mirar o topo, casar-se, ter filhos... Para aquelas que estão trilhando agora esse caminho as profissionais

bem-sucedidas dão duas recomendações. Primeiro: a mulher deve buscar um companheiro que tenha valores parecidos com os dela (e vice-versa). Isso facilita a vida dos dois porque é preciso ceder de ambos os lados para sacrificar menos o pessoal e ter mais tranquilidade para focar o profissional. Segundo: não vale a pena dar muita atenção aos obstáculos. As barreiras, dentro de casa e especialmente dentro da empresa, existem, mas quanto mais valorizadas, maior o risco de se tornar um problema real. O negócio é fazer como eles: simplesmente continuar trabalhando. (MARI, *VOCE S/A*, edição nº 57, 2003, p. 25).

O mais interessante, nesse trecho final da matéria, é como o enunciador “instrui” as mulheres a agirem: elas devem simplesmente *fazer como eles*, ou seja, ignorar os obstáculos e *continuar trabalhando*! Fica claro o posicionamento do enunciador, portanto, a respeito do comportamento a ser adotado: nada de não casar e não ter filhos; se a maioria dos homens em posição executiva é casada e tem filhos, por que as mulheres fariam escolhas diferentes? Desse modo, se elas *podem* (e, nesse caso, *devem*) casar e ter filhos, a conciliação de tantos papéis parece ser conseguida com o apoio dos adjuvantes: uma “novidade” no programa narrativo da mulher executiva do tempo presente. Desse modo, tal qual nas outras matérias, também na reportagem “Ritmo feminino” os adjuvantes figurativizados como marido/parceiro (ou parentes próximos) e funcionários domésticos são ressaltados, conforme verificamos nos dois enunciados em debreagem interna que dão “voz”, respectivamente, aos atores Luciana Medeiros Von Adamek, 36 anos, diretora de consultoria da Pricewaterhouse Coopers, que tem um filho de 2 e uma filha de 5 anos; e Márcia Bolé, 42 anos, diretora de pesquisa e desenvolvimento da Reckitt Benckiser, com um filho de 5 anos:

A gente se reprime por gostar de trabalhar e ter que deixar o filho com a babá, e pensa em desistir. Mesmo assim é possível conciliar. Todo mês eu converso com meu marido para cruzar as nossas agendas e as do nosso filho, que é cheia de atividades. Assim conseguimos cumprir todas as tarefas, além de dar atenção a ele. (TOZZI, *VOCE S/A*, edição nº 138, 2009, p. 48).

É muito complicado ter flexibilidade no setor de serviços. Não posso dizer a um cliente que vou trabalhar só meio dia. Por isso perdi a primeira festa de Natal da escolinha da minha filha. Eu coordenava um evento com 50 executivos, não podia cancelar. Meu marido e minha sogra (que sempre me salva) foram no meu lugar. (TOZZI, *VOCE S/A*, edição nº 138, 2009, p. 49).

Outro adjuvante apontado pelo enunciador aparece figurativizado nos serviços educacionais públicos ou particulares, como creches e pré-escolas em tempo integral, bem como nas políticas de RH específicas para mulheres de algumas empresas, as quais oferecem, dentre outros, a possibilidade de extensão da licença-maternidade além do previsto no código

trabalhista, berçário e departamento médico, horários flexíveis. Em relação às políticas de RH citadas, o enunciador da revista destaca seu papel de adjuvante na matéria “Empresas com alma feminina”, referindo-se, dentre outras companhias, à Accenture:

A companhia permite, entre outras coisas, que a mulher possa trabalhar em casa para cuidar melhor dos filhos ou ainda optar por um esquema de meio período no escritório [...]. Graças a esse suporte e à política da empresa, o número de sócias e executivas seniores saltou de 5,8% em todo o mundo em 1994 para 10% em 2002, segundo dados da Catalyst. No ano passado, as mulheres responderam por 14% das promoções para a posição de sócios da empresa [...]. (SILVEIRA, *VOCÊ S/A*, edição nº 57, 2003, p. 42).

Desse modo, ao se tornarem mães, esses sujeitos conseguem, graças às políticas de RH das empresas listadas na reportagem – dentre elas, IBM, Ernst & Young Terco, Accenture e American Express –, continuar mantendo uma relação dinâmica com seu objeto-valor. Além disso, têm também a possibilidade de terem seu programa narrativo sancionado positivamente, conforme apontam vários enunciados em debreagem enunciativa e em debreagem interna selecionados da matéria “Mães executivas”. Em um deles, o ator Ana Paula Blanco, 32 anos, gerente de logística da Procter & Gamble, de São Paulo, tem seu programa narrativo sancionado positivamente na forma de uma promoção de cargo. O enunciador dá “voz” ao ator configurado no enunciado que, em debreagem interna, afirma: “Levei um susto quando meu chefe me avisou da minha promoção um mês e meio antes de eu dar à luz.” (DIAS, *VOCÊ S/A*, edição nº 87, 2005, p. 62). Além da promoção, conforme valida em debreagem enunciativa o enunciador, “[...] Ana Paula teve direito a um pacote de benefícios com stock options, bônus e carro da empresa. Tudo veio se somar à felicidade pelo nascimento de Gabriela, hoje com quase 2 anos” (DIAS, *VOCÊ S/A*, edição nº 87, 2005, p. 62). Em outro enunciado dessa mesma matéria, o ator Suzane Quadros, 39 anos, diretora adjunta de planejamento da processadora de cartões de crédito Orbitall, também recebe uma sanção positiva manifesta na figura “promoção de cargo”: “de volta à rotina, o medo. Suzane achou que estava demorando demais para ser convocada para sua antiga função. Até que o chefe a chamou para uma conversa. Suzane estava sendo promovida de gerente para diretora [...]” (DIAS, *VOCÊ S/A*, edição nº 87, 2005, p. 65).

A ideia de que a “maternidade” é um empecilho na carreira da executiva é, pois, refutada pelo enunciador da revista que, além de mostrar várias narrativas-depoimentos nas quais enfoca o sucesso das executivas que se tornam mães, comprova que a “maternidade” pode mesmo ser um bônus muito válido não somente para o sujeito em si, mas para toda a empresa. É o que se depreende de outra narrativa-depoimento inserida no texto da matéria

“Mães executivas”, na qual o enunciador apresenta ao enunciatário a história de Patricia Medici, 34 anos, especialista em comércio exterior e responsável por capturar filiados à Bloomberg, empresa de serviço de informações. Por meio de uma *debreagem* enuncia que, em determinado momento, instaura uma *debreagem* interna, o enunciador revela ao enunciatário uma gravidez “muito produtiva”: “Patricia trabalhou tanto, mas tanto, que seu assistente teve uma crise de estresse, enquanto ela continuava firme, forte, ambiciosa e gravidíssima. [...] „Minha chefe disse que eu deveria engravidar uma vez por ano“, brinca Patricia” (DIAS, *VOCE S/A*, edição nº 87, 2005, p. 65).

Podemos destacar que essas narrativas construídas em torno da figura feminina propõem um programa narrativo para o sujeito mulher no qual o elemento maternidade (bem como o elemento casamento) não é mais visto como o seu oponente por excelência. Em todas elas, conforme mostramos até aqui, graças aos sujeitos adjuvantes (marido/parceiro e/ou parentes próximos; funcionários domésticos; políticas de RH para mulheres; etc.), as executivas têm seu programa narrativo sancionado positivamente após a chegada dos filhos, o que revela um modo de fazer, ser e sentir muito diferente do de outrora. Seja por meio de uma sanção pragmática – figurativizada como “promoção de cargo” –, seja por meio de uma sanção cognitiva – figurativizada em passagens que apontam a “diminuição da culpa da mulher” ou a “satisfação em poder cumprir todas as tarefas profissionais e ainda dar atenção ao filho” –, o enunciador da revista enfatiza sempre o “final feliz” da narrativa desses atores que optaram por assumir o papel temático de /mãe/ ao lado do papel temático de /executiva/.

Assim sendo, têm-se a assunção, por parte do sujeito mulher, daquilo que o torna diferente do “Outro” e, conseqüentemente, a sua valorização justamente por essa parte de alteridade que, outrora negada, é agora assumida. Ator de uma narrativa que outrora priorizava a aparente “identificação” do “Eu” com o “Outro” (o “grupo de referência corporativo”, masculino por excelência) por meio da sua essencial “diferenciação” de si mesmo (do que define seu próprio “Eu”), a mulher executiva contemporânea é convocada a uma nova narrativa, narrativa na qual ela deve buscar a sua essencial “identificação” com o “Outro” por meio da não diferenciação do que se é enquanto “Eu” (“mulher”): de ônus que fora outrora, a maternidade (e o casamento) é hoje, pois, conforme *faz-crer* o discurso da revista, um verdadeiro bônus.

2.3.2. Masculinizar-se ou (re)feminilizar-se: qual é a lei?

Nesta segunda parte, propomos analisar quatro artigos de opinião a fim de observar como o elemento “jeito feminino” atua, no programa de relação dinâmica do sujeito mulher com seu objeto-valor “carreira de sucesso no mundo corporativo” – do mesmo modo como vimos em relação aos elementos “casamento” e “maternidade”, considerando seu desdobramento em um determinado espaço/tempo –, inicialmente como oponente, posteriormente como adjuvante. Os artigos selecionados são os únicos publicados na revista *VOCÊ S/A* no período considerado em nossa pesquisa que trazem, desde o título, alguma referência à figura /mulher/ ou à figura /feminilidade/: “O lugar das mulheres” (edição nº 32, fevereiro de 2001), “O que é... mulher” (edição nº 54, dezembro de 2002), “Networking rosa-choque” e “Empresa, substantivo feminino” (ambos da edição nº 148, outubro de 2010).

O primeiro artigo, assinado por David Cohen, que é editor da revista *Exame*, discute a oposição entre “valores masculinos” e “valores femininos”. Intitulado “O lugar das mulheres”, o texto, que traz como chamada a afirmação “Poucas mulheres chegam a cargos de chefia. Talvez aí é que elas sejam mais necessárias”, apresenta um enunciador que pontua, em linhas gerais, que o que podemos denominar como jeito feminino – e que condensa os elementos *suavidade, prioridade à relação e pensamento mais no todo que nas partes* – é característico de modelos que considera o ideal para as empresas, embora não correspondam à realidade. Resgatando essa *realidade* ao longo de todo o texto, o enunciador argumenta que os valores masculinos são qualificados como sendo os valores profissionais por excelência, enquanto os valores femininos são relacionados exclusivamente com o âmbito pessoal:

A questão por trás disso é que o mundo do trabalho é identificado com valores masculinos: objetividade, agressividade, rapidez. Não quer dizer que as mulheres não possam se dar bem nesse ambiente – mas vão ter de se provar em dobro, porque a primeira impressão é de gênero. E vão viver numa espécie de corda bamba entre valores profissionais masculinos e valores pessoais femininos. (COHEN, *VOCÊ S/A*, edição nº 32, 2001, p. 77).

Compreende-se, a partir desse primeiro excerto, que o enunciador diferencia o ambiente profissional e o ambiente pessoal em termos de “masculino” e “feminino”, revelando o jeito feminino, pelo menos num primeiro momento, como o verdadeiro oponente no programa do ator mulher executiva. Nesse sentido, o enunciador resgata a “necessidade” criada pelo sujeito “mundo corporativo” de uma padronização, implicando a adoção, pelas mulheres, de um estereótipo masculino: “Não é à toa que a maioria dos livros de ajuda às

mulheres frisa as diferenças entre os gêneros e as ensina a adotar posturas do estereótipo masculino – como aprender a se gabar, dar mais importância a símbolos de status, ser mais assertiva, focar em resultados específicos etc.” (COHEN, *VOCE S/A*, edição nº 32, 2001, p. 77). As mulheres que ocupam os grandes cargos nas corporações são, segundo o enunciador, pois, aquelas que se adaptaram ao estereótipo masculino: “Isso nos leva ao segundo aspecto: nesse mundo, a imensa maioria das mulheres que sobem é das que se adaptam ao estereótipo masculino (como também só sobem os homens adaptados a ele)” (COHEN, *VOCE S/A*, edição nº 32, 2001, p. 77).

Não é preciso ir mais além para constatar que o artigo em pauta revela-nos um enunciador extremamente preconceituoso que, apontando a objetividade, a rapidez e a assertividade como “valores profissionais *masculinos*”, termina por afirmar o jeito feminino como o oponente por excelência no percurso de inserção e permanência do ator mulher executiva no cenário corporativo. À figura feminina fica reservado quase que somente um papel de musa³², como deixa implícito o enunciador ao final do seu artigo: “Provavelmente as empresas precisam das mulheres mais do que imaginam: não só como fonte de talento, tão crucialmente necessário nos dias de hoje, mas também para mudar a cara desse duro, inflexível, obstinado mundo corporativo” (COHEN, *VOCE S/A*, edição nº 32, 2001, p. 77). Compreende-se, nesse primeiro momento, que a lei do universo corporativo para a mulher ainda é masculinar-se (embora o desejo seja oposto). Vejamos, no entanto, como os demais artigos constroem essa mesma narrativa.

O segundo artigo é assinado por Max Gehringer, consultor e palestrante que, durante um longo período (dezembro de 1999 a março de 2006), escreveu em uma seção da *VOCE S/A* intitulada “Mister Max”. Logo abaixo do título “O que é... mulher”, e do subtítulo “Alguém que sabe resolver problemas melhor que nós, homens”, uma tirinha com dois quadros desperta, de imediato, a atenção do enunciatário:

³² A edição anterior à que traz o artigo em pauta (edição nº 31, de janeiro de 2001) apresenta, na seção “Ponto de Partida”, uma charge em que figuram dois sujeitos: um homem, o qual se coloca no papel temático de /recrutador/, atuando como profissional da área de recursos humanos, e uma mulher, que se coloca no papel temático de /candidata/. No texto verbal da charge, uma construção cujos efeitos de sentido nos remetem de imediato à afirmação bastante contraditória feita pelo enunciador do artigo em análise: “É um conceito interessante, mas nós não temos o costume de contratar musas inspiradoras aqui na Techno Indústrias” (*VOCE S/A*, edição nº 21, 2001, p. 14).



Figura 12 – Artigo de opinião “O que é... mulher”

A narrativa compreendida nesses quadros tem por cenário um escritório onde estão sentados à mesa – cada um deles posicionado atrás do seu respectivo computador – dois sujeitos mulheres que travam um diálogo enquanto um sujeito homem, que reconhecemos como exercendo o papel temático de “chefe”, passa diante deles, olhando-os de soslaio, de maneira desconfiada. Um desses sujeitos diz ao outro: “... Pois é, aí meu cabelo aqueceu com essa cor...”, ao que o outro sujeito responde: “Menina! E a escova? Tem feito?”. No segundo quadro, a imagem desses mesmos sujeitos focalizados de costas e com o corpo voltado para os seus respectivos computadores produz o efeito de sentido de que estão compenetrados em alguma tarefa importante. É aí que lemos em um dos balões de fala: “Ele se foi!”. Do outro lado da baia, o outro sujeito mulher cochicha: “... como eu ia dizendo, podemos superar o risco de „downsizing“ com planejamentos de marketing mais agressivos. Assim...”. Essa narrativa nos leva a apreender o efeito de sentido de “segredo/mistério”, efeito produzido desde o título, por meio do uso das reticências (“O que é... mulher”) e, desse modo, a apontar que o não reconhecimento da mulher como profissional competente se dá devido à ameaça que a mesma pode representar para os homens no ambiente de trabalho.

Abaixo da tirinha, o enunciador inicia sua argumentação propriamente dita afirmando que “[...] homens são ótimos para encontrar explicações e mulheres são ótimas para resolver problemas” (GEHRINGER, *VOCÊ S/A*, edição nº 54, 2002, p. 114), mas se antecipa e diz que as duas coisas são positivas. Argumenta enumerando as atividades das quais as mulheres, desde tempos imemoriais, sempre se encarregaram, como “proteger os filhos, cuidar das plantações e garantir a continuidade da vida doméstica” e atribui aos homens atividades que foram sendo desenvolvidas com a finalidade de lhes ocupar o tempo, como “procurar explicações para os mistérios da natureza” (GEHRINGER, *VOCÊ S/A*, edição nº 54, 2002, p. 114). As atividades desempenhadas pelos homens são pontuadas como positivas, uma vez que foi assim que surgiram as grandes invenções e descobertas da humanidade. O enunciador continua pautando-se pela lógica e afirma que, quando surgiram as empresas, os homens assumiram seu comando, justamente porque tinham mais tempo; mas, com a globalização e a necessidade de resolver tudo rapidamente, a mulher foi – e tem sido cada vez mais – a grande beneficiada: “Como não se espera que o ritmo das mudanças vá desacelerar no século 21, a capacidade de saber resolver, *rapidamente e com precisão*, será um fator cada vez mais valorizado. O que me leva a concluir que as mulheres dominarão o topo da hierarquia das empresas” (GEHRINGER, *VOCÊ S/A*, edição nº 54, 2002, p. 114 – grifos nossos). O interessante, aqui, é que o enunciador aponta a “rapidez” e a “precisão” (sinônimo de “assertividade”?), diferentemente do enunciador do artigo anterior, como características predominantes no modo de agir *das mulheres* que, segundo *faz-crer* seu discurso, assumirão os cargos ocupados pelos homens e comandarão o mundo corporativo.

Todo esse discurso, claro, é repleto de humor e ironia, o que, de certa forma, deixa o enunciatário mais desavisado com uma sensação confortável, de modo que ele acaba não percebendo que tudo o que se narra é projeção, especulação, imaginação – e, portanto, não condiz com a realidade que se vive. Ainda nessa linha, o enunciador argumenta que as mulheres ainda encontrarão muita resistência, mas, “[...] num dia não muito distante, um homem vai receber na maternidade a notícia de que sua esposa acaba de dar à luz. „É uma menina“, anunciará a enfermeira. E o paizão, transbordando de felicidade: „Maravilha, vai ser CEO³³!“” (GEHRINGER, *VOCÊ S/A*, edição nº 54, 2002, p. 114). Utilizando de linguagem humorística, fecha, então, o artigo afirmando que a classe masculina também sobreviverá, em funções de apoio, traçando estratégias e pesquisando; dessa forma, reitera a posição de liderança que as mulheres assumirão: “Os homens só não precisarão mais explicar por que

³³ A sigla CEO corresponde a “*Chief Executive Officer*”, o cargo mais alto de uma empresa. É chamado também de presidente, principal executivo, diretor geral, entre outros.

Associando o enunciado visual citado ao enunciado verbal colocado como título, e compreendendo que “networking” refere-se à atividade de “construir uma boa rede de relacionamentos, geralmente em sua área de atuação profissional”, compreendemos que o artigo aborda a narrativa da(s) mulher(es) executiva(s) que constroe(m) uma rede de contatos profissionais não somente “rosa” – o que poderia remeter diretamente à mulher, à feminilidade –, mas “rosa-choque”, ou seja, uma rede de contatos marcada pela atitude de um sujeito que quer ganhar visibilidade. Desse modo, o enunciador começa seu texto afirmando que, segundo a última edição do *Guia VOCÊ S/A-EXAME – As melhores empresas para você trabalhar*, “o número de mulheres em cargos de alto escalão aumentou significativamente” (LEÃO, *VOCÊ S/A*, edição nº 148, 2010, p. 152). De posse desse dado, argumenta que “com a presidência nas mãos, cresce a importância do networking no dia-a-dia das executivas” (LEÃO, *VOCÊ S/A*, edição nº 148, 2010, p. 152). O diálogo se estabelece, então, entre um enunciador detentor de um saber e um enunciatário que aquele almeja fazer-crer: fazer crer que as executivas bem-sucedidas também fazem networking do mesmo modo que os homens:

O segmento charuto segue sendo uma seara quase totalmente masculina, embora seja crescente o número de mulheres que apreciam um bom charuto. E muitos bons contatos são feitos em campos de golfe [...]. Se eu fosse uma grande executiva, trataria de procurar um lugar para ter aulas sobre o esporte e me iniciaria nesse campo interessantíssimo: vai ser bom para seus negócios e também para sua saúde (LEÃO, *VOCÊ S/A*, edição nº 148, 2010, p. 152).

As dicas têm sempre o fito de orientar as executivas sobre o modo de agir para que obtenham mais sucesso ainda: “A executiva paga a conta sempre que convidar e dá o tom e o ritmo a essas refeições” (LEÃO, *VOCÊ S/A*, edição nº 148, 2010, p. 152). Ao final, fica um lembrete: “[...] a mulher executiva não precisa se embrutecer nem se masculinizar para ser respeitada e conseguir atingir todos os objetivos a que almeja. Podemos ser assertivas, seguras e firmes, sem perder a suavidade atrelada ao sexo feminino – as executivas poderosas e chiques sabem disso” (LEÃO, *VOCÊ S/A*, edição nº 148, 2010, p. 152).

Nove anos após a publicação de “O lugar das mulheres” (o primeiro artigo que analisamos nesta subseção), o texto de Célia Leão permite-nos fazer grandes e importantes relações com aquele texto de 2001: inicialmente, compreende-se que o jeito feminino não exerce mais – ou, ao menos, não pode mais exercer –, de acordo com o enunciador, o papel de oponente no percurso de inserção e permanência do ator mulher executiva no cenário corporativo. Exerce, na verdade, papel de adjuvante, uma vez que o enunciador pontua a

importância da preservação da “suavidade” (um dos componentes do jeito feminino) no programa narrativo de ascensão profissional da mulher executiva. No entanto, é possível depreender, na passagem final do texto, que os elementos assertividade, segurança e firmeza (“Podemos ser assertivas, seguras e firmes [...]”) definem um modo de ser que, a princípio, anularia a *feminilidade* (“[...] *sem* perder a suavidade atrelada ao sexo feminino”): há, aqui, implicitamente, a mesma ideia de oposição entre “valores masculinos” e “valores femininos”, enfocada no primeiro texto. O mesmo se dá quando o enunciador relaciona os lexemas “poder” e “chique” ao afirmar que “as executivas poderosas e chiques sabem disso”: a ideia de poder, sempre marcada pela noção de autoridade, rigidez e severidade, é abrandada pela combinação que o enunciador faz do termo com o lexema “chique”, suavizando e, arriscamos também dizer, *feminilizando* esse poder.

A diferença entre um artigo e outro em termos de construção da figura feminina é, portanto, bem sutil, porém bastante válida quando se trata de compreender um percurso: enquanto lá se enfatizava que a maioria dos livros de autoajuda frisa a importância de as mulheres adotarem um estereótipo masculino, aqui a ênfase é na conciliação, no equilíbrio entre o que define o jeito masculino e o jeito feminino: mesmo que na aparência, faz-se necessário, hoje, preservar “a suavidade atrelada ao sexo feminino”; assim a executiva ganha não somente *poder*, mas *visibilidade* e *apreço* – valores tão caros à mulher, conforme deixa entrever o discurso da revista.

O quarto artigo, assinado por Eugenio Mussak, colunista da revista *VOCÊ S/A* desde o ano de 2006, foi publicado na mesma edição que o artigo anterior, de Célia Leão. Abaixo do título e do lado esquerdo da página, apreende-se uma imagem bastante interessante que poderíamos descrever como sendo um prédio “grávido”. Explicamos. Trata-se de uma imagem cujo formato lembra imediatamente o corpo de uma mulher grávida. No entanto, no interior desse corpo visualizamos várias figuras geométricas de formato quadrangular que remetem a janelas de apartamentos; também o que seriam as “pernas” desse sujeito mulher grávida remetem à base de um prédio. As cores sóbrias da figura /prédio/ são contrastadas com o rosa que o reveste, moldando assim a figura do corpo feminino. Dizendo de outra forma, o texto visual recria o que está colocado no texto verbal tomado como título: “Empresa, substantivo feminino”:



Figura 14 – Artigo de opinião “Empresa, substantivo feminino”

Logo no início do texto o enunciador deixa claro que uma “empresa feminina” não é uma empresa cujos produtos são dirigidos às mulheres nem é uma empresa que é comandada por uma executiva. Construindo sua argumentação, o enunciador elenca uma característica feminina que tanto se valoriza nas empresas, a qual se relaciona imediatamente com a figura criada no texto visual: fertilidade. Então explica o que entende por corporações férteis: “Corporações férteis são as que podem ser fecundadas por novas ideias, estão preparadas para gerar projetos e são capazes de produzir novas formas de vida e aumentar a prole das realizações felizes, dos resultados surpreendentes e da longevidade empresarial” (MUSSAK, *VOCE S/A*, edição nº 148, 2010, p. 154).

Desse modo, pode-se afirmar que o enunciador procura, tanto no texto verbal quanto no visual, personificar o sujeito “mundo corporativo”. Mesmo o fazendo, ele também enfatiza que uma empresa/corporação é constituída por sujeitos, homens e mulheres, e que esses sujeitos também precisam dessas características femininas tão valorizadas nos dias de hoje. A aproximação entre esse discurso e o construído no segundo artigo analisado (O que é... mulher) é inevitável: tanto em um quanto em outro há a valorização do potencial feminino

e o “diagnóstico” de que elas detêm o poder de assumir de vez o comando das empresas, deixando os pares homens em uma posição subalterna. A diferença entre um texto e outro é, no entanto, sutil: enquanto naquele momento a mulher, vista como uma possível ameaça, não ganhava espaço e, conseqüentemente, tinha todo seu potencial ocultado, nesse momento a mulher é vista como uma possível fonte de aprendizagem para o homem. É o que o enunciador afirma no final do seu artigo, conforme se pode verificar a seguir:

Empresas são femininas quando são mais tolerantes, quando não se amedrontam diante de novas possibilidades, nem se negam a aceitar desafios. **Porque assim são as mulheres, que trazem em sua composição vital algumas características de adaptabilidade e resistência que às vezes faltam a seus pares homens. O que não significa que eles não possam tê-las ou desenvolvê-las. Trata-se de uma questão de vontade e de inteligência** (MUSSAK, *VOCE S/A*, edição nº 148, 2010, p. 154 – grifos nossos).

Do mesmo modo como apontamos em “Filhos e carreira corporativa: a maternidade (e o casamento) é um ônus para a executiva?”, o percurso que estabelecemos por meio da descrição-análise dos artigos deixa entrever um momento em que a mulher executiva busca “identificar-se” ao Outro por meio da diferenciação do que se é, ou seja, um momento em que ela deixa a feminilidade de lado, passando a adotar uma postura masculinizada para conquistar seu lugar no mundo corporativo. Percebe-se, logo depois, que essa mulher executiva é apontada como capaz de “identificar-se” ao Outro sem diferenciar-se de si mesma: é o momento em que o enunciador a convoca a assumir as suas características femininas, a assumir a sua feminilidade ou, em outras palavras, a refeminilizar-se. O *como* fazer isso é, no entanto, deixado de lado, pelo menos nos artigos de opinião, que ainda deixam escapar um certo preconceito e um pouco de dúvida em relação ao comportamento feminino nas empresas, o que fica mais evidente ainda quando verificamos que são apenas esses quatro artigos – ao longo de todo o período de 14 anos considerado na pesquisa – que se dedicam à abordagem da figura da mulher executiva.

2.4. Espelho, espelho meu, existe alguém mais poderosa do que eu?

Isso não significa dizer que as mulheres não têm ambição, mas antes que esta está ligada mais à vontade de conseguir resultados do que à de obter “lugares” e

honras: o poder é percebido mais como um meio do que como um fim em si.

(Lipovetsky, ***A terceira mulher: permanência e revolução do feminino***, 2007, p. 282)

De acordo com Gilles Lipovetsky (2007), pesquisadores dos Estados Unidos, do Canadá, da França e de outros países do globo têm conduzido suas pesquisas sobre a executiva contemporânea e afirmado, a partir dos seus resultados, que os homens valorizam mais que as mulheres os salários elevados, os objetivos de carreira a longo prazo, as possibilidades de avanço. Em contrapartida, as mulheres privilegiam mais um trabalho rico no plano do conteúdo, a qualidade de vida no trabalho, o ambiente, as relações interpessoais. Nesse sentido, Lipovetsky assevera que a paixão do poder pelo poder não é o que anima a maioria das mulheres líderes: “isso não significa dizer que as mulheres não têm ambição, mas antes que esta está ligada mais à vontade de conseguir resultados do que à de obter „lugares” e honras: o poder é percebido mais como um meio do que como um fim em si” (2007, p. 282). Ainda segundo o filósofo e sociólogo francês, “[...] as aspirações profissionais femininas visam mais à igualdade com os homens que à grandeza, ao prestígio e à dominação hiperbólica” (2007, p. 294).

Recorrendo ao *Dicionário de Paixões Literárias* (2005), procuramos verificar em que consiste essa paixão do poder. Segundo Elizabeth Rallo-Ditche, autora do verbete, trata-se de uma paixão “sem nome”, no sentido de que ela não dispõe de um lexema que a delimite e permita delimitar o *corpus*, ou praticar estatísticas de vocabulário. Procurando estudá-la, a pesquisadora parte da constatação de que o homem é um ser inquieto em relação ao seu futuro, o que faz com que deseje aquilo que lhe assegure um futuro satisfatório. Assim sendo, “somente o poder pode lhe dar essa certeza: os homens são todos enamorados do poder, o desejo de poder define a humanidade inteira” (2005, p. 266-267).

A autora continua sua investigação pontuando que “os homens que são enamorados do poder e querem conquistá-lo, devem inventar estratégias; a paixão deve se aliar à razão e à astúcia. Ela é uma paixão „a longo prazo”, que desperta outra vez e sempre o desejo; ela não é jamais saciada e pode durar toda uma vida” (2005, p. 267). Desse modo, o julgamento do outro ou dos outros é essencial para o apaixonado do poder: “[...] ou bem ele é rejeitado, pois suas estratégias não são eficazes; ou bem ele ganha a adesão, e encontra-se então sob a via do triunfo” (2005, p. 268).

Elizabeth Rallo-Ditche também pontua que “o homem de poder é um ser semiótico complexo” (2005, p. 268), pois ele pode carregar em si diversas paixões, como a ambição ou o ódio, além do desejo de posse e de dominação que compõem a paixão do poder. Segundo ela, essas tensões são da ordem do “querer”: quando se “quer” o poder, o objeto do poder está “distante” e é cobiçado justamente por estar fora do alcance do sujeito; em outras palavras, ele pertence a um espaço “utópico”, ao espaço de um outro a quem o objeto deverá ser tomado. Nesse sentido, distinguem-se duas formas de paixão do poder: uma forma desse desejo “queima a pequeno fogo” e pode ser cotidiano, privado; essa forma de paixão degenera frequentemente em paixão incontrollável, e pode ser levada a todos os excessos, revelando-se como um jogo perverso com o outro: é a paixão da supremacia. O homem dominado por esse tipo de poder, de acordo com a autora (2005, p. 269), faz dos sujeitos aquilo que ele quer e, logo, os outros são transformados em imagens do querer do sujeito: eles são vistos como capazes de lhe dar satisfação. Ela é a paixão do perverso, que ambiciona reinar sobre suas vítimas, manipulá-las até que elas se prendam a ele. Ela pode ser também a paixão do chefe.

A outra forma de poder camufla a *libido dominandi*, uma vez que ela se exerce na esfera pública, como desejo de fazer o bem do mais alto grau. A autora, no entanto, não chega a explorar essa forma, o que nos leva a procurar alguma correspondência em outros autores. Desse modo, acreditamos que o homem dominado pela paixão do poder público é movido pelo desejo de notoriedade, de reconhecimento por parte daqueles a quem “governa”, dirige. É o que Eric Landowski (2002, p. 190) explica ao tratar das formas de popularidade:

Para ter sucesso, para fazer um “nome”, é preciso evidentemente em primeiro lugar chegar ao menos a se fazer conhecer, nem mais nem menos como se dá a conhecer a uma clientela potencial a existência de um novo produto no mercado: é a notoriedade. Mas, em seguida, para se tornar realmente o que, com razão ou não, se chama um “grande” ator, um escritor “importante”, uma personalidade “que conta”, é preciso também, sobretudo, *deixar-se* conhecer, saber abrir-se suficientemente para dar a cada um o sentimento de que o “conhece” [...]. Mostrar-se aberto a todos, apresentar-se para o maior número possível sem a máscara profissional, deixar-se perceber em sua verdadeira identidade ou pelo menos dar a impressão disso: assim se cultiva, além de notoriedade, uma forma de adesão fundada no sentimento de uma *familiaridade* interindividual, se possível matizada de “simpatia”.

Diante dessas colocações, nosso objetivo é investigar como o enunciador da revista *VOCE S/A* constrói a figura /executiva poderosa/ e como a construção verbo-visual dos textos revela ou não uma padronização da figura feminina pela figura masculina. Nessa investigação, a análise dos modos de pensar e/ou agir (*ser*), bem como dos modos de vestir-

se/portar-se (*parecer*) dos atores retratados ao longo do “percurso de empoderamento³⁴ da executiva S/A”. Para tanto, serão analisadas quatro matérias publicadas na revista dentro do período considerado: “Mulheres no poder” (edição nº 47, maio de 2002), “Garotas superpoderosas” (edição nº 130, abril de 2009), “Rainhas da Ambev” (edição nº 152, fevereiro de 2011) e “De salto na plataforma” (edição nº 160, outubro de 2011). A seleção e agrupamento das matérias se justifica pelo fato de serem os únicos textos que, além de apresentar referência – explícita e/ou implícita – à figura feminina no título, fazem-no relacionando essa figura ao lexema /poder/.

2.4.1. Retraçando o percurso de empoderamento da executiva S/A

A primeira matéria (“Mulheres no poder”) é nomeada por meio de um sintagma no qual o lexema /poder/, empregado na sua forma substantivada, responde ao simulacro de um lugar não-físico, ou seja, a uma *posição* marcada pela “autoridade”, “domínio”, “potência” e/ou “influência” (HOUAISS; VILLAR, 2001). Assim sendo, observamos as páginas que abrem a reportagem e identificamos que essa *posição* é ocupada por um ator dotado do papel temático de /executiva/, mas também dos papéis temáticos de /mãe/ e /esposa/. É o que revelam dois enunciados verbais construídos em debragem enunciativa, um deles disposto na margem lateral central esquerda da primeira página: “Cinco executivas muito bem-sucedidas dão uma aula de jogo de cintura e contam o que fazem para conciliar a vida dentro e fora de casa” (ROCHA, *VOCÊ S/A*, edição nº 47, 2002, p. 38); o outro, na margem lateral inferior esquerda dessa mesma página:

As executivas que Pedro Mandelli, consultor e colunista de VOCÊ S.A., chamou [...] acham que a família garante a tranquilidade de que elas precisam para enfrentar os embates da carreira. São mulheres bem-sucedidas que conseguiram equilibrar o sucesso profissional com a demanda do marido e dos filhos [...] (ROCHA, *VOCÊ S/A*, edição nº 47, 2002, p. 38).

Ainda ao longo dessas duas primeiras páginas, o enunciador apresenta ao enunciatário um texto visual que constrói de maneira conjunta a imagem fotográfica de cinco atores. Configurados em um espaço interno, os três atores figurativizados em primeiro plano

³⁴ Adaptação do inglês *empowerment*, “empoderamento” é um neologismo que se refere maioritariamente ao aumento da força política, social ou econômica de grupos alvo de discriminação (étnica, religiosa, sexual ou outra).

apresentam-se elegantemente sentados em largas poltronas, todos três com as pernas cruzadas e com as mãos apoiadas quer sobre os seus joelhos quer sobre o seu colo. Em segundo plano, os outros dois atores que, em posição vertical imediatamente atrás das poltronas citadas, apoiam delicadamente as mãos sobre o espaldar das mesmas. Os cinco atores são figurativizados com o rosto levemente inclinado, sorriso estampado na face e olhar direcionado para um lugar não identificado. É válido ainda destacar a posição levantada dos pés dos três primeiros atores, revelando ao enunciatório as solas dos sapatos dessas mulheres:



Figura 15 – Abertura da matéria “Mulheres no poder”

Todo esse conjunto de elementos pode, a princípio, provocar no enunciatório o efeito de sentido de *leveza/descontração*. No entanto, algumas dessas figuras-signos – largas poltronas, pernas cruzadas, solas dos sapatos à mostra, olhar direcionado a um lugar não identificado – assumem, em uma outra leitura, um efeito de sentido contrário: conotam *austeridade/rigidez* e *poder*. Na peça Gota d’água, de Chico Buarque e Paulo Pontes (1976), por exemplo, o personagem Creonte ensina Jasão a demonstrar *poder* fazendo referência aos elementos configurados no texto visual da matéria em análise. A construção artístico-literária

em questão faz referência direta ao que é da ordem do imaginário cultural da sociedade ocidental: sobre a poltrona/cadeira, Creonte afirma que ela molda o homem, pois existe algum mistério no sentar que faz com que o homem, mesmo rindo, fique sério. A cadeira, de acordo com esse personagem, é parte da vida de todos os tipos de pessoas, principalmente das pessoas com muita influência e poder: o banqueiro senta a vida inteira, o congressista senta no senado e a autoridade fala de cadeira; sentado está Deus Pai, o presidente da nação, o dono do mundo e o chefe da repartição – enumera o personagem. Sobre o modo de sentar e o posicionamento do corpo e do olhar, bem como sobre o levantamento dos pés calçados, revelando a sola dos sapatos ao interlocutor³⁵, Creonte ensina Jasão:

Ergue a cabeça, estufa o peito, **fica olhando a linha de fundo, como que a olhar nenhum lugar**. Seguramente é o melhor jeito que há de se olhar pra todo mundo sem ninguém olhar teu olhar. **Mostra total descontração**, deixa os braços soltos no ar e o lombo sempre recostado. Assim é fácil dizer *não*, pois ninguém vai imaginar que foi um não premeditado. **Cruza as pernas que o teu parceiro vai se sentir mais impotente vendo a sola do teu sapato**. E se ele ousar falar primeiro descruza as pernas de repente que ele vai entender no ato. (BUARQUE, C.; PONTES, P., 1976, p. 35 – grifos nossos).

Também está relacionado a essa segunda leitura o vestuário dos atores: da esquerda para a direita, Sandra Martinelli (diretora de marketing do Unibanco) veste um terninho preto e, sobposto a ele, uma camisa branca; meia-calça preta e sapatos também pretos. Adriana Fellipelli (sócia-diretora da Right Saade Fellipelli) veste um terninho na cor sépia e, sobposto a ele, uma peça/top preta(o); sapatos também pretos. Andrea Fontes (diretora de desenvolvimento organizacional da Visanet) veste algo parecido com um *tailleur* vermelho e sapatos em tons de marrom e vermelho. Em pé, da esquerda para a direita, Sueli Conte (diretora do Colégio Renovação) veste um casaquinho de manga curta na cor preta, detalhes em branco, e, sobposto a ele, uma camiseta branca com uma faixa horizontal azul na altura dos seios. Elizabeth Peart (diretora de marketing da Sodexho Pass) veste um casaquinho preto com zíper na parte frontal e nos bolsos, sobposto ao qual uma peça branca; saia também na cor preta. Desse vestuário, depreendemos peças marcadamente “femininas”,

³⁵ Mostrar a sola dos sapatos a alguém não tem o mesmo significado em culturas diferentes. A esse respeito, José Augusto Wanderley relata, em sua obra “Negociação total” (1998), o caso de uma negociação entre brasileiros e árabes: segundo ele, “as negociações corriam de forma extremamente favorável e nada fazia antever a menor probabilidade de insucesso. Acidentalmente, um dos representantes brasileiros cruzou as pernas e a sola do seu sapato ficou apontada na direção do principal negociador árabe. A reação deste foi surpreendente: levantou-se e deu a negociação por encerrada. Qual a razão da reação do negociador árabe? É que, naquela região, mostrar a sola do sapato era sinal de profundo desrespeito”. Disponível em: <<<http://www.jawanderley.pro.br/artigo24.html>>>. Acesso em 28 de outubro de 2013.

como a saia e o *tailleur*; no entanto, concorrem com elas peças cujo talhe remete à padronização masculino/feminino. No que tange às cores configuradas, predominam tons sóbrios, com exceção do vermelho³⁶ empregado no vestuário de um dos atores e no título que identifica a matéria. A respeito do título, é importante destacar o emprego de uma fonte tipográfica sem serifa³⁷ e de um traçado grosso, bem como da caixa alta. Todos esses aspectos contribuem, pois, para a reiteração do efeito de sentido de *austeridade/rigidez* e *poder*.

Nas páginas seguintes, reconhecemos uma matéria no formato entrevista: a cada pergunta do entrevistador são elencadas de duas a cinco respostas concedidas pelos atores em cena, ao final das quais o enunciador elabora um comentário que, sob o título “Para pensar”, funciona como uma espécie de “conselho ao enunciatário”. Passando à leitura de cada uma dessas seções de perguntas-respostas, apreendemos um enunciador que ressalta a importância dos papéis temáticos de /mãe/ e /esposa/ na configuração do ator mulher executiva contemporânea. Ao questionar, por exemplo, se os atores consideram que teriam mais sucesso profissional se fossem sozinhos, o enunciador organiza as respostas obtidas de modo a revelar que o apoio da figura /marido/ é essencial: Andrea diz que às vezes passa mais tempo com a família, outras vezes, seu foco é o trabalho. Se estivesse sozinha, acha que se sentiria insegura. Sandra está no terceiro casamento e diz ter contado com o apoio de cada um de seus ex-maridos, mas ressalta que só o apoio não basta. Para ela, é muito mais fácil quando se tem um parceiro da mesma área profissional, que entenda o que se faz e por que se faz. Sueli tem o marido e os filhos trabalhando com ela e afirma que o segredo é que no trabalho eles não agem como se fossem uma família. Embora Adriana e Elizabeth considerem que seriam o que são independentemente de ter ou não marido, aquela, que está no segundo casamento, destaca que ter um relacionamento estável lhe traz tranquilidade e que isso é fundamental para o trabalho; esta, convence-se de que teria sido muito mais complicado se fosse sozinha. Em

³⁶ Como muitos outros elementos, o vermelho tem uma codificação binária e assimétrica na simbologia das cores: o vermelho vivo (ou vermelho-claro) é, segundo Jean Chevalier e Alain Gheerbrant (2007, p. 344), diurno, centrífugo, masculino; o vermelho escuro, ao contrário, é noturno, centrípeto, feminino. Aquele seduz, encoraja, provoca (é o vermelho das bandeiras, das insígnias, dos cartazes e embalagens publicitárias), este detém, incita à vigilância. Não é possível afirmar, baseados nessa codificação, entretanto, nem que o vermelho presente no texto está revalidando o feminino nem que o mesmo está revalidando o masculino. Podemos apenas afirmar que ele atua como mecanismo de provocação do enunciatário, despertando-lhe a atenção e incitando-o a adentrar na leitura do texto a fim de compreender *quem* e *como* são essas mulheres poderosas.

³⁷ A classificação dos *tipos* em serifados e não-serifados é considerado o principal sistema de diferenciação de letras. As serifas (pequenos traços ou prolongamentos que dão acabamento ou remate no final das hastes de certas letras, de um ou de ambos os lados) tendem a guiar o olhar através do texto, de modo que as letras serifadas parecem juntar-se devido aos seus prolongamentos, unindo as palavras. Por outro lado, os tipos sem serifa valorizam cada palavra individualmente e tendem a ter maior peso e presença para os olhos, já que parecem mais “limpos”. As informações citadas foram coletadas nos seguintes endereços: <<<http://pt.wikipedia.org/wiki/Serifa>>> e <<<http://www.printi.com.br/blog/aprenda-mais-sobre-tipografia-serifas-infografico>>>. Acesso em 28 de out. 2013.

“Para pensar”, o enunciador, sob o subtítulo “**A dois é melhor**”, elabora um comentário em debreagem enunciativa, no qual afirma:

Interessante é que a resposta de vocês é a mesma que os homens davam no tempo em que as esposas ficavam em casa. Isso me leva a concluir que, ao alcançar uma posição executiva, o homem e a mulher acabam concordando no que diz respeito a valores, casamento e relacionamento com a família. (ROCHA, *VOCÊ S/A*, edição nº 47, 2002, p. 40).

Partindo desse primeiro enunciado-conselho, podemos afirmar que o enunciador padroniza o pensamento de homens e mulheres em posição executiva. A ambição de carreira, na mulher executiva contemporânea, não é vista, pelo enunciador do periódico, portanto, “[...] como uma compensação, um exutório para uma insatisfação na vida privada”, conforme conjecturou Gilles Lipovetsky (2007, p. 294) baseando-se em uma fórmula tomada a Madame de Staël³⁸. Muito pelo contrário! A executiva S/A tem o foco no trabalho, na carreira; a família age, nesse sentido, como uma espécie de “mola propulsora” capaz de levá-la a conquistar a realização profissional com muito mais tranquilidade e segurança – tal como parece ter sempre ocorrido com os homens, conforme *faz-crer* o enunciador da matéria.

Depreendido do primeiro enunciado-conselho, esse anseio por uma padronização homem/mulher é reiterado outras vezes, conforme se observa logo na segunda pergunta: após indagar as executivas como elas lidam com o machismo nas empresas, e após constatar que todas respondem que não conseguem ver machismo no ambiente de trabalho – uma vez que são tratadas muito bem pelos pares homens –, o enunciador, sob o título “**Acerte o foco**”, elabora um enunciado por meio do qual reitera seu ponto de vista e *faz-crer* que o modo de pensar e/ou agir de homens e mulheres em posição executiva deve ser padronizado:

Esse é o melhor jeito de a mulher driblar o machismo na corporação. Focar o comum é preocupar-se com resultados, desenvolvimento pessoal e utilização de competências – assuntos que dizem respeito a qualquer profissional, independentemente do sexo [...] (ROCHA, *VOCÊ S/A*, edição nº 47, 2002, p. 41).

Na terceira seção de perguntas, o entrevistador indaga se as executivas tentam gerenciar a vida e a carreira do marido, já que, segundo ele, os homens sempre fizeram isso com as esposas. A própria formulação da pergunta já dá indícios de um posicionamento favorável à padronização de homens e mulheres em posição executiva, por parte do

enunciador. Nesse sentido, uma das entrevistadas, Elizabeth, responde à pergunta destacando a necessidade de trazer o modo de se relacionar na empresa para o relacionamento a dois:

Tocamos num ponto que considero crítico: quando estamos na empresa, também não queremos que ninguém nos dê soluções. Sabe aquela história de aprender a trabalhar em grupo, da importância de pensar com outras pessoas? Muitas vezes, a intimidade da relação a dois nos faz ultrapassar essa linha, o que costuma ser mais difícil de acontecer no trabalho. (ROCHA, *VOCÊ S/A*, edição nº 47, 2002, p. 41).

Outra entrevistada, Sandra, fala, dentre outras coisas, sobre a necessidade de manter certa cerimônia no relacionamento a dois: “[...] quando ele vier com aquele papo chato – e, às vezes, eles vêm mesmo –, você deve pensar: se ele me falasse isso quando a gente namorava, eu daria atenção” (ROCHA, *VOCÊ S/A*, edição nº 47, 2002, p. 41). Ao final das respostas das entrevistadas, sob o subtítulo “**Faça cerimônia**”, o enunciador ensina que

Na organização, é preciso buscar e manter certa cerimônia com os colegas. Geralmente, as pessoas adotam esse comportamento nas relações profissionais porque costumam cuidar mais do que é menos duradouro. Mas é preciso preservar a estética em todas as relações, inclusive na vida a dois. (ROCHA, *VOCÊ S/A*, edição 47, 2002, p. 41-42).

Por meio desse enunciado-conselho, compreendemos que o enunciador se posiciona a favor não apenas da padronização do comportamento de homens e mulheres em posição executiva, mas também a favor da padronização de um único tipo de comportamento (o “cerimonioso”) tanto para as relações profissionais mantidas no espaço da empresa quanto para as relações pessoais mantidas no espaço doméstico. Desse modo, ao fazer uso do lexema /estética/ o enunciador revela-se preocupado não apenas com a *essência*, mas também com a *aparência* das relações profissionais, pessoais e – por que não? – intrapessoais. Dizendo de outra forma, é preciso não apenas pensar e/ou ser como os homens em posição executiva pensam e/ou são, mas também portar-se e/ou agir como eles se portam e/ou agem.

Outras perguntas são elaboradas e outros enunciados-conselhos são dados ao enunciatário, sempre de forma imperativa. No final da matéria, as entrevistadas são solicitadas a deixar um recado aos leitores, dizendo com o que eles precisam se preocupar. Após as respostas, o enunciador assevera de modo contundente (e levemente *irônico*): “**Seja egoísta.** Notaram que as respostas estão centradas em vocês mesmas? O parceiro e a empresa são

³⁸ A romancista e ensaísta francesa afirmou que “para uma mulher, a glória não poderia ser mais que um brilhante luto de felicidade.”

transitórios. Por isso, é preciso exercer um egoísmo saudável” (ROCHA, *VOCE S/A*, nº 47, 2002, p. 43). Desse comentário, depreende-se um enunciador que coloca a necessidade de uma estética intrapessoal, ou seja, que afirma, depois de ter pontuado recomendações do tipo “**A dois é melhor**”, “**Faça cerimônia**”, “**Admire o parceiro**”, que o parceiro e a empresa parecem não balizar completamente o comportamento e as ações do sujeito mulher – o que termina por ressaltar valores como /independência/, /liberdade/ e até mesmo /aventura/ –, e que, por isso mesmo, ele (sujeito mulher) deve tomar cuidado para que esse “egoísmo” não ultrapasse os limites do que é “saudável”.

Da matéria como um todo, apreendemos, portanto, uma narrativa na qual o ator mulher executiva contemporânea exerce seu papel temático de /executiva/ graças ao apoio, à tranquilidade e à segurança transmitidos pelo parceiro (e pela família) – papéis temáticos de /esposa/ e /mãe/ valorizados pelo enunciador – e também graças a valores e atitudes que dizem respeito a qualquer profissional, independentemente do sexo. Nesse sentido, o enunciador coloca diante do seu enunciatário a figura de um ator *que parece já ter se padronizado à figura masculina*, mas que, *em essência (nível do ser)*, *ainda está buscando essa padronização*. Isso porque o enunciador alerta o enunciatário a respeito do tipo de comportamento que deve ser adotado pela mulher executiva não somente dentro, mas também fora da empresa e, ao fazer esse alerta, deixa implícito que a mulher tende a exagerar nos traços de autoridade dentro de casa – por isso a importância do comportamento “cerimonioso” para com o parceiro/marido; também alerta a respeito do egoísmo que elas manifestam ao deixar entrever, por meio das respostas dadas ao entrevistador, que a empresa e o parceiro são transitórios, ou seja, que o foco está nelas e nas suas carreiras: segundo o enunciador, é preciso que elas exerçam um “egoísmo saudável” para que continuem sendo mulheres bem-sucedidas na vida pessoal e na profissão.

Aí entra a questão do poder. Mais que por um *poder supremo*, essas mulheres são guiadas ou, ao menos, *convocadas* a exercer um tipo de poder que nomeamos *poder ameno*: dentro do espaço doméstico elas devem mascarar/disfarçar seus traços de autoridade, mostrando-se agradáveis, delicadas, brandas no modo de relacionar-se com o parceiro; devem também revelar um egoísmo que está sempre dentro dos limites do que é saudável, ou seja, mostrar que não pensam somente nelas mesmas e em suas carreiras: a família e a empresa também são importantes para sua realização pessoal. É esta a ideia construída no texto visual que funciona como “espelho” da reportagem: os elementos que constroem o efeito de sentido de *austeridade/rigidez* e *poder* são camuflados em meio aos elementos que denotam

leveza/descontração. É como se ouvíssemos o enunciador dizer: você é uma mulher poderosa, mas deve saber, em determinados momentos, portar-se como se não o fosse.

Passemos agora à descrição-análise de uma reportagem publicada sete anos depois da matéria que acabamos de abordar. À primeira observação das páginas de abertura dessa segunda reportagem, intitulada “Garotas superpoderosas”, visualizamos uma imagem fotográfica que constrói, também de maneira conjunta, a figura de três atores:



Figura 16 – Abertura da matéria “Garotas superpoderosas”

Configurados em um espaço interno, os atores são figurativizados por meio de uma postura *autoritária*, *impositiva* ou, poderíamos também dizer, *austera/rígida*: olhar fixo em um ponto que remete ao lugar ocupado pelo enunciatário, corpo marcado por um posicionamento vertical levemente reclinado para a dianteira, mãos espalmadas firmemente sobre uma larga mesa de madeira. Essa última figura, construída de modo que pareça ao enunciatário que a mesa se estende em sua direção, mantém certa relação com as grandes e largas poltronas da matéria anterior, ambas as figuras remetendo a um espaço que é da ordem do grandioso, do majestoso, e que produz, dentre outros, o efeito de sentido de *poder*. Tal

efeito de sentido, construído por aspectos da ordem da organização topológica do texto-enunciado, é suavizado por elementos que produzem o efeito de sentido contrário: a figura-signo “sorriso” (estampado na face dos atores) e a própria escolha do enunciador pelo emprego, no título da matéria, de uma fonte tipográfica da família Franklin Gothic³⁹, bem como da caixa baixa e de um traçado mais fino, conotam *leveza/descontração*.

Passando à leitura do vestuário desses atores, compreendemos que todos três vestem roupas que primam pela *formalidade, sobriedade* – o que reitera o primeiro efeito de sentido apontado: da esquerda para a direita, Roseli Machado veste um paletó preto risca de giz e, sobposto a ele, uma camisa branca; Luciane Ribeiro também veste um paletó preto risca de giz (embora mais acinturado e um pouco mais curto que o paletó do primeiro ator) e, sobposto a ele, uma camisa branca; por último, Helena McDonell veste um casaquinho preto com listras brancas e, sobposto a ele, uma peça que deixa o colo um pouco mais à mostra que o vestuário dos outros atores – embora de maneira bastante discreta. Todos os atores usam acessórios pequenos e discretos, bem como alianças.

Na parte inferior da página, o título-enunciado “Garotas superpoderosas” chama a atenção pela relação que mantém com o título da primeira matéria, “Mulheres no poder”. Em ambos, o lexema /poder/ está relacionado à figura feminina, embora o lexema empregado para particularizar essa figura seja distinto (aqui, emprega-se “garotas”; lá, “mulheres”). No entanto, o acréscimo de um prefixo e de um sufixo ao lexema /poder/ – formando o lexema /superpoderosas/ – faz com que a escolha do lexema /garotas/ adquira novo sentido. Passando a compreender os lexemas /garotas/ e /superpoderosas/ como formando sintagma, somos remetidos a uma série de desenho animado americano (“*The Powerpuff Girls*”) que, no Brasil, é conhecida como “As garotas superpoderosas”. O desenho animado tem por personagens principais três garotinhas que, dotadas de superpoderes, combinam inteligência, beleza, sensibilidade e força na luta contra o mal e a favor da verdade e da justiça. *Austeridade/rigidez* e até mesmo *poder* parecem combinar-se, portanto, de maneira inédita e única, com *informalidade, leveza/descontração* e até mesmo *fantasia*.

Buscando compreender os *superpoderes* detidos pelos três atores configurados no enunciado visual, passamos à leitura do pequeno texto verbal disposto na margem lateral esquerda da primeira página: “Elas administram carteiras de até 90 milhões de reais e

³⁹ De acordo com o experiente designer, professor co-fundador da Escola de Criação da ESPM Henrique Malzone, a Franklin Gothic foi um estrondoso sucesso desde seu lançamento e como tal permanece por mais de um século: para ele, o êxito desse *tipo* é resultante da bonita e delicada relação peso-clareza, e se deve ao fato de, ao contrário de outras fontes Bold, ter também *finesse* e elegância. Disponível em: <<<http://www.professionalpublish.com.br/?id=77,1,view,2,14257,sid>>>. Acesso em 28 de out. 2013.

comandam equipes formadas quase que somente por homens”. Desse enunciado, compreendemos uma “luta” na qual os atores do enunciado – assim como as garotas superpoderosas do desenho animado – buscam combinar sensibilidade, serenidade, competência e objetividade, conforme o enunciador deixa entrever desde o início da matéria:

Terno, fala agressiva e um estilo arrojado. Foi assim, adotando um perfil masculino, que até a década de 80 as mulheres conseguiam ocupar cargos no mercado financeiro. [...] “Se a mulher fosse muito feminina, ela não era aceita nas instituições”, diz Carmen Migueles, professora de antropologia do consumo e cultura organizacional da Fundação Dom Cabral, em Minas Gerais. Hoje, o cenário é diferente. (SEM AUTOR⁴⁰, *VOCÊ S/A*, edição nº 130, 2009, p. 82).

Por meio desse primeiro enunciado que introduz a matéria, é possível apreender a interdiscursividade mantida com o texto visual das duas primeiras páginas: a postura autoritária, impositiva, ou, ainda, austera/rígida dos atores retratados; a disposição topológica dos elementos em cena; a própria escolha lexicográfica e gráfica na composição do título, imprimem traços de humor à matéria e terminam por satirizar o modelo de executiva “de outros tempos”. Contrariamente a esse modelo, o que o enunciador apresenta ao longo do texto da reportagem é o modelo da executiva contemporânea, configurado na trajetória ou, em termos mais semióticos, no *percurso* de empoderamento de cada um dos três atores figurativizados na matéria.

Assim sendo, o enunciador descreve o ambiente de trabalho, a rotina profissional (e também pessoal) dessas mulheres, separando cada perfil com um título específico. Dentro de cada uma dessas partes, apresenta também um pequeno quadro no qual há uma síntese da sua *trajetória* profissional. Há ainda três imagens fotográficas que figurativizam individualmente cada um dos atores apresentados conjuntamente nas páginas de abertura da reportagem e, sobreposto a essas imagens, um pequeno quadro denominado “Perfil”: nesse quadro, o enunciador elenca alguns pontos importantes do perfil das executivas. Sob o título “Competência reconhecida”, o enunciador apresenta ao enunciatório o ator Luciane Ribeiro, 45 anos, formada em economia pela Fundação Armando Álvares Penteado (Faap), e presidente da *asset management* do Grupo Santander Brasil:

A gestora faz parte de um seleto grupo de mulheres que ocupam cargos de confiança e que já sofreram preconceito no trabalho. “No início da carreira,

⁴⁰ Toda vez em que não constar o nome do(s) autor(es) na matéria selecionada, colocaremos somente o nome da revista, o número da edição, o ano e a página.

em reuniões com homens, eu achava que ninguém me escutava. Eu tinha de falar alto, mas isso mudou quando provei minha capacidade”, diz Luciane. Hoje, depois de 25 anos de carreira, ela foi a responsável por integrar as operações de *asset* e os profissionais da área do Banco Real e do Santander em meio à crise financeira internacional no ano passado. “Perdi noites de sono porque queria transmitir um voto de confiança para a equipe” (*VOCÊ S/A*, edição nº 130, 2009, p. 82).

Do texto-enunciado que apresenta o percurso narrativo do ator Luciane, depreende-se um *querer-fazer* e um *querer-ser* aquele que faz que contradizem os obstáculos *a priori* colocados por um *não-poder-fazer* e um *não-poder-ser*, bem como por um *saber-não-ser*. Interessante nesse enunciado é, ainda, o destaque dado para um modo de portar-se que muda ao longo do percurso do ator: inicialmente, apreende-se um ator mulher executiva que, buscando equiparar-se à referência masculina, porta-se de uma maneira diferente, que não condiz com seu “eu”; em seguida, percebe-se que esse ator tem a permissão de voltar a ser quem “é”: “eu tinha de falar alto, mas isso mudou quando provei minha capacidade” (*VOCÊ S/A*, edição nº 130, 2009, p. 82). Nesse percurso, o *poder* manifesta-se, implicitamente, por meio de um *reconhecimento* que é conquistado a “duras penas”:

Com o tempo, ela demonstrou suas habilidades e **foi reconhecida** pelos outros profissionais. “Chefe novo é sempre difícil, mas com dedicação e uma postura correta, **ela conquistou a equipe**”, diz Aquiles Mosca, de 34 anos, superintendente comercial e estrategista de investimentos pessoais do Santander Asset, que trabalha com Luciane há três anos (*VOCÊ S/A*, edição nº 130, 2009, p. 82 – grifos nossos).

Do enunciado, depreende-se uma narrativa na qual o mais importante, para o ator configurado, é conquistar a equipe e, conseqüentemente, ser reconhecido. Para chegar a isso, parece que o apoio da família (tal qual na narrativa de “Mulheres no poder”), é essencial – outra forma de “reconhecimento”? –, conforme garante um dos cinco pontos que o enunciator destaca no perfil de Luciane: “Quando chego em casa cansada e vejo o sorriso do meu filho, tenho a impressão que dormi e acordei de novo” (*VOCÊ S/A*, edição nº 130, 2009, p. 83).

A referência masculina, a busca por uma padronização do comportamento feminino pelo comportamento masculino – pelo menos num primeiro momento, conforme destacamos acima – é também marcada na narrativa do segundo ator figurativizado na reportagem: Roseli Machado, 44 anos, diretora da Fator Administração de Recursos, de São Paulo. Por meio de uma debreagem enuncia que instaura uma debreagem interna, o enunciatário é apresentado a esse ator:

Ela administra 4 bilhões de reais e comanda 37 homens. Diante de tantos profissionais do sexo masculino, ela diz que o relacionamento da equipe dá supercerto. “Os homens são objetivos e eu sou objetiva também. Eles sabem rapidamente quais são os resultados que eu espero, diz” (*VOCE S/A*, edição nº 130, 2009, p. 83).

Desse enunciado, apreende-se um modo de agir marcado por um estereótipo masculino: a mulher é bem aceita se ela for como os homens são. No entanto, outros enunciados atuam no sentido de relativizar esse comportamento, ressaltando uma busca pelo equilíbrio entre o que se intitulara, em outros momentos, *características masculinas* e *características femininas*. Assim sendo, o enunciador dá voz a um profissional que conhece Roseli há 13 anos: segundo esse profissional, “ela consegue compatibilizar a capacidade analítica com a sensibilidade e com isso antecipar as tendências do mercado”. Ainda segundo ele, a mulher tem, por natureza, um perfil mais conservador; não se arrisca tanto. No entanto, “Roseli consegue equilibrar a hora certa de assumir riscos e a hora de colocar o pé no chão” (*VOCE S/A*, edição nº 130, 2009, p. 43). A padronização da figura feminina pela figura masculina no que tange ao modo de pensar e ao modo de portar-se *deve* não anular algumas características marcadamente femininas, conforme nos garante os enunciados apontados, todos eles organizados dentro da seção denominada “Objetividade e sensibilidade”.

O último perfil é apresentado sob o título “Equilíbrio e serenidade”: o ator Helena McDonell, 53 anos, psicóloga com pós-graduação em marketing e finanças pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), e diretora do HSBC Private Banking, de São Paulo é, dos três atores configurados na reportagem, não somente o de mais idade mas também o único em cuja narrativa não há menção aos embates enfrentados no início da carreira, com os pares homens. Do percurso narrativo do ator, o destaque dado pelo enunciador é à conciliação, ao “equilíbrio”, entre a vida profissional e a familiar:

Durante a semana, Helena organiza passeios e jantares com o filho e o marido. Para aliviar o estresse, ela prepara pratos da cozinha indiana, mergulha, anda a cavalo e cuida do jardim e da horta que tem na casa de praia. “Eu decidi que eu mesma cuidaria deles. Estou louca para voltar para lá para transplantar os temperos”, diz (*VOCE S/A*, edição nº 130, 2009, p. 85).

Além disso, depreende-se, ainda, a possibilidade de uma aprendizagem mútua entre homens e mulheres, podendo aqueles vir a aprender com estas:

Gilberto Poso, de 40 anos, é diretor do Private HSBC para a região Centro-Norte e trabalha há quatro anos com a executiva [...]. „Em uma reunião que tivemos, eu me posicionei de forma ríspida e ela disse para eu ter mais cuidado na hora de expor meus argumentos, mesmo que eles pareçam estar certos”, diz Gilberto (*VOCÊ S/A*, edição nº 130, 2009, p. 85).

Desse modo, depreendemos, ao contrário da primeira matéria, uma padronização menos marcada, pois o enunciador a enfatiza apenas num primeiro momento e, logo em seguida, resgata a *identidade feminina* por meio do postulado do equilíbrio entre características ou estilos masculinos e femininos. O enunciador destaca ainda, num último momento, a possibilidade de uma modificação positiva do ambiente corporativo a partir de um modelo e/ou de um modo de ser *feminino*. Podemos antecipar, pois, que o percurso de empoderamento da mulher executiva contemporânea segue uma escala: em um primeiro momento, é preciso que essas mulheres adotem e/ou valorizarem o que é tido como *estilo masculino* e provem sua competência; em um segundo momento, que elas voltem a assumir um modo de ser feminino e busquem um equilíbrio entre os dois estilos de liderança e comportamento; por último, que elas passem a ser capazes de modificar positivamente não somente o ambiente corporativo, mas também os seus pares homens, dando-lhes possibilidades de serem menos austeros, menos rígidos, no trato com as pessoas.

Verifiquemos todos esses aspectos na terceira matéria a ser analisada dentro deste subcapítulo, matéria publicada na revista *VOCÊ S/A* em fevereiro de 2011. O que chama imediatamente a atenção do enunciatório nas páginas de abertura dessa reportagem é uma imagem que constrói de maneira conjunta o simulacro de cinco garrafas de cerveja tamanho gigante. Ocupando quase todo o espaço das duas páginas, essas figuras /garrafas de cerveja/ trazem, como simulacro dos rótulos que identificam todo e qualquer produto, a imagem fotográfica de cinco atores mulheres: da esquerda para a direita, Maria E. Pedroza; Graziela Solera; Adriana Neves; Mariela Baptista; Cássia Abrantes.

Todos os cinco atores têm suas imagens estampadas nos referidos rótulos dos produtos representados de uma maneira que difere da associação que se faz entre cerveja e mulher no senso comum (construído por inúmeras campanhas publicitárias que associam a cerveja à mulher de corpo escultural e, na maioria das vezes, loura): cada um dos atores tem a imagem do seu *rosto* estampado nessas cervejas-figuras, o que já significa a quebra de uma isotopia de leitura calcada no repertório cultural do ocidente. Para ter a face estampada numa garrafa de cerveja quando somente o corpo costuma ganhar esse espaço, essas mulheres devem ser extremamente importantes! – é o que o enunciatório é levado a concluir.

Antes mesmo de ser esboçada, a resposta à pergunta “quem são essas mulheres poderosas” é facilmente dada no título que identifica a matéria: elas são “As rainhas da Ambev”. Definido como “a soberana de um reino” (HOUAISS; VILLAR, 2001), o lexema /rainha/ produz, ao ser empregado no título-enunciado da reportagem, o efeito de sentido explícito de *poder*. As cinco mulheres cujas faces são estampadas nos rótulos das garrafas ocupam, portanto, uma posição de comando dentro da maior cervejaria da América Latina, a Ambev. A construção dessa presença feminina em um universo tipicamente masculino, austero, rígido – o ramo da cervejaria – é feita, contrariamente ao que se poderia esperar, com uma pitada de descontração: ao escolher o emprego da caixa alta e de uma fonte tipográfica com serifa⁴¹, o enunciador brinca com a contraste entre os efeitos de sentido de *austeridade/rigidez* e *poder* e os efeitos de sentido de *leveza/descontração*.



Figura 18 – Páginas de abertura da matéria “Rainhas da Ambev”

⁴¹ Acredita-se que os tipos serifados surgiram no Renascimento como uma alternativa às letras góticas, de modo a criar composições mais leves. Nesse sentido, as serifas permitem uma leitura contínua, fazendo com que o leitor “passe” mais rápido pelo texto, pois que não enxerga letra por letra, mas palavra por palavra. Texto consultado disponível em: <<<http://ricardoartur.com.br/1001/files/2011/06/Relatorio-novo-editado.pdf>>>. Acesso em 28 de out. 2013.

Logo abaixo do título, o enunciador dá início à construção da matéria destacando a excepcionalidade dessas mulheres que conquistaram seu espaço num universo tipicamente masculino: “Das 150 revendas da cervejaria no país, apenas cinco são comandadas por mulheres. Muito bem comandadas. Todas possuem resultados expressivos. A média de *market share* dessas operações ultrapassa os 70% nos mais de 300 municípios atendidos por esse quinteto” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 42). Continuando sua argumentação, o enunciador *faz-crer* que essas mulheres não apenas conquistaram seu espaço, mas se destacaram dentro dele de tal forma que se alçaram acima do lote comum (masculino):

Uma delas, a goiana Graziela Soleira, ajudou a transformar a empresa na maior operação terceirizada da Ambev durante as duas décadas de dedicação aos negócios. À frente da distribuidora de Gurupi, em Tocantins, Maria Eugênia Pedroza conquistou o prêmio de melhor operação de refrigerantes no país, resultado de sua obsessão por qualidade. A mineira Mariela Baptista aceitou o convite para trabalhar na Cervantes, de Belo Horizonte, colocou ordem na área de transporte e expandiu os negócios, fundando uma nova operação em Montes Claros, região do Norte de Minas. Outra mineira, Cássia Abrantes, largou a carreira promissora na área bancária e assumiu a distribuição da cervejaria na Zona da Mata pernambunca, na cidade de Carpina. Hoje coleciona quatro prêmios de melhor operação no Nordeste. A paulista Adriana Neves chegou à Conebel, revenda de São José do Rio Preto, interior de São Paulo, fundada pelo pai em 1967, aos 14 anos. Aproveitou o período de férias escolares para “brincar de escritório”. Atualmente, cuida da área administrativa e financeira de uma das maiores distribuidoras de cervejas e refrigerantes do país (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 42-44).

A figura /executiva poderosa/ não é, desse modo, construída somente por meio dos resultados obtidos pela sua maneira de pensar e/ou ser enquanto profissional executiva, mas também por meio da sua maneira de portar-se e/ou agir enquanto ser do sexo feminino: “o que chama atenção nesse núcleo feminino [...] é o modelo de gestão, focado na valorização de pessoas e resultados duradouros e ascendentes”; e pela sua capacidade heroica de conciliar tudo: “além disso, essas cinco mulheres têm muito em comum: estão na casa dos 40 anos, possuem formação acadêmica consistente, fazem atividades físicas com muita disciplina e prazer e, é claro, são profissionais extremamente dedicadas ao trabalho” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 44).

Cada um desses atores tem sua narrativa organizada em dois ou três parágrafos, antes dos quais é apresentada uma pequena imagem que simula uma tampinha de garrafa; no interior da tampinha, a imagem do rosto da executiva que identifica a narrativa, o que acaba provocando um efeito de sentido particular: impossível não relacionar essas pequenas

imagens às mensagens de prêmios que geralmente são ofertados ao consumidor nas tampinhas de alguns refrigerantes. Abaixo da primeira tampinha, a primeira história apresentada é a de Graziela Soleira. Tal qual nas matérias já abordadas nesta seção de análises, o enunciador constrói o percurso de empoderamento do ator em foco destacando a conciliação dos papéis temáticos: “Ao ver todo o empenho de Graziela na companhia, é de se imaginar que a família fique em segundo plano. Nada disso. „Sou supermãe, a família é minha prioridade“, diz” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 44). Além da conciliação de papéis, o enunciador destaca ainda a atenção que o ator tem com a sua vida pessoal: “Acredita que ainda sobre tempo para a academia? Sim, ela nada e faz musculação alternadamente todos os dias” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 44).

O mesmo se dá na narrativa do ator Adriana Neves, em que o enunciador valoriza o modelo (feminino?) de gestão com foco nas pessoas: “„Gosto de treinar pessoas, lidar com gente“, diz ela” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 45); e destaca a conciliação de papéis temáticos: “Doze dias após o parto do filho Henrique, hoje com 12 anos, ela já estava de volta ao escritório. Nem por isso deixou de cumprir as obrigações de mãe – amamentou o filho durante seis meses” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 45). Por último, o destaque é dado à atenção que o ator tem com a sua vida pessoal: “Adriana, de 42 anos, também arruma tempo para exercer seu lado atleta, quando se junta a seu grupo de ciclistas para treinar três vezes por semana e pedalar até 60 quilômetros nos fins de semana” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 45).

A narrativa que configura o ator Maria Eugênia Pedroza também não é diferente: o enunciador destaca a capacidade de equilibrar firmeza e frieza com habilidade de ouvir; ressalta a conciliação de papéis e a valorização do lado pessoal da vida: “mãe de dois filhos, ela pratica kickboxing e faz caminhadas para relaxar” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 45). Cássia Abrantes, a “desbravadora da zona da mata pernambucana”, 45, contadora, também é uma executiva cuja narrativa “enche os olhos”: “mora na praia de boa viagem, em Recife, com o marido Eduardo Abrantes, 55. Caminha três vezes por semana, faz pilates e massagem e vive rodeada de amigos” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 45-46). Entretanto, o enunciador anuncia que “nada veio de graça” e revela o preconceito sofrido pelo ator: “[...] „quando viemos para cá, os comerciantes só dirigiam a palavra ao meu marido“, lembra Cássia” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 46).

A última narrativa é do ator Mariela Baptista, narrativa que, tal como as outras, destaca o equilíbrio entre valores aparentemente contraditórios: “„Gosto de gente, não desisto das pessoas“, diz. Mas ela é exigente. „Sou firme e justa“” (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição

n. 152, 2011, p. 46). Uma vez mais, a conciliação entre os vários papéis temáticos e entre o lado profissional e pessoal da vida é valorizado pelo enunciador:

Casada há 17 anos, Mariela é mãe de dois filhos. “Para equilibrar o lado pessoal e profissional, ensinei meus filhos a valorizar a qualidade do tempo”, diz. Além da família e do trabalho, Mariela arruma tempo para fazer academia três vezes por semana e assumir o ofício de catequista numa igreja da cidade. Como ninguém é de ferro, para relaxar, Mariela gosta de sair para dançar (RAMIRO, D. *VOCÊ S/A*, edição n. 152, 2011, p. 46).

Dessa matéria apreende-se, pois, um enunciador preocupado em mostrar que o *poder*, ou melhor, a *nobreza*⁴² dessas mulheres de destaque consiste na superação, na conciliação de todos os papéis, na elevação de espírito, que faz com que elas sejam desbravadoras e, logo em seguida, maternais. Nada é dito acerca da realidade diária do trabalho executado por elas, nada é dito sobre a realidade da Ambev, conhecida como uma empresa de DNA masculino⁴³; apenas se fala sobre a multiplicidade de papéis desempenhados por essas mulheres, o que – já não é segredo para o leitor que acompanha nosso raciocínio – é um dos principais motivos pelos quais elas se tornam dignas de uma matéria de peso dentro da revista *VOCÊ S/A*.

“De salto na plataforma” é o título da última matéria a ser analisada nesta seção, a qual apresenta o perfil de quatro engenheiras que se tornaram executivas do primeiro escalão. Aqui o título é particularmente interessante: a figura lexemática /plataforma/ é definida por Houaiss e Villar (2001), em uma das acepções do termo, como “superfície plana e horizontal, mais alta que a área circundante”. Da mesma forma, a figura lexemática /salto/ também conota “altura, elevação”: segundo o *Dicionário Pliberam da Língua Portuguesa* (2010)⁴⁴, a figura lexemática pode recobrir a definição “parte do calçado que faz altear o calcanhar”. Temos, portanto, no mesmo título-enunciado, dois efeitos de sentido de “elevação”, o que

⁴² Interessante pensar que a nobreza é o oposto da vulgaridade e refletir a respeito da escolha do lexema “rainhas” para o título dessa reportagem que aborda a carreira – e a vida – das executivas da Ambev. Impossível não associar o principal produto da empresa, a cerveja, ao estereótipo da vulgaridade, da libertinagem e depreender um enunciador que quer romper com esse estereótipo, mostrando mulheres dedicadas ao trabalho, à família, ao corpo e também ao espírito (veja o último depoimento, do ator Mariela, catequista numa igreja da cidade).

⁴³ Outras reportagens, dentro e fora de *VOCÊ S/A*, abordam o universo da Ambev definindo-o como dotado de dureza, um lugar onde se exigem decisões rápidas, onde se faz mais do que se discute, onde se priorizam os resultados. É o que se lê em uma entrevista veiculada na edição nº 136, outubro de 2009, intitulada “Toque feminino”. Na entrevista, a diretora executiva do Pão de Açúcar, ex-executiva da Ambev, fala sobre contratação e carreira.

⁴⁴ O dicionário está disponível [em linha] em: <<<http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=salto>>>. Acesso: 04 de maio de 2013.

reforça a posição ocupada por esses atores configurados na narrativa. A figura /salto/, comumente tida como pertencente ao vestuário feminino dá ainda a conotação de *feminilidade*: os atores configurados na narrativa estão duas vezes no “topo”: no topo do mundo executivo (em “posição executiva”), e no topo desse mundo mantendo-se mulher.

Assim sendo, compreendemos que o texto visual tem grande importância para o enunciador dessa reportagem, pois o espaço ocupado em cada página pelo texto visual é muito maior que o ocupado pelo texto verbal: mais que (in)formar, relatar, narrar, o enunciador quer colocar o enunciatário em contato (em contágio?) com a *presença* de figuras tão poderosas e, ao mesmo tempo, tão femininas.





Figura 17 – Textos visuais da matéria “De salto na plataforma”

Em cada uma das imagens a figura de um ator construído por meio de um vestuário sóbrio, formal, mas bem menos formal que o vestuário dos atores até então configurados nas outras matérias. O primeiro ator, particularizado pelo antropônimo Simone Silva Rocha, 44 anos, gerente de vendas da IBM, em São Paulo (SP), veste uma camisa de seda manga três quartos, estampa nas cores preta, verde musgo e branca, e apresenta-se em posição lateral, com os braços apoiados sobre uma mesa onde figuram três computadores notebook. O segundo ator, particularizado pelo antropônimo Michele Robert, 38 anos, diretora de energia e água da General Electric, em Cotia (SP), veste um *tailleur* preto, sobposto ao qual uma camisa branca, e apresenta-se sentado com as pernas cruzadas sobre uma mureta a qual cerca um reservatório de água. Com um dos braços erguidos, o ator parece impulsionar uma grande porção de água em direção ao lugar ocupado pelo enunciatário – efeito de sentido produzido pelas inúmeras pequenas gotículas que recobrem grande parte da cena em que é figurativizado. O terceiro ator, particularizado pelo antropônimo Vera Bier, 52 anos, diretora do Samsung Instituto de Desenvolvimento para a Informática, em Campinas (SP), veste uma camisa branca, sobreposta a qual um colete fechado de tonalidade marrom, e apresenta-se com um *tablet* nas mãos. O último ator, particularizado pelo antropônimo Renata Morand, 38 anos, gerente de engenharia da Odebrecht Óleo e Gás, em Macaé (RJ), veste uma

camisa clara e apresenta-se em posição lateral com os braços cruzados. No plano de fundo, o cenário do seu ambiente de trabalho, marcado pela imagem desfocada de estruturas de concreto e aço que remetem à figura /plataforma petrolífera/.

Tomando esse texto visual como um todo, compreendemos que os atores são figurativizados inseridos no seu ambiente do trabalho, cada qual colocado em um cenário marcado pela presença de figuras que particularizam a empresa na qual exercem o papel temático de /executiva/. Passando à leitura dos textos verbais dispostos abaixo de cada texto visual, compreendemos narrativas nas quais o enunciador ressalta a importância de equilibrar os “estilos” *masculino* e *feminino* na hora de liderar uma equipe, conforme já antecipava o texto de abertura da matéria: “Para as engenheiras em cargos de liderança, parece haver um duplo desafio. Provar que são capazes de comandar equipes tão bem, ou melhor, que os homens e encontrar um jeito próprio, mais feminino, de gerenciar” (KAMANCHEK, *VOCE S/A*, edição nº 160, 2011, p. 82).

Da mesma forma como em outros textos estudados ao longo deste subcapítulo, as narrativas construídas na matéria em questão reiteram a importância dos papéis temáticos de /mãe/ e /esposa/ na configuração do ator mulher executiva contemporânea. Características femininas também são destacadas como essenciais para o sucesso na carreira da executiva, conforme destaca o texto em debreagem enunciativa que instaura, por meio de uma debreagem interna, a “voz” do ator Simone: “Para ela, as mulheres se destacam na gerência porque estão sempre atentas aos detalhes. „Aprendemos a nos planejar muito dentro de casa, com os filhos e a organização da casa“, diz a executiva” (KAMANCHEK, *VOCE S/A*, edição nº 160, 2011, p. 83).

A busca por equilíbrio entre carreira e família/vida pessoal também é destacada, conforme atesta o enunciado em debreagem enunciativa que segue: “Michele iniciou a carreira no chão de fábrica. Virou gerente de produção aos 27 anos. Ao mesmo tempo, teve a primeira filha e aprendeu que nunca haveria um equilíbrio na dedicação à família e ao trabalho” (KAMANCHEK, *VOCE S/A*, edição nº 160, 2011, p. 84). Do mesmo modo como na narrativa anterior, o enunciador instaura, por meio de uma debreagem interna, a “voz” do ator: “Tem momentos que são 80% família e 20% trabalho, mas às vezes as prioridades se invertem” (KAMANCHEK, *VOCE S/A*, edição nº 160, 2011, p. 84).

O lembrete de que as características femininas podem e *devem* ser reveladas (em vez de ocultas) no ambiente corporativo, também é a marca da forma de vida do ator mulher executiva contemporânea – conforme já pudemos apontar em outros momentos e

conforma pontua o enunciado que instaura, dentro de uma debreagem enunciativa, uma debreagem interna que dá “voz” ao ator Vera:

Ela conta que em alguns momentos as mulheres podem sentir dificuldade de se integrar. “Como a maioria dos profissionais em cargos executivos são homens, parece haver uma sinergia de assuntos entre eles”, diz. Para evitar esses momentos, ela comanda a conversa focando nos assuntos da empresa, exclusivamente. “Quando começam a falar sobre futebol aviso: „Pessoas, depois vocês conversam sobre isso”” (KAMANCHEK, *VOCE S/A*, edição nº 160, 2011, p. 85).

A narrativa apresenta marcas das paixões da *obstinação* e da *ambição* na trajetória de ascensão profissional do sujeito mulher. De acordo com o enunciator, que comprova seu argumento por meio de uma debreagem interna que instaura a “voz” do ator Renata, o ator mulher executiva contemporânea deve se mostrar um sujeito muitas vezes mais competente que o sujeito homem para ser aceito e mantido em “posição executiva”:

Ela sente que, para impor respeito, precisa manter a postura e se destacar até mais que os executivos homens. „Muitas vezes, a mulher tem que ser melhor do que o homem para provar seu valor”, diz. „Por isso sempre procurei me diferenciar, fazendo cursos de capacitação e assumindo desde sempre uma postura confiante” (KAMANCHEK, *VOCE S/A*, edição nº 160, 2011, p. 86).

E qual é a conclusão que se tira dessas análises? Antes de mais nada, a de que a concepção do poder *no feminino* não mudou tanto assim ao longo dos anos de publicação da revista. A primeira matéria analisada, “Mulheres no poder”, por exemplo, revelou um enunciator bastante preocupado em alertar seu enunciatário sobre a importância de ser uma executiva bem-sucedida, *poderosa*, e, ao mesmo tempo, preservar um relacionamento saudável em casa, por meio do comportamento “cerimonioso” e do exercício de um “egoísmo saudável”. Imperativos como “A dois é melhor”, “Faça cerimônia”, “Admire o parceiro”, que identificam enunciados-conselhos nessa reportagem, são a confirmação de que, por trás de todo um discurso de padronização do modo de pensar e/ou ser ou mesmo portar-se e/ou agir de homens e mulheres em posição executiva, havia, de fato, uma preocupação em persuadir o enunciatário de que uma executiva *poderosa* precisa, para conseguir concretizar seu percurso de empoderamento, ter ao seu lado um parceiro e, logo, constituir uma família. A segunda e a terceira matérias revelam um enunciator que também busca persuadir seu enunciatário sobre o mesmo ponto, mas de uma maneira bem menos explícita. Não há enunciados-conselhos, muito menos o uso de imperativos, como na matéria publicada em 2002. São narrativas-

depoimentos que permitem ao enunciatório, por meio da disposição desses pequenos textos em uma determinada sequência, reconstruir um percurso no qual há uma variação de comportamentos e atitudes a serem adotados pela mulher. Embora nada seja referido sobre o comportamento dessas mulheres no ambiente doméstico, é evidente que a família atua, tal como na matéria anterior fora destacado, como uma espécie de “mola propulsora” na consolidação da carreira da executiva.

A construção visual é o ponto-chave dessas matérias: na primeira, “Mulheres no poder”, a prevalência de um efeito de sentido de *leveza/descontração*, camuflando, de certa forma, o efeito de sentido contrário; na segunda, “Garotas superpoderosas”, a inversão total, de modo que o efeito de sentido predominante é o de *austeridade/rigidez, poder* – o que se faz de maneira bem-humorada, já que os atores da reportagem são super-heroínas em um cenário em que os embates de carreira, o preconceito e a dificuldade de relacionamento com homens são ora inexistentes, ora rapidamente superados/solucionados. Na terceira matéria, “Rainhas da Ambev” o mesmo efeito produzido na matéria anterior: os atores da reportagem são “rainhas” em uma monarquia que decide a vida delas (a Ambev), e cuja organização/funcionamento, políticas de RH etc. não são abordados, de modo que a “nobreza” dessas mulheres consiste unicamente em um sublime ponto de equilíbrio – pouco explorado, entretanto – entre a vida fora e dentro da empresa. A última matéria, “De salto na plataforma”, vem enfatizar uma vez mais as diferenças entre os estilos masculino e feminino de gestão, convocando o enunciatório a saber mesclar ambos para o bom desempenho da equipe. A padronização homem/mulher, enfatizada mais na primeira matéria, é, nesse momento, descartada quase que por completo. Se ela ainda persiste, é apenas nos primeiros momentos do percurso de empoderamento da mulher executiva, momento em que ela às vezes ainda tem que provar algo a alguém, e provar que é capaz de fazer tudo ao mesmo tempo e agora. Logo depois, essa padronização é abolida e a mulher busca destacar-se de uma maneira menos agressiva e menos ambiciosa, momento propício para a valorização de uma forma de vida equilibrada. Têm-se então, por fim, um efeito de sentido que revela uma forma de vida tão “encaixada”, tão “perfeita”, que ao enunciatório desatento às provocações levemente irônicas dos títulos-enunciados e de alguns trechos ao longo das matérias fica a ilusão de um conto-de-fadas verdadeiramente possível, onde o final feliz é sempre a lei.

2.5. VOCÊ S/A: forma de vida do ator mulher executiva contemporânea em 4, 3, 2... 1!

Ninguém nasce mulher: torna-se mulher.

(Beauvoir, **O segundo sexo: a experiência vivida**, 1967, p. 9)

Afunilando ainda mais a análise, voltamos nossa atenção para os modelos comportamentais construídos na e pela revista *VOCÊ S/A*, os quais configuram práticas semióticas de construção e manutenção das relações profissionais e pessoais dos sujeitos que se inserem no ambiente corporativo. Para tanto, analisaremos, em cada uma das quatro partes que compõem este subcapítulo, matérias que constroem, ora de maneira mais individualizada ora de maneira mais coletiva – o que não interfere na apreensão da forma de vida que por si só representa não o individual, mas o coletivo, ou seja, todo um grupo – as narrativas de mulheres de destaque, algumas pelo seu sucesso, pelo seu êxito, outras pelo seu fracasso e revés. Assim sendo, ao final da análise das matérias contidas nas quatro partes que seguem, acreditamos poder elaborar uma tipologia que defina, com base nos regimes de interação social propostos por Eric Landowski (2002), os quatro tipos de executivas apreendidos das páginas da revista *VOCÊ S/A*, e que configuram, em uma escala que vai do aceito ao negado, ou, em termos landowskinianos, do assimilado ao excluído (passando pelo admitido e pelo segregado), a própria identidade do periódico e seu público.

2.5.1. Um modelo a ser seguido

Nesta seção, analisamos a matéria⁴⁵ intitulada “Ela é um furacão” (edição nº 79, abril de 2004). A escolha está pautada, a princípio, no critério já mencionado em outros subcapítulos: a reportagem traz, no título, uma referência explícita à figura /mulher/. Além disso, é uma narrativa em que uma trajetória feminina parece ser sancionada positivamente, de maneira individualizada. Nosso objetivo é, pois, reconstruir, por meio dessa narrativa, a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea referendada pelo enunciador do periódico, forma de vida que define a identidade da revista e do seu público-alvo. A seguir, nos subcapítulos subsequentes, investigaremos variações dessa forma de vida e, nessas

variações, indivíduos cuja maneira de ser, pensar e sentir é regida pelos regimes de admissão, segregação e/ou exclusão, revelando modelos que, diferentemente dos modelos que apresentamos a seguir, devem ser pensados, censurados e/ou descartados pelo enunciário.

Tomando, inicialmente, o título dessa matéria (“Ela é um furacão”) para análise, compreendemos que a figura lexemática /furacão/ merece atenção especial. Partimos então do conhecimento comum de que /furacão/ designa um fenômeno natural que, formado por ventos de alta intensidade, é considerado como a mais violenta de todas as tempestades, e constatamos, conseqüentemente, que a figura não pode ser tomada em seu sentido denotativo. Assim, examinamos as acepções conotativas do lexema registradas por Houaiss e Villar (2001): “o que produz rápida devastação”, “o que se manifesta com violência ou ímpetos extremados”, e verificamos que a relação entre os lexemas /Ela/ e /furacão/ deve ser estabelecida de modo que o componente abstrato da figura lexemática /furacão/ homologue as características que constituem os modos de *fazer* e *ser* do sujeito do enunciado.

Elegendo, pois, a segunda das acepções apresentadas – “o que se manifesta com violência ou ímpetos extremados” –, tomamos o lexema /ímpeto/ e passamos novamente às definições. Dentre tantas, chama-nos a atenção a seguinte expansão: “[...] dinamismo, vitalidade, energia”. Tomando cada um dos termos encontrados nessa expansão e procurando defini-los, ainda com base em Houaiss e Villar (2001), elegemos, dentre as possibilidades oferecidas em cada verbete, as seguintes: /dinamismo/ => /espírito empreendedor;/ /vitalidade/ => /vigor físico ou mental;/ e /energia/ => /arrojo ou firmeza nos atos, na concepção ou realização de algo/. Concluímos, portanto, que a figura lexemática /furacão/ recebe, por meio dessa leitura, um tratamento eufórico que cabe então verificar na narrativa que o título-enunciado identifica. Verificamos a seguir o texto visual que compõe a matéria:

⁴⁵ Outras matérias como “Queda para o alto” (março de 2003), “Deu no Wall Street Journal” (dezembro de 2008) e “Mulher maravilha” (edição nº 131, maio de 2009) também poderiam ter sido analisadas nesta seção. Optamos, no entanto, por restringir nossa análise a um único texto.



Figura 19 – Abertura da matéria “Ela é um furacão”

À esquerda, colocada acima do título-enunciado, a imagem fotográfica de um ator mulher em um espaço fechado (interior de uma sala de um prédio). Em segundo plano, através das persianas horizontais entreabertas e dos vidros sobre os quais essas persianas estão colocadas, um espaço externo desfocado, mas que nos permite entrever vários arranha-céus ao entardecer – paisagem marcada por alguns pontos de luz aqui e acolá. Focalizado em plano próximo, o ator, cuja imagem nos remete ao simulacro “mulher executiva contemporânea”, apresenta-se em posição vertical, braços cruzados, rosto e olhar inclinados para o alto. Compondo o vestuário do ator, uma camisa branca, sobreposta à qual um blazer na cor preta; brincos pendentes; um relógio; anéis nos dedos anelar e mínimo da mão esquerda. Da leitura de todo o conjunto do texto visual, depreendemos um efeito de sentido particular: as cores sóbrias do vestuário do ator, somadas às cores também sóbrias (frias) da paisagem externa e, ainda, a postura fechada marcada pelos braços cruzados, criam, juntos, o efeito de sentido de *austeridade/rigidez*. O “abrandamento” desse efeito só ocorre por meio da consideração da expressão facial do ator: a presença de um sorriso instaura uma pequena ruptura na isotopia visual, favorecendo um efeito de sentido que vem coabitar com o primeiro: o efeito de sentido de *leveza/descontração*.

Tomando o texto verbal da matéria, compreendemos uma narrativa que é iniciada com uma embreagem enunciativa temporal, por meio da qual o enunciador do texto presentifica um acontecimento anterior para mostrar que ele tem uma ressonância no presente: “Oito de junho de 2001. A paulistana Regina Nunes, de 38 anos, presidente da agência de classificação de risco Standard & Poor’s no Brasil, está de malas prontas para seguir para o hospital.” (MENDES, *VOCE S/A*, edição nº 79, 2004, p. 35). Conforme ensina José Luiz Fiorin, essa neutralização – que consiste, no caso do enunciado em questão, no emprego do presente pelo pretérito – “engendra, pois, uma ampliação do presente em direção ao passado. O presente é, então, visto como uma continuidade lógica ou psicológica do passado” (2010, p. 197). Nesse sentido, o presente no qual o ator Regina Nunes se inscreve está marcadamente ligado ao seu passado, compreendendo ambos uma narrativa em que se observa a predominância da isotopia do trabalho, da dedicação e comprometimento com a empresa:

O parto para o nascimento de Fernanda, sua filha mais nova, tinha sido marcado às pressas no dia anterior. Antes de sair de casa, às 8h39, Regina fez questão de disparar um e-mail para o escritório, no qual avisava que só estaria disponível à tarde, após a cesariana. Pode acreditar. Regina foi para a mesa de cirurgia com a cabeça no trabalho. Mal se recuperou do parto e 25 dias depois – em vez dos 120 concedidos por lei – já estava de volta ao escritório. (MENDES, *VOCE S/A*, edição nº 79, 2004, p. 35).

Relacionada à isotopia do trabalho, a figura lexemática “furacão” condensa, no nível discursivo, a competência e a *performance* do sujeito do enunciado: “Na liderança da Standard & Poor’s, Regina é um furacão. Enfrenta a pressão do mercado, lidera uma equipe de 19 profissionais e transita num universo tipicamente masculino com toda desenvoltura. Ela mesma diz que ali se sente em casa” (MENDES, *VOCE S/A*, edição nº 79, 2004, p. 35). Desse enunciado, depreende-se um sujeito que não só *faz*, mas *faz* de modo que seu *ser* também acaba modificado: “Quem conhece Regina de perto não se surpreende com seu sucesso profissional. É uma mulher que gosta de desafios, mesmo que eles possam parecer uma verdadeira gelada” (MENDES, *VOCE S/A*, edição nº 79, 2004, p. 35).

Algirdas Julien Greimas e Jacques Fontanille registram, em “Semiótica das Paixões” (1993, p. 63), que “a disposição para seguir num caminho previamente traçado, sem se deixar desencorajar pelos obstáculos” define a *obstinação*. Ainda segundo os autores, essa “disposição” põe o sujeito em estado de “fazer apesar de X”, mesmo quando X é uma previsão que recai sobre a impossibilidade do fazer. Parafraseando a explicação dos autores, entendemos que o obstinado é marcado por um *saber-não-ser* (o sujeito sabe que está disjunto do seu objeto); um *poder-não-ser* ou um *não-poder-ser* (o sucesso da empresa está

comprometido); um *querer-ser* (o sujeito insiste de todo jeito em estar conjunto e tudo fará para isso). Nas palavras de Denis Bertrand, a paixão da *obstinação* “caracteriza o sujeito que não somente quer fazer, mas quer *ser* aquele que faz, embora saiba que a conjunção que ele visa pode não se realizar ou mesmo pode não ser: ele quer apesar dos obstáculos, e a própria resistência alimenta sua vontade [...]” (2003, p. 371).

De maneira bastante semelhante, Elizabeth Rallo-Ditche discute, no *Dicionário de Paixões Literárias* (2005), a paixão da ambição. Na definição da autora, a ambição é uma paixão que, além de um objetivo e de meios para atingi-lo, supõe atitudes e comportamentos que demandam uma energia constante: a ambição é uma paixão que se inscreve na duração – permeia toda uma vida. De acordo com a autora (2005, p. 27),

[...] ela supõe também um certo sentimento interior de superioridade. É necessário crer em seu “poder-fazer” para empreender uma ação e em suas potencialidades para querer se impor, se colocar acima dos outros. Essa maneira de ser é constante e representa o próprio sujeito: o ambicioso que alcança o êxito não “muda”; ele não faz nada senão realizar suas potencialidades, aquilo que ele era desde sempre.

Assim sendo, o ambicioso, segundo Elizabeth Rallo-Ditche (2005, p. 28), não cessa de “querer” sempre mais, a despeito de um “saber” que lhe diz que não pode ir mais longe. Desse modo, enquanto a obstinação se inscreve ao lado dos seus parassinônimos “constância”, “perseverança”, “insistência”, “tenacidade”, “afinco”, “contumácia”, “teimosia” – alguns dos quais não comportam um traço passional –, a ambição se inscreve ao lado dos seus parassinônimos “cobiça”, “ganância”, “anseio”, “avidez”, “sofreguidão”, os quais nos permitem apontar, para a ambição, um desejo que se inscreve na extensão temporal e que se revela, ao mesmo tempo, de maneira intensa. Mas o que quer o ambicioso? De acordo com a autora (2005, p. 27), o objeto da ambição pode variar: deseja-se o poder, o dinheiro, a fama, mas deseja-se, às vezes, ser reconhecido por seu justo valor – avaliação que é interior, mas que demanda ser confirmada pelo olhar dos outros:

O que quer o ambicioso? O poder e o dinheiro, o reconhecimento do mundo. Em suma, diversas formas de objetos: objetos tangíveis, como o dinheiro; ou intangíveis, como o poder e o reconhecimento social. São os objetos intangíveis os mais difíceis de se obter e os mais desejados. (2005, p. 37-38).

A paixão da ambição vai de par, pois, com a paixão do poder público: “quando o ambicioso fracassa, é condenado. Se tem êxito, pode ser condenado moralmente, mas também admirado, tomado como exemplo, e, dessa forma, absolvido” (2005, p. 28).

É nesse sentido que o enunciador constrói a narrativa do ator Regina Nunes destacando-o como um sujeito não apenas obstinado, mas *ambicioso*, um sujeito que apesar das adversidades, da aparente impossibilidade do fazer, crê em seu *poder-fazer* e, portanto, *crê poder ser aquele que faz*:

Em 1989, por exemplo, aos 24 anos e recém-formada em administração pela Universidade Mackenzie, em São Paulo, ela foi convidada para fazer um curso de aperfeiçoamento na sede do banco Chase Manhattan, em Nova York. Até aí, nada de mais, a não ser pelo fato de que não sabia falar inglês. [...] Muitos recuavam diante desse tipo de situação, mas ela foi em frente. „Disse para minha chefe que falaria até chinês se fosse necessário“, diz rindo. [...] Mergulhou de cabeça num curso de inglês, perdeu fins de semana seguidos em meio a livros e, em três meses, estava pronta. (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 35).

A paixão da ambição, conforme deixa entrever o enunciador da matéria, foi decisiva para que o ator Regina se tornasse a primeira brasileira a conquistar o posto de principal executiva da filial da Standard & Poor's, que é a maior e mais tradicional agência de classificação de riscos do mundo. Associada à paixão do poder público, que, conforme vimos no subcapítulo anterior, é uma forma de paixão que camufla a *libido dominandi* e se manifesta como desejo de fazer o bem do mais alto grau, a paixão da ambição que domina o ator mulher executiva contemporânea construído em *VOCÊ S/A* termina ressaltando não o valor prático do objeto-valor visado, mas seu valor mítico, ou seja, as questões existenciais envolvidas na conquista de um posto de alto escalão pelo sujeito mulher, as quais dizem respeito ao sentimento de realização e de reconhecimento social pelo trabalho realizado e pelas obras concretizadas. É o que o enunciador *faz-crer* ao destacar a valorização da equipe por parte do ator Regina Nunes e, consequentemente, o reconhecimento do valor do ator por essa mesma equipe; e a preocupação, o comprometimento do ator não com ela mesma, mas como os outros, com o Brasil:

Regina reconhece que, às vezes, chega a ser mesmo autoritária. [...] „Se eu pedir um negócio, é melhor fazer ou então explicar muito bem porque não fez.“ Por trás dessa postura rígida está, no entanto, uma pessoa que sabe valorizar o trabalho em equipe. [...] „No ano passado, quando recebeu o prêmio de destaque do Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças (Ibef), ela não só nos convidou para a cerimônia como dedicou o prêmio à equipe“, diz Viesi (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 35-36).

Conversar com a presidente da Standard & Poor's é ouvir seguidas vezes a expressão “construir um Brasil melhor”. Não são poucas as oportunidades em que ela se irrita com comentários de investidores e empresários

brasileiros quando se referem à Standard & Poor's como um bando de "gringos que vive querendo dizer o que eles devem fazer". "Gringos quem, cara pálida? Sou brasileira, falo porrrta (assim mesmo, com sotaque caipira) e ninguém quer tão bem o Brasil como eu", responde (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 36).

Tal efeito de equilíbrio entre valores, estados e paixões distintas é recriado ao longo de toda a narrativa, o que contribui para a reiteração de um modo de ser, fazer e sentir que se depreende como o modelo referendado pelo enunciador: "Quando participa de seminários e vê economistas pintarem um cenário cor-de-rosa, ela não pensa duas vezes em se manifestar caso tenha dados que mostrem o contrário. Com habilidade, consegue dar seu recado sem criar inimigos ou irritar demais a plateia" (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 36). O reconhecimento do ator pela sua empatia – e que revela um sujeito ambicioso pelo poder público – é a tônica do discurso: Regina "fala o tempo todo, sorri muito e acaba se tornando o centro das atenções" (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 36).

O papel da família também é destacado na reconstrução da trajetória do ator, por meio da figura da infância: "Foi uma garota moleca, daquelas que fogem da escola, andam de carrinho de rolimã e sobem em árvores" (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 36); da figura das irmãs: "Suas irmãs mais velhas, Thays e Heloísa, eram seus anjos da guarda. „Elas me defendiam o tempo todo“, diz" (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 36); e da figura do pai: "Regina se orgulha também da forte influência de seu pai, Jamil Jorge, descendente de sírios, em sua vida. Segundo ela, foi ele quem lhe ensinou o valor do trabalho" (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 36).

Ao final do texto, o enunciador acrescenta, aos papéis temáticos de /mãe/ e de /executiva de alto escalão/ – bem como aos papéis temáticos de /irmã/ e /filha/, delineados brevemente em um determinado momento da narrativa – o papel temático de /esposa/. Desse modo, conseguimos depreender mais uma vez um modo de *fazer* e *ser* que é moralizado (sancionado) ao final do percurso (do texto):

Realmente, Regina é uma mulher que sabe o que quer e corre atrás dos sonhos. Aos 13 anos, por exemplo, conheceu Celso, um rapaz cinco anos mais velho, que morava em seu prédio. Decidiu – isso mesmo, decidiu – que ele seria seu marido. Encontraram-se uma vez no hall de entrada, e ele sequer lhe deu bom-dia. Dois anos depois, começaram a namorar e estão casados até hoje. Alguém ainda tem alguma dúvida sobre sua determinação? (MENDES, *VOCÊ S/A*, edição nº 79, 2004, p. 37).

Por meio desse texto, reconstruímos um ator e, por meio dele, a *forma de vida* que lhe é atribuída. Dotado, principalmente, dos papéis temáticos de /executiva de alto escalão/, /mãe/ e /esposa/, esse ator revela-se um sujeito dotado de um *querer-fazer* e de um *querer-ser* (querer ser aquele que faz) que, contrariando o *poder-não-ser* (obstáculos colocados pelo exterior, pela própria *austeridade/rigidez* do mundo corporativo – extremamente masculino, exigente e preconceituoso) e o *saber-não-ser* (obstáculos colocados pelo interior, pelo conhecimento de que há poucas referências femininas no mundo corporativo), consegue perseguir sua *performance*, pois *crê poder ser aquele que faz*. A forma de vida desse ator está marcada pela paixão da *ambição* e pela paixão do *poder público*, revelando um modo de *fazer* e *ser* que equilibra valores aparentemente contraditórios como *austeridade/rigidez* e *leveza/descontração* ou *generosidade/bondade/suavidade*, tanto dentro quanto fora das empresas. O ator mulher executiva contemporânea é, portanto, um profissional do mundo corporativo como todos os outros. No entanto, é um profissional que, conforme nos *faz-crer* o enunciador, tem o “adicional/benefício” de ser mulher. De forma mágica, já que o enunciador não detalha como o ator faz para conciliar seus diversos papéis e seus distintos valores e paixões, ou seja, como ele tem tempo para a família com uma rotina de trabalho tão exaustiva e/ou como ele age na liderança de uma equipe majoritariamente masculina a ponto de “se sentir em casa”, o ator mulher executiva contemporânea é apresentado ao enunciatário como uma supermulher, um ser que é capaz de fazer tudo e, ainda por cima, de maneira nobre, valorizando a família, a equipe, o Brasil. É a imagem de uma mulher que chegou ao topo do mundo corporativo sem se deixar “corromper” pelos vícios desse mesmo mundo e conseguiu, portanto, preservar sua *identidade feminina*.

2.5.2. Um modelo a ser pensado

Nesta seção, nosso objetivo é compreender como a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea referendada pelo enunciador do periódico pode estar marcada por momentos de desequilíbrio, levando alguns sujeitos mulheres a reconfigurar, em determinado momento do percurso, sua forma de vida. Configurada como um modelo a ser pensado, essa outra forma de vida será investigada por meio da descrição-análise da matéria “Um dilema feminino” (edição nº 152, fevereiro de 2011).

Iniciando a análise da matéria a partir do título que a identifica (“Um dilema feminino”), depreendemos o efeito de sentido de /tensão/ que lhe é inerente: /dilema/ é um

substantivo cujo conceito provém da filosofia e, por extensão de sentido, equivale à necessidade de escolher entre duas saídas contraditórias e/ou entre duas proposições contrárias (HOUAISS; VILLAR, 2001). Desse modo, a reportagem “Um dilema feminino” trata, de maneira geral, do dilema que a executiva enfrenta com a chegada dos filhos: dar um tempo na carreira/trabalhar menos ou continuar no mesmo ritmo? Na construção da reportagem, a narrativa de vida de dois atores. O primeiro deles é a executiva do primeiro escalão da multinacional anglo-holandesa Unilever, Claudia Neufeld, 35 anos, que abdicou da carreira para ter mais tempo para o filho e, portanto, *segregou-se* por um tempo do cenário corporativo, voltando somente depois, em um cargo inferior:

No retorno ao trabalho, depois da licença-maternidade, ela recebeu uma proposta para subir ainda mais na hierarquia da empresa, da qual era diretora de marketing. Com a promoção, porém, ela sabia que as responsabilidades aumentariam e que teria de se afastar dos filhos por longos períodos. Não aceitou. Hoje, Claudia é diretora da Digipix, empresa nacional de soluções em serviços em fotografias digitais, em São Paulo. A renda caiu cerca de 20%, mas isso não é o que importa nesta fase de sua vida (RAMIRO, *VOCE S/A*, 2011, p. 77).

O segundo ator é Gleice Lyra Tognini de Almeida, 33 anos, que com 17 anos na área comercial de empresas como Cori, Arezzo e H.Stern, resolveu se dedicar ao filho desde a gestação. Na volta ao trabalho, optou por algo que lhe daria mais flexibilidade, a consultoria de moda: “A profissional, que é formada em produção editorial pela Fundação Armando Alvares Penteado (Faap), em São Paulo, ganha menos do que quando era executiva de uma empresa que comercializa roupas importadas para o varejo, seu último emprego, mas está feliz” (RAMIRO, *VOCE S/A*, 2011, p. 78).

Apesar de bem aceita pelo enunciador, essa forma de vida, marcada pela tomada de uma difícil e séria decisão – a saber, dar um tempo na carreira em nome dos filhos/família e/ou mesmo partir para um setor que exija menor comprometimento de tempo por parte da executiva – parece não ser a mais recomendada ao enunciatório, o que nos leva a compreender que ela não define a forma de vida da mulher executiva contemporânea pautada pelo regime da *assimilação*:

A decisão de interromper o trabalho tem um forte aspecto emocional. Por isso mesmo, a análise dos prós e contras não é uma conta exata. Se assim fosse, bastaria um cálculo simples: salário da mãe menos os gastos com a criança. Se a operação resultasse em um saldo negativo, seria fácil deduzir que a volta ao trabalho não compensaria. Às vezes, pode valer a pena gastar 100% do salário durante dois ou três anos pagando escolas e babás para o

filho e ser recompensado financeiramente mais tarde com o avanço na carreira”, diz Luis Jurandir Simões, consultor de investimentos pessoais [...] (RAMIRO, *VOCE S/A*, 2011, p. 76).

Seguindo esse mesmo raciocínio, o enunciador aponta que mesmo assim, “depois de analisar esses e vários outros pontos, algumas mulheres decidem colocar a carreira em banho-maria para cuidar de suas **crias**” (RAMIRO, *VOCE S/A*, 2011, p. 76 – grifos nossos). O interessante nessa afirmação é o emprego do lexema /cria/, definido por Houaiss e Villar (2001) como “animal recém-nascido e/ou que ainda mama”: o efeito de sentido disfórico depreendido dessa escolha lexical é patente e segue na contramão do que é sedimentado no nosso imaginário cultural, pois grande parte dos animais (e, ao empregar esse lexema, não incluímos nele a espécie humana) deixam suas “crias” enfrentarem os desafios do mundo desde cedo e, em alguns casos, esses desafios implicam a própria luta pela sobrevivência. “Colocar a carreira em banho-maria para cuidar das crias” parece ser dispensável segundo o enunciador da *VOCE S/A faz-crer*, mas ainda assim algumas mulheres decidem fazê-lo.

A solução para essas mulheres então é o planejamento, de modo que o afastamento temporário do trabalho não prejudique “a carreira, a estabilidade financeira da família e o futuro profissional da mulher” (RAMIRO, *VOCE S/A*, 2011, p. 78). Novamente entra em cena o consultor de investimentos pessoais Luiz Jurandir Simões que, segundo o enunciador, “recomenda que a mulher tenha uma conversa franca com o seu parceiro para definir algumas questões [...]” e deixar claro “que haverá uma nova realidade financeira para a família, definir qual vai ser o tempo de afastamento do trabalho e até a implantação de uma mesada para a mulher para que ela não se sinta tão dependente do marido” (RAMIRO, *VOCE S/A*, 2011, p. 78). Fica claro para o enunciatário, pois, que esse processo de afastamento deve ser realmente *temporário* e que a carreira executiva deve continuar sendo a primeira prioridade do ator em foco. A própria figura “mesada para a mulher” reforça esse caráter “menor” do modelo em questão que, apesar de ser um modelo a ser pensado e, portanto, um modelo que é admitido, não define a forma de vida da executiva *VOCE S/A*:

Entre uma mamadeira e outra, é possível se dedicar um pouco à carreira. [...] Manter o networking [...] é uma forma de mostrar que você continua interessada nos assuntos que dizem respeito à sua profissão. Outras atividades, como informar-se sobre sua área de atuação e ler jornais e revistas, são importantes para se manter atualizada. Realizar pequenos trabalhos como consultora, participar de fóruns, congressos, fazer um curso de línguas ou um MBA, reunir-se com os amigos para saber as novidades no setor também são atividades importantes para continuar conectada com sua profissão [...] (RAMIRO, *VOCE S/A*, 2011, p. 79).



Figura 22 – Textos visuais da matéria “Um dilema feminino”

Nestas, os atores são configurados no espaço da casa, conforme o enunciador deixa entrever por meio de figuras como /sofá/ e/ou /cadeiras/ e /mesa com vários porta-retratos/. No entanto, há uma figura colocada em primeiro plano que recupera um outro espaço, a saber, o espaço do trabalho formal: o computador. Nessa figurativização, insere-se, além da figura da executiva, a figura da criança, mas não a do pai (marido). A figura do marido aparece apenas no texto verbal, em um trecho em que é possível apreender, por trás da aparência de /independência feminina/ que o enunciador almeja produzir, a real *dependência* do sujeito mulher que opta por abrir mão da carreira e cuidar dos filhos, pois que negocia com o parceiro os gastos da casa incluindo, nesses gastos, o pagamento de uma mesada a ela. A forma de vida do ator mulher executiva contemporânea marcada por um regime de admissão é, a nosso ver, uma variação da forma de vida da mulher executiva contemporânea *assimilada*: esta consegue equilibrar os diversos papéis e valores aparentemente incompatíveis e/ou contraditórios que definem sua forma de vida. A *admitida* não, por isso opta por modificar sua forma de vida, a começar pelo papel temático que exerce. Ela dá um passo atrás, recua na carreira corporativa, mas nem por isso deixa de entrar em contato com o seu objeto-valor /carreira de sucesso no mundo corporativo/. Se o objeto-valor é o que medeia a relação do sujeito consigo mesmo, ela se sente realizada e tem seu percurso sancionado por

ela mesma. Nesse sentido, há boas razões para crer, conforme mostrou Eric Landowski ao tratar do regime da admissão (2002, p. 25), na existência de sujeitos cuja forma de vida revela a preferência pela *não-disjunção* em detrimento da *conjunção* ou, dizendo de outra forma, sujeitos mulheres executivas cujo *processo* de aproximação do grupo de referência corporativo (e que define a própria admissão) é mais gratificante que qualquer outro.

2.5.3. Um modelo censurado

A matéria que propomos descrever/analisar neste subcapítulo tem por título “A sina de Amalia” (edição nº 98, agosto de 2006). Nosso objetivo é mostrar como o ator mulher executiva contemporânea pode apresentar-se *segregado* do seu universo de referência e ter sua forma de vida não referendada pelo enunciador do periódico. “A sina de Amalia”, justamente por condensar um modo de *ser* que não condiz ao que é postulado para a forma de vida da executiva contemporânea, é o único texto publicado no periódico durante o período tomado para estudo que nos permite perceber o equilíbrio precário entre uma *assimilação* que está se desfazendo e uma *exclusão* ainda não concretizada.

Inicialmente, tomamos o enunciado que funciona como título da matéria e buscamos depreender seus efeitos de sentido. A observação de que o lexema /Amalia/ constitui um nome próprio conduz-nos a investigar sua definição em um *Dicionário Etimológico de Nomes e Sobrenomes*⁴⁶, onde encontramos que Amalia, variação de Amelia, conota “trabalho, incômodo (na guerra). Outros: ativa, laboriosa” (1973, p. 53). Deixamos claro, no entanto, que nosso objetivo não é definir o sujeito empírico “Amalia”, mas os efeitos de sentido criados a partir do emprego conjunto dos lexemas “Amalia” e “sina” no título que identifica a matéria. Assim sendo, associando as acepções encontradas para /Amalia/ ao conteúdo do lexema /sina/ que, de acordo com Houaiss e Villar (2001), define-se como “fatalidade a que supostamente tudo no mundo está sujeito; destino, sorte, fado”, depreendemos o efeito de sentido de que a “ativa, laboriosa” tem um destino, um *fado* que lhe é próprio. Tal efeito de sentido, produzido pela composição do título que encabeça a matéria, é reiterado quando analisamos o texto-enunciado que funciona como chamada da reportagem: “Ao deixar a presidência da Philip Morris, *Amalia Sina* dá mais um passo polêmico na já *turbulenta carreira*” (grifos nossos). Compreende-se, desse modo, que o título-enunciado

⁴⁶ GUÉRIOS, R. F. M. *Dicionário Etimológico de Nomes e Sobrenomes*. São Paulo: Ave Maria, 1973.

revela um efeito de sentido particular criado pela troca da posição do nome e sobrenome do ator: Amalia Sina tem sua narrativa contada no texto intitulado “A sina de Amalia”, o que nos faz remeter a figura /Amalia/ às figuras lexemáticas /passo polêmico/ e /turbulenta carreira/, e concluir, mesmo ainda não tendo tomado conhecimento da sua narrativa, que a forma de vida do ator em foco está marcada pela reiteração de desacertos.

O texto mesmo da narrativa é iniciado com uma debreagem enunciativa e é assim que ele é quase totalmente construído, uma vez que a “voz” do ator Amalia não aparece:

Vinte anos de carreira e dez empresas depois, Amalia Sina está de volta ao mercado. A contenda com a Philip Morris, última companhia no obeso currículo da executiva, chegou a público no mês passado e culminou com a separação oficial no último dia 1º, quando ela deixou a presidência da casa depois de apenas 12 meses no cargo. (DIAS; DINIS. *VOCÊ S/A*, edição nº 98, 2006, p. 61).

Ao longo de toda a narrativa, o enunciador constrói a trajetória profissional e pessoal do ator Amalia fazendo uso de figuras carregadas de valor disfórico, tais quais as que foram empregadas no enunciado-chamada e também logo no início da narrativa: “passo polêmico”, “turbulenta carreira”, “contenda”, “obeso”, “separação oficial”. Uma vez que a executiva não se manifestou a respeito do acontecimento, o enunciador levanta suas hipóteses, baseando-as, a princípio, na própria trajetória profissional do ator: “Uma das hipóteses para o novo divórcio profissional seria a incompatibilidade de gênios. Acostumada a impor seu ritmo de trabalho, a executiva não conseguiu emplacar seu estilo na Philip Morris. [...] Em junho, Amalia decidiu que era hora de trocar de empresa. De novo” (DIAS; DINIS. *VOCÊ S/A*, edição nº 98, 2006, p. 61). A sanção negativa da *performance* do ator contribui para que se perceba que a atitude de Amalia colocou-a em um regime de *segregação*:

Para os especialistas em carreira ouvidos por VOCÊ S/A, esse movimento complicou ainda mais uma carreira já turbulenta. „As pessoas vão ficar mais cautelosas ao pensar no nome Amalia para posições estratégicas“, diz o headhunter de uma das mais conceituadas empresas de recrutamento de executivos em São Paulo. „Passagens tão curtas por tantas empresas indicam que algo não está certo“. A situação piora quando se considera que a saída de Amalia da Philips, onde ocupou o cargo de vice-presidente sênior para a América Latina e presidente da Walita, também não ficou muito clara (DIAS; DINIS. *VOCÊ S/A*, edição 98, 2006, p. 61-62).

O enunciador então apresenta outra hipótese que, ao lado da primeira – “incompatibilidade de gênios” – conduz-nos à compreensão de que o ator configurado nessa narrativa é um sujeito que vive o “desequilíbrio”, que não harmoniza os valores

aparentemente “contraditórios” que definem a forma de vida da mulher executiva contemporânea: Amalia adota apenas os valores *austeridade/rigidez*, não os harmoniza com os valores *leveza/descontração* ou *generosidade/bondade/suavidade* que são o requisito colocado pelo enunciador da revista para que o ator mulher executiva contemporânea possa se assimilar:

Outra explicação para o desgaste da relação entre a executiva e as empresas em que atuou seria a arrogância de Amalia. No início da carreira, já apontada com uma jovem de alto potencial, ela ficou apenas dez dias numa fabricante de fogões. „Tive a impressão de que ela não fez nenhum esforço para se adaptar ao ambiente”, diz uma consultora que acompanhou o caso na época (ADIAS; DINIS. *VOCÊ S/A*, edição 98, 2006, p.62).

O interessante é que a relação do sujeito com a empresa é colocada como um casamento que se desfaz: fala-se em *contenda*, *separação oficial*, *divórcio profissional*, *incompatibilidades de gênios* e *desgaste da relação*. Aspectos negativos do modo de *ser* do ator Amalia são destacados em vários enunciados em debreagem interna, enunciados que reiteram o efeito de sentido de uma *personalidade forte* que não sabe flexibilizar, não sabe ser suave (delicada) e/ou generosa nas relações: “Um profissional que fez parte da equipe de Amalia na Gradiente conta que ela [...] incomodava os pares e superiores. „Eu a considerava uma ótima chefe, mas seu *ego* acabava esbarrando na autoridade dos superiores”” (DIAS; DINIS. *VOCÊ S/A*, edição 98, 2006, p.62 – *grifo nosso*). *Prepotência*, *intolerância*, *egoísmo*, *arrogância* são os termos que reiteram valores incompatíveis com a carreira da mulher executiva contemporânea, conforme o enunciador de *VOCÊ S/A* faz-*crer*:

A prepotência e a intolerância associadas à executiva são questionadas por quem faz parte de seu grupo de amigos. „Se ela é arrogante é para se defender das próprias inseguranças. Ela criou a personagem de uma mulher forte e tem de se manter assim”, diz Júlio Moreira, amigo de Amalia e diretor de marketing da Akzo Nobel, dona das tintas Ypiranga, Sparlack, Wanda e International, que se surpreendeu quando soube que ela deixou a Philip Morris. „Um ano é pouco tempo de casa”, limitou-se a dizer (DIAS; DINIS. *VOCÊ S/A*, edição 98, 2006, p. 62).

Caminhando para o final da narrativa, percebemos que a forma de vida do ator Amalia não é referendada pelo enunciador e, mais do que isso, confirmamos, ainda uma vez, que o ator vive sua relação com o grupo de referência por meio do regime de *segregação*. Para assimilar-se – ou admitir-se – o enunciador recomenda que Amalia dê alguns passos atrás: “Amalia parece disposta a retomar algumas lições. Tanto que, no próximo emprego,

cogita descer alguns degraus na hierarquia corporativa. [...] „Ela vai ter de ficar um bom tempo na próxima empresa“, afirma um dos headhunters entrevistados” (DIAS; DINIS. *VOCE S/A*, edição 98, 2006, p. 63).

Sob o título “Aprenda com ela”, o enunciador dá dicas para o enunciatário sobre como agir de modo diferente do de Amalia. Ao final das dicas, têm-se a confirmação de o ator Amalia Sina exemplificar uma forma de vida *segregada*, que não deve ser adotada, portanto, pelo enunciatário: “O troca-troca de empresas pode levantar dúvidas sobre o seu comportamento e comprometimento com a empresa. Tem mais. Errar todo mundo erra. O que diferencia os profissionais bem-sucedidos é o fato de aprender com os erros” (DIAS; DINIS. *VOCE S/A*, edição 98, 2006, p. 63).

Passamos agora à observação da imagem fotográfica colocada na primeira página da matéria, imagem que figurativiza o ator Amalia Sina. Ocupando todo o espaço da página e uma pequena faixa vertical da segunda, o ator aparece em primeiro plano, posicionando-se em um espaço fechado (interior), espaço que é marcado pela presença de móveis e objetos de madeira, pedra, metal e vidro. Toda a imagem é construída em tons quentes, destacando-se tonalidades de amarelo:



Figura 23 – “A sina de Amalia”

O amarelo (mais marcadamente presente no blazer do ator e nas flores que podemos entrever no fundo do cenário) é encontrado, em várias culturas, como relacionado à loucura, à mentira e à traição. É também a cor dos excluídos e dos reprovados: a cor imposta aos judeus (a estrela de Davi, amarela, que eram obrigados a aplicar nas roupas) e aos condenados pela Inquisição (o hábito amarelo que eram obrigados a usar publicamente), conforme explica Luciano Guimarães (2004, p. 89). Jean Chevalier e Alain Gheerbrant (2007, p. 40-42) também explicam o caráter negativo da cor pontuando, além do que já colocamos por meio da perspectiva de Guimarães, que os sindicalistas chamam de “amarelo” o operário que se dessolidariza da sua classe.⁴⁷ Associado à cor, o rosto limpo praticamente sem maquiagem, uma expressão facial grave, posição corporal levemente lateral e rosto em posição frontal, olhar voltado para o lugar ocupado pelo enunciatário: todo um conjunto de elementos que provocam o efeito de sentido de *austeridade/rigidez* e mesmo de *rispidez*⁴⁸ que já havíamos depreendido quando da leitura do texto verbal. O ator dessa narrativa se configura, portanto, como um modelo que não deve ser seguido pelo enunciatário do periódico *VOCÊ S/A*.

2.5.4. Um modelo descartado

A matéria deste subcapítulo é o único texto publicado em *VOCÊ S/A* durante o período considerado neste estudo em que a trajetória de um ator mulher é sancionada negativamente e de forma individualizada. Contrariamente à segregação marcada na narrativa anterior, “Onde ela errou” (edição nº 81, março de 2005) apresenta ao enunciatário a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea marcada por um regime de *exclusão*:

⁴⁷ Interessante é destacar que, ao longo de todas as matérias publicadas na revista *VOCÊ S/A* durante os 14 anos compreendidos na pesquisa, as cores que prevalecem no vestuário e na composição das matérias são cores sóbrias – preto, sépia, bege, branco –, com exceção do vermelho que aparece algumas poucas vezes também. A ocorrência do amarelo, da forma como a cor é empregada na matéria em questão, é um caso excepcional, não recorrente, portanto, nas publicações compreendidas entre os anos 1998 e 2011. O único caso que podemos destacar, e que talvez confirme o efeito de sentido verificado em nossa análise, é o da matéria “Fracassou? Bem-vindo ao time”, veiculada na edição nº 68, fevereiro de 2004, na qual as narrativas de vários atores – homens e mulheres – exemplificam o insucesso de determinadas atitudes tomadas no âmbito profissional. Em uma foto que abre a reportagem, uma mulher veste uma blusa amarela, sobposta a um blazer preto.

⁴⁸ É preciso dizer que a imagem fotográfica que compõe a matéria em questão foi retirada de arquivos da revista *Exame* uma vez que, conforme citamos na análise do texto verbal ao pontuar que “a executiva não se manifestou”, Amália Sina não quis se pronunciar a respeito dos acontecimentos relatados pela mídia. No entanto, a nosso ver, o simples processo de seleção de uma imagem fotográfica em meio a outras que certamente estavam

você em evolução

ONDE ELA ERROU

O que você pode aprender com a demissão de Carly Fiorina, a ex-executiva mais poderosa do mundo

POR EXÔRGO MARRAS

MULHERES NO PODER

De acordo com a pesquisa, 20% das mulheres ocupam cargos de liderança em empresas de tecnologia. Já no setor financeiro, o número chega a 30%. No entanto, no mundo corporativo, as mulheres ainda enfrentam barreiras significativas para alcançar o topo da hierarquia.

Um homem, em seu lugar, teria provocado o mesmo grau de desconfiança entre os acionistas? Estão abertas as apostas

Carly Fiorina, ex-CEO da HP, após demissão em 2005, em sua gestão

Outra história sobre a carreira de Carly Fiorina, ex-CEO da HP, é a de uma mulher que, apesar de ser uma das executivas mais poderosas do mundo, enfrentou uma queda abrupta no topo da hierarquia corporativa. A demissão de Carly Fiorina da HP em 2005 foi um evento que gerou muita discussão e especulação sobre o futuro das mulheres no mundo corporativo.

Em 1998, Fiorina tornou-se a primeira mulher a ocupar o cargo de CEO de uma das maiores empresas do mundo, a Hewlett-Packard. Sua gestão foi marcada por sucessos e desafios, e ela se tornou uma das figuras mais influentes do mundo corporativo. No entanto, em 2005, ela foi demitida do cargo, o que gerou muita especulação sobre o futuro das mulheres no mundo corporativo.

A demissão de Carly Fiorina da HP em 2005 foi um evento que gerou muita discussão e especulação sobre o futuro das mulheres no mundo corporativo. A pergunta que se faz é: um homem, em seu lugar, teria provocado o mesmo grau de desconfiança entre os acionistas? Estão abertas as apostas.

Figura 24 – “Onde ela errou”

A própria composição do título já deixa claro essa exclusão: o negrito empregado no lexema “errou”, disposto em tamanho maior que todo o restante do enunciado, evidencia a sanção negativa aplicada ao sujeito da narrativa. Além disso, o lexema “onde”, advérbio interrogativo, empregado em forma de pergunta, mas sem o uso do ponto de interrogação, reitera a certeza do percurso disfórico do ator e, ainda, deixa margem para outras interpretações. “Onde”, advérbio interrogativo, indica localização – diferentemente do pronome relativo “onde”, que equivale a “em que”: desse modo, além do sentido implícito “em que (ponto/medida/atitude) ela errou”, é também possível a apreensão do efeito de sentido “em que lugar/posição ela errou” – no topo do topo do mundo corporativo? No topo do topo do mundo corporativo em um país que também está sempre no topo do mundo?

A indagação é interessante se pensarmos que o ator configurado na reportagem é, além da única figura retratada de maneira totalmente disfórica ao longo do período considerado, a única figura estrangeira entre todas as matérias que poderíamos ter selecionado para este estudo. Assim sendo, o enunciado em debreagem enunciativa colocado ao lado do

disponíveis no arquivo da revista *Exame* revela o posicionamento de um enunciatador que tem por objetivo produzir no enunciatário um efeito de sentido disfórico, tal qual o criado ao longo do texto verbal da matéria.

título também reitera o sentido de /reprimenda/, de /fracasso/, de /derrota/: “O que você pode aprender com a demissão de Carly Fiorina, a ex-executiva mais poderosa do mundo”.

No texto visual, uma imagem fotográfica que figurativiza o ator Carly Fiorina, observamos um fundo desfocado que não nos permite definir se se trata de um espaço aberto (exterior) ou fechado (interior), apenas tonalidades de marrom, bege e verde e algumas linhas horizontais e verticais, provocando o efeito de sentido de /indefinição/. Em primeiro plano, o ator em postura vertical, focalizado em angulação levemente lateral, cabelos lisos curtos estilo “Joãozinho”, apresenta-se vestindo um *tailleur* na cor azul-petróleo, sob o qual uma peça preta; acessórios discretos de tonalidade dourada: brincos, colar, relógio e anéis com brilhantes nos dedos anulares das duas mãos. Em letras bem pequenas, sobreposto à imagem, o seguinte enunciado: “Carly Fiorina, ex-CEO da HP: ações despencaram 55% em sua gestão”. Desses enunciados depreende-se, imediatamente, um percurso narrativo sancionado negativamente e uma forma de vida que não é referendada pelo sujeito da enunciação.

O enunciador inicia a narrativa propriamente dita afirmando que “podemos aprender com as pessoas de três maneiras diferentes: pelo que elas dizem, pelo que elas fazem e pelo que acontece com elas” (MUSSAK, *VOCÊ S/A*, edição nº 81, 2005, p. 68). E então assevera que o enunciatário pode aprender com Carly Fiorina das três maneiras. Inicialmente, atualiza, por meio do procedimento de debreagem interna, um texto enunciado pelo ator Carly Fiorina no qual ela aconselha o interlocutor sobre as competências necessárias para se obter sucesso na carreira. Ressalta-se que a fala é somente transcrita, sem qualquer ancoragem espaço-temporal. Em seguida, o enunciador reconstrói o programa narrativo acadêmico do ator Carly Fiorina, destacando tudo o que poderia definir a competência do sujeito do enunciado: “[...] formou em história medieval e filosofia [...], é mestre em administração pela Universidade de Maryland e em ciências pelo MIT [...] tem um assento na Bolsa de Valores de Nova York, é membro da London Business School e da World Economic Foundation” (MUSSAK, *VOCÊ S/A*, edição nº 81, 2005, p. 68). E, por último, passa ao recente acontecimento do qual o ator é protagonista. Interessante, nesse ponto, é reiterar que a narrativa que investigamos é a única, publicada ao longo desse longo período recortado para exame, que configura um ator que não é brasileiro.

Desse modo, a fala do ator, com exceção do enunciado que transcrevemos, e que está desvinculado do acontecimento central narrado, não aparece em nenhum momento do texto assim como também acontece na narrativa da matéria sobre Amalia Sina, que vimos anteriormente. É apenas o enunciador construindo uma narrativa em debreagem enunciativa e ressaltando que o ator está fora – excluído – do mundo executivo: “[...] Por que Carly Fiorina

caiu do olimpo empresarial para um limbo do qual, segundo dizem, ela só sairá caso se encaminhe para a política, o que já parecia ser seu desejo?"; “[...] o quanto pesou, em sua demissão, o fato de ela ser mulher?” (MUSSAK, *VOCÊ S/A*, edição nº 81, 2005, p. 68).

Importante é retomar as duas figuras lexemáticas empregadas pelo enunciador e analisá-las mais de perto: segundo Houaiss e Villar (2001), a figura “olimpo” é definida, em uma derivação por metáfora, como “lugar onde reina a felicidade; céu, paraíso”; já a figura “limbo” pode ser compreendida, também em sentido figurado, como “estado de indecisão, incerteza, indefinição”. No catolicismo, ainda segundo Houaiss e Villar (2001), limbo é “a morada das almas que, não tendo cometido pecado mortal, estão afastadas da presença de Deus, por não haverem sido remissas do pecado original pelo batismo”. Dessa forma, se retomamos o título-enunciado, “Onde ela errou”, e o associarmos à definição dada por Houaiss e Villar à figura “limbo” segundo o catolicismo, temos o efeito de sentido de “pecado original”, como se o ator Carly Fiorina fosse a representação da “Eva pecadora”, e tivesse sido excluída do mundo corporativo simplesmente pelo fato de ser mulher.

Entretanto, o enunciador do texto dá às suas próprias perguntas as respostas que acabam por identificar uma sanção negativa não somente em relação à competência do sujeito, mas também em relação à sua *performance*. Para tanto, enunciados em debreagem interna dão voz a grandes especialistas brasileiros e estrangeiros: “[...] A professora Sheila Wellington, da Universidade de Nova York, disse ao *New York Times*: „Ela era uma líder muito rígida, severa em suas críticas e inflexível em seus julgamentos, e as mulheres ainda não estão autorizadas a apresentar tais características”” (MUSSAK, *VOCÊ S/A*, edição nº 81, 2005, p.68); “Robert Wong, sócio da consultoria Korn/Ferry, [...] diz ter observado que, **quando atingem altos postos em um mundo predominantemente masculino, as mulheres tendem a exagerar nos traços de autoridade, o que dificulta suas relações e embota suas decisões**” (MUSSAK, *VOCÊ S/A*, edição nº 81, 2005, p. 68 – *grifos do autor*).

Depreende-se uma sanção negativa sobre o modo de *ser* do ator: “muito rígida”, “severa”, “inflexível”, “exagerar nos traços de autoridade”, mas também sobre seu modo de fazer:

Entretanto, o fato mais relevante desdenha questões de gênero: o resultado prometido por Carly e esperado para os acionistas simplesmente não foi atingido. As ações da HP despencaram 55% durante sua gestão e a ousada estratégia de incorporar a Compaq, gastando mais de 20 bilhões de dólares, não resultou em recuperação, como era sua aposta (MUSSAK, *VOCÊ S/A*, edição nº 81, 2005, p. 69).

Compreende-se, portanto, que o ator Carly Fiorina é sujeito de uma narrativa marcada pelo regime de *exclusão*. Adotando uma postura extremamente *austera/rígida* (sem harmonizar esses valores com a *leveza/descontração* ou com a *generosidade/bondade/suavidade* que devem estar presentes na forma de vida da mulher executiva contemporânea), o enunciador aponta que o ator tomou uma decisão precipitada e, por esse motivo, caiu do “Olimpo” corporativo. O mais interessante é que o enunciador finaliza sua matéria citando Simone de Beauvoir e dizendo que a autora terminou sua obra *O Segundo Sexo* afirmando que “Não se nasce mulher, torna-se mulher”. Ainda segundo o enunciador, a autora reconheceu que o mesmo pensamento vale para os homens. E para o que fazemos. “Ninguém nasce presidente de empresa, como ninguém vem ao mundo pronto para o sucesso e para o fracasso. Os caminhos são construídos ao caminhar, e eles dão o direito ao tropeço e a retomada. Ainda ouviremos mais de Carly Fiorina” (MUSSAK, *VOCE S/A*, edição nº 81, 2005, p. 69). Com essas palavras finais, fica claro que Carly Fiorina foi excluída do cenário corporativo, mas que essa exclusão pode ser revertida: a dinâmica da interação social permite uma nova *admissão* e mesmo uma nova *assimilação*. Para tanto, o enunciador deixa entrever que será preciso que o sujeito ambicione o poder na sua forma pública – e não na forma da supremacia –, o que poderá talvez resultar (na falta de uma melhor opção?), segundo ele, na escolha por uma carreira nova: não mais no setor econômico, mas no setor político.

2.5.5. A depreensão de uma tipologia e suas implicações na compreensão da sociedade contemporânea

Em *A terceira mulher: permanência e revolução do feminino* (2007), o filósofo e sociólogo francês Gilles Lipovetsky constrói um panorama geral da mulher na história da humanidade, panorama que conduz à depreensão de três “mulheres”: a primeira mulher, ou a mulher depreciada; a segunda mulher, ou a mulher enaltecida; e a terceira mulher, ou a mulher indeterminada.

Segundo o autor, a primeira mulher se define a partir da construção da imagem de um ser misterioso e maléfico que se serve de encantos e astúcias, um ser enganador e licencioso, inconstante e ignorante, invejoso e perigoso: definição que pode ser elucidada com figuras que provêm do nosso imaginário cultural – Cleópatra, Laís, Circe, Eva, Dalila e Salomé – e que foram construídas desde os mitos mais primitivos aos relatos sagrados da Bíblia Cristã. Concebida, partindo mesmo dessas figuras estereotipadas, como um ser impuro,

dissoluto, facilmente corrompido pelos espíritos malignos, a mulher deveria, portanto, ser controlada pelos homens – pelo pai, depois pelo marido – o que pressupunha o adestramento da sexualidade e uma educação dirigida exclusivamente para os afazeres domésticos.

Consoante o sociólogo, embora a figura da primeira mulher tenha perdurado, em certas camadas de nossas sociedades, até a aurora do século XIX, desde a segunda Idade Média já conhecemos outro modelo, que se destinou a pôr nas nuvens os papéis e poderes femininos. Nas palavras do autor (2007, p. 235), “à sanha depreciativa tradicional sucedeu a sacralização do feminino”. A segunda mulher é a figura da mãe-esposa-educadora, do “belo sexo”, proclamado mais próximo da divindade do que o homem: “Força civilizadora dos costumes, senhora dos sonhos masculinos, [...] „fada do lar“, ao contrário do que ocorria no passado, os poderes específicos do feminino são venerados, colocados num pedestal” (2007, p. 236). No entanto, essa mulher é mantida na esfera do privado; elogiada, mas controlada; sem poder financeiro ou intelectual, vontade própria ou liberdade.

A terceira mulher, contrariamente aos modelos anteriores, é sujeita de si mesma. A ela estão ligados os dispositivos de enfraquecimento do ideal de “fada do lar”, o direito legítimo aos estudos e ao trabalho, o direito ao voto, ao “descasamento”, à liberdade sexual, ao controle da procriação. Poderíamos pensar na figura da terceira mulher como sendo construída a partir da indistinção dos papéis sexuais, do advento do que se chamaria um universo *unissex*. Entretanto, uma ressalva é feita desde o subtítulo da obra, o que não deixa enganos: “*permanência e revolução do feminino*” (grifo nosso). O filósofo e sociólogo francês acredita, pois, na figura de uma “nova mulher”, que rompeu inúmeras barreiras e preconceitos – daí o termo “revolução” –, mas ao mesmo tempo assevera a permanência de alguns valores profundamente retrógrados e enraizados, que teimam em não desaparecer.

A terceira mulher é, nesse sentido, a figura da *mulher indeterminada*. Para o autor, ela se insere numa época dominada pela racionalidade instrumental e meritocrática que não abolirá as expectativas preferenciais e as imagens diferenciais ligadas ao sexo. Segundo ele, “a empresa transparente, funcionando para além da divisão imaginária e simbólica dos sexos, é um mito moderno, da mesma maneira que a sociedade sem classes” (2007, p. 273). Isso porque estamos numa época de recomposição social dos estereótipos sexuais no interior das sociedades, o que leva à construção de “um novo mito, baseado na ideia de que as mulheres vão humanizar a empresa, criar locais de trabalho mais harmoniosos e mais prazerosos, menos autocráticos e mais comunicacionais” (2007, p. 273). Se antes era preciso que as mulheres se embrutecessem, que se tornassem tão ambiciosas e tão agressivas quanto seus pares homens, para que pudessem galgar os altos patamares das empresas – o que evidenciava a persistência

dos estereótipos sexuais, definindo lugares específicos para cada um dos sexos –, hoje prevalece um discurso que celebra o modelo de gestão feminino marcado por qualidades tipicamente femininas como sensibilidade, intuição, preocupação com os outros, orientação para as pessoas: em síntese, um modelo concebido como capaz de colocar as mulheres no alto da hierarquia corporativa.

Amparados em todas as reflexões feitas pelo filósofo e sociólogo francês, voltamos às análises dos textos que compõem o presente subcapítulo e, considerando os quatro modelos então depreendidos, chegamos a uma importante constatação. Primeiramente, destacamos que a forma de vida da mulher executiva de outros tempos constitui, hoje, um modelo marcado pelo regime de exclusão, ao qual pertencem as executivas inetas, aquelas que não levam em conta as qualidades reconhecidas como tipicamente femininas e as quais a mídia destaca como a chave de acesso das mulheres à carreira de sucesso no mundo corporativo. As executivas ineptas são, na tipologia que aqui propomos, aquelas que se pautam exclusivamente pelos valores e modos de ser, pensar e agir do universo masculino, revelando-se (conforme o enunciador da matéria “Onde ela errou” evidencia) líderes rígidas, severas em suas críticas e inflexíveis em seus julgamentos. De uma maneira que não nos permite afastar a ideia de modelos comportamentais inscritos em um tempo que é sempre cíclico, depreendemos, em contraposição às executivas ineptas, e marcadas pelo regime de assimilação, as executivas perspicazes, o legítimo modelo a ser seguido pela enunciatária de *VOCÊ S/A*. As perspicazes constituem, desse modo, um grupo que não muito tempo atrás esteve marcado pelo regime de exclusão: hoje elas sabem que é preciso conciliar, de alguma forma (seja com a ajuda da família – marido e parentes próximos, seja com a ajuda de funcionários domésticos ou de recursos oferecidos pela sociedade contemporânea – tais como creches e pré-escolas em tempo integral, *home office* e outros) os seus papéis de profissional executiva, mãe, esposa e mulher (conforme o enunciador aponta em várias matérias analisadas por nós ao longo da dissertação, dentre elas “Mulheres no poder”, “Garotas superpoderosas”, “Rainhas da Ambev”, “De salto na plataforma” e “Ela é um furacão”).

Entre um polo e outro, as executivas presumidas e as executivas advertidas. Aquelas estão marcadas pelo desequilíbrio na conciliação dos seus diversos papéis e/ou dos seus “valores”: são sujeitos marcados por vários “divórcios profissionais”, por uma “carreira turbulenta”, por “passos polêmicos”, e que, apesar de tantos tropeços, não abrem mão da alta posição executiva, o que os coloca em uma posição delicada, possível de conduzi-los à exclusão caso insistam em manter o mesmo comportamento e não revisem suas estratégias (conforme aponta o enunciador na matéria “A sina de Amália”). Em oposição a este grupo, o

grupo das advertidas, aquelas que tendo optado por uma autoexclusão momentânea, retornam ao cenário executivo em uma nova posição: buscam um cargo inferior ao ocupado anteriormente ou entregam-se a atividades mais flexíveis como o empreendedorismo. Abaixo, a tipologia das executivas contemporâneas, tal como a concebemos, baseada nos regimes de interação social de Eric Landowski:

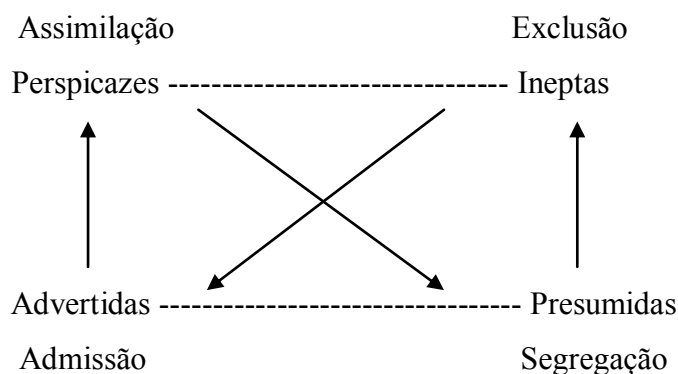


Figura 25 – Tipologia das executivas contemporâneas

O modelo dos regimes de interação social, proposto por Eric Landowski (2002), equivale, a nosso ver, ao percurso do destinador-julgador, especificamente no que tange à sanção cognitiva e às modalidades epistêmicas tal como apresenta Diana Barros (2002), apoiada em Algirdas Julien Greimas (1983). No programa de sanção cognitiva, consoante a autora citada (2002, p. 40), o destinador interpreta os estados resultantes do fazer do sujeito, definindo-os como *verdadeiros* (que parecem e são), *falsos* (que não parecem e não são), *mentirosos* (que parecem e não são) ou *secretos* (que não parecem e são). Explica a autora que, veridictoriamente modalizado, o sujeito é, em seguida, determinado pelas modalidades epistêmicas da certeza ou da dúvida: afirmado ou recusado, admitido ou posto em dúvida.

Assim sendo, os estados resultantes do fazer das executivas perspicazes são concebidos como *verdadeiros* (as perspicazes não só parecem, mas também são (verdade!) executivas bem-sucedidas), de modo que elas têm seu comportamento referendado pelo enunciador do periódico: ambiciosas e desejosas do poder público, elas encaram a maternidade “numa boa”, enfrentam todo e qualquer desafio profissional, sabem o que querem e correm atrás dos seus objetivos. São autoritárias, objetivas, mas também sensíveis e preocupadas com o próximo. As perspicazes definem a forma de vida da mulher executiva contemporânea por excelência e, dessa forma, a face feminina da identidade da revista.

Em contraposição, as ineptas têm seu fazer (e também seu pensar, seu ser e seu

sentir) definidos como *falsos* (as inconsequentes não parecem e nem são (falsidade!) executivas bem-sucedidas), de modo que elas têm seu comportamento recusado (regime de exclusão: um modelo descartado) pelo enunciador do periódico. Tal grupo nada mais representa senão a persistência de uma filosofia de vida já superada (ultrapassada) e que não condiz mais com a forma de vida da executiva contemporânea. É o modelo “deslocado” da mulher executiva de outros tempos que não soube se adaptar aos “tempos novos”.

Longe das perspicazes e ainda não completamente próximas das ineptas, as presumidas têm os estados resultantes do seu fazer definidos como mentirosos (elas parecem, mas não são (mentira!) executivas bem-sucedidas). A esses sujeitos, marcados pela modalidade epistêmica da dúvida, o enunciador deixa um alerta: se não calcularem seus próximos passos de maneira ponderada, modificando seu comportamento, podem vir a ser excluídas do cenário ao qual pertencem, o que em nossa tipologia significa “migrar” para o grupo das ineptas.

Por último, as advertidas têm seu fazer (seu pensar, seu ser e seu sentir) definidos como secretos (elas não parecem, mas são (segredo!) executivas bem-sucedidas). Admitidas no cenário corporativo, elas são sujeitos de uma nova narrativa, narrativa que, apesar de comprovada (o enunciador aponta, em várias passagens da matéria analisada em “um modelo a ser pensado”, que as escolhas das executivas pelo empreendedorismo ou por setores que permitem maior flexibilidade e, conseqüentemente, maior dedicação aos outros papéis sociais assumidos por elas, são escolhas igualmente legítimas), não se configura como pertencente ao grupo de referência e, conseqüentemente, não define a forma de vida da mulher executiva contemporânea – pelo menos não para o enunciador da *VOCE S/A*.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A conclusão é o momento de atar as pontas, não as duas pontas da vida, restaurando na velhice a adolescência, como queria Dom Casmurro, mas as intenções e o produto, mostrando com neste estão aquelas. Por isso, a conclusão fica sendo o último esforço de persuasão.

(Fiorin, *As astúcias da enunciação*, 2010, p. 301)

Em seu texto “Semiótica e comunicação” (2008b), José Luiz Fiorin destaca que, ao contrário dos textos verbais, os textos midiáticos são produzidos por diferentes enunciadore e, justamente por isso, é preciso considerar um *fazer coletivo*. É preciso também, segundo o autor, ter muita clareza a respeito do público a quem o produto se dirige, pois esse público é um *co-enunciador*. Trazendo esses apontamentos para nosso objeto de estudo que é a revista *VOCE S/A*, consideramos que, independentemente da assinatura que um determinado texto veiculado na revista recebe, ele é parte de um coro que transforma as vozes de editores, revisores, jornalistas, fotógrafos, publicitários e demais profissionais em um uníssono que representa a identidade do próprio periódico. Nesse sentido, o texto que abre cada publicação e que é assinado pela diretora de redação representa um condensado de todo o conteúdo que é expandido ao longo das páginas da revista; representa ainda, para dar continuidade à metáfora musical, o momento em que o maestro sobe no palco e dá os primeiros posicionamentos para o início do concerto. Assim sendo, é preciso considerar o que está construído de maneira recorrente nessa seção de abertura que *VOCE S/A* nomeia “Olá!”.

Procedendo a essa verificação, observamos a reiteração de referências à vida profissional e/ou pessoal dos membros da equipe *VOCE S/A*: prêmios e/ou promoções de cargo deste ou daquele colega, o nascimento de um filho, uma nova forma de equilíbrio entre vida profissional e vida pessoal encontrada por um determinado companheiro de trabalho... Em síntese: a revista procura mostrar que não apenas vende a ideia contida nas páginas das publicações. Ela compra essa ideia e somente por isso a vende. Na edição de setembro de 2000, por exemplo, há referência à volta da jornalista Maria Tereza Gomes à revista, depois de uma ausência de nove meses, tempo em que morou nos EUA para estudar na Universidade de Michigan (ela foi uma das dez jornalistas escolhidas de fora dos EUA para estudar na Universidade, com bolsa). Ao lado do texto do editorial, a foto da jornalista e a legenda: “seguindo os conselhos da *VOCE S/A*”. Na edição de fevereiro de 2001, ressalta-se a diversidade (no caso, regional) na equipe por meio dos membros Rodrigo e Juliana. Na foto, a

legenda: “Rodrigo: „quando tu vais pedir o bolo-de-olo?”; Juliana: „vou ligar já pra mãeinha!””. No editorial da edição de janeiro de 2002, a busca pelo equilíbrio. Na foto/legenda, aparecem “Márcia, Suzana e Juliana (da esquerda para a direita): tempo para a qualidade de vida”. Em janeiro de 2005, a jornalista Fabiana aparece com o bebê. Em abril de 2004, sob o título “um lugar para ser feliz”, a foto/legenda: “Juliana e Rodrigo, com Augusto: amizade, namoro, casamento e o primeiro filho graças ao encontro no trabalho”. Em novembro de 2006, “Anne com seu primeiro filho Téo: no trabalho como na vida, a cooperação gera muito mais frutos”, referente ao prêmio que ela ganhou, ainda na licença-maternidade.

Todas essas questões são temas de muitos dos textos veiculados nas diversas edições da revista, conforme foi possível verificar por meio das análises. Desse modo, analisamos, inicialmente, dentro do capítulo “*VOCE S/A* e a forma de vida do ator mulher executiva contemporânea”, o percurso de inserção e manutenção do nosso ator no cenário corporativo. Para tanto, debruçamo-nos sobre quatro matérias (“Revolução das casadas”, “Empresas com alma feminina”, “Mães executivas” e “Ritmo feminino”) e constatamos, no subcapítulo nomeado “Filhos e carreira corporativa: a maternidade (e o casamento) é um ônus para a executiva?”, o papel da maternidade (e do casamento) no programa do sujeito mulher, ambos definidos, pelo enunciador do periódico, como verdadeiros adjuvantes. Em seguida, passamos a quatro artigos de opinião e, com a investigação desses textos, o reconhecimento da valorização, por parte do enunciador, do jeito feminino no percurso de inserção e manutenção do ator mulher executiva contemporânea no cenário em questão. Nesse percurso, a contraposição da forma de vida da mulher executiva contemporânea – forma de vida referendada pelo enunciador do periódico – com a forma de vida da mulher executiva de outros tempos, que precisava, para ser aceita no ambiente corporativo, não apenas adiar o casamento e a maternidade, mas também masculinizar-se.

Em “Espelho, espelho meu, existe alguém mais poderosa do que eu?”, analisamos quatro matérias que, além de nos permitir verificar o percurso de empoderamento do ator considerado (por meio da análise das matérias “Mulheres no poder”, “Garotas superpoderosas”, “Rainhas da Ambev” e “De salto na plataforma”), nos permitiu investigar o tipo de padronização que a figura da mulher executiva sofre em relação à figura do homem executivo. Nesse sentido, a padronização se dá apenas em um primeiro momento da carreira do ator mulher, sendo, em seguida, valorizado o equilíbrio entre modos de pensar/ser/portar-se/agir masculinos e femininos. Quanto à construção visual desses quatro textos, depreendeu-

se uma tendência em harmonizar efeitos de sentido de austeridade/rigidez e leveza/descontração, efeito conseguido com alguns toques de humor e ironia.

Por último, chegamos ao mais particular possível: narrativas que constroem de maneira mais individualizada a trajetória dos sujeitos configurados nos textos, permitindo-nos, desse modo, a organização de uma tipologia das executivas contemporâneas, tipologia organizada com base no modelo dos regimes de interação social de Eric Landowski. No primeiro modelo, que denominamos um modelo a ser seguido, o enunciador apresenta a narrativa do ator Regina Nunes. Trajetória marcada pela paixão da ambição e do poder público, o ator é marcado por um modo de fazer, ser e sentir que concilia os opostos austeridade/rigidez e leveza/descontração ou generosidade/bondade/suavidade e os seus diversos papéis temáticos. No segundo modelo, que denominamos um modelo a ser pensado, a trajetória de dois atores (Claudia Neufeld e Gleice Lyra Tognini de Almeida) que não conseguiram conciliar seus diversos papéis e, justamente por isso, passaram por um período de segregação momentânea. Abriram mão da carreira por um determinado período e depois regressaram, mesmo que em uma posição inferior à ocupada antes. Os sujeitos marcados por esse modo de vida às vezes também seguem a carreira do empreendedorismo.

Em um modelo censurado, a narrativa do ator Amália Sina que, devido às suas passagens tão rápidas por várias empresas, corre o risco, segundo o enunciador, de ser excluída do cenário corporativo: tudo isso devido a traços de sua personalidade e modo de agir elencados pelo enunciador, tais como “arrogância”, “egoísmo”, “intolerância”. E, em um modelo descartado, a narrativa de Carly Fiorina, aquela que “caiu do olimpo empresarial para um limbo do qual, segundo dizem, ela só sairá caso se encaminhe para a política [...] (MUSSAK, *VOCE S/A*, edição nº 81, 2005, p. 68). O importante é destacar que os dois últimos textos são os únicos publicados ao longo de todo o período considerado na pesquisa em que uma determinada trajetória é construída de maneira menos eufórica (no caso de “A sina de Amália”) e de maneira totalmente disfórica (no caso de “Onde ela errou”). O ator Carly Fiorina, da narrativa “Onde ela errou”, é, ainda, uma figura estrangeira, o que confirma que a revista, instrumento de inspiração para o público leitor, tem o compromisso de trazer apenas histórias positivas, de sucesso, deixando escapar, entre tantas, um caso ímpar de derrota – americano, por sinal.

O primeiro modelo define as executivas perspicazes; o segundo, as advertidas; o terceiro, as presumidas; o quarto, as ineptas. Desse modo, temos um caminho que revela ao enunciatário formas de vida e, principalmente, “A” forma de vida *VOCE S/A*. O que fica faltando é a revista explicitar o modo legítimo de percorrer os caminhos apontados, o ponto

exato no equilíbrio dos valores e paixões contrários, os desafios e o modo detalhado de vencê-los. De modo geral, compreende-se que o ator mulher executiva contemporânea é dotado dos papéis actanciais de sujeito competente e realizador da ação (ambição e obstinação), e dos papéis temáticos de executiva, esposa, mãe e mulher. A forma de vida do ator mulher executiva contemporânea em *VOCE S/A* é marcada, portanto, pela ambição de poder público, ou seja, pelo desejo de um *poder ameno* e, portanto, *nobre*, o qual consiste não em satisfazer imediatamente a si mesmo, mas em conquistar o reconhecimento da equipe, do mundo corporativo, da sociedade e da família como um todo, e, só em seguida, encontrar nesse reconhecimento coletivo a sua satisfação. É a forma de vida da multiplicidade, da coletividade, da concomitância de papéis, do equilíbrio conquistado e mantido a duras penas. Resta-nos investigar se esse discurso definidor da forma de vida da mulher executiva contemporânea em *VOCE S/A* é similar ou, ao contrário, se ele diverge dos discursos presentes em outros universos também marcados pelo cerne da autoajuda, da motivação e da inspiração. Mas esta já é uma outra pesquisa, possível de ser desenvolvida no futuro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEM, G. O que é o contemporâneo. In: **O que é o contemporâneo? e outros ensaios**. Tradução de Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó – SC: Argos, 2009.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo**: a experiência vivida. Tradução de Sérgio Milliet. 2. ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.

BENVENISTE, E. **Problemas de linguística geral**. Tradução de Maria da Glória Novak e Luiza Neri. São Paulo: Ed. Nacional, Ed. da Universidade de São Paulo, 1976.

BARROS, D. L. P. de. **Teoria do discurso**: fundamentos semióticos. 3. ed. São Paulo: Humanitas / FFLCH/USP, 2002.

_____. **Teoria semiótica do texto**. 4. ed. São Paulo: Ática, 2005.

BASSO-FOSSALI, P. Texte préparatoire au dossier: <<Les formes de vie à l'épreuve d'une sémiotique des cultures>>. Nouveaux Actes Sémiotiques [en ligne]. **NAS**: Limoges, 2012, n. 115. Disponível em: <<<http://revues.unilim.fr/nas/document.php?id=4171>>>. Acesso em: 18 de maio de 2013.

_____. Possibilisation, disproportion, interpénétration: trois perspectives pour enquêter sur la productivité de la notion de forme de vie en sémiotique. Nouveaux Actes Sémiotiques [en ligne]. **NAS**: Limoges, 2012b, n. 15. Disponível em: <<<http://revues.unilim.fr/nas/docannexe.php?id=4219>>>. Acesso em: 18 de maio de 2013.

BERTRAND, D. **Caminhos da semiótica literária**. Bauru: EDUSC, 2003.

CHEVALIER, J.; GHEERBRANT, A. **Dicionário de símbolos**: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números. Edição revista e aumentada. Coord. Carlos Sussekind. Trad. Vera da Costa e Silva, Raul de Sá Barbosa, Ângela Melim, Lúcia Melim. 21. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2007.

CORTINA A.; MARCHEZAN R. C. Teoria semiótica: a questão do sentido. In: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (orgs.) **Introdução à linguística**: fundamentos epistemológicos. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2004.

DUARTE, C. L. Feminismo e literatura no Brasil. **Estudos Avançados**: São Paulo, v. 17, n. 49, p. 151-172, 2003. Disponível em: <<<http://revistas.usp.br/eav/article/view/9950/11522>>>. Acesso em: 11 de junho de 2013.

FIORIN, J. L. Sendas e veredas da semiótica narrativa e discursiva. **Delta**: São Paulo, v. 15, n. 1, 1999. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-44501999000100009>. Acesso em: 25 fev. 2013.

_____. Modalização: da língua ao discurso. **Alfa**: São Paulo, v. 44, p. 171-192, 2000. Disponível em: << <http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/view/4204/3799>>>. Acesso em: 25 fev. 2013.

- _____. Enunciação e semiótica. In: GIACOMELLI, K.; PIRES, V. L. (orgs.). Émile Benveniste: Interfaces. **Letras**: Santa Maria, v. 33, p. 69-97, 2007. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/revistalettras/artigos_r33/revista33_6.pdf>>. Acesso em: 25 de fev. 2013.
- _____. **Em busca do sentido**: estudos discursivos. São Paulo: Contexto, 2008.
- _____. Semiótica e Comunicação. In: DINIZ M. L. V.; PORTELA J. C. (orgs.) **Semiótica e mídia**: textos, práticas, estratégias. Bauru: UNESP/FAAC, p. 77-94, 2008b.
- _____. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 2010.
- _____. Estruturas narrativas. In: OLIVEIRA, A. C. (ed.). **As interações sensíveis: ensaios de sociossemiótica a partir da obra de Eric Landowski**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, p. 435-452, 2013.
- FLOCH, J.-M. **Petit mythologies de l'œil et de l'esprit**: pour une sémiotique plastique. Hadès-Benjamins, Actes Sémiotiques, 1985.
- _____. **Sémiotique, marketing et communication**: sous les signes, les stratégies. Paris: PUF, 1990.
- _____. **Identités visuelles**. Paris: PUF, 1995.
- _____. **Une lecture de Tintin au Tibet**. Paris: PUF, 1997.
- _____. Diário de um bebedor de cerveja. In: LANDOWSKI, E.; FIORIN, J. L. (eds.) **O gosto da gente, o gosto das coisas**: abordagem semiótica. São Paulo: EDUC, p. 201-218, 1997b.
- _____. **Alguns conceitos fundamentais em semiótica geral**. São Paulo: Centro de Pesquisas Sociossemióticas, 2001.
- FONTANILLE, J. **Les espaces subjectifs**: introduction à la sémiotique de l'observateur. Paris: HACHETTE, 1989.
- _____. Introduction. **Recherches Sémiotiques. Semiotic Inquiry**, Montreal, n.13, p.13-20, 1993.
- _____.; DITCHE, E. R.; LOMBARDO, P. **Dictionnaire des passions littéraire**. França: Berlin, 2005.
- _____. **Semiótica do discurso**. Tradução de Jean Cristtus Portela. São Paulo: Contexto, 2007.
- _____. Médias, Régimes de croyance et formes de vie. In: OLIVEIRA, A. C. (ed.). **As interações sensíveis: ensaios de sociossemiótica a partir da obra de Eric Landowski**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, p. 131-148, 2013.

GREIMAS, A. J. **Semântica estrutural**: pesquisa de método. Tradução de Haquira Osakabe e Izidoro Blikstin. São Paulo: Cultrix/EDUSP, 1973.

_____. **Sobre o sentido**. Petrópolis: Vozes, 1975.

_____. **Du sens II**. Paris: Seuil, 1983.

_____. Semiótica figurativa e semiótica plástica. In: **Significação**, Revista brasileira de semiótica, n. 4, jun. 1984.

_____. Le beau geste. **Recherches Sémiotiques. Semiotic Inquiry**, Montreal, n.13, p.21-35, 1993.

_____. La parabole: une forme de vie. In: **Le temps de la lecture**: Exégèse biblique et sémiotique. Paris: Cerf, p. 381-387, 1993b. Disponível em: <<<http://bible-semiotique.fr/documents/greimas%20la%20parabole.pdf>>> Acesso em: 12 de jun. 2013.

_____. **Da imperfeição**. Tradução de Ana Claudia de Oliveira. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

_____. **A atualidade do Saussurismo**. Tradução de Luciana S. Salgado. **Linguasagem: São Carlos**, ed. 04, dez. 2008 / jan. 2009. Disponível em: <<http://www.letras.ufscar.br/linguasagem/edicao04/04_010.php>>. Acesso em: 18 de maio de 2013.

_____.; COURTÈS, J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, s.d.

_____. **Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage II**. Paris: HACHETTE, 1986.

GUIMARÃES, L. **A cor como informação**: a construção biofísica, linguística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: Annablume, 2000.

HOUAISS, A.; VILLAR, M. S. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa** [em CD-ROM]. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida**: ensaios de sociossemiótica I. Tradução de Eduardo Brandão. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.

_____. **Presenças do outro**: ensaios de sociossemiótica II. Tradução de Mary A. L. de Barros. São Paulo: Perspectiva, 2002.

_____. **Passions sans nom**. Paris: PUF, 2004.

_____. Flagrantes delitos e retratos. **Galáxia**: São Paulo, n. 8, p. 31-69, 2004b.

_____. Para uma semiótica sensível. **Educação & Realidade**: Porto Alegre, v. 30, n. 2, p. 93-106, 2005a.

_____. **Les interactions risquées**. Limoges: PULIM, 2005b.

_____. Socio-sémiotique. In: D. Ablali et D. Ducar (éds.), **Vocabulaire des études sémiotiques et sémiologiques**, Paris-Besançon, Honoré Champion-Presses universitaires de Franche-Comté, 2009.

_____. Regimes de sens et styles de vie. Nouveaux Actes Sémiotiques. **NAS**: Limoges, nº 115, 2012a.

_____. ¿Habría que rehacer la semiótica? **Contratexto**: Lima, v. 20, p. 127-155, 2012b. Disponível em: <<<http://www3.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/index.htm>>>. Acesso em: 11 de junho de 2013.

LEONE, E. T.; BALTAR, P. A mulher na recuperação recente do mercado de trabalho brasileiro. **Revista Brasileira de Estudos de População**: São Paulo, v. 25, n. 2, p. 233-249, 2008. Disponível em: <<<http://www.scielo.br/pdf/rbepop/v25n2/v25n2a03.pdf>>>. Acesso em 25 de fev. 2013.

LOBOS, J. **Amélia, adeus**. São Paulo: Instituto de Qualidade, 2003.

LOPES, I. C.; BEIVIDAS, W. **Veridicção, persuasão, argumentação**: notas numa perspectiva semiótica. São Paulo: Todas as letras, v. 9, n. 1, p. 32-41, 2007.

LYPOVETSKY, G. **A terceira mulher**: permanência e revolução do feminino. Tradução de Maria Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1ª reimpressão, 2007.

MELO, K. S.; APARÍCIO, I.; OLIVEIRA, P. C.; CALVOSA, M. V. D. Desenvolvimento de carreira: o papel da mulher nas organizações. **Revista Cadernos de Administração**: São Paulo, ano 2, v. 01, n. 03, p. 130-148, 2009.

NASCIMENTO, E. M. F. S. Prudência e aventura: Revista *O Cruzeiro* e formas de vida da mulher da década de 40. **ALFA**: São Paulo, v. 53, n. 2, p. 619-637, 2009. Disponível em: <<<http://seer.fclar.unesp.br/alfa/article/viewFile/2134/1752>>>. Acesso em: 25 de fev. 2013.

_____. Estados de alma e formas de vida da mulher. In MARCHEZAN, R; CORTINA, A; BAQUIÃO, R. C. (orgs.). **A abordagem dos afetos na semiótica**. São Carlos: Pedro e João Editores, p.119-147, 2011.

_____. Duas mulheres: duas formas de vida no romance *Navio Acorado* de Ondina Ferreira. **ALERE**: Mato Grosso, ano 04, v. 04, n. 04, p. 115-138, 2011b. Disponível em: <<<http://ppgel.com.br/Anexos/Edi%C3%A7%C3%B5es%20da%20Revista/Quarto%20N%C3%BAmero/Duas%20mulheres.pdf>>>. Acesso em: 25 de fev. 2013.

_____. O Cruzeiro: acontecimento e rotina como forma de vida da mulher nos anos 1950. **Revista Anpoll**: São Paulo, v. 01, n. 32, p. 123-146, 2012. Disponível em: <<<http://www.anpoll.org.br/revista/index.php/revista/article/view/617/628>>>. Acesso em: 25 de fev. 2013.

_____.; ABRIATA, V. L. R. Busca da fonte da eterna juventude. In: NASCIMENTO, E. M. F. S. (org.) **Processos enunciativos em diferentes linguagens**. Franca: UNIFRAN, p. 31-50, 2006.

_____.; ABRIATA, V. L. R. A paixão do belo e formas de vida em publicidades de cosméticos de 1956 e 2007. In: FIGUEIREDO, M. F. (org.) **Sentidos em movimento: identidade e argumentação**. Franca: UNIFRAN, p. 111-125, 2008.

OLIVEIRA, A. C. Fait divers na ressignificação da vida. *Cadernos de Semiótica Aplicada: CASA*, v. 10, n. 2, 2012. Disponível em: <<<http://seer.fclar.unesp.br/casa/article/view/5582/4386>>>. Acesso em: 28 de jun. 2013.

OLIVEIRA, N. M. F.; COUTINHO, F. A. A influência das cores na identificação e interpretação de imagens no ensino de ciências. Florianópolis: **VII Enpec**, 2009. Disponível em: <<<http://posgrad.fae.ufmg.br/posgrad/viiienpec/pdfs/373.pdf>>>. Acesso em: 25 de fev. 2013.

PETRY, J. **A representação da mulher executiva na revista VOCÊ S/A**. 2010. 93f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda) – Universidade Feevale, Novo Hamburgo, 2010.

PORTELA, J. C. Semiótica midiática e níveis de pertinência. In: DINIZ M. L. V.; PORTELA J. C. (orgs.) **Semiótica e mídia: textos, práticas, estratégias**. Bauru: UNESP/FAAC, p. 95-115, 2008.

QUEIROZ, R. **A imagem feminina**. Estado de Minas (Belo Horizonte/MG). In: Academia Brasileira de Letras. Disponível em: <<<http://www.academia.org.br/abl/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=2858&sid=438>>>. Acesso em: 20 de abril de 2013.

RAGO, M. Trabalho feminino e sexualidade. In: PRIORE, M. D. (org.) **História das mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, p. 578-606, 2011.

WOOD JR, T.; PAULA, A. P. P. *Pop-management: pesquisa sobre as revistas populares de gestão no Brasil*. **EnANPAD**, n. 26, 2002. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/EnANPAD/enanpad_2002/TEO/TEO977.pdf>>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2013.

ZILBERBERG, C. **Razão e Poética do Sentido**. Tradução de Ivã Carlos Lopes; Luiz Tatit; Waldir Beividas. São Paulo: EDUSP, 2006.

REFERÊNCIAS DO CORPUS

CÉLIA, L. Networking rosa-choque. Artigos: Etiqueta. **VOCÊ S/A**, edição nº 148, p. 152, out. 2010.

COHEN, D. O lugar das mulheres. Problema seu. **VOCÊ S/A**, edição nº 32, p. 77, fev. 2001.

DIAS, A. Mães executivas. Você bem informado. **VOCÊ S/A**, edição nº 87, p. 62-65, set. 2005.

DIAS, A; DINIZ, D. A sina de Amalia. Você bem informado. **VOCÊ S/A**, edição nº 98, p. 60-63, ago. 2006.

Garotas Superpoderosas. Dinheiro: Perfil. **VOCÊ S/A**, edição nº 130, p. 80-85, abr. 2009.

GEHRINGER, M. O que é... mulher. Mr. Max. **VOCÊ S/A**, edição nº 54, p. 114, dez. 2002.

KAMANCHEK, A. De salto na plataforma. Carreira: Engenheiras. **VOCÊ S/A**, edição nº 160, p. 82-86, out. 2011.

MARI, J. Revolução das casadas. Você bem informado. **VOCÊ S/A**, edição nº 57, p. 19-25, mar. 2003.

MENDES, R. Ela é um furacão. Você em ação. **VOCÊ S/A**, edição nº 70, p.34-36, abr. 2004.

MUSSAK, E. Onde ela errou. Você em evolução. **VOCÊ S/A**, edição nº 81, p.68-69, mar. 2005.

MUSSAK, E. Empresa, substantivo feminino. Artigos: Papo de líder. **VOCÊ S/A**, edição nº 148, p. 154, out. 2010.

RAMIRO, D. Um dilema feminino. Dinheiro: Família. **VOCÊ S/A**, edição nº 152, p. 76-79, fev. 2011.

RAMIRO, D. As Rainhas da Ambev. Mercado: Mulheres. **VOCÊ S/A**, edição nº 152, p. 42-46, fev. 2011.

ROCHA, M. Mulheres no poder. **VOCÊ S/A**, edição nº 47, p. 38-48, mai. 2002.

SILVEIRA, M. Empresas com alma feminina. Você em ação. **VOCÊ S/A**, edição nº 57, p. 40-43, mar. 2003.

TOZZI, E. Ritmo feminino. Mercado: Diversidade. **VOCÊ S/A**, edição nº 138, p. 48-49, dez. 2009.